

DOI: <https://doi.org/10.60797/RULB.2025.63.3>

НЕВЕРБАЛЬНЫЕ ОСОБЕННОСТИ КАК ЭЛЕМЕНТ ИМИДЖА КРИСА АНДЕРСОНА

Научная статья

Илюшкина М.Ю.^{1*}, Дутова Ю.Д.²¹ ORCID : 0000-0003-4612-3025;² ORCID : 0009-0005-3283-3124;^{1,2} Уральский Федеральный Университет имени первого Президента России Б.Н. Ельцина, Екатеринбург, Российская Федерация

* Корреспондирующий автор (ilyushkina_maria[at]mail.ru)

Аннотация

В данной статье на материале платформы TED Talks рассматриваются невербальные особенности как элемент имиджа куратора ежегодной конференции TED Криса Андерсона. Исследование рассматривает влияние кинесики (жесты, мимика, поза), проксемики (использование пространства), паралингвистики (тембр голоса, интонации, паузы) и внешнего вида на формирование его публичного имиджа. Анализ невербальных особенностей Криса Андерсона демонстрирует его глубокое знание принципов формирования общественного восприятия и умелое их применение. Тем самым подчеркивается значимость изучения невербальных аспектов в контексте публичных выступлений и имиджевых стратегий. Выводы исследования могут быть применимы как для исследователей в области коммуникации, так и для практикующих спикеров, стремящихся совершенствовать свои навыки публичного выступления.

Ключевые слова: невербальная коммуникация, имидж, Крис Андерсон.

NON-VERBAL FEATURES AS AN ELEMENT OF CHRIS ANDERSON'S IMAGE

Research article

Ilyushkina M.Y.^{1*}, Dutova Y.D.²¹ ORCID : 0000-0003-4612-3025;² ORCID : 0009-0005-3283-3124;^{1,2} Ural Federal University, Ekaterinburg, Russian Federation

* Corresponding author (ilyushkina_maria[at]mail.ru)

Abstract

This article uses the TED Talks platform to examine non-verbal features as an element of the image of Chris Anderson, the curator of the annual TED conference. The study examines the influence of kinesics (gestures, facial expressions, posture), proxemics (use of space), paralinguistics (voice timbre, intonation, pauses) and appearance on the formation of his public image. The analysis of Chris Anderson's non-verbal features demonstrates his deep knowledge of the principles of shaping public perception and his skilful application of them. Thus, the significance of studying non-verbal aspects in the context of public speaking and image strategies is emphasised. The findings of the research may be applicable to both communication researchers and practising speakers seeking to improve their public speaking skills.

Keywords: non-verbal communication, image, Chris Anderson.**Введение**

Формирование общественного мнения – процесс сложный и многофакторный, который в большей степени опирается на восприятие не только вербального, но и, что особенно важно, невербального сообщения. В эпоху медиатизации, когда информация распространяется с беспрецедентной скоростью и масштабом, имидж приобретает критическую значимость, определяя успех в самых разных сферах деятельности – от бизнеса и политики до научной и культурной жизни [5, С. 92]. Вербальная составляющая коммуникации, хотя и остаётся важнейшей, лишь частично формирует целостное впечатление о человеке. Невербальные сигналы – мимика, жесты, поза, тембр голоса, проксемика (расстояние в общении) и кинесика (язык тела) – бессознательно воспринимаются аудиторией, и часто оказывают более сильное воздействие, нежели высказанные слова. Они могут подтверждать, опровергать или даже полностью изменять смысл вербального сообщения, формируя параллельный, иногда доминирующий, канал коммуникации.

Имидж, представляющий собой совокупность представлений аудитории о человеке, формируется на основе информации, полученной из различных источников, при этом невербальные сигналы играют ключевую роль в создании первого впечатления и определении доверия [3, С. 230]. Наука о коммуникациях давно подтвердила значимость «эффекта первичности», то есть большее влияние первоначального восприятия на последующие суждения [1], [6]. Поскольку невербальное общение часто опережает вербальное, оно становится детерминантом последующего восприятия информации.

