САНКТ-ПЕТЕРБУРГСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ

Институт «Высшая школа журналистики и массовых коммуникаций»

*На правах рукописи*

**Карпова Екатерина Сергеевна**  
**Политические дебаты как форма электоральных коммуникаций**

ВЫПУСКНАЯ КВАЛИФИКАЦИОННАЯ РАБОТА

по направлению «Реклама и Связи с общественностью»

(научно-исследовательская работа)

Научный руководитель –

Доктор философских наук, доцент

Дорский Андрей Юрьевич

Кафедра связей с общественностью в политике

и государственном управлении

Очная форма обучения

Вх. №\_\_\_\_\_\_от\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

Секретарь ГАК\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

Санкт-Петербург

2018

ОГЛАВЛЕНИЕ

[ВВЕДЕНИЕ 3](#_Toc513744778)

[ГЛАВА 1. ФЕНОМЕН ПРЕДВЫБОРНЫХ ДЕБАТОВ 6](#_Toc513744779)

[1.1. Дебаты как форма общественной жизни 6](#_Toc513744780)

[1.2. Президентские дебаты в США 9](#_Toc513744781)

[1.3. Дебаты в России 18](#_Toc513744782)

[1.4. Дебаты, которые определили победителя выборов 21](#_Toc513744783)

[ГЛАВА 2. ФАКТОРЫ, ВЛИЯЮЩИЕ НА ЭФФЕТИВНОСТЬ ДЕБАТОВ 28](#_Toc513744784)

[2.1. Оценка эффективности дебатов 28](#_Toc513744785)

[2.2. Роль установок в отношении к дебатам 31](#_Toc513744786)

[2.3. Влияние стиля телевизионной трансляции на мнение избирателей 33](#_Toc513744787)

[2.4. Критерии, влияющие на предпочтения аудитории 35](#_Toc513744788)

[ЗАКЛЮЧЕНИЕ 47](#_Toc513744789)

[ЛИТЕРАТУРА 51](#_Toc513744790)

[Приложение № 1 56](#_Toc513744791)

# ВВЕДЕНИЕ

В современном мире существует огромное количество политических технологий. Все они направлены на успех избирательной кампании. Политические дебаты – технология далеко не новая и берет свое начало еще со времен Афинской демократии. Конечно, на сегодняшний день дебаты приобрели совершенно иную форму. Но они являются неотъемлемой частью предвыборной гонки.

В данной дипломной работе будет рассмотрена гипотеза о том, что политические дебаты оказывают серьезное влияние на исход избирательной кампании в том случае, когда рейтинги кандидатов близки друг другу. А критерием для принятия решения у электората становится не политическая программа кандидата, а его личные качества. А также будут выявлены другие критерии, которые необходимы для победы в дебатах.

Впервые политические телевизионные дебаты состоялись в 1960 году между кандидатами в президенты США – Джоном Кеннеди и Ричардом Никсоном. С тех пор они стали неотъемлемой частью выборов, во время которой появляется возможность сравнить кандидатов между собой, оценить личные качества и политические программы оппонентов. По этим причинам дебаты привлекают большую аудиторию, чем любое другое мероприятие кампании. «В последние годы президентские дебаты проходят во все бoльшем количестве стран, в том числе в Мексике, Бразилии и даже Афганистане (причем везде действующие лидеры, как правило, участвуют в дебатах). В 2009 году впервые в истории телевизионные дебаты кандидатов в президенты прошли в Иране. Четверо участников предвыборной кампании приходили на телеэфир по двое, самым значимым стал поединок президента Махмуда Ахмадинежада с его главным соперником, бывшим премьер-министром Ирана и президентом иранской Академии наук Мир-Хосейном Мусави»[[1]](#footnote-1).

Целью дипломной работы является изучение вопроса влияния политических дебатов на результат выборов.

Для достижения цели необходимо решение следующих задач:

* рассмотреть дебаты как политический феномен;
* дать ретроспективный анализ влияния предвыборных дебатов на результат выборов;
* провести сравнительный анализ предвыборных дебатов в США и России;
* выделить предвыборные дебаты, повлиявшие на исход выборов;
* выявить описанные исследователями факторы, влияющие на эффективность дебатов;
* выявить наиболее значимые для современного телезрителя критерии оценки дебатов.

Объект исследования дипломной работы – политические дебаты как коммуникационная технология во время предвыборной гонки.

Предмет исследования – механизмы влияния предвыборных дебатов на электорат во время выборов.

Теоретической базой исследования являются работы следующих специалистов: Р. Шенкмана, К. Джемисона, Д. Бердселла, Дж. Свердлова, П. Шротта, Н. Минова и К. ЛаМэй, В. Каца, Дж. Фельдмана, К. Крауса, И. Мартела, М. Йона, К. Эллсуорта, Б. Битти, Г. Кима, Ф. Кана, Х. Викса, Т. Мунка, Д. Т. Эндрю, К. Джемисона, Д. Бредселла, Д. Венсела, С. Ренделла.

Эмпирической базой являются видеозаписи предвыборных дебатов в США (с 1960 по 2016 год), во Франции (2007год , 2017 год), В Иране (2009 год), в России (2012 год, 2018 год) – 13 видеозаписей. Статьи в таких средствах массовой информации как: The Boston Globe, The Guardian, The Washington Post, РБК, Meduza. Статистические данные издания Associated Press.

Методологической основой исследования стали анализ видеоматериалов, сравнение, синтез и опрос.

В соответствии с поставленной целью и задачами работа состоит из: введения, двух глав, заключения, списка литературы и приложений.

# ГЛАВА 1. ФЕНОМЕН ПРЕДВЫБОРНЫХ ДЕБАТОВ

## 1.1. Дебаты как форма общественной жизни

Дебаты (в разных видах) имеют богатое прошлое, их историю можно проследить до философских и политических дебатов Древней Греции, они были частью афинской демократии, современные формы дебатов и создание дискуссионных обществ, произошли в эпоху Просвещения в 18 веке.

Дискуссионные общества возникли в Лондоне в начале восемнадцатого века и вскоре стали важным элементом национальной жизни. «К середине 18-го века в Лондоне сформировалась активная дискуссионная культура. Широкий спектр тем и участие в дискуссиях и женщин и мужчин из всех социальных слоев сделали дебаты того времени отличным примером расширения публичной сферы в эпоху Просвещения».[[2]](#footnote-2)Дискуссионные общества были феноменом, связанным с укреплением гражданского общества. «Обсуждение политики внутренней и внешней перестало быть сферой доступной только традиционным органам власти. Дискуссионные общества стали платформой для критики и развития новых идей и философских рассуждений».[[3]](#footnote-3)

Многие темы обсуждались в Лондонских дискуссионных обществах 18-го века. «Джон Хенли, священник, основал «Ораторское искусство» в 1726 году с главной целью - реформировать то, как должны проводиться такие публичные выступления. Он широко использовал печатную промышленность, чтобы рекламировать события своего «Оратория», делая его неотъемлемой частью лондонской общественной жизни. Хенли также создал пространство для дискуссионного клуба в своем доме в лондонском районе Ньюпорт и собирал плату за входные билеты. Публика была готова платить за развлечение».[[4]](#footnote-4)

Публичные дебаты теперь проявлялись во всех кварталах города -ораторские ассамблеи в Карлайл-Хаусе, Зал Свободных каменщиков, Форум, Весенние сады, Кассино, Таверна Митра и другие важные и известные места, в которых встречались и спорили жители Лондона. Стали открываться школы «Красноречия» по всей Англии.

«В 1780 году 35 обществ рекламировали и устраивали дебаты на 600 - 650 человек».[[5]](#footnote-5) Вопрос для обсуждения вносился президентом или модератором, который регулировал ход дебатов. Спикерам предоставлялось определенное количество времени, чтобы аргументировать свою точку зрения, а в конце обсуждения зрители принимали решение: принять одну из позиций или закрыть вопрос для дальнейшего обсуждения. Докладчикам не разрешалось клеветать и оскорблять других ораторов или говорить не по обсуждаемой теме.

Принстонский университет в Соединенных Штатах был домом для ряда недолговечных студенческих дискуссионных обществ в середине 1700-х годов, а одним из основателей был будущий революционер Джеймс Мэдисон. Первое из послереволюционных дискуссионных и филантропических обществ, было сформировано в Университете Северной Каролины на Чапел - Хилл в 1795 году и по-прежнему активно.

Первым студенческим дискуссионным обществом в Великобритании было Общество дебатов Сент - Эндрюса, образованное в 1794 году как Литературное общество. «Общество Кембриджского союза было основано в 1815 году и считается, что оно является самым старым постоянно действующим дискуссионным обществом в мире».[[6]](#footnote-6) Это утверждение - справедливо, поскольку общества Принстона были закрыты во время американской войны за независимость.

В течение следующих нескольких десятилетий подобные общества появились и в других выдающихся университетах. Например, Оксфордский союз или Политический союз Йельского университета.

Сегодня в формате дебатов существуют соревнования для школьников и студентов. «Команды соперничают в качестве аргументации, подаче информации и стратегии. Соревнования проходят на местном, национальном и международных уровнях»[[7]](#footnote-7). Существует много разных форматов дебатов, самые известные – это британский (4 команды участвуют: 2 за правительство, 2 за оппозицию), и американский (1 команда выступает за оппозицию, вторая представляет правительство). Во многих школах мира – дебаты включены как факультатив, на котором дети учатся отстаивать свою позицию, смотреть на проблему с разных точек зрения и оттачивают свое ораторское мастерство.

В ведущих университетах мира существуют клубы дебатов, команды из которых встречаются на международных соревнованиях. В России дебатерское сообщество появилось относительно недавно. Самые многочисленные и успешные клубы расположены в Москве и Санкт-Петербурге. В Санкт-Петербургском Государственном университете функционируют сразу два клуба. «Гуд» - который был создан на базе факультета политологии и Дебаты на юридическом факультет, которые отделились от основного клуба в 2017 году. Успешные клубы также представлены в Высшей Школе Экономики, Политехническом Университете, Горном Университете и других.

Политическим органом для проведения дебатов стали парламенты. В парламентах и других законодательных органах члены обсуждают предложения по резолюциям, которые становятся законами. Дебаты обычно проводятся путем внесения поправок. Затем члены парламента, собрания или конгресса обсуждают эти предложение и голосуют. Эта традиция сложилась еще в средневековой Европе. Парламенты Великобритании, Голландии и других стран западной Европы до сих пор сохраняют многие традиции того времени. Начиная с названий и должностей, заканчивая форматом выступлений и голосования.

## 1.2. Президентские дебаты в США

Долгое время в США дебаты между кандидатами в президенты — играли весьма малозаметную роль и проводились очень редко.

В 18 веке кандидаты агитировали избирателей тремя главными способами: с помощью листовок и брошюр пропагандистского содержания, с помощью газетных публикаций и на редких митингах, где собирались от нескольких десятков до нескольких тысяч зрителей. Большие митинги было затруднительно проводить из-за плохой слышимости, микрофоны тогда не изобрели. Пропагандой за одного из кандидатов также занимались американские газеты, как правило, у каждой была четкая позиция, и они не стремились к объективному освещению программ претендентов на Белый Дом.

Историк Ричард Шенкман, автор книги «Президентские Амбиции» отмечает, что «в то время сами политики не стремились к ярким выступлениям и политическим вызовам. Зачастую, у них не было внятной программы, о которой бы стоило рассказывать и спорить — они стремились доказать, что лучше всего подходят для президентской должности, критиковали противников, обещали защищать интересы граждан своей страны».[[8]](#footnote-8)

Ораторские таланты чаще всего проявлялись в Конгрессе США. До 1840 года кандидаты в президенты старались не мешать своим сторонникам вести за них агитацию, они не должны были проявлять особой активности, самостоятельно планировать и координировать свои действия во время избирательной кампании. Более того, неприличным считалось утверждать, что у тебя есть желание возглавить Соединенные Штаты Америки.

