

# Аутопсия кампании Хиллари: как победил Трамп

## Политтехнологический анализ выборов президента США

Первая часть  
Сокращённый вариант



Декабрь 2016

## Содержание

Содержание .....	2
Авторский коллектив .....	4
Сценарное программирование избирательных кампаний .....	5
Контекст кампании .....	6
Кампания Хиллари .....	8
Кампания Трампа .....	12
10 мифов о выборах президента США в 2016 году .....	17
МИФ №1. Выборы – полный провал социологов .....	17
МИФ №2. Беспрецедентно низкая явка на выборах .....	20
МИФ №3. Низкая явка сыграла на руку Трампу .....	21
МИФ №4. Клинтон проиграла из-за низкой явки афроамериканцев .....	22
МИФ №5. Команда Трампа не вела полевой работы .....	26
МИФ №6. Письма главы ФБР Коми – главная причина поражения Клинтон .....	29
МИФ №7. Влияние русских хакеров и повсеместная фальсификация .....	31
МИФ №8. Сандерс победил бы Трампа .....	33
МИФ №9. Трамп победил благодаря «fake news» .....	35
МИФ №10. Выборы выиграла Cambridge Analytica и Big Data .....	37
Основные факторы, повлиявшие на итог президентских выборов в США .....	38
«Демократы Рейгана» .....	38
Переоценка командой Клинтон гендерного фактора, недооценка расово-этнического .....	44
Ошибка команды Клинтон по поводу единства латиноамериканцев .....	48
Нацеленность кампании Трампа на снижение активности среди цветных .....	54
Фактор Сандерса .....	55
Трамп – надежда на изменения .....	57
Размытость сигналов и лозунгов у Клинтон, четкость и простота сигналов Трампа .....	59
Активность Трампа в социальных сетях .....	61
Трамп более активно ездил по стране .....	62
«Ржавый пояс» .....	64
Трамп победил в сельской местности .....	69
Недовольство Обамасаре .....	73
Недоверие избирателей к мейнстримным СМИ .....	75
Приложение 1 .....	77

Влияние Демократического Национального Комитета на праймериз в пользу Хиллари Клинтон.....	77
Примеры участия членов ДНК в кампании в поддержку Хиллари Клинтон.....	79
<b>Демократический конвент в Неваде</b> .....	79
<b>Участие членов ДНК в фандрайзинге в пользу Клинтон</b> .....	79
<b>Суперделегаты</b> .....	79
<b>Недопущение представителей Сандерса к подготовке и проведению Конвента</b> .....	80
Другие случаи препятствования кампании Сандерса.....	80
<b>Выборы в Нью-Йорке</b> .....	81
<b>Выборы в Калифорнии</b> .....	82
<b>Выборы в Массачусетсе</b> .....	82
<b>Выборы в Пуэрто-Рико</b> .....	83
<b>Выборы в Кентукки</b> .....	83
<b>Выборы в Иллинойсе</b> .....	83
Приложение 2. Анализ ресурсов кандидатов в президенты США.....	85
Приложение 3. Бюджеты основных кандидатов.....	86
Хиллари Клинтон.....	89
Дональд Трамп.....	94
Общие итоги.....	99
Приложение 4. 20 цифр о выборах-2016.....	102

Данный доклад основан на анализе открытых данных (материалов СМИ, аккаунтов американских политиков в социальных сетях, агитационных материалов партий и кандидатов), включенном наблюдении в избирательные кампании в США, начиная с 2012 года, и серии экспертных интервью с американскими политиками и политконсультантами (всего более 200 интервью за указанный период).

Кампания 2016 года по выборам президента США оказалась одной из наиболее сложных для анализа и интерпретации. Вокруг нее уже сложилось большое количество мифов (см. раздел «10 мифов о выборах президента США»), авторами которых стали в том числе и члены команд кандидатов, особенно проигравшая сторона. Кроме того, специфика североамериканской избирательной системы не позволяет сразу по завершению кампании получить корректные данные по явке избирателей и реальным затратам кандидатов (учитывая тот факт, что финансирование кампании может вестись не только через официальные предвыборные фонды).