Крис Андерсон известен широкой публике благодаря своей многолетней деятельности в качестве куратора и руководителя TED, а также благодаря руководству журнала Wired, представляет яркий пример влияния невербального общения на формирование общественного имиджа [8]. Его успех не ограничивается исключительно содержанием его работы, но во многом обусловлен использованием невербальных сигналов, которые способствуют созданию мощного и узнаваемого бренда личности. Настоящая статья посвящена анализу этого феномена, так как невербальное общение

играет ключевую роль в формировании успешного и узнаваемого имиджа Криса Андерсона, значительно влияя на восприятие его аудиторией. Мы предполагаем, что специфические аспекты его невербального поведения, такие как кинесика (жесты, мимика, поза), проксемика (использование пространства), вокализация (тембр голоса, интонация, паузы) и оптимальное использование визуального контакта, создают синергетический эффект, консолидируя его авторитет и формируя доверие у слушателей.

Методы и принципы исследования

На начальном этапе был проведен обзор литературы о влиянии невербальной коммуникации на формирование общественного имиджа, что позволило выявить множество примеров успешных личностей, использующих данное явление для укрепления своего авторитета. В этом контексте особенно внимание привлекли те фигуры, у которых невербальные аспекты явно играли значительную роль в их общественной деятельности и коммуникации. Крис Андерсон был выбран не только как известный спикер TED, но также и как руководитель Wired, что сформировало контекст, в котором его имидж представлен широкой аудитории. Данная активность стала основой для дальнейшего изучения невербальных стратегий, поскольку выступления на такого рода платформах требуют высокого уровня взаимодействия с аудиторией.

После этого был проведен качественный контент-анализ записей его выступлений (были проанализированы 7 выступлений, общее время просмотра 7 часов 43 минуты), что позволило зафиксировать специфические невербальные паттерны, используемые Андерсоном в процессе коммуникации. Мы обращали внимание на такие аспекты, как жесты, мимика, позы, а также методы управления пространством (проксемику) и вокализацию. Такой анализ позволил нам заметить, что именно эти элементы существенно влияют на восприятие его личного бренда и создают у слушателей эффект вовлеченности и доверия. Крис Андерсон был выбран за способность не создавать эмоциональную связь с занятыми слушателями, что является важным элементом успешной коммуникации.

В рамках статьи представлен краткий обзор теоретических основ невербальной коммуникации, связанный с различными её компонентами в формировании впечатления и влиянии на восприятие. Также проведен детальный анализ специфических невербальных приемов, используемых Крисом Андерсоном, с опорой на видеоматериалы его выступлений на TED и интервью (при использовании метода случайной выборки). Анализ включает в себя как микро-аспекты, такие как мимические реакции на высказывания спикеров TED, использование жестов для подчеркивания ключевых моментов или управления динамикой разговора, так и макро-аспекты, связанные с общей позой, дистанцией до аудитории, и управлением пространством на сцене. Особое внимание уделяется изучению взаимосвязи между вербальными и невербальными элементами коммуникации у Криса Андерсона, с целью выявления их синергетического эффекта в достижении коммуникативных целей. Исследование опирается на методы социолингвистики, психолингвистики и теории коммуникации, с целью идентификации ключевых невербальных маркеров, отвечающих за формирование определенного восприятия личности Криса Андерсона у широкой аудитории. В качестве теоретической базы использованы исследования невербальной коммуникации зарубежных авторов Д. Кюстер, Е. Крумхубер, А. Каппа (2015); Д. Мацумото, Х. К. Хванг (2016) и М. Л. Паттерсон (2019). Результаты исследования могут быть применимы для понимания механизмов формирования имиджа в широком контексте и имеют практическое значение для специалистов в сфере связей с общественностью, маркетинга и медийных технологий.