Первым нарушил эти правила игры президент Уильям Харрисон. Он использовал ныне традиционные методы привлечения электората: он организовывал марши духовых оркестров и вечеринки, на которые приглашал политиков и своих сторонников, его штаб развешивал красочные агитационные плакаты. Харрисон победил на выборах, но умер вскоре после вступления в должность. Благодаря ему эти нововведения немедленно были взяты на вооружение другими политиками и использованы уже в следующей президентской кампании.

Самыми первыми и известными публичными дебатами между политиками считаются дебаты 1858 года: в них принимал участие Абрахам Линкольн и Стивен Дуглас. «Они претендовали на место в Сенате США от штата Иллинойс. Кандидаты встречались семь раз в разных городах: дебаты шли по три часа — час давался каждому кандидату на выступление, еще по полчаса — на ответы противнику и зрителям. Модератора (ведущего), который управляет ходом дискуссии, на тех дебатах не было».[[9]](#footnote-9) Тогда Линкольн победил Дугласа, в том числе и благодаря незаурядному чувству юмора. Как известно, будущий президент США по мнению некоторых современников, обладал не очень презентабельной внешностью. Во время дебатов Дуглас заявил, что Линкольн двуличен. Ответ Линкольна был острым: «Я призываю аудиторию подумать и решить, будь у меня в запасе второе лицо, стал бы я носить это!». [[10]](#footnote-10)

Это были первые в истории Соединенных штатов дебаты, в которых соперники своими взглядами на мир и подробно объясняли, что собираются делать, возглавив страну, они были серьезны и спорили о важных проблемах — прежде всего, о рабовладении. Парадоксально, но эти дебаты тогда не влияли на результаты сенатских выборов, поскольку сенаторов выбирали местные законодатели. В тот раз Лиинкольн проиграл. Однако результат этих дискуссий оказался очень значителен: о дебатах написали практически все газеты США, и во многом благодаря этому, Линкольн приобрел общенациональную известность — в 1860 году стал президентом. Сейчас в память об этих дискуссиях назван один из форматов студенческих дебатов. Один на один.

На протяжении последующих десятилетий возникавшие попытки вернуть эту традицию успеха не имели. К примеру, «в 1940 году кандидат в президенты республиканец Уэнделл Уилки вызвал на дебаты президента - демократа Франклина Рузвельта. Он хотел лицом к лицу обсудить «фундаментальные проблемы» страны».[[11]](#footnote-11) Рузвельт не стал участвовать, оценив это только как рекламный ход соперника. Впервые за его политическую карьеру выборы он выиграл с трудом.

С 1948 года начались дебаты в ходе праймериз у Республиканской партии, радиодебаты с участием Томаса Дьюи и Гарольда Стассена. Дьюи выиграл дебаты и праймериз.

В 1952 году были впервые проведены теледебаты кандидатов на президентский пост от обеих партий. Две крупнейшие медиа корпорации США — NBC и CBS — договорились выделить эфирное время на радио и по телевидению под президентские дебаты и обратились с соответствующими предложениями к демократу Адлаю Стивенсону и республиканцу Дуайту Эйзенхауэру — оба кандидата отказались участвовать.

Джоэл Свердлов - автор книги «За Пределами Дебатов», выдвигал гипотезу о том, «что включение дебатов в политический процесс шло так сложно, потому что политики опасались проиграть больше, чем хотели выиграть. Конкуренты не считали необходимым участвовать в дебатах, расценивая их как трату ценного времени на пустые споры, которые больше похожи на шоу, чем на реальное столкновение политических взглядов».[[12]](#footnote-12)

Кроме того, политики того времени чаще всего произносили длинные речи и не могли уместить то что желают сказать в нескольких минут, которые им предоставлял формат телевидения.

Показательная история с Адлаем Стивенсоном приведена в книге историка Элвина Либлинга, который занимался исследованиями в этой области. Его труд: «Наследие Адлая Стивенсона» был посвящен развитию политического PR в США. Либлинг в книге упоминает о том, что «Стивенсон был блестящим оратором и хотел использовать свое красноречие для завоевания голосов избирателей. Во время кампании он покупал 30-минутные куски телеэфира, во время которых произносил речи. Очень небольшое количество увлеченных зрителей могло дослушать Стивенсона до конца. За день до дня голосования, Стивенсон произнес свою лучшую речь. Однако он не уложился в отведенное время, и редактору пришлось оборвать его выступление на полуслове. В то время как его соперник - Дуайт Эйзенхауэр, использовал веселые песенки, которые для него разрабатывали лучшие рекламисты, и транслировал их по телевидению, привлекая намного больше внимания и занимая гораздо меньше времени».[[13]](#footnote-13) Эйзенхауэр победил на выборах с большим отрывом.

Алан Шредер в своей книге «Президентские Дебаты. 50 Лет Рискованного ТВ» объяснял нежелание участвовать в дебатах политиков, тем, что «они были морально не готовы выступать перед огромными аудиториями. Не было специалистов, которые могли бы им помочь. Обычно кандидаты выступали на митингах, где их могло слушать несколько тысяч человек. Радио и ТВ увеличивали аудиторию до десятков миллионов».[[14]](#footnote-14) Дебаты были и остаются рискованной частью избирательной кампании. Сложность в том, что не было непосредственного контакта с аудиторией, по реакции которой можно было понять отклик на свои слова.

Резко возрастала цена малейших ошибок и оговорок, которые могли бы проскочить незамеченными на обычных митингах и остаться незначительными заминками. По телевидению и радио тебя рассматривали очень тщательно, оценивая все нюансы речи, манеры вести диалог и внешний вид. Кроме того, радио и ТВ тогда большей частью развлекали население, и не были связаны с политикой, там не выступали эксперты, не было специальных аналитических программ. Поэтому политики не хотели выступать на этой площадке, считая это уделом ведущих и актеров. Они боялись потерять свой высокий и важный статус. Еще одним аргументов против дебатов была их «бесполезность» и «ненужность», по мнению большинства политиков для донесения информации до избирателей вполне хватало работы журналистов и рекламистов.

Эра телевидения в США, которая началась в конце 1940-х годов, изменила правила борьбы за президентское кресло. Были разработаны новые способы агитации аудитории с использованием этой самой крупной площадки. Количество телезрителей постоянно и стремительно росло, уже в 1949 году телевизоры стояли в домах более 2 миллионов американцев. Однако первые теледебаты кандидатов в президенты стартовали лишь в 1960 году. Проблема была в том, что идея теледебатов изначально считалась не слишком честной. По закону об избирательных кампаниях, «все политики-конкуренты должны иметь равные возможности для агитации, в том числе и равный доступ к СМИ»[[15]](#footnote-15), особенно, к времени по радио и ТВ. В случае с дебатами, полное равенство недостижимо, поскольку всегда сохраняется возможность, что один участник будет говорить дольше, чем другой.

Для того, чтобы провести первые теледебаты, Конгресс США временно приостановил действие соответствующей статьи закона о выборах, об обязательном равенстве.

Интересно, что в 1968 году действующий президент Ричард Никсон, который проиграл дебаты и выборы в 1960 году Джону Кеннеди, отказался от участия в дискуссии по телевидению, в этом его поддержали и остальные республиканцы в Конгрессе, которые отказывались отменять положение о равных возможностях кандидатов применительно к теледебатам. Никсон объяснял свой отказ тем, что в выборах, кроме кандидата от Демократической партии Хуберта Хампфри, принял участие и третий, независимый кандидат Джордж Уоллес. Следовательно, неучастие последнего в дебатах будет нечестным и даст преимущество Никсону и Хампфри.

Несмотря на это в 1970 году Конгресс хотел принять новый закон о процедуре выборов, в котором отсутствовала эта спорная статья. Никсон немедленно наложил свое «вето» на этот закон.

Два года спустя Сенат вновь попытался изменить законодательство, на этот раз была против Палата Представителей — по той причине, что конгрессмены хотели оставить себе возможность отказываться от прямых дискуссий с оппонентами. В результате, в 1972 году президентских дебатов снова не было.

В 1975 году была найдена юридическая формулировка, которая позволила полноправно включить дебаты в избирательный процесс. Тогда «Федеральная Комиссия по Коммуникациям постановила, что дебаты не следует рассматривать как часть рекламной кампании кандидатов, поскольку это «новостное событие в чистом виде. Это позволило вывести дебаты из под финансирования медиа конгломератов и сделать их формально независимыми. Общественная организация Лига Женщин-Избирательниц согласилась тогда стать организатором.

Благодаря этому на повестку дня немедленно вышел вопрос о том, каким образом должны организовываться теледебаты».[[16]](#footnote-16) Очевидно, что на результаты дискуссии может повлиять множество факторов. Например, температура в помещении, размеры аудитории, беспристрастность ведущих и лиц, задающих вопросы кандидатам. «До 1987 года эти вопросы решали конкурирующие штабы между собой, после этого за дебаты стала отвечать Комиссия по Президентским Дебатам — общественная организация, финансируемая не государством, руководителями которой одновременно являются два человека — главы Республиканской и Демократической партий. Однако перед каждыми дебатами кандидаты в президенты определяют количество встреч в телеэфире их продолжительность, формат, а также место проведения и т.п.»[[17]](#footnote-17)

Последние президентские дебаты в США состоялись между республиканцем Дональдом Трампом и демократом Хилари Клинтон.

Они собрали рекордное количество телезрителей[[18]](#footnote-18), «более 80 миллионов человек следили за прямой трансляцией. Ожидалось даже больше 100 миллионов, но прогнозы не оправдались. 2,7 миллионов комментировало дебаты в твиттере. Дебаты транслировали все ведущие телеканалы страны – CBS, NBS, ABC, Fox, PBS, Univision, CNBC, CNN, Fox News, MSNBS, C-SPAN, a NBS делало интернет-трансляцию на своей странице на YouTube. Больше всего человек смотрело эфир NBS - около 18 миллионов».[[19]](#footnote-19)

Дебаты проходили в три этапа:

Первый тур прошел 26 сентября 2016 года в Дейтоне в государственного университете Райта.

Во второй раз кандидаты встретились 9 октября 2016 года в Вашингтонском университете в Сент-Луисе.

«Заключительный этап Клинтон и Трамп провели 19 октября 2016 года на базе университета Невады в Лас-Вегасе».[[20]](#footnote-20)

Организацией дебатов занималась специальная «Комиссия по президентским дебатам», организованная из представителей обеих главных партий США.

Ключевыми темами для кандидата от демократов Клинтон стали налоги, она настаивала на повышении налогов для богатых, также говорила об упрощении миграционной политики и поддержке реформ бывшей администрации Барака Обамы, в частности о его программе страхования ObamaCare.

Дональд Трамп продвигал идеи о том, что количество рабочих мест для американцев должно быть увеличено, благодаря поддержке бизнеса, снижению налогов и сфокусированности на внутреннем рынке. Миграционный вопрос по его программе должен был решаться серьезными ограничениями и ужесточением системы попадания в страну.

Скандальность выборов и кандидатов привлекла к дебатам большое внимание. Средства массовой информации делали прогнозы и оценки, как до дебатов, так и после. Так, например, газета The Boston Globe[[21]](#footnote-21) опубликовала рекомендации для каждого из кандидатов до дебатов. Клинтон они рекомендовали быть собой, быть честной и особенной, «аутентичной». Сфокусировать внимание зрителей на себе, не позволять Трампу его уводить и скандалить. Также, уделить внимание этике, чтобы выигрышно и интеллигентно смотреться на фоне оппонента, показать свою готовность к переменам и модернизации. А также, выглядеть здоровой и бодрой, на фоне слухов о болезни – это было необходимо.

Для Трампа выигрышной тактикой стала бы умеренная сдержанность и контроль над своей речью, чтобы не спровоцировать новые скандалы. Идеи национализма показать в «розовом цвете»[[22]](#footnote-22), быть настойчивым, но аккуратным («принести молоток, обернутый в бархат»). Газета рекомендовала республиканцу уделить внимание достоверным деталям и статистике, использовать их как можно больше, особенно в вопросах внешней политики.