Поэтому авторам доклада пришлось провести огромную работу по проверке информации, которая транслировалась медиа и/или исходила от членов команд кандидатов.

Победа кандидата, который существенно уступал по ресурсам, в первую очередь финансовым, своему оппоненту, в условиях противостояния административной машине и мейнстримным средствам массовой информации, является поучительной для других стран. Изучение Brexit-эффекта, который проявился в 2016 году не только на этих выборах, становится важнейшей задачей для политических консультантов и политиков всего мира.

Анализ ошибок команды Клинтон и технологий протестной кампании, использованных Трампом, может стать полезным в том числе и для российских политиков.

В описании данной кампании мы основываемся на авторской концепции сценарного программирования политических кампаний, разработанной командой «Минченко консалтинг».

### **Авторский коллектив**

- Евгений Минченко (руководитель проекта)
- Владимир Корнилов
- Николай Пахомов
- Кирилл Петров

## Сценарное программирование избирательных кампаний

Под сценарием кампании мы понимаем:

динамично меняющееся представление избирателей о шансах участников выборов, их целевых группах, силах, которые за ними стоят, целях и используемых средствах.

Цель политика и его команды - управление всей кампанией в целом, а не только кампанией кандидата или партии.

Инструментами сценарного программирования выступают:

- Аккумуляция ресурсов и балансировка ресурсов оппонентов;
- Создание разнообразных коалиций поддержки – в элитах, конкретных целевых группах, медийном и экспертном сообществе;
- Архетипическое наполнение образа кандидата, создание «конкурентной линейки архетипов»;
- Управление драматургией кампании;
- Разработка региональных субстратегий и их реализация.

В качестве базовых элементов кампании мы выделяем:

- Образ кандидата. Выявление сильных и слабых мест. Переформатирование слабых сторон в нейтральные или сильные;
- Выделение целевых групп (территориальных, социально-демографических и т.д.);
- Правила игры и тайминг;
- Ресурсы;
- Формирование обоймы кандидатов;
- Сценарий;
- Повестка дня – основные темы кампании, конструирование и интерпретаций событий в рамках этой повестки;
- Каналы доставки;
- Spin – интерпретация событий и обвинений в свой адрес в рамках своей повестки дня. Оперативное реагирование;
- Мобилизация – привод своих сторонников на участки.

## Контекст кампании

На протяжении последних лет социологи фиксируют пессимизм американцев по поводу общего положения дел в стране и недоверие политикам. По состоянию на конец сентября 2016 года 63 процента граждан<sup>1</sup> считали, что страна движется в неправильном направлении, за последние годы были моменты, когда этот показатель превышал 75 процентов. 56 процентов<sup>2</sup> американцев думают, что их дети будут жить хуже, чем они живут сейчас.

В чем же причина этого пессимизма? Граждане наблюдают отсутствие результатов деятельности политиков по проблемам, которые их волнуют (межрасовые отношения, стагнация доходов, сокращение рабочей силы в результате сокращения спроса на неё из-за особенностей нынешней американской экономики, удорожание высшего образования и медицинской страховки, старение инфраструктуры, рост террористической угрозы, сокращение возможностей США в международных делах). При этом СМИ активно освещают склоки представителей двух основных партий, блокирующие государственное управление. За время президентства Обамы это привело к тяжёлому принятию реформы системы здравоохранения, в процессе чего была серьёзно выхолощена её суть.

На протяжении нескольких лет не было полноценного обсуждения и принятия бюджетов, которые фактически автоматически продлевались с использованием специальной формулы. Провалились попытки иммиграционной реформы и сокращения бюджетных расходов. Не было принято действенных мер для предотвращения массовых расстрелов и столкновений на расовой почве. Начала обсуждаться возможность государственного дефолта. В 2013 году на две недели в октябре была остановлена работа большинства бюджетных учреждений, так как не были выделены средства на их финансирование. В настоящий момент пустоует одно место в Верховном суде.