Основные результаты

Невербальное общение представляет собой важный аспект межличностной коммуникации, который включает в себя передачу информации без использования слов и охватывает широкий спектр невербальных сигналов, таких как кинесика, проксемика, паралингвистика и внешний вид [7]. Кинесика относится к движениям тела, жестам, мимике и выражениям лица, которые могут передавать эмоциональные состояния и намерения. Проксемика, в свою очередь, изучает пространство и расстояние между людьми в процессе общения, включая личное пространство и его восприятие. Паралингвистика охватывает интонацию, темп, громкость и другие характеристики голоса, которые могут изменять смысл сказанного. Внешний вид включает в себя одежду, причёску, аксессуары и общее впечатление, производимое человеком [4].

Роль невербального общения в формировании имиджа личности трудно переоценить. Невербальные сигналы могут существенно влиять на то, как воспринимается человек окружающими. Например, открытая поза, характеризующаяся расслабленностью и доступностью, может вызвать чувство доверия и симпатии. В отличие от этого, закрытая поза, проявляющаяся в скрещивании рук или избегании зрительного контакта, может восприниматься как признак недоверия или защитной реакции. Кроме того, невербальное общение может варьироваться в зависимости от культурных контекстов. То, что в одной культуре может восприниматься как знак уважения, в другой может быть истолковано как неуместное поведение.

Однако специфика невербального общения существенно изменяется при переходе в медиaprостранство. Здесь ограничения, связанные с техническими возможностями и спецификой восприятия аудитории, накладывают свои отпечатки. Операторская работа, выбор ракурса, монтаж, используемые визуальные эффекты могут как усилить, так и исказить невербальные сигналы оратора. Например, крупный план позволяет подчеркнуть мимику и эмоциональное состояние, а общий план – продемонстрировать язык тела в целом. Использование статичных кадров может снизить эффективность невербальной коммуникации, в то время как динамичные планы, соответствующие ритму речи, усиливают восприятие. Важно отметить, что в медиасреде, в отличие от прямой коммуникации, невербальное общение часто подвергается режиссуре. Оператор, редактор и даже сам спикер могут искусственно подчеркивать или скрывать определённые невербальные сигналы для достижения определённого эффекта, что, безусловно, позволяет манипулировать восприятием аудитории, и поэтому критически важно обладать медиаграмотностью для адекватной

интерпретации информации, получаемой из телевизионных или видео-выступлений. Перейдем непосредственно к анализу невербального поведения Криса Андерсона.

1. Кинесика.

Мимика лица Андерсона, как правило, демонстрирует преобладание позитивных эмоций: лёгкая улыбка, поднятые брови, выражающие заинтересованность и доброжелательность (рисунок 1). Однако это не статичное выражение. В моменты, когда он затрагивает сложные или тревожные темы (например, обсуждая глобальные проблемы или неудачи в инновациях), мимика становится более сдержанной, возможно, появляются микровыражения сомнения или серьёзности, что свидетельствует о его способности к эмпатии и аутентичности в передаче информации. Такая вариативность мимики не только не снижает, а, напротив, повышает доверие аудитории, поскольку демонстрирует искренность и глубину его участия в обсуждаемой проблематике, соответствуя принципам «аутентичного лидерства» и «эмоционального интеллекта» в публичных выступлениях.

Жесты Андерсона функциональны и разнообразны. Он активно использует иллюстративные жесты, подкрепляющие и визуализирующие его словесные высказывания, делая их более понятными и запоминающимися (рисунок 1). Часто встречаются жесты-регуляторы, например, указательные жесты, направленные на упорядочивание информации или управление потоком беседы (например, переход к следующему спикеру или подведение промежуточных итогов). Примечательно, что жесты Андерсона не отвлекают от его речи, а гармонично с ней сочетаются, подчёркивая ключевые моменты и усиливая эмоциональное воздействие на аудиторию, что соответствует принципам эффективной публичной риторики. Движения не выглядят случайными; они точно скоординированы с речью и интонацией, что свидетельствует о тщательной подготовке и мастерстве публичных выступлений.