Газета The Gardian[[23]](#footnote-23) провела факт-чек высказываний кандидатов после дебатов. Благодаря их исследованию можно было судить о подготовленности оппонентов. Шесть заявлений Хилари Клинтон нуждались в проверке, в то время как Дональд Трамп cделал 31 голословное утверждение. Клинтон политик с большим опытом и в этом проявляется ее профессионализм.

После каждого тура дебатов по результатам опросов побеждала Клинтон. Издание The Washington Post[[24]](#footnote-24) заявляло, что с точки зрения статистики крайне маловероятно, что после финального раунда кандидатам удастся значительно изменить сложившуюся ситуацию.

На выборах 2016 года победил Дональд Трамп, несмотря на все прогнозы социологов и исход дебатов. Это еще раз доказывает, что победа в дебатах не всегда решает исход выборов. В избирательном процессе слишком много тонкостей и нюансов, чтобы делать однозначные выводы по одному из аспектов. Дебаты не панацея, а лишь один из способов донести свою точку зрения до электората, сформировать свой образ в глазах общественности и представить свою программу доступно.

## 1.3. Дебаты в России

«В истории российской политики первые политические дебаты проходили в 1989 году на выборах Ленсовета. На выборах 1991 и 1993 годов дебаты не проводились. Впервые отказался от дебатов Б. Н. Ельцин во время избирательной кампании 1996 года. Вместо кандидата на дебатах были его доверенные лица. На выборах 2012 года Михаил Прохоров был на дебатах лично, как и его доверенные лица».[[25]](#footnote-25) Предвыборные дебаты в России обязаны транслировать государственные теле- и радиоканалы. Кроме того, до 2004 года трансляцией теледебатов занимался частный канал НТВ.

26 февраля в России начались дебаты с участием кандидатов на президентских выборах 2018 года. В России с 1995 года сложилась традиция неучастия кандидата от действующей власти. Во многом поэтому, вероятно, их мало кто смотрит, и на результат они почти не влияют. Особенности политического режима, сильный отрыв одного кандидата от других, умышленное превращения дебатов в глупое шоу – все это обесценивает их, и они не играют той важной роли, которую могли бы.

В России из-за ситуации полностью провластных дебатов появился их аналог, который проводится на открытой площадке YouTube в режиме реального времени. Первые дебаты были организованы телеканалом "Дождь", но трансляция шла в YouTube и на сайте канала. Эту площадку используют оппозиционные кандидаты для того, чтобы иметь возможность высказываться о проблемах, существующих в современных российских реалиях. «В эфир «Дождя» приходили: Алексей Навальный, Владимир Познер, Артемий Лебедев, Ксения Собчак была модератором».[[26]](#footnote-26)

В других странах дебаты уже давно стали важной частью политического процесса — и нередко именно в прямом споре между кандидатами определяется будущий победитель выборов.

Дебаты в 2018 году проводились исключительно с одной целью – продемонстрировать недоступность провластного кандидата для остальных политиков. Его отсутствие и балаган с оскорблениями, обливанием водой и слезами показывал, насколько в разных весовых категориях находятся оппоненты. Избирателям нельзя даже допустить мысль о том, что они могут находиться на равных, на одной площадке. Поэтому пропагандисты внушают электорату, что есть главный кандидат, который решает действительно важные вопросы масштаба всей страны и работает для людей. А есть шоу со своими клоунами

Дебаты проводились несколько раз в записи в не самое удобное время. К ним относились как к одному из политических шоу на региональных каналах. Максимальное количество внимания на себя оттягивали Собчак, Жириновский и Грудинин. Создавали конфликтные ситуации, споры и скандалы.

По теме внешней политики кандидаты на самый высокий пост разделились на несколько лагерей – 1 лагерь экспансионистов, в который вошли Бабурин, Сурайкин, Жириновский, 2 лагерь – глобалистов - Собчак, Явлинский и Титов и 3 лагерь – изоляционистов, который представлял коммунист Грудинин.

Внутренний «русский вопрос» спровоцировал споры. Жириновский обвинил Бабурина, который поднял этот вопрос, в разжигании Гражданской войны, а Грудинин заявил тему трудовых виз для мигрантов. Позицию по национальному вопросу Грудинин меняет часто, все больше старается уходить в тему экономики.[[27]](#footnote-27)

Общее впечатление от российских дебатов негативное, нагнетается неопределенность и напряженность, много скандальных и некрасивых ситуаций. Жириновский прямо оскорбляет Собчак, та в свою очередь обливает его водой.[[28]](#footnote-28) За всем этим не видно внятной риторики и мало поднимаются вопросы, которые остро интересуют российских граждан, нет четкой программы решения проблем.

Рассматривать примеры дебатов в России сложно, они не выполняют полностью свою функцию - представления всех кандидатов и их программ. Формат зачастую неудобен и неинтересен – вопросы задает только ведущий - модератор, у аудитории нет возможности поучаствовать, задать вопросы, зачастую даже находиться в студии. Дебаты показывают не в прайм - тайм. На данный момент в России грамотного института политических дебатов не существует.

Но его используют кандидаты для того, чтобы заявить о себе, сделать свою политическую карьеру, нарастить паблицитный капитал и обсудить проблемы, которые волнуют их целевой электорат. Поэтому, даже не исполняя полностью свои функции, дебаты в России являются полезным инструментом для увеличения политической грамотности населения.

## 1.4. Дебаты, которые определили победителя выборов

Несмотря на сложность определения, что же именно повлияло в конечном итоге на результат выборов, можно привести несколько примеров, когда политические дебаты решали судьбу американских выборов. Исследователи выделяют 4 абсолютно однозначных раза. Каждый раз рейтинг кандидатов был близок друг к другу. В 1960, 1980, 1988 и 2000 годах претендент на Белый дом определялся за счет дополнительных голосов избирателей после успеха на теледебатах.

В 1960 году дебаты прошли впервые по телевидению. В истории они остались как «Великие дебаты». «Соревновались между собой демократ Джон Кеннеди и республиканец Ричард Никсон. На тот момент команда Кеннеди состояла из молодых специалистов, которые осознавали важность и значимость телевидения. Их кандидат был отлично подготовлен, загримирован, даже свет в студии стоял удачно по отношению к нему».[[29]](#footnote-29) Джон Кеннеди выглядел молодым, энергичным, веселым. На имидже Никсона сказалась его болезнь, он похудел, из-за чего костюм сидел на нем плохо, он постоянно потел из-за температуры. Журналисты раскритиковали его образ, он напоминал «клерка, который продает участки на кладбище». «Телевидение в то время только-только стало неотъемлемой частью жизни простых граждан, и его разрушительную силу почувствовал на себе Никсон, он не всегда правильно смотрел в камеру, был нервным, что в конечном итоге сказалось на результате произведенного впечатления. Существует версия, что те жители США, которые слушали дебаты по радио, отдали победу Никсону. Зрители телеэфира однозначно были за молодого демократа. «Это стало переломным моментом в истории дебатов. Они встречались еще три раза, однако на эффект первых «Великих» дебатов уже было не повлиять».[[30]](#footnote-30) «Эффект был огромным для нового формата, больше половины избирателей говорили, что дебаты повлияли на их отношение к кандидатам, а значительные для Америки 6 процентов неопределившихся граждан утверждали, что сделали свой выбор именно благодаря дебатам». [[31]](#footnote-31)Молодой Кеннеди в 1960 году выиграет и дебаты, и выборы, став одним из самых известных президентов США и первым католиком во главе страны.

Правила игры изменились, стало важным не то, что кандидат говорит, а то как он это делает, как говорит, как держится, как выглядит при этом.

Второй раз решающими дебаты станут в 1980 году. Джимми Картер, на тот момент действующий президент и демократ встретится с кандидатом от республиканцев – Рональдом Рейганом. Команда PR-специалистов и пропагандистов Джимми Картера работала хорошо, их тактика – представлять Рейгана как глупого и агрессивного консерватора приносила свои плоды. Рейган, действительно, любил использовать патриотические лозунги, часто говорит о любви к Родине, американской мощи, надеждах на лучшее для страны.

Однако их личная встреча на теледебатах изменила расклад сил. Во время выступления перед публикой важно уметь преподносить себя в самом лучшем свете. Актер Рейган великолепно смотрелся в кадре, публика его мгновенно полюбила и оценила. Он был открытым, честным, шутил и демонстрировал свои широкие взгляды. Его откровенность и дружелюбие выделили его на фоне напряженного Картера, который из-за нервов мог только повторять свою программу. В политике много лицедейства и дипломатии, Рейган потом отметит, что актерские умения невероятно помогали ему на самом высоком политическом посту.

Ошибется Картер, отвечая на вопрос о ядерной программе. Скажет, что советовался со своей дочерью Эми. Из-за этого у избирателей сложится впечатление, что с такими важнейшими вопросами он обращается не к специалистам, а к своему ребенку. Инициативу перехватит Рейган, добивая Картера и другими примерами его ошибочных решений.

Решающим станет обращение Рейгана к аудитории « Вы живете лучше, чем четыре года назад?» Упрек в сторону действующего президента станет финальной точкой для электората и негласным лозунгом всей кампании Рейгана. Фраза была проста и била точно в цель, экономические проблемы того времени отражались на жизни каждого гражданина. Увеличение цен и тяжелый кризис были нагляднее любых политических лозунгов. После победы на дебатах рейтинг Рейгана подскочил настолько, что он победил с разгромным счетом и занял Белый Дом на следующие 4 года.

Но в 1984 году он выступал уже не так уверенно и потерял свое лидерство во время предвыборной гонки. Фаворитом тогда стал Уолтер Мондейл, бывший вице-президентом США. Его спасла пресс-конференция. Рейган на тот момент был самым старым из баллотирующихся кандидатов. Журналисты намекнули, что здоровье и возраст может ему не позволить работать полноценно. Рональд Рейган метко ответил: «Я отказываюсь считать вопрос возраста центральным в этой кампании. Поэтому я обязуюсь никогда в политических целях не акцентировать внимание на молодости и неопытности моего соперника». Благодаря этой шутке он сгладил впечатление от дебатов, на которых был застенчивым.

В 1988 году американцы выбирали между республиканцем Джорджем Бушем-старшим и демократом Майклом Дукакисом.   
Во время кампании они строили свои выступления вокруг социальных и этических вопросов. Политика, экономика и оборона – обсуждались второстепенно. Шансы на победу у кандидатов были практически равными. Оба известные политики, у Буша большой опыт. Дукакис обладал актерскими талантами, как и Рональд Рейган, при котором он работал вице-президентом. Дукакис также долгое время вел собственное шоу, которое называлось «Адвокаты», где выступали лучшие юристы и политики Соединенных Штатов.

Майкл Дукакис очень хотел воспользоваться своим преимуществом долгой работы на камеру. «Штабы долго согласовывали количество встреч кандидатов. Они сошлись всего на двух турах, что огорчило команду Дуакиса, которые ждали, что телевизионный профессионализм их кандидата станет решающим в этой предвыборной гонке. Они тщательно его готовили, демократ запомнил множество фактов и выдавал их публике в огромном количестве. Буш, в свою очередь, не отличался детальной аргументацией, но вел себя дружелюбно и много шутил. Журналисты и публика признали Дукакиса бездушным технократом с ледяным сердцем. Буш своей душевностью и открытостью завоевал сердца американцев».[[32]](#footnote-32)

Все шансы на победы Дукакис потерял после вопроса об угрозе собственной жене. Во время того, как он был губернатором штата Массачусетс, он отстаивал запрет смертной казни. В этом штате был приговорен к смертельной инъекции насильник и убийца. Ведущий поинтересовался, чтобы сделал Дукакис в случае нападения на собственную жену. Кандидат не смог ответить внятно, вел себя отстраненно и холодно. Избиратели решили, что он сам не понимает, что хотел бы сделать, и что от него можно не ожидать сопереживания и сочувствия.

Встретились для дебатов в 2000 году текущий президент страны Джордж Буш-младший и действующий вице-президент Эл Гор, который считался фаворитом дебатов. По данным NBC News и журнала The Wall Street Journal, которые регулярно проводят исследования о предпочтениях избирателей до дебатов. По результатам опроса рейтинг Гора составлял 45 %, в то время как Буш младший претендовал на 42% избирателей. После очной встречи рейтинги кандидатов практически сравнялись.