Республиканцы и демократы винят друг друга в происходящем. Неудивительно, что в такой обстановке недовольство граждан распространяется на политиков в целом. Согласно данным опросов, которые регулярно проводит служба Gallup, уровень доверия граждан к ключевым институтам американского общества остается рекордно низким. В июне 2016 года вышли данные, согласно которым только 9 процентов<sup>3</sup> американцев доверяют Конгрессу. Причем, за 10 последних лет этот показатель упал на 10 пунктов. Доверие институту Президента США в 2016 году составило 36%. Но при этом, согласно данным Pew Research Center<sup>4</sup>, только 20 процентов доверяют властям в целом, более половины высказывается за то, чтобы нынешних чиновников и политиков заменили простые люди. 60 процентов граждан высказываются за значительную реформу системы управления. Все эти настроения обусловили массовую поддержку кандидатуры Трампа, провозгласившего себя политиком по неволе, вынужденным участвовать в выборах, чтобы решить проблемы страны и обещавшего «осушить» Вашингтонское «болото»<sup>5</sup>.

<sup>1</sup> [http://www.realclearpolitics.com/epolls/other/direction\\_of\\_country-902.html](http://www.realclearpolitics.com/epolls/other/direction_of_country-902.html)

<sup>2</sup> <http://money.cnn.com/2016/01/28/news/economy/donald-trump-bernie-sanders-us-economy/>

<sup>3</sup> <http://www.gallup.com/poll/1597/confidence-institutions.aspx>

<sup>4</sup> <http://www.npr.org/2015/11/23/457063796/poll-only-1-in-5-americans-say-they-trust-the-government>

<sup>5</sup> <http://dailycaller.com/2016/10/23/trumps-seven-point-plan-to-draintheswamp/>

Также важно отметить, что американская партийно-политическая система имеет несколько институциональных особенностей, которые сегодня способствуют параличу государственного управления, не способного решить проблемы страны, что вызывает ещё большее недовольство избирателей. Ряд этих особенностей (двухпартийность, независимые друг от друга президент и Конгресс, сильные географические и демографические базы партий и т.д.) требуют компромиссов для осуществления государственного управления. Однако за последние несколько десятилетий наблюдается рост исключительной компромиссы поляризации как на массовом уровне, так и среди политиков.

Растёт степень голосования по партийной принадлежности, снижается так называемое раздельное голосование, когда избиратели на разных выборах голосуют за представителей разных партий. 27 процентов<sup>6</sup> демократов и 36 процентов республиканцев считают другую партию угрозой для нации. Американцы стремятся поселиться в районах, где живут люди их политических убеждений, сокращаются бытовые контакты между носителями разных политических взглядов. Сформировалось резко негативное отношение к политическим компромиссам, о политиках судят не по результатам их законодательной или управленческой деятельности, а по тому, насколько они последовательны идеологически.

Два деструктивных процесса происходят одновременно, фактически усиливая воздействие друг друга. С одной стороны, из-за отсутствия управленческих компромиссов растёт число нерешённых проблем, из-за чего растёт недовольство населения. С другой стороны, одним из результатов этого недовольства становится обновление корпуса выборных политиков за счёт деятелей, выдвинутых радикалами и исключаящих любые компромиссы. Соответствующим образом это недовольство и выплеснулось на праймериз перед президентскими выборами 2016 года – два кандидата, представляющие и протестные настроения, и радикальные взгляды основного электората праймериз, выступили неожиданно сильно, ошеломив истеблишмент Республиканской и Демократической партий.

---

<sup>6</sup> <http://www.people-press.org/2014/06/12/political-polarization-in-the-american-public/>

## Кампания Хиллари

В мае 2015 года мы провели анализ сильных и слабых сторон Хиллари Клинтон как кандидата<sup>7</sup>.