Поза Андерсона на сцене обычно открытая и расслабленная, что способствует установлению неформальной и дружеской атмосферы (рисунок 1). Он не демонстрирует закрытых поз (скрещенные руки, ноги), избегая визуального сигнала оборонительности или недоверия. Однако, в зависимости от контекста, поза может изменяться: в моменты задумчивости он может принять более созерцательную позу, слегка наклонив голову, в то время как во время энергичных частей лекции его поза становится более динамичной и выразительной. Движения тела Андерсона на сцене динамичны, но не чрезмерны. Он использует пространство сцены эффективно, не оставаясь на месте, но и не передвигаясь слишком много, что могло бы отвлечь аудиторию. Движения поддерживают ритм и темп речи, внося энергичность и живость в выступление. Таким образом, он балансирует между стабильностью и динамикой, создавая гармоничный и эффективный образ публичного спикера.



Рисунок 1 - Типичный пример кинесики Криса Андерсона (жест, поза, мимика)

DOI: <https://doi.org/10.60797/RULB.2025.63.3.1>

2. Проксемика.

Крис Андерсон, как правило, находится на расстоянии, которое можно охарактеризовать как «личное» — от одного до трех метров (рисунок 2). Это расстояние позволяет ему установить близкий контакт с аудиторией, создавая атмосферу доверия и вовлеченности. В контексте выступлений TED, где основное внимание уделяется идеям и инновациям, такая дистанция способствует восприятию информации слушателями. Установление визуального контакта, которое происходит в рамках этой дистанции, является важным фактором, способствующим созданию эмоциональной связи между спикером и аудиторией.



Рисунок 2 - Пример короткой дистанции Криса Андерсона с аудиторией
DOI: <https://doi.org/10.60797/RULB.2025.63.3.2>

Ориентация тела Андерсона также играет роль в невербальном поведении. Он часто стоит лицом к аудитории или во вполборота (рисунок 2), что создает ощущение открытости и доступности. Положение тела позволяет активно взаимодействовать с публикой, подчеркивая его уверенность и готовность к диалогу. Исследования показывают, что ориентация тела и проксемика могут значительно влиять на восприятие спикера. Когда спикер обращен к аудитории и использует открытую позу, это способствует созданию атмосферы доверия. В случае Криса Андерсона его способность поддерживать визуальный контакт и активно взаимодействовать с аудиторией делает выступления запоминающимися.

3. Паралингвистика.

Для проведения паралингвистического анализа были проанализированы 7 выступлений Криса Андерсона, включая как вступления к докладам спикеров TED, так и его собственные выступления на различных мероприятиях, связанных с TED.

Темп и ритм речи Андерсона характеризуются как умеренно быстрые. Он избегает монотонности, эффективно используя вариативность темпа для выделения ключевых моментов и создания динамики. Паузы в его речи чаще всего функциональны, используются для эмпатического усиления сказанного, создания драматической паузы перед важным заявлением или для перехода к новой теме. Количественный анализ показал, что в среднем на каждые 100 слов приходится 2-3 значимые паузы (более 0,5 секунды), которые не носят характер «заикания» и органично вписываются в контекст речи. Интонационные изменения выражены достаточно ярко, они служат для подчеркивания смысла высказывания, создания эмоционального окраса и удержания внимания аудитории.

Тон голоса Андерсона можно охарактеризовать как дружелюбный, но одновременно авторитетный. Он создает образ компетентного, уверенного в себе ведущего, который одновременно проявляет эмпатию к спикерам и аудитории. Отсутствие строгости в тоне голоса способствует формированию доверительной атмосферы, необходимой для эффективного коммуникативного взаимодействия на конференции, ориентированной на обмен идеями и знаниями. Тон голоса, с одной стороны, подчеркивает профессионализм и знание предмета, с другой – создает чувство комфорта и открытости, что крайне важно для привлечения широкой аудитории. С точки зрения имиджевого маркетинга, это можно охарактеризовать как умелое использование стратегии «мягкой силы» [2, С. 28].