Помощники Гора разработали тактику, при которой демократу необходимо было убедить электорат в недалекости и непригодности Буша-младшего для такой высокой должности. С задачей Гор не справился, вместо этого предстал перед американской аудиторией самовлюбленным и грубым всезнайкой. Буш унаследовал фамильную искренность, простоту, аудитория поверила ему и посчитала его мысли и идеи разумными и интересными.

В ходе обсуждения Гор допустил ляп в утверждении, что он создал Интернет. Он, действительно, имел отношение к проекту, но Бушу удалось обернуть это в забавную шутку, заявив, что начинает верить в то, что Эл Гор изобрел и калькулятор.

Стратегической ошибкой Гора стало то, что каждый новый раунд дебатов он представал перед аудиторией в новом качестве. В первый раз он вел себя грубо, демонстративно пренебрежительно относился к словам оппонента, отказывался принимать его позицию. Поведение Эла Гора расценили как надменное и неуважительное, он тяжело вздыхал в ответ на реплики оппонента, а один раз подошел так близко, что казалось, будто он ударит Джорджа Буша-младшего. Благодаря этому изначально более слабый Буш, обернул поведение Гора себе на пользу, спокойно реагируя на его выходки.

Гор был высоким и обладал приятной внешностью, но его агрессия только оттолкнула от него электорат. Во второй раз его штаб решил учесть ошибки прошлого, демократ вел себя предупредительно и вежливо, внимательно слушал и не перебивал, что опять негативно сказалось на отношении к нему, зрители восприняли это как лицемерие и двуличие. «Гор показался человеком не способным принимать собственные решения. Помимо всего этого, Гор который обычно умел держаться перед камерой, начал странно себя вести – вращал глазами и крутил головой, чем ввел в полное замешательство всех вокруг».[[33]](#footnote-33)

В последнем раунде он предстал таким, каким он был на самом деле. Но зрители уже сформировали о нем свое представление как о политике, и несмотря на его старания рейтинг было вернуть невозможно.

Буш выиграет выборы, благодаря выборщикам, несмотря на то, что Гор получит больше голосов избирателей.

Из этой главы можно сделать следующие выводы. Предвыборные дебаты в том виде, который мы имеем сейчас, прошли долгий путь принятия и реформаций. Идея политического спора берет начало с Афинской демократии, а в эпоху Возрождения получила свое развитие в форме дискуссионных обществ. Во многих Европейских парламентах дебаты являются неотъемлемой частью голосования по резолюциям. Без них не принимается ни один законопроект.

Их долго не хотели включать в президентскую избирательную кампанию из-за рискованности и неоднозначности.

Соединенные Штаты Америки стали основоположниками теледебатов, впоследствии эта технология была заимствована многими Европейскими государствами, и развивалась там, в удобном для страны формате. Также дебаты стали форматом занятий в школах и университетах. Они развивают критичность мышления, ораторские навыки и повышают осведомленность о многих мировых проблемах у молодых людей.

Для успешного функционирования технологии необходимо иметь кандидатов на самый высокий пост в стране с близкими рейтингами. Во многом, поэтому в России не существует грамотного института дебатов, провластный кандидат традиционно в них не участвует.

В США эту технологию исследуют и развивают постоянно. Полит-консультанты и штабы готовят кандидата к спору с оппонентом самым тщательным образом, собирают информацию о противнике, готовят речи, шутки, выделяют острые вопросы, на которые стоит обратить внимание, даже имитируют спор, используя риторику и особенности речи будущего противника. Важным является абсолютно все, как кандидат одет, как он говорит и доносит свою позицию. СМИ и эксперты после каждого раунда дебатов тщательно разбирают то, что произошло в студии, и анализируют, чтобы донести информацию до электората.

На родине теледебатов в США дебаты решали исход избирательной кампании 4 раза, и каждый из них отличался тем, что зрители выбирали победителя, основываясь на его личных качествах. Открытость, честность, дружелюбие, чувство юмора и умение сопереживать – те качества, которые американцы хотят видеть в своем лидере нации в первую очередь.

# ГЛАВА 2. ФАКТОРЫ, ВЛИЯЮЩИЕ НА ЭФФЕТИВНОСТЬ ДЕБАТОВ

## 2.1. Оценка эффективности дебатов

## 

Кэтлин Джемисон и Дэвид Бердселл, авторы книги: «Президентские Дебаты. Вызов Создания Информированного Электората», отмечают, ряд важных функций дебатов. «Во-первых, они дают избирателям возможность получить впечатление о том, каким образом кандидаты оценивают ситуацию в стране, и как они намерены действовать, находясь на посту президента. Во-вторых, дебаты позволяют оценить личные качества кандидатов, их знания, характер, темперамент, коммуникационные и ораторские способности — то есть, телезритель может сопоставить свои впечатления, полученные на теледебатах со своими представлениями о том, какого человека они хотят видеть в Белом Доме. В-третьих, дебаты являются одним из самых зрелищных мероприятий в ходе кампании, согласие или не согласие с точкой зрения возможного президента подстегивают интерес к голосованию и заявлению собственной позиции у электората, который изначально и не хотел принимать участие в выборах». [[34]](#footnote-34)

В то же время дебаты априори не способны решить все проблемы претендентов на президентство. Неоднократно доказано, что они не способны повлиять, например, на настроения большинства избирателей. В большинстве случаев дебаты, скорее, укрепляют избирателей в намерении голосовать за того или иного кандидата, чем изменяют их точку зрения. Дебаты, в основном, влияют на взгляды независимых избирателей, которые не считают своим моральным долгом в обязательном порядке голосовать за кандидата своей партии. «Существует теория «замерзания» независимых избирателей: они ожидают теледебатов, чтобы окончательно принять решение. Именно поэтому участники дебатов стараются апеллировать к тем зрителям, на взгляды которых они способны повлиять — в ходе дебатов обычно не используются идеологические штампы, востребованные, например, убежденными демократами или республиканцами, потому что они традиционно проголосуют за кандидата своей партии.

В ходе дебатов кандидаты стараются упростить свою позицию, чтобы внятно и доступно объяснить сложные детали своей программы, например, в экономической или в сфере международного сотрудничества с другими странами».[[35]](#footnote-35)

Среди критиков нынешних дебатов в США популярен аргумент о том, что кандидаты в президенты не задают вопросов друг другу — вопросы поступают от модератора, журналистов или аудитории. Следовательно, это не дебаты в их «классическом» виде. Кандидаты не пытаются переубедить своего оппонента и что-то ему противопоставить, они играют на аудиторию.

Также, критикующая сторона отмечает, что перед избирателями появляется не сам кандидат в президенты, а лишь его телевизионный образ. Все знают, что политиков перед выступлением тренируют и обучают специалисты по ораторскому искусству, аналитики, политические консультанты, в ходе подготовки к дебатам они получают всю необходимую информацию об оппоненте, которую заранее для них подготавливают их помощники, они внимательно изучают слабые стороны соперника, все его промахи или неудачные высказывания. Для того, чтобы показать несостоятельность оппонента, его несерьезность или глупость часто штаб пишет еще и шутки и язвительные замечания.

В дебатах особое значение приобретает то, как именно кандидаты говорят, а не только о чем. Как они доносят свою позицию зачастую важнее самих аргументов. Один из самых известных способов подготовки разработал в 1976 году Джеральд Форд. Кандидату в президенты подбирают партнера, с которым он имитирует предстоящие дебаты. Оппонент использует стиль речи, риторику, манеру построения аргументов, как у настоящего конкурента.

В результате всего этого, получается не честный и справедливых спор двух политиков, а шоу, в котором победа достается тому, чьи сценические способности были лучше. Соперники меряются не интеллектом и грамотной, аргументированной позицией, а талантом к лицедейству.

Оценки политологов и социологов относительно влияния дебатов на избирателей достаточно сильно разняться. Насколько сильно дебаты способны повлиять на позиции избирателей, остается неизвестным. Потому что множество факторов, даже незначительных, влияют на исход выборов. Ученые и исследователи сходятся в одном – не стоит недооценивать влияние дебатов, если кандидаты имеют примерно равные рейтинги, теледебаты способны принести кому-то из них несколько дополнительных голосов, что иногда способно решить судьбы президентства.

«Дебаты – это только часть кампании, и они не могут существенно повлиять на результат, если один из кандидатов является фаворитом с большим отрывом».[[36]](#footnote-36) Об этом пишут в своих работах исследователи: Кац и Фельдман, Краус и Мартел[[37]](#footnote-37).

Социологическими исследованиями доказано, что дебаты скорее укрепляют избирателей в намерении голосовать за того или иного кандидата. Существует теория «замерзания» независимых избирателей: они ожидают теледебатов, чтобы окончательно сделать свой выбор. Именно поэтому участники дебатов стараются обращаться к зрителям, на взгляды которых они способны повлиять

Ньютон Минов и Крэйг ЛаМэй, авторы книги «Внутри Президентских Дебатов», пишут, что «для того, чтобы дебаты занимали свое важное место в действительности, политики должны отказываться от заготовленных штабом речей, и больше внимания уделять ответам на вопросы аудитории. Это поможет избирателям оценить искренность и профессионализм участников, а также поднимет вопросы, которые интересуют большую часть населения страны, сфокусирует на них внимание правительства и прессы».[[38]](#footnote-38) По мнению ученых, с помощью Интернета и его быстрого развития эта сфера будет все дальше прогрессировать.

В исследованиях немецкого профессора Питера Шротта[[39]](#footnote-39) было рассмотрено влияние трансляции дебатов в Германии на аудиторию. Ученый приходит к тому же выводу, что дебаты оказывают влияние на исход выборов.

Национальным выборам 1972, 1976, 1980, 1983 и 1987 годов предшествовал, по крайней мере, один телевизионный тур дебатов. Результаты исследования свидетельствуют о том, что дебаты повлияли на оценку избирателями кандидатов почти на всех выборах с 1972 года. В Германии оба претендента на главный политический офис оцениваются довольно осторожно. В его исследованиях отмечается, что действующий канцлер всегда находился в более выигрышном положении, нежели претендент на этот пост. В последствие партия победившего кандидата получала значительное число голосов, как партия победителя. То есть дебаты оказывали не только прямое воздействие на нынешнего победителя дебатов, но и создавали косвенный эффект – победа в дебатах поднимала электоральные рейтинги его партии.

## 2.2. Роль установок в отношении к дебатам

В исследовании[[40]](#footnote-40) группы ученых из Америки - Марка Йона, Кевина Эллсуорта, Боба Битти и Кима Фридкин Кана были рассмотрены дебаты, которые проходили в Аризоне на республиканском праймериз. Их работа показала, что во время первых дебатов, когда зрители не обладают достаточным количеством информации о кандидатах, избиратели более восприимчивы и намного проще меняют свое мнение относительно победителя дебатов. Один из кандидатов изменил свой рейтинг более чем на 50% - это рекордные данные. Этот результат был бы невозможным во время финальных туров президентских дебатов, из-за того, что образ политика у большинства людей уже создан, СМИ постоянно дают собственные оценки относительно фаворита, а люди, которые идут голосовать, уже критически настроены. На праймериз даже не обязательно одержать полную победу, чтобы получить голоса, нужно выступить лучше, чем от тебя ожидают. Ученые также отмечают важность оценки дебатов в СМИ, избиратели на первоначальном этапе внимательно относятся к экспертным оценкам. И готовы их воспринимать лучше, чем после того, как их собственное мнение будет сформировано.

Главным выводом этой научной статьи становится – необходимость проведения PR-кампании. Несмотря на то, что в прошлом некоторые ученые пришли к выводу, что кампании мало влияют на результаты выборов. Например, Финкел в своем исследовании 1993 года. Исследователи утверждают, что праймериз помогают в определении направления всей кампании, помогают тщательное изучить запросы общества, может быть, перефокусировать ценности и установки кампании. В начале избирательного цикла, когда у избирателей меньше информации о кандидатах, ученые могут лучше понимать, как формируется и развиваются политические предпочтения.