<b>Хиллари Клинтон</b>	
<b>Сильные стороны</b>	<b>Слабые стороны</b>
Самый высокий рейтинг из всех демократических кандидатов	Не столь важно за 2 года до выборов
Способна привлекать часть электората и финансовой базы республиканцев	Может оттолкнуть радикалов
Опыт (в Белом доме с Биллом, сенатор, госсекретарь, видный деятель партии)	Возраст (в год выборов будет 69 лет). Проблемы со здоровьем?
Была успешна в политическом плане на посту госсекретаря (сохраняя лояльность Обаме, смогла от него отстроиться)	Внешняя политика при Х. Клинтон не была успешной. Инцидент в Бенгази (гибель американского посла) и возможное развитие этого сюжета
«Привита» от обвинений	Большое количество негативного нарратива
Уже собрала достаточные финансы для праймериз. Без проблем соберет и на кампанию	Обвинения в коррумпированности и близости к Уолл-стрит
Разветвленная сеть сторонников и обязанных ей и Биллу людей по стране	Репутация «кандидата от истеблишмента», что не очень хорошо для кандидата от «партии среднего класса»
Большой опыт участия в выборах	И большой опыт поражений и упущенных шансов. Те, кто участвовали в первых совещаниях ее новой президентской кампании, с огорчением говорят, что она не извлекла уроков из своего поражения в 2007-2008
Наличие организационного ресурса. Возможность получения ресурса оргструктуры Обамы	Источники в Демпартии говорят о возможном саботаже
Традиционно высокая поддержка среди черных и женщин	Риск политических назначений в кампанию. В 2008 году политические назначенцы создали ей проблемы на праймериз

<sup>7</sup> [http://minchenko.ru/analitika/analitika\\_49.html](http://minchenko.ru/analitika/analitika_49.html)



Апелляция к президентству Билла, когда создавались рабочие места	Аргумент о том, что это «покупка два в одном» и что впервые за всю историю США президент, уже отработавший 2 срока, фактически снова вернется в Белый дом
Женщина	Обвинения в неискренности и истеричности
Сильные волевые качества	Обвинения в авторитарности

Можно сказать, что большую часть этих проблем команда Клинтон понимала и предпринимала меры по минимизации рисков.

С точки зрения межэлитных коммуникаций семья Клинтонов продемонстрировала высочайший пилотаж. Несмотря на очень непростые отношения с президентом Бараком Обамой и его командой, Клинтонам удалось путем переговоров добиться отказа от выдвижения на праймериз потенциально сильных кандидатов, из которых наиболее опасными представлялись вице-президент Джо Байден и сенатор Элизабет Уоррен. Хиллари удалось в негласном противостоянии с командой президента добиться переизбрания на пост мэра Чикаго Рама Эмануэля. Ответные удары путем утечек в СМИ негативной информации относительно Хиллари прекратились в тот момент, когда Обаме стало понятно, что альтернативного Хиллари кандидата внутри партии нет, и ему придется сделать ставку на нее как хранителя его «наследия». Начиная с весны 2015 года, ресурс Демократической партии и, в меньшей степени, лично Обамы начал работать на победу Клинтон. С точки зрения экономических элит Клинтон стала практически консенсусным кандидатом для бизнеса.

Команда Хиллари позиционировала ее как самого опытного кандидата с высоким уровнем поддержки, наибольшими финансовыми и организационными возможностями, практически гарантированного победителя этой кампании, «первую женщину-президента», в связи с чем избиратели, особенно их женская часть, должны испытывать энтузиазм. Понимая слабость Клинтон как кандидата, ее команда пыталась представить голосование за нее как голосование за принципы и ценности и присоединение к доминирующей в обществе группе.

Появления Хиллари в СМИ и на публике старательно режиссировались, она избегала интервью, управление социальными сетями было передано ее команде (иногда в ее аккаунтах даже писали о ней в третьем лице).

Относительно низкая активность кандидата компенсировалась волной поддержек (endorsements) со стороны представителей политической, творческой и бизнес-элиты, а также СМИ.

В качестве базовых целевых групп были выбраны меньшинства (расовые и сексуальные), поддержка которыми кандидата от Демократической партии воспринималась как сама собой разумеющаяся, и женщины.