Заполнение пауз звуками в выступлениях Андерсона встречается крайне редко – менее одной такой паузы на 200 слов, что свидетельствует о высокой степени подготовленности и владении речью. Редкое использование таких пауз не отрицательно влияет на восприятие речи; наоборот, это усиливает впечатление о его профессионализме и способности четко и уверенно выражать свои мысли.

4. Внешний вид.

Анализ фрагментарного материала (15 выступлений, выпущенных в период с 2018 по 2024 год) позволяет выявить лишь определенные тенденции, не претендуя на абсолютную полноту и объективность. Необходимо подчеркнуть, что оценка невербалики основывается на визуальном наблюдении и, следовательно, подтверждена субъективной интерпретации.

Внешний вид Криса Андерсона, как и его манера общения, строго подчинен формированию определенного имиджа: авторитетного, умного, но при этом доступного и дружелюбного куратора. Имидж напрямую связан с позиционированием TED как платформы для распространения идей и просвещения широкой аудитории. Стиль одежды Андерсона можно охарактеризовать как «смарт-кэжуал» с преобладанием элементов классического стиля (рисунок 3). Наблюдение за выступлениями показало устойчивость к определенным элементам гардероба: темные или приглушенных тонов костюмы, рубашки спокойных оттенков, иногда вязаные кардиганы. Данный выбор, с точки зрения имиджологии, указывает на стремление к созданию образа надежности, компетентности и сдержанной элегантности. Отсутствие ярких цветов и экстравагантных деталей способствует восприятию его как авторитетного эксперта, избегая отвлечения внимания аудитории от контента выступления.



Рисунок 3 - Типичный образ Криса Андерсона
DOI: <https://doi.org/10.60797/RULB.2025.63.3.3>

Прическа Андерсона – аккуратная, классическая стрижка — также вписывается в создаваемый им образ. Аксессуары, как правило, минималистичны: иногда — простые запонки или часы сдержанного дизайна. С точки зрения журналистики, такой выверенный визуальный образ создает «рамку доверия», необходимую для эффективного распространения информации. Аудитория TED, как правило, представляет интеллектуально развитую и достаточно критически мыслящую группу. Поэтому использование специфических социологических приемов в формировании имиджа Криса Андерсона, направленных на установление доверительных отношений с аудиторией, является целесообразным.

Обсуждение

Синтез результатов анализа невербального поведения Андерсона на протяжении многих лет ведения конференций TED демонстрирует целенаправленное использование кинесики и проксемики для формирования положительного имиджа. Манера держаться на сцене, характеризующаяся уверенной осанкой, открытой позой (избегание закрытых поз типа скрещенных рук), и контролируемые жестами, создает впечатление компетентности и авторитетности. Активное использование взгляда, направленного на аудиторию, а также мимические реакции, соответствующие контексту выступления (улыбка, легкое удивление, сосредоточенное внимание), способствуют установлению эмпатического контакта с публикой. Элементы невербальной коммуникации не являются случайными, а, скорее, результатом многолетней практики и осознанного формирования своего публичного имиджа. Андерсон демонстрирует высокий уровень паралингвистической компетентности – его тембр голоса, интонация, темп речи поддерживают динамику выступления и удерживают внимание аудитории.

Таким образом, ключевыми аспектами невербальной коммуникации Андерсона являются кинесика, проксемика и паралингвистика. Мимика демонстрирует позитивные эмоции и эмоциональную вовлеченность, а функциональные жесты не отвлекают от содержания, а дополняют его, улучшают восприятие и запоминаемость произносимого. Открытая и расслабленная поза Андерсона создает ощущение доступности и доверия, в то время как контролируемые дистанции усиливают связь с аудиторией и подчеркивают его уверенность. С точки зрения паралингвистики, умеренный темп речи, изменения интонации и редкое использование пауз акцентируют внимание на ключевых моментах и создают атмосферу диалога. Имидж Андерсона напрямую сформирован за счет невербальных особенностей, позволяющих узнавать авторский стиль выступлений спикера.