В любом случае, дебаты привлекают большое внимание зрителей, но многое зависит от участников самих дебатов. От выборов к выборам их популярность меняется. Например, в 1960 году теледебаты между демократом Джоном Кеннеди и республиканцем Ричардом Никсоном смотрели по телевидению 60 миллионов человек, дебаты проходили 4 раза. Именно после этого, дебаты в прямом эфире стали транслировать другие государства. Швеция, Германия, Италия, Финляндия и Япония сделали теледебаты обязательной частью избирательной кампании претендентов на высшие государственные посты.

Рональд Рейган и Джимми Картер в 1980 году обменивались аргументами и вопросами перед аудиторией, которая превышала 80 миллионов человек.

В 1984 году два тура дебатов Рейгана и Уолтера Мондейла посмотрели, 65 и 67 миллионов человек. Похожий порядок цифр был у Джорджа Буша - старшего и Майкла Дукакиса в 1988 году.

В 1992 году в дебатах участвовали сразу три претендента на Белый Дом: Билл Клинтон от демократической партии, Джордж Буш - старший от республиканцев и независимый кандидат Росс Перо; дебаты проходили в три тура, аудитория составляла от 62 до 70 миллионов зрителей.

Небольшое количество зрителей было у дебатов в 1996 году. Дискуссию между Биллом Клинтоном и Бобом Доулом смотрели 46 миллионов человек в одном туре и 35 миллионов человек в другом. В 2000 году также дебаты не собрали массовой аудитории. Спор в три тура между Джордом Бушем-младшим и Элом Гором посмотрели от 37 до 46 миллионов граждан США. Но каждый раз за дебатами претендентов на пост президента США следило не менее трети от всех избирателей.

## 2.3. Влияние стиля телевизионной трансляции на мнение избирателей

Исследование по этой теме проводил профессор Университета Арканзаса Х. Викс. На примере, дебатов Джона Керри и Джорджа Буша - младшего. Ученый выдвинул гипотезу о том, что «стиль трансляции, угол наклона камеры, частота показа кандидатов, музыка, графика, разделение экрана - все это влияет на конечное восприятие кандидатов. Мозг обладает способностью визуализировать зрительные стимулы, помещая его в область ранее существовавших визуальных знаний».[[41]](#footnote-41) Проведя исследование на студентах, показывая им несколько разных телеканалов, таких как: C-SPAN, PBS, ABC, CNN и Fox News, транслировавших дебаты в разном стиле, он сделал вывод, что влияние стиля трансляции определенно влияет на выбор победившего кандидата. Например, кандидат, который находился дольше в эфире перед телекамерой, отмечается респондентами, как более значительный и убедительный. На телеканалах ABC, CNN и Fox News Х. Викс отмечает очень похожий стиль трансляции. У них подход, в котором представлено множество экранов, графиков и разделенных изображений.

На канале C-SPAN поддерживается одинаково разделенный экран с фиксированным изображением обоих кандидатов на протяжении всей дискуссии, в то время как PBS фокусировалась в первую очередь на определенном кандидате. Наблюдение за Керри и Бушем в формате разделенного экрана на телеканале C-SPAN повысило оценки зрителей обоих кандидатов.

Учитывая, что стили ABC, CNN и Fox News были весьма похожи, там присутствует постоянная трансляция то одного, то другого кандидата, разделение экранов и множество дополнительных атрибутов. Все это увеличивает зрительскую неопределенность относительно победителя.

У мозга есть способность осмыслить зрительные стимулы, помещая их в поле уже существующих визуальных знаний.

Дебаты остаются самой важной и просматриваемой частью избирательной кампании, поэтому ей следует уделять самое пристальное внимание. Потому что на последних этапах кампании перед выборами, любое неосторожно сказанное слово может оказаться решающим. Дебаты – это всегда большой риск, а медиа идут на все ради поднятия рейтингов, избирают зрелищные способы трансляции, подбирают острые и неудобные вопросы для ведущих.

Таким образом, автор статьи делает вывод стиль презентации, и дополнительные телевизионные атрибуты влияют на отношение электората к кандидату в президенты.

## 2.4. Критерии, влияющие на предпочтения аудитории

С помощью исследования, проведенного автором выпускной квалификационной работы, в котором использовался метод опроса, анализа и сравнения, были выделены критерии, которые влияют на восприятие аудиторией победителя дебатов. Было опрошено 50 респондентов, которые смотрели предвыборные дебаты в США в 2016 году и в России в 2018 году. (Приложение №1). На основании этого опроса были выделены 7 критериев, влияющих на предпочтения избирателей относительно победителя телевизионных дебатов. И еще один формальный критерий.

Идея критериев показывает сложность, казалось бы, такой простой идеи победы, для которой должно сойтись множество факторов.

СМИ и политические аналитики, всегда стараются определить победителя, как до дебатов, так и после. С последней минутой речей кандидатов, начинается обсуждение, подсчет голосов избирателей и анализ произошедшего столкновения.

**Первый критерий**, который влияет на предпочтения избирателей, определяется еще до самих дебатов. Люди склонны видеть победителя в том кандидате, которого они бы сами предпочли еще до начала политического спора. Это похоже на соревнование спортивных команд. Ты болеешь и радуешься за своего фаворита. И дебаты смотришь для того, чтобы убедиться в собственной правоте. Ты можешь восхищаться аргументацией оппонента своего кандидата, его политической грамотностью и подготовленностью, но это не меняет твоего отношения к исходу дебатов.

Также опросы Associated Press[[42]](#footnote-42) и Public Broadcasting System подтверждают, что больше половины сторонников кандидата всегда отдают ему победу, вне зависимости от того, что произошло на дебатах, и только 30 процентов готовы признать победу оппонента.

Таким образом, для многих людей идея наблюдения за президентскими дебатами заключается не в том, чтобы бесстрастно взвешивать достоинства противников, а в том, чтобы активно участвовать в поддержке предпочтительного кандидата и убедиться для себя в победе своего фаворита. Дебаты рассматривается как предвыборный матч, а не как сами выборы, но по ним легко судить о лояльности к кандидату, чем и пользуются политические аналитики.

Критерий «предпочтения избирателей перед дебатами» предполагает, что первичный эффект президентских дебатов, заключается в усилении предрасположенностей. Зрители говорят, что они ищут дополнительную информацию о кандидатах и ​​проблемах, но большинство, по сути, хочет убедиться в своей точке зрения.

**Второй критерий** – заявленные кандидатом проблемы, должны быть близки зрителям.

Хотя опросы до дебатов показывают множество «нерешительных» избирателей, очевидно, что зрители уже имеют идеологические и партийные предрасположенности. Кандидат будет восприниматься, как более знающий и правдивый, если озвучит злободневные проблемы близкие электорату. Как это делал Дональд Трамп в своих заявления о мигрантах и рабочих местах. Он создал себе образ человека, который не боится говорить о трудностях, чем поднял себе рейтинги. Зритель должен подумать: «Я согласен с выделенными проблемами» или «Я считаю, что его анализ проблем верен, и я буду голосовать за него и за те решения, которые он примет». Точное попадание в проблемные вопросы обеспечивает голоса избирателей, поэтому штаб кандидатов заранее изучает социологические исследования и формирует пул тем и вопросов, о которых необходимо сказать во время тура дебатов.

Аналогичным образом, опросы Associated Press показывают, что зарегистрированные избиратели, которые думают, что тот или иной кандидат проделал лучшую работу по подготовке, так считают из-за того, что им близки его суждения.

Второй критерий может конфликтовать с первым, такое столкновение не должно создавать проблему, если зритель решает его к концу дебатов. Однако, многие зрители могут оказаться в своего рода застое, если не смогут сразу решить, что для них важнее - лояльность к кандидату или убеждение, что противоположный кандидат лучше разбирается в проблемах страны и в способах их решения. Опросы показывают, что около 40% избирателей сразу после дебатов не могут принять однозначное решение. Очень сложно оценить, через, какое количество времени избиратель принимает окончательное решение о победе кандидата в дебатах, через день или через неделю, и что на него повлияет, собственные убеждения или мнение СМИ и экспертов.

**Третьим критерием**, влияющим на предпочтения аудитории, являются навыки кандидата спорить и отстаивать свою позицию. Победитель должен быть лучшим спорщиком. Из-за специфики дебатов, они все больше похоже на спортивные шоу, где есть команды, болельщики, поддержка СМИ. Но в отличие от спортивных состязаний в дебатах нельзя точно подсчитать очки. Победителем признается участник, который победил по совокупному числу своих аргументов и опровержений аргументов соперника. Анализ проблемы, обоснование своей позиции, ее доказательства, опровержение слов соперника – те величины, которые мы субъективно измеряем. Нельзя ожидать точности подсчета от широкой публики, но для некоторых зрителей критерий «грамотного спорщика» является важным. Претендент на самый высокий пост в стране должен уметь доказывать свою позицию, быть убедительным. Некоторые избиратели ищут адвокатские навыки в кандидате, они чувствуют себя комфортно, когда ими управляет уверенный и грамотный человек.

Однозначно можно сказать, что критический критерий «лучшего спорщика/дебатера» проще воспринимается аудиторией, чем определение «победитель дебатов», в это понятие входит множество факторов. При опросах, например, большее количество людей может назвать участника, который лучше спорил. Но, 75% зрителей в итоге соглашаются, что в дебатах победил тот, кто подходил под этот критерий.

Этот критерий больше всего подходит для определения победителя дебатов и является самым объективным. На остальные критерии влияет пропагандистское воздействие СМИ, личных взглядов. Умение же спорить и строить аргумент более объективно и подвластно расчётам.

Из исследования также видно, что подача в дебатах важнее содержания, избиратели выделяют на 15 причин победы кандидата, связанных с содержанием, 20 причин, связанных с представлением своей позиции и только 7 причин, связанных с личным отношением. Дональд Трамп однозначно проигрывал по части содержательного ядра своих речей, но был более убедителен в подаче. Такая же ситуация была и с Рональдом Рейганом, который выигрывал в глазах избирателей за счет уверенной подачи.

**Четвертый критерий** – победитель это человек, который превосходит соперника по личным качествам. Для этого критерия есть такое понятие как «президентская личность». Электорат, который ориентируется на это, делает это по двум причинам – нежелание или неспособность взвешивать позиции и аргументы кандидатов, их политические программы. Вторая причина, это разочарование темами и вопросами, которые поднимались во время обсуждения. Если вопросы скучны, запутанны или не близки зрители, он ищет иные способы оценки кандидатов для сравнения. Для таких зрителей на первый план выходит этот критерий, они рассматривают президентские дебаты, как возможность сравнить президентские качества кандидатов. Оппоненты находятся в стрессовой ситуации, под огнем вопросов и недовольства, эта ситуация отчасти имитирует атмосферу давления в Белом Доме.

Цель таких зрителей - выявить лучших и самых ярких кандидатов с моральной и интеллектуальной способностью руководить нацией и принимать правильные решения. Обсуждаемые проблемы не являются существенными, для этих зрителей кандидат скорее должен продемонстрировать такие качества как мудрость, мужество, лидерство, честность и дальновидность.

Для такого зрителя, кандидат должен соответствовать должности президента в первую очередь как человек уверенный, личностно цельный. Таких зрителей меньше, чем остальных, принимающих решение по критериям «предпочтения до дебатов» или «близость интересующих вопросов». Но их тоже нужно принимать в расчет при построении тактики дебатирования.

Таким образом, можно сделать вывод, что зрители готовы больше реагировать на суть дебатов (вопросы, аргументы, позиции, предложения). Но нужно отметить, что многое зависит от тех, кто соревнуется за самый высокий пост в стране. В истории США были дебаты, в которых личности интересовали всех больше самого спора. Драматическая конфронтация темперамента, стиля и личности увлекает зрителей и дает рейтинги телеканалам. Джон Кеннеди, Дональд Трамп, Рональд Рейган – они были более яркими личностями, чем их соперники и увлекали внимание на себя.