Основным принципом сценария кампании команды Клинтон стал: «Если не можешь стать сильным, побеждай слабого». В качестве конкурентов на праймериз были отобраны губернатор Мэриленда Мартин О'Мэйли и 74-летний сенатор от Вермонта Берни Сандерс. О'Мэйли не скрывал, что использует участие в праймериз исключительно для повышения своей известности и достаточно быстро сошел с дистанции. Однако Сандерс, который

воспринимался как удобный спарринг-партнер для Хиллари, неожиданно начал набирать обороты. За счет репутационного капитала (восприятия как честного и последовательного политика, бессеребренника), ораторского таланта, радикальной риторики, критики истеблишмента, активного использования фандрайзинга в сети и аккаунтов в социальных сетях он неожиданно стал кумиром молодежи. Будучи единственным оппонентом Клинтон, он конвертировал ее антирейтинг в собственный рейтинг.

В итоге руководство Демократической партии вынужден было прибегать к разнообразным манипуляциям, чтобы ослабить шансы Сандерса. В частности, дебаты с его участием назначались на выходные, чтобы на них пришло меньше людей. Организационная структура партии работала исключительно на Хиллари, предоставив в ее распоряжение свой аппарат и базы данных. Были обнародованы многочисленные факты подтасовки голосов на праймериз в отдельных штатах и противодействия участию представителей Сандерса в организации съезда партии (подробнее см. в приложении). Утечки «Викиликс» из Демократического Национального Комитета лишь подтвердили эти данные, но отнюдь не стали громом с ясного неба.

В то же время фактическая предрешенность победы Клинтон на праймериз демократов, подстрахованная системой так называемых «суперделегатов» (делегатов съезда партии по должности), сослужила ей дурную службу. Кандидаты от Республиканской партии, уже начиная с апреля 2015 года, сосредоточили свой огонь на ней. В течение полутора лет с этого момента антирейтинг Клинтон неуклонно рос, перейдя планку в 50 %.

Поэтому главной надеждой штаба Клинтон было выйти на финише кампании на противостояние с кандидатом, антирейтинг которого был еще выше, - Дональдом Трампом.

В американской политической элите курсируют слухи о том, что на старте кампании Трамп обсуждал свое выдвижение в президенты и получил горячее одобрение со стороны семьи Клинтонов, поскольку они надеялись, что он усилит разлад в и так уже дезорганизованном лагере республиканцев. Штаб Клинтон подыгрывал Трампу в ходе республиканских праймериз, рассчитывая на то, что такой антисистемный «Пестрый флейтист» (Pied Piper) никогда не получит большинство голосов<sup>8</sup>. Они намеренно координировали и усиливали атаки демократических СМИ на Трампа, чтобы он выглядел самым опасным для Демпартии кандидатом и звездой республиканских праймериз.

Ставка на антирейтинг оппонента определила рисунок кампании Клинтон. Слоган «Вместе сильнее» был антитезой образу политика-одиночки Трампа. Команда Клинтон и мейнстримные СМИ атаковали миллиардера как «сексуального хищника», неопытного и некомпетентного новичка в политике, врага меньшинств и беспринципного хама. База его поддержки описывалась как безграмотные провинциалы и неудачники (deplorables), расисты, ксенофобы, сторонники радикально правых взглядов и Ку-клукс-клана.

В то же время в отношении атак на саму Клинтон (относительно скандала с использованием неавторизованного сервера во время работы госсекретарем, получения денег от иностранных правительств, подтасовок на праймериз, сексуальной распущенности ее мужа, проблем с состоянием здоровья) была выбрана тактика забалтывания, отказа от

---

<sup>8</sup> <http://www.breitbart.com/big-government/2016/12/15/forget-russia-hillarys-campaign-conspired-elevate-trump/>

ответов по существу и переключения внимания. Это была одна из основных ошибок. Активность республиканских СМИ и обсуждение в социальных сетях нельзя было игнорировать. В частности, перевод дискуссии о нечестной игре против Сандерса в русло обсуждения «русских хакеров», якобы пытающихся повлиять на исход выборов в США, сопровождался поощрением тех людей, которые допустили злоупотребления, - в частности, бывшая глава ДНК Дэбби Вассерман-Шульц заняла высокую позицию в штабе Клинтон, а затем получила поддержку партии на выборах в Конгресс.