Заключение

Выводы исследования подтверждают значение невербального общения в формировании эффективного имиджа публичной персоны. Успех Андерсона как ведущего TED определяется не только качеством контента, представляемого спикерами, но и его способностью управлять собственным невербальным поведением, создавая атмосферу доверия, интереса и вовлеченности. Имидж как компетентного, спокойного, и в то же время приветливого ведущего формируется благодаря целенаправленному использованию невербальных сигналов. Более того, анализ имиджа Андерсона показывает глубокое понимание механизмов создания публичного образа и умелое их использование.

Перспективным является исследование динамики изменения его невербального стиля в течение нескольких лет, а также сравнительный анализ с другими успешными ведущими подобных мероприятий. Разработка специальных тренингов по управлению невербальными средствами коммуникации, основанных на анализе практики успешных публичных персон, таких как Крис Андерсон, может существенно повысить эффективность коммуникативной стратегии индивидов и организаций.

Конфликт интересов

Не указан.

Рецензия

Нурутдинова А.Р., Казанский (Приволжский) федеральный университет, Казань, Российская Федерация
DOI: <https://doi.org/10.60797/RULB.2025.63.3.4>

Conflict of Interest

None declared.

Review

Nurutdinova A.R., Kazan (Volga Region) Federal University, Kazan, Russian Federation
DOI: <https://doi.org/10.60797/RULB.2025.63.3.4>

Список литературы / References

1. Бурова Е.В. Анализ эффектов межличностного и персонального восприятия / Е.В. Бурова // Психология и педагогика: методика и проблемы практического применения. — 2010. — № 11-1. — С. 205–210.
2. Василенко И.А. Роль технологий «мягкой силы» в формировании имиджевой стратегии России / И.А. Василенко // Контуры глобальных трансформаций: политика, экономика, право. — 2015. — Т. 8, № 1. — С. 28–34.
3. Забарова И.В. PR-технологии формирования и продвижения имиджа медийной персоны / И.В. Забарова, О.Н. Макушева // Молодой ученый. — 2023. — № 19(466). — С. 230–232.
4. Иванова Е.А. Исследование невербальной коммуникации языковой личности / Е.А. Иванова // Вестник КСУ. — 2024. — URL: <http://vestnik.ksu.edu.ru/attachments/article/1231/ulanova-ee-vestnik-ksu-2024-1.pdf> (дата обращения: 07.12.2024).
5. Киселёва О.В. Формирование общественного мнения и способы манипулирования им в различных целях / О.В. Киселёва, Ю.Э. Науметова // Международный журнал экспериментального образования. — 2017. — № 6. — С. 91–95.
6. Кэмпбелл Д. Модели экспериментов в социальной психологии и прикладных исследованиях / Д. Кэмпбелл. — Москва : Прогресс, 1980. — 390 с.
7. Смирнов А.И. Формирование невербальной коммуникативной компетенции / А.И. Смирнов, Н.В. Власов // Вестник ВятГУ. — 2023. — URL: [http://vestnik43.ru/assets/mgr/docs/vyatsu/151\(1\)2024/12.-nizamutdinova.pdf](http://vestnik43.ru/assets/mgr/docs/vyatsu/151(1)2024/12.-nizamutdinova.pdf) (дата обращения: 07.12.2024).
8. Chris Anderson Speaker TED // TED. — URL: https://www.ted.com/speakers/chris_anderson_ted (accessed: 07.12.2024).
9. Küster D. Nonverbal behavior on the Internet: Focus on interactions with and through artificial agents and avatars / D. Küster, E. Krumhuber, A. Kappa // Social Psychology of Nonverbal Communication. — London : Palgrave Macmillan, 2015. — P. 272–302.
10. Matsumoto D. Cultural foundations of nonverbal communication / D. Matsumoto, H.K. Hwang // APA Handbook of Nonverbal Communication. — Washington, D.C. : American Psychological Association, 2016. — P. 77–101.
11. Patterson M.L. A systemic model of dyadic nonverbal communication / M.L. Patterson // J. Nonverbal Behavior. — 2019. — Vol. 43. — P. 111–132.