**Пятый критерий**, который стоит отметить – отсутствие фатальной ошибки. Среди профессиональных политических консультантов широко распространено мнение о том, что выиграл дебаты тот, кто не совершил серьезной ошибки. В истории дебатов есть множество примеров, когда сильный кандидат выбывал из борьбы из – за какого-то неверного решения. Это может быть небрежная, болезненная внешность и плохо сидящая одежда, как в случае с Ричардом Никсоном во время Великих дебатов. Заявление Форда 1976 года о том, что нет советского господства в Восточной Европе. Неосторожно подобранное выражение Эла Гора о том, что он придумал Интернет. Такие ошибки стоили заведомо более сильным кандидатам победы.

Во времена президентской гонки Картера и Рейгана, последний заявлял, что после дебатов он «осмотрел себя и не смог найти никаких ранений».

Дебаты сами по себе не поддерживают и не опровергают мнение о том, что кандидат мог проиграть из-за собственных ошибок. Но в 21 веке, когда средства массовой информации моментально разносят неудачные фразы, а в Интернете появляется сотня сатирических изображений, а каждое утверждение кандидата рассматривается и проверяется самым пристальным образом, права на ошибку практически не остается. Дебаты проходят в очень близкие сроки к самим выборам и даже самые успешные политические консультанты не всегда могут свести к минимуму репутационные скандалы.

Ошибки драматичны, они дают СМИ яркие заголовки и рейтинги. Кроме того, ошибки могут продолжать транслироваться прессой, поскольку они эксплуатируются противником. Сочетание привлекательности такого контента для СМИ и использование ошибок соперником в период, следующий за дебатами, - все это может оказать существенное влияние на зрительское восприятие.

Зрители указывают этот критерий, как один из влияющих на принятие решения. Но часто решение зрителей меняются под воздействие прессы и действий оппонентов. В дебатах, которые воспринимаются как справедливые, зрители не только обращают внимание на ошибку, но и изменяют свое мнение о победителе после форсирования этой темы

После второго тура дебатов Картер был объявлен «победителем». Но опросы штаба Форда обнаружили, что люди, опрошенные сразу же после второй дискуссии, подумали, что Форд победил в дебатах, но к вечеру после дебатов Картер стал лидировать с подавляющим перевесом. В том числе пресс-конференция Форда сосредоточила внимание на восточно-европейском комментарии.

Если подсчеты команды Форда верны, ошибки в президентских дебатах могут незначительно влиять на общественные суждения. Но многое зависит от освещения в прессе, которое фокусирует внимание на них. Таким образом, восприятие дискуссии может быть двухступенчатым. Теория ошибок имеет тенденцию к тому, что первая ступень (ошибка во время дискуссии) и вторая ступень (освещение в печати этой ошибки), должны взаимодействовать вместе. Они в совокупности определяют эффект публичного восприятия победителя дебатов.

**Критерий шесть**: «Победитель» – это кандидат, обозначенный как таковой средствами массовой информации.

Вероятно, самый циничный критерий из всех, говорит о том, что для массовой аудитории сделать личный выбор не всегда просто. Он предполагает, что зрители, как правило, не выбирают для себя победителя президентских дебатов, скорее, они ратифицируют то, что сообщили в средствах массовой информации.

Опросы общественного мнения, которые транслируются через СМИ, также оказывают влияние. Людям свойственно хотеть быть в команде победителя.

СМИ благодаря своему экспертному образу создают впечатление о том, что транслируют общенациональный выбор, приглашают авторитетных экспертов, приводят статистику, готовя для избирателей «правильный» ответ о том, кто победил в дебатах.

Таким образом, можно сделать вывод, что зрительная публика пассивная, нерешительная и легко манипулируемая. Зависимость от прессы и общественных опросов выделяют многие исследователи этого вопроса. Общественность ожидает объявления консенсуса и понятных объяснений от аналитиков и экспертов.

Можно более точно сказать, что «победитель» получается благодаря взаимодействию публичных опросов, критических комментариев аналитиков и огромных усилий прессы. Несмотря на то, что заявления прессы о победителе выглядят убедительно, характер и степень убедительного воздействия не столь ясны.

Профессионалы политической кампании, такие как Патрик Кадделл, считают, что эффект деклараций прессы - мощный и решающий.  Однако политологи, такие как Летхуд и и Валентайн, более осторожны в своей оценке.

Проведенный вечером после дебатов опрос, установил, что осторожный подход заслуживает внимания. Поскольку характер доказательств не позволяют нам избежать сдвига в общественном восприятии победителя дебатов. Победитель, похоже, следуют за заявлениями СМИ, но не обязательно является результатом их. Другие факторы, такие как - влияние обсуждений с семьей и друзьями, или неторопливый процесс оценки дебатов самими зрителями, могут учитывать сдвиги.

Часть проблемы исследования, заключается в том, чтобы обнаружить тот самый момент времени, который больше всего подходит для измерения реакции общественности, чтобы зафиксировать окончательный «эффект дебатов».

Следующий **критерий (седьмой)** – это личные качества кандидата, это те качества, которые не относятся к профессиональным обязанностям кандидата. Но относятся к тем человеческим, которые избиратели хотели бы видеть в своем лидере нации. Такие качества как сострадание, доброта, чувство юмора, открытость и дружелюбие. Все 4 раза, решившие исход политических дебатов в США, один из кандидатов проиграл не из-за своей политической программы, а из-за тех, личных качеств, которые он проявил. Эл Гор в дебатах с Джорджем Бушем - младшим показал себя грубым, не самостоятельным и не последовательным. В то время как Буш вел себя открыто и просто. В споре между Джоном Кеннеди и Ричардом Никсоном, победил радостный, уверенный, дружелюбный и молодой Кеннеди, Никсон не пришелся по душе электорату из-за своего скучного и болезненного образа.

Рональд Рейган проявил все свои актерские способности в дебатах с Джимми Картером, Рейган шутил и был очаровательным, Картеру из-за нервов не хватало уверенности и спокойствия.

Майкл Дукакис во время очной встречи с Джорджем Бушем-старшим не смог повернуть в свою сторону собственные навыки работы на камеру, был высокомерным, холодным технократом для аудитории. Буш же много шутил и проявил себя как душа-человек.

Эти примеры показывают, как важно команде кандидата выбрать и оценить не только верную политическую повестку и написать грамотную политическую программу, но и подготовить своего лидера к испытанию характера. Самым лучшим оружием в борьбе с соперником будет искренность и открытость, а не агрессивное нападение и желание победить, во что бы то ни стало.

Последний **восьмой критерий** не относится к восприятию зрителей, а являются статистическим. Для того, чтобы дебаты могли повлиять на победу в выборах, рейтинги кандидатов должны быть близкими друг к другу. Дебаты лишь один из инструментов, очень действенный, но не решающий все проблемы, а только корректирующий рейтинги. Дебаты далеко не панацея, а в случае неравных условий – очень сильного и очень слабого кандидата, они не решат исход выборов. Поэтому в авторитарных режимах, с одним очень сильным кандидатом и несколькими слабыми, существующими для мнимой альтернативы, дебаты проводить бесполезно.

Таким образом, этот опрос показал, что критерии, влияющие на выбор электоратом победителя многогранны. Избиратели учитывают и личные качества кандидата и профессиональные. Благодаря опросу были выделены 7 критериев, которые влияют на выбор электоратом победителя дебатов. Первый критерий – это предпочтения избирателей еще до начала. К моменту заключительного спора двух главных кандидатов у публики уже есть личные предпочтения и политические взгляды. Одними из самых важных критериев являются: близость и понимание проблем, заявленных кандидатов, его человеческие качества, и его соответствие должности президента страны. Также опрашиваемые выделяют навыки спорщика и умение кандидата аргументированно доказывать свою позицию и отсутствие фатальных ошибок во время эфира. Около 35 % обращают внимание на мнение экспертов.

Из второй главы дипломной работы можно сделать вывод, что дебаты не способны повлиять на настроения большинства избирателей. Чаще всего дебаты, скорее, укрепляют избирателей в намерении голосовать за того или иного кандидата, чем изменяют их точку зрения. Но дебаты имеют огромное значение для нерешительных и независимых избирателей, за которых всегда идет самая ожесточенная борьба. Поэтому на дебатах кандидаты не используют клише, которые бы понравились их традиционному партийному электорату, а стараются обозначить ряд проблем, интересующих самые широкие слои населения. Дебаты проходят за несколько недель до выборов и для людей, у которых нет предпочтительного кандидата это самый удобный способ оценки и принятия решения. Дебаты окончательно формируют образ каждого кандидата в глазах аудитории.

Дебаты несут в себе несколько важных функций:

Во-первых, они дают избирателям возможность получить впечатление о том, каким образом кандидаты оценивают ситуацию в стране, и как они намерены действовать, находясь на посту президента. С их помощью можно оценить, как будущий президент справляется со стрессовыми ситуациями, как он доказывает свою позицию, сможет ли он достойно представить и защитить страну на мировой арене.

Во-вторых, дебаты позволяют оценить личные качества кандидатов, их знания, характер, темперамент, коммуникационные и ораторские способности — то есть, телезритель может сопоставить свои впечатления, полученные на теледебатах со своими представлениями о том, какого человека они хотят видеть в Белом Доме. В дебатах люди раскрываются как личности, их человеческие качества, такие как уважительное отношение, к другим, честность и открытость проявляются как нельзя лучше.

В-третьих, дебаты являются одним из самых зрелищных мероприятий в ходе кампании, согласие или не согласие с точкой зрения возможного президента подстегивают интерес к голосованию и заявлению собственной позиции у электората, который изначально и не хотел принимать участие в выборах

Важно отметить, что дебаты привлекают большое внимание зрителей, но многое зависит от участников самих дебатов. От выборов к выборам их популярность меняется. На последних выборах США Хиллари Клинтон и Дональд Трамп собрали перед телевизорами рекордное количество зрителей, и во многом это произошло из-за скандальности участников. Такие личности как Джон Кеннеди, Рональд Рейган притягивают к себе большую часть внимания зрителей. Харизма, ораторские навыки – это те качества, которые помогают победить в борьбе за человеческие сердца, и которые необходимы главному политику в стране. И хотя во время дебатов кандидаты стараются показать себя в самом лучшем свете, личность, которая скрывается под маской образа, проявляется каждый раз.

Развитие современных технологий и телевидения также влияет на точку зрения электората. Стиль трансляции воздействует на восприятие, например, кандидат, который находился дольше в эфире перед телекамерой, отмечается зрителями, как более значительный и убедительный. Дебаты остаются самой важной и просматриваемой частью избирательной кампании, а также самой рискованной. Медиа идут на все ради поднятия рейтингов, избирают зрелищные способы трансляции, подбирают острые и неудобные вопросы для ведущих.

Современные тенденции развития института дебатов таковы, что избиратели хотят услышать от кандидатов ответы на волнующие их вопросы напрямую, а не через модератора-ведущего. С помощью Интернета есть возможность осуществить это. Исследователи считают, что еще необходим отказ от заготовленных штабом речей. Это поможет избирателям оценить искренность и профессионализм участников, а также поднимет вопросы, которые интересуют большую часть населения страны, сфокусирует на них внимание правительства и прессы.

# ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Темы, связанные с политическим PR и грамотным и успешным взаимодействием с электоратом всегда актуальны. Особенно для России, которая заимствует опыт развитых политических технологий у США и Западной Европы.

Предвыборные теледебаты – это один из самых влиятельных способов коммуникации с электоратом. Победа в них не означает победу на выборах, потому что избирательная кампания многогранна и для победы должны сойтись множество факторов. Но исследователями, социологами, политическими консультантами доказано, что они способны оказать серьезное влияние на исход выборов, если рейтинги кандидатов близки друг другу.

Дебаты имеют огромное значение для нерешительных и независимых избирателей, которые могут голосовать за победителя из-за отсутствия сильных политических убеждений. Чаще всего дебаты проходят за несколько недель или дней до выборов и для людей, у которых нет предпочтительного кандидата это самый удобный способ оценки и принятия решения. В свою очередь от этих «нерешительных» людей часто зависит будущее страны. Дебаты как последняя часть компании четко откладывается в памяти, особенно их победитель, избиратели могут забыть, о чем говорили кандидаты, но никогда не забудут, кто их выиграл.

В выпускной квалификационной работе был сделан ретроспективный анализ влияния дебатов на результат выборов. Были приведены 4 однозначных примера, когда дебаты, определили президента. В 1960, 1980, 1988 и 2000 годах претендент на Белый дом в США определялся за счет дополнительных голосов избирателей после успеха на теледебатах. В 1960 году друг другу противостояли Кеннеди и Никсон. Молодой демократ победил своего соперника за счет уверенной подачи и образу молодого и успешного политика. В то время телевидение прочно вошло в жизнь каждого гражданина США и его влияние стало огромным. Второй раз судьбу американского президентства дебаты решили в 1980 году. Тогда боролись между собой Р. Рейган и Дж. Картер. Последний был нервным, и мог повторять только свою программу. Бывший актер Рейган прекрасно себя чувствовал перед камерой, публика мгновенно полюбила его образ. В 1988 году столкнулись М. Дукакис и Дж. Буш-старший. На этот раз телевизионный опыт не помог бывшему телеведущему Дукакису, его желание выставить Буша не компетентным показало его технократом с ледяным сердцем, в то время как Буш понравился электорату своей душевностью, простотой и чувством юмора. Его сын – Дж. Буш-младший также стал президентом благодаря успешному выступлению на дебатах в 2000 году. Его противник Эл Гор был непоследовательным и грубым. Изначально более слабый Буш на его фоне стал смотреться простым человеком с адекватными политическими взглядами.

Для изучения вопроса оценки эффективности дебатов и их влияния на электорат автором дипломной работы были изучены работы разных ученых и исследователей этой области. Кэтлин Джемисон и Дэвид Бердселл описывали проблему «замерзания» электората перед выборами в ожидании дебатов. Дэвид Вэнсел и Сью Рэнделл уделяли внимание взаимосвязи личности кандидатов и просмотру дебатов избирателями. От интереса к претендентам на самый высокий пост в стране рейтинги просмотров могут отличаться в два раза. Такие ученые, как Кац и Фельдман, Краус и Мартел, писали в своих работах о том, что дебаты могут стать полноценной и важной частью кампании, если кандидаты равны друг другу и не существует значительного отрыва между ними. В исследовании группы ученых из Америки – Марка Йона, Кевина Эллсуорта, Боба Битти и Кима Фридкин Кана было показано, что во время первых дебатов на праймериз, когда зрители не обладают достаточным количеством информации о кандидатах, избиратели более восприимчивы и намного проще меняют свое мнение относительно победителя дебатов. На праймериз даже не обязательно одержать полную победу, чтобы получить голоса, нужно выступить лучше, чем от тебя ожидают. Ученые также отмечают важность оценки дебатов в СМИ, избиратели на первоначальном этапе внимательно относятся к мнению экспертов. Исследование по этой теме проводил также профессор Х. Викс. Ученый выдвинул гипотезу о том, что «стиль трансляции, угол наклона камеры, частота показа кандидатов, музыка, графика, разделение экрана – все это влияет на конечное восприятие кандидатов». Он сделал вывод, что влияние стиля трансляции определенно влияет на выбор победившего кандидата. Например, кандидат, который находился дольше в эфире перед телекамерой, отмечается респондентами как более значительный и убедительный.

Также автором ВКР было сделано описание и проведен собственный анализ предвыборных дебатов на примере США, России и Европы. В 20 веке дебаты стали неотъемлемой частью предвыборной кампании во многих странах Западной Европы, Японии, а позже и в Иране. В России провластный кандидат традиционно не участвует в предвыборных дебатах, а из-за большой разницы в рейтингах между главным кандидатом и остальными претендентами дебаты не могут выполнять свою функцию полностью. Кандидаты их используют для заявления о своей позиции по тем или иным вопросам и для наращивания паблицитного капитала.

Благодаря опросу 50 респондентов были выделены 7 критериев, которые влияют на выбор электоратом победителя дебатов. Первый критерий – это предпочтения избирателей еще до начала. К моменту заключительного спора двух главных кандидатов у публики уже есть личные предпочтения и политические взгляды. Одними из самых важных критериев являются: близость и понимание проблем, заявленных кандидатов, его человеческие качества, и его соответствие должности президента страны. Также опрашиваемые выделяют навыки спорщика и умение кандидата аргументированно доказывать свою позицию и отсутствие фатальных ошибок во время эфира. Около 35 % обращают внимание на мнение экспертов.

Идея критериев показывает сложность, казалось бы, простой идеи победы, но для которой должно сойтись множество факторов.

Гипотеза дипломной работы о том, что политические дебаты оказывают серьезное влияние на исход избирательной кампании в том случае, когда рейтинги кандидатов близки друг другу, а критерием для принятия решения у электората становится не политическая программа кандидата, а его личные качества, является доказанной. Цель и задачи выпускной квалификационной работы достигнуты.

# ЛИТЕРАТУРА

1. Горшкова М.С. Политические дебаты как часть избирательной кампании. Эволюция института теледебатов в политической системе США // Актуальные вопросы общественных наук: социология, политология, философия, история: сб. ст. по матер. II междунар. науч.-практ. конф. – Новосибирск: СибАК, 2011.
2. Светенко Т. Путеводитель по дебатам. Учебное пособие для педагогов и учащихся. М: РОССПЭН, 2014. 149 c.
3. Associated Press, "Poll Shows Equal Gains for Carter, Reagan," Fort Collins Colorado, October 29, 1980, p. A3
4. Burns J. MacGregor. Roosevelt: The Lion and the Fox.1956. 408 p.
5. Donna T. Andrew, "Popular Culture and Public Debate" in The Historical Journal, Vol. 39, Issue 02. Cambridge University Press. 1996, 509 p.
6. Donna T. Andrew, "London Debating Societies in the 1790s," 59; Munck, The Enlightenment, 1996, 472 p.
7. Jamieson К. Birdsell D, Presidential debates: the challenge of creating an informed electorate. Oxford University Press. 1988
8. Joel L. Swerdlow, Beyond Debate: A Paper on Televised Presidential Debates. Front Cover. Twentieth Century Fund. Political Science. 1984. 601 р.
9. Alvin Liebling, Adlai Stevenson's Lasting Legacy. Hardcover. 2007. 460 р.
10. Katz, E. Feldman. J. J. The debates in the light of research: A survey of surveys. Bloomington: Indiana University Press. Sidney. 1962.
11. Kraus. The Great Debates. Carter vs. Ford. Bloomington: Indiana University Press. 1979.
12. Lemert, J. B., Elliott, W. R., Bernstein, J. M., Rosenberg, W. L., & Nestvold, K. J. (1991). News verdicts, the debates, and presidential campaigns. New York: Praeger
13. Lincoln A. Collected works of Abraham Lincoln:, New Brunswick: N.Y.: Rutgers University Press, 1953.
14. Newton M. Lamay C, Inside the Presidential Debates. University of Chicago Press. 2008.
15. Moore, John L.: Elections A to Z, Second Edition; CQ Press, Washington, 2003
16. Munck T. The Enlightenment: A Comparative Social History 1721–1794. New York: Oxford University Press, 2000. 339 p.
17. Schroeder А. Presidential Debates: Fifty Years of High-Risk TV. Columbia University Press. New York. 2008. 376 р.
18. Shenkman Richard, «Presidential Ambition: Gaining Power At Any Cost». New York.: HarperPerennial, 2000. 456 p.
19. Newton M. Lamay C, Inside the Presidential Debates. University of Chicago Press. 2008
20. Patterson, Thomas E.: Views of Winners & Losers" in Graber, Doris A.: "Media Power in Politics; Congressional Quarterly Inc., Washington 1990, 178 p.
21. Peter R. Schrott, Electoral Consequences of "Winning" Televised Campaign Debates. The Public Opinion Quarterly, Vol. 54, No. 4. 1990. Oxford University Press on behalf of the American Association for Public Opinion Research. 667 р.
22. Rutenberg, Jim: "The Post-Debate Contest: Swaying Perceptions"; The New York Times, 4 October 2004, 15 p.
23. Tedesco, J. C., & Kaid, L. L. Style and effects of Bush and Gore spots. In L. L. Kaid, J. C. Tedesco, D. G. Bystrom, & M. S. McKinney (Eds.), The millennium election: Communication in the 2000 campaign. Lanham, MD: Rowman and Littlefield. (2003) 79 p.
24. Thomas B.P. Abraham Lincoln. A biography. New York, 1968.
25. Yawn М, K. Ellsworth, B. Beatty and K. F. Kahn, How a Presidential Primary Debate Changed Attitudes of Audience Members, Political Behavior, Vol. 20, No. 2. 1998, 467 р.
26. Wicks R.H, Does Presentation Style of Presidential Debates Influence Young Voters’ Perceptions of Candidates? University of Arkansas American Behavioral Scientist. Number 9. 2007
27. Wicks, R. H. Media information processing. In J. Bryant & P. Vorderer. Psychology of entertainment. Mahwah, NJ: Lawrence Erlbaum. p. 302
28. В Лас-Вегасе прошли финальные дебаты кандидатов в президенты США [Электронный ресурс] // URL: www.dw.com/ru/в-лас-вегасе-прошли-финальные-дебаты-кандидатов-в-президенты-сша/a-36096056 (дата обращения: 15.04.2018)
29. Дебаты [Электронный ресурс] // URL: https://ru.wikipedia.org/wiki/Дебаты (дата обращения: 15.04.2018)
30. Дебаты на Дожде - Дождь [Электронный ресурс] // URL: https://tvrain.ru/teleshow/debaty/ (дата обращения: 15.04.2018)
31. Дебаты, назвавшие президента [Электронный ресурс] // URL: http://www.kontinent.org/debaty-nazvavshie-prezidenta/ (дата обращения: 28.04.2018)
32. Жириновский обругал Собчак матом на дебатах. Собчак облила его водой [Электронный ресурс] // URL: https://meduza.io/video/2018/02/28/zhirinovskiy-obrugal-sobchak-matom-na-debatah-sobchak-oblila-ego-vodoy (дата обращения: 23.04.2018)
33. Исследование: Дебаты между Клинтон и Трампом смотрело рекордное количество человек [Электронный ресурс] // URL: http://tass.ru/mezhdunarodnaya-panorama/3659051 (дата обращения: 15.04.2018)
34. Закон США о федеральных избирательных компаниях [Электронный ресурс] // URL: http://constitutions.ru/?p=7723 (дата обращения: 14.04.2018)
35. Предвыборные дебаты — это вообще-то интересно и важно. Если они проходят вот так [Электронный ресурс] // URL: https://meduza.io/slides/predvybornye-debaty-eto-voobsche-to-interesno-i-vazhno-esli-oni-prohodyat-vot-tak (дата обращения: 30.03.2018)
36. Собчак. Выборы-2018. Дебаты с Владимиром Соловьевым [Электронный ресурс] // URL: https://www.youtube.com/watch?v=oZoLL0ABFOM (дата обращения: 23.04.2018)
37. 1960 Debates. [Электронный ресурс] // URL www.debates.org. Debates.org. (дата обращения: 23.03.2018)
38. 1980 Debates. [Электронный ресурс] // URL: www.debates.org. Debates.org. (дата обращения: 23.03.2018)
39. 1988 Debates. [Электронный ресурс] // URL: www.debates.org. Debates.org. (дата обращения: 23.03.2018)
40. 2000 Debates. [Электронный ресурс] // URL: www.debates.org. Debates.org. (дата обращения: 23.03.2018)
41. 2016 Debate Schedule [Электронный ресурс] // URL: https://www.uspresidentialelectionnews.com/2016-debate-schedule/ (дата обращения: 23.03.2018)
42. Debate [Электронный ресурс] // URL: https://en.wikipedia.org/wiki/Debate (дата обращения: 23.03.2018)
43. Debate breaks record as most-watched in U.S. history [Электронный ресурс] // URL: http://money.cnn.com/2016/09/27/media/debate-ratings-record-viewership/index.html (дата обращения: 23.03.2018)
44. Fact-checking the third Clinton-Trump presidential debate [Электронный ресурс] // URL: https://www.washingtonpost.com/news/fact-checker/wp/2016/10/20/fact-checking-the-third-clinton-trump-presidential-debate/?utm\_term=.a5fd3ae43efb (дата обращения: 15.04.2018)
45. History of the Union [Электронный ресурс] // URL: https://cus.org//about/history-union (дата обращения: 28.03.2018)
46. Kennedy-Nixon debate changed politics for good Union [Электронный ресурс] // URL: http://edition.cnn.com/2005/POLITICS/09/26/kennedy.nixon/index.html?iref=allsearch hofstra (дата обращения: 11.04.2018)
47. Political parties broke the presidential debates [Электронный ресурс] // URL: https://www.opendebates.org/ (дата обращения: 15.04.2018)
48. Presidential debate fact-check: Trump and Clinton's claims reviewed [Электронный ресурс] // URL: https://www.theguardian.com/us-news/2016/sep/26/debate-fact-check-trump-clinton-live-quotes-hofstra (дата обращения: 15.04.2018)
49. THE KENNEDY-NIXON DEBATES [Электронный ресурс] // URL: https://www.history.com/topics/us-presidents/kennedy-nixon-debates (дата обращения: 11.04.2018)
50. What Hillary Clinton and Donald Trump need to do to win the first debate [Электронный ресурс] // URL: https://www.bostonglobe.com/news/nation/2016/09/24/what-hillary-clinton-and-donald-trump-need-win-first-debate/EPqryg6OMiCsCJ3BKxlTAO/story.html (дата обращения: 15.04.2018)

## Приложение № 1

**Опрос. Критерии, повлиявшие на выбор победителя аудиторией.**

Вопрос респондентам: Что повлияло на ваш выбор победителя?