Список литературы на английском языке / References in English

1. Burova E.V. Analiz jeffektov mezhlichnostnogo i personal'nogo vosprijatija [Analysis of the effects of interpersonal and personal perception] / E.V. Burova // Psihologija i pedagogika: metodika i problemy prakticheskogo primenenija [Psychology and Pedagogy: Methods and Problems of Practical Application]. — 2010. — № 11-1. — P. 205–210. [in Russian]
2. Vasilenko I.A. Rol' tehnologij «mjagkoj sily» v formirovanii imidzhevoj strategii Rossii [The role of "soft power" technologies in shaping Russia's image strategy] / I.A. Vasilenko // Kontury global'nyh transformacij: politika, jekonomika, pravo [Outlines of Global Transformations: Politics, Economics, Law]. — 2015. — Vol. 8, № 1. — P. 28–34. [in Russian]
3. Zabarova I.V. PR-tehnologii formirovanija i prodvizhenija imidzha medijnoj persony [PR technologies for the formation and promotion of a media personality's image] / I.V. Zabarova, O.N. Makusheva // Molodoj uchenyj [Young Scientist]. — 2023. — № 19(466). — P. 230–232. [in Russian]
4. Ivanova E.A. Issledovanie neverbal'noj kommunikacii jazykovej lichnosti [Study of nonverbal communication of a linguistic personality] / E.A. Ivanova // Vestnik KSU [Bulletin of KSU]. — 2024. — URL: <http://vestnik.ksu.edu.ru/attachments/article/1231/ulanova-ee-vestnik-ksu-2024-1.pdf> (accessed: 07.12.2024). [in Russian]
5. Kiseleva O.V. Formirovanie obshhestvennogo mnenija i sposoby manipulirovanija im v razlichnyh celjah [Formation of public opinion and methods of manipulating it for various purposes] / O.V. Kiseleva, Yu.E. Naumetova // Mezhdunarodnyj zhurnal jeksperimental'nogo obrazovanija [International Journal of Experimental Education]. — 2017. — № 6. — P. 91–95. [in Russian]
6. Campbell D. Modeli jeksperimentov v social'noj psihologii i prikladnyh issledovanijah [Models of experiments in social psychology and applied research] / D. Campbel. — Moscow : Progress, 1980. — 390 p. [in Russian]
7. Smirnov A.I. Formirovanie neverbal'noj kommunikativnoj kompetencii [Formation of nonverbal communicative competence] / A.I. Smirnov, N.V. Vlasov // Vestnik VjatGU [Bulletin of VyatSU]. — 2023. — URL: [http://vestnik43.ru/assets/mgr/docs/vyatsu/151\(1\)2024/12.-nizamutdinova.pdf](http://vestnik43.ru/assets/mgr/docs/vyatsu/151(1)2024/12.-nizamutdinova.pdf) (accessed: 07.12.2024). [in Russian]
8. Chris Anderson Speaker TED // TED. — URL: https://www.ted.com/speakers/chris_anderson_ted (accessed: 07.12.2024).
9. Küster D. Nonverbal behavior on the Internet: Focus on interactions with and through artificial agents and avatars / D. Küster, E. Krumhuber, A. Kappa // Social Psychology of Nonverbal Communication. — London : Palgrave Macmillan, 2015. — P. 272–302.
10. Matsumoto D. Cultural foundations of nonverbal communication / D. Matsumoto, H.K. Hwang // APA Handbook of Nonverbal Communication. — Washington, D.C. : American Psychological Association, 2016. — P. 77–101.
11. Patterson M.L. A systemic model of dyadic nonverbal communication / M.L. Patterson // J. Nonverbal Behavior. — 2019. — Vol. 43. — P. 111–132.