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
|  | Полностью согласен | Частично согласен | Частично не согласен | Полностью не согласен |
| 1. Этот кандидат был мне близок до начала дебатов | 10 | 24 | 12 | 4 |
| 1. Заявленные им проблемы – мне близки | 28 | 12 | 7 | 3 |
| 1. Он лучше спорил / доказывал свою позицию. | 18 | 16 | 10 | 6 |
| 1. Он больше подходит на пост президента | 24 | 16 | 4 | 6 |
| 1. Он не допускал ошибок | 13 | 23 | 8 | 6 |
| 1. Мне важно мнение СМИ и экспертов | 8 | 10 | 20 | 12 |
| 1. У него грамотная политическая программа | 5 | 9 | 23 | 13 |
| 1. Он приятен мне как человек | 21 | 13 | 15 | 1 |
| 1. Я не знаю почему выбрал | 5 | 7 | 18 | 20 |

Опрошено: 50 респондентов.

1. Предвыборные дебаты — это вообще-то интересно и важно. Если они проходят вот так [Электронный ресурс] // URL: https://meduza.io/slides/predvybornye-debaty-eto-voobsche-to-interesno-i-vazhno-esli-oni-prohodyat-vot-tak (дата обращения: 30.03.2018) [↑](#footnote-ref-1)
2. Debate [Электронный ресурс] // URL:https://en.wikipedia.org/wiki/Debate (дата обращения: 23.03.2018) [↑](#footnote-ref-2)
3. Thomas Munck, The Enlightenment: A Comparative Social History 1721–1794. New York: Oxford University Press, 2000. P. 59 [↑](#footnote-ref-3)
4. Donna T. Andrew, "Popular Culture and Public Debate" in The Historical Journal, Vol. 39, Issue 02. Cambridge University Press. 1996. P. 406 [↑](#footnote-ref-4)
5. Donna T Andrew, "London Debating Societies in the 1790s," 59; Munck, The Enlightenment, 1996, P. 72 [↑](#footnote-ref-5)
6. History of the Union [Электронный ресурс] // URL: https://cus.org//about/history-union (дата обращения: 28.03.2018) [↑](#footnote-ref-6)
7. Т. Светенко. Путеводитель по дебатам. Учебное пособие для педагогов и учащихся. М: РОССПЭН, 2014. С-15 [↑](#footnote-ref-7)
8. Shenkman Richard, «Presidential Ambition: Gaining Power At Any Cost». New York.: HarperPerennial, 2000. P. 41 [↑](#footnote-ref-8)
9. Thomas B.P. Abraham Lincoln. A biography. New York, 1968. [↑](#footnote-ref-9)
10. Lincoln A. Collected works of Abraham Lincoln:, New Brunswick: N.Y.: Rutgers University Press, 1953.  [↑](#footnote-ref-10)
11. Burns, James MacGregor. Roosevelt: The Lion and the Fox.1956. Р. 408 [↑](#footnote-ref-11)
12. Joel L. Swerdlow, Beyond Debate: A Paper on Televised Presidential Debates. Front Cover. Twentieth Century Fund. Political Science. 1984. P 89. [↑](#footnote-ref-12)
13. Alvin Liebling, Adlai Stevenson's Lasting Legacy. Hardcover. 2007. P. 60 [↑](#footnote-ref-13)
14. Alan Schroeder, Presidential Debates: Fifty Years of High-Risk TV. Columbia University Press. New York. 2008. P 201 [↑](#footnote-ref-14)
15. Закон США о федеральных избирательных компаниях [Электронный ресурс] // URL: http://constitutions.ru/?p=7723 (дата обращения: 14.04.2018) [↑](#footnote-ref-15)
16. Горшкова М.С. Политические дебаты как часть избирательной кампании. Эволюция института теледебатов в политической системе США // Актуальные вопросы общественных наук: социология, политология, философия, история: сб. ст. по матер. II междунар. науч.-практ. конф. – Новосибирск: СибАК, 2011. [↑](#footnote-ref-16)
17. Горшкова М.С. Политические дебаты как часть избирательной кампании. Эволюция института теледебатов в политической системе США // Актуальные вопросы общественных наук: социология, политология, философия, история: сб. ст. по матер. II междунар. науч.-практ. конф. – Новосибирск: СибАК, 2011. [↑](#footnote-ref-17)
18. Debate breaks record as most-watched in U.S. history [Электронный ресурс] // URL: http://money.cnn.com/2016/09/27/media/debate-ratings-record-viewership/index.html (дата обращения: 23.03.2018) [↑](#footnote-ref-18)
19. Исследование: Дебаты между Клинтон и Трампом смотрело рекордное количество человек [Электронный ресурс] // URL: http://tass.ru/mezhdunarodnaya-panorama/3659051 (дата обращения: 15.04.2018) [↑](#footnote-ref-19)
20. В Лас-Вегасе прошли финальные дебаты кандидатов в президенты США [Электронный ресурс] // URL: www.dw.com/ru/в-лас-вегасе-прошли-финальные-дебаты-кандидатов-в-президенты-сша/a-36096056 (дата обращения: 15.04.2018) [↑](#footnote-ref-20)
21. What Hillary Clinton and Donald Trump need to do to win the first debate [Электронный ресурс] // URL: https://www.bostonglobe.com/news/nation/2016/09/24/what-hillary-clinton-and-donald-trump-need-win-first-debate/EPqryg6OMiCsCJ3BKxlTAO/story.html (дата обращения: 15.04.2018) [↑](#footnote-ref-21)
22. What Hillary Clinton and Donald Trump need to do to win the first debate [Электронный ресурс] // URL: https://www.bostonglobe.com/news/nation/2016/09/24/what-hillary-clinton-and-donald-trump-need-win-first-debate/EPqryg6OMiCsCJ3BKxlTAO/story.html (дата обращения: 15.04.2018) [↑](#footnote-ref-22)
23. Presidential debate fact-check: Trump and Clinton's claims reviewed [Электронный ресурс] // URL: https://www.theguardian.com/us-news/2016/sep/26/debate-fact-check-trump-clinton-live-quotes-hofstra (дата обращения: 15.04.2018) [↑](#footnote-ref-23)
24. Fact-checking the third Clinton-Trump presidential debate [Электронный ресурс] // URL: https://www.washingtonpost.com/news/fact-checker/wp/2016/10/20/fact-checking-the-third-clinton-trump-presidential-debate/?utm\_term=.a5fd3ae43efb (дата обращения: 15.04.2018) [↑](#footnote-ref-24)
25. Дебаты [Электронный ресурс] // URL: https://ru.wikipedia.org/wiki/Дебаты (дата обращения: 15.04.2018) [↑](#footnote-ref-25)
26. Дебаты на Дожде - Дождь [Электронный ресурс] // URL: https://tvrain.ru/teleshow/debaty/ (дата обращения: 15.04.2018) [↑](#footnote-ref-26)
27. Собчак. Выборы-2018. Дебаты с Владимиром Соловьевым [Электронный ресурс] // URL: https://www.youtube.com/watch?v=oZoLL0ABFOM (дата обращения: 23.04.2018) [↑](#footnote-ref-27)
28. Жириновский обругал Собчак матом на дебатах. Собчак облила его водой [Электронный ресурс] // URL: https://meduza.io/video/2018/02/28/zhirinovskiy-obrugal-sobchak-matom-na-debatah-sobchak-oblila-ego-vodoy (дата обращения: 23.04.2018) [↑](#footnote-ref-28)
29. THE KENNEDY-NIXON DEBATES [Электронный ресурс] // URL: https://www.history.com/topics/us-presidents/kennedy-nixon-debates (дата обращения: 11.04.2018) [↑](#footnote-ref-29)
30. Kennedy-Nixon debate changed politics for good Union [Электронный ресурс] // URL: http://edition.cnn.com/2005/POLITICS/09/26/kennedy.nixon/index.html?iref=allsearch hofstra (дата обращения: 11.04.2018) [↑](#footnote-ref-30)
31. Дебаты, назвавшие президента [Электронный ресурс] // URL: http://www.kontinent.org/debaty-nazvavshie-prezidenta/ (дата обращения: 28.04.2018) [↑](#footnote-ref-31)
32. Дебаты, назвавшие президента [Электронный ресурс] // URL: http://www.kontinent.org/debaty-nazvavshie-prezidenta/ (дата обращения: 28.04.2018) [↑](#footnote-ref-32)
33. Дебаты, назвавшие президента [Электронный ресурс] // URL: http://www.kontinent.org/debaty-nazvavshie-prezidenta/ (дата обращения: 28.04.2018) [↑](#footnote-ref-33)
34. Jamieson К. Birdsell D, Presidential debates: the challenge of creating an informed electorate. Oxford University Press. 1988. [↑](#footnote-ref-34)
35. Kathleen Hall Jamieson, David S. Birdsell, Presidential debates: the challenge of creating an informed electorate. Oxford University Press. 1988. [↑](#footnote-ref-35)
36. Katz, E. Feldman. J. J. The debates in the light of research: A survey of surveys. Bloomington: Indiana University Press. Sidney. 1962. [↑](#footnote-ref-36)
37. Kraus. The Great Debates. Carter vs. Ford. Bloomington: Indiana University Press. 1979. [↑](#footnote-ref-37)
38. Newton M. Lamay C, Inside the Presidential Debates. University of Chicago Press. 2008 [↑](#footnote-ref-38)
39. Peter R. Schrott, Electoral Consequences of "Winning" Televised Campaign Debates. The Public Opinion Quarterly, Vol. 54, No. 4. 1990. Oxford University Press on behalf of the American Association for Public Opinion Research. Р. 567-585 [↑](#footnote-ref-39)
40. M. Yawn, K. Ellsworth, B. Beatty and K. F. Kahn, How a Presidential Primary Debate Changed Attitudes of Audience Members, Political Behavior, Vol. 20, No. 2. 1998, Р. 155-181 [↑](#footnote-ref-40)
41. Wicks R.H, Does Presentation Style of Presidential Debates Influence Young Voters’ Perceptions of Candidates? University of Arkansas American Behavioral Scientist. Number 9. 2007 [↑](#footnote-ref-41)
42. Associated Press, "Poll Shows Equal Gains for Carter, Reagan," Fort Collins Colorado, October 29, 1980, p. A3 [↑](#footnote-ref-42)