Чрезмерная уверенность в своей победе спровоцировала команду демократов на экспансию в традиционно республиканские штаты (Аризона, Техас, Джорджия, Миссури) в ущерб защите своих цитаделей (таких, как Висконсин и Мичиган), а также на накачку поддержки в и без того гарантированных штатах (например, в родном для Клинтон Иллинойсе, выиграть который с большим отрывом казалось «делом чести»). Клинтон нужна была не просто победа, а триумфальная победа, разгром.

Другой стороной накачки электабилити (уверенности в высокой вероятности победы Клинтон) стало снижение мотивации на явку ее избирателей и более высокая мотивация сторонников Трампа. Более того, можно предположить, что части протестных избирателей, для которой Трамп был неприемлемым на посту президента, представление о его низких шансах на победу становилось индульгенцией на демонстрацию своего безопасного в этом случае протеста против власти.

Образ Клинтон как фаворита кампании мотивировал других игроков включаться в ее поддержку, чтобы продвинуть свою повестку дня. Республиканские консультанты утверждают, что, в частности, активная кампания в поддержку Клинтон со стороны сторонников Planned Parenthood (в том числе и права женщины на аборт), сторонников принудительного внедрения в школах отдельных туалетов для трансгендеров и тому подобных неоднозначных инициатив, оттолкнули от Хиллари ту часть религиозных женщин, которые были возмущены поведением Трампа, но в то же время считали защиту «права на убийство детей» большей угрозой. В ряде случаев демократы использовали чрезмерный эпатаж, как, например, в случае выдвижения в Сенат в таком глубоко консервативном штате, как Юта, трансгендера.

Переход на сторону Клинтон ряда представителей республиканского истеблишмента, в том числе некоторых членов династии Бушей, который ряд демократических консультантов считал большой удачей, на самом деле, в условиях высокого недоверия избирателей ко всей правящей элите, усилил позиции Трампа как кандидата, противостоящего истеблишменту и действительно настроенного на то, чтобы «осушить вашингтонское болото».

Мобилизационная машина Демократической партии в целом показала свою высокую эффективность. За Клинтон проголосовало на 2,8 миллиона избирателей больше, чем за кандидата республиканцев. Однако неверное распределение усилий между штатами привело к победе Трампа по голосам выборщиков.

## Кампания Трампа

В отличие от Хиллари Клинтон, Дональд Трамп имел «план Б», о чем он сам недавно рассказал в интервью. Он исходил из того, что шансы на победу невелики, однако в случае выигрыша приз велик, а в случае проигрыша он все равно получает дивиденды в виде резкого повышения своего статуса как экс-кандидата в президенты и роста международной известности, что позитивно повлияет на стоимость бренда. Это объясняет и то, что Трамп инвестировал в кампанию значительно меньше денег, чем обещал изначально, и то, что за несколько дней до выборов он мог позволить себе прервать кампанию для того, чтобы лично принять участие в открытии своего нового отеля в Вашингтоне.

Подобное ощущение свободы позволяло эксцентричному миллиардеру, который, тем не менее, имел стройную систему взглядов<sup>9</sup>, вести себя расслабленно в ходе кампании и позволять себе то, что никогда не позволил бы себе профессиональный политик.

С точки зрения обоймы игроков Трампу сыграло на руку обилие на республиканских праймериз кандидатов, которые по своим имиджевым характеристикам дублировали друг друга:

- несколько «крепких хозяйственников» - действующих и бывших губернаторов (Джеб Буш, Скотт Уокер, Джон Кейсик);
- несколько религиозных консерваторов (Майк Хакаби, Бен Карсон, Скотт Уокер, Тэд Круз);
- несколько молодых сенаторов (Рэнд Пол, Тэд Круз, Марко Рубио), причем одногодки Круз и Рубио еще и конкурировали в номинации «представитель кубинской общины».

Трампа никто из них не воспринимал как опасного конкурента. Поэтому основная борьба была межвидовой. Кандидаты размещали негативные ролики друг о друге, приберегая Трампа на финиш как наиболее комфортного оппонента в силу его высокого антирейтинга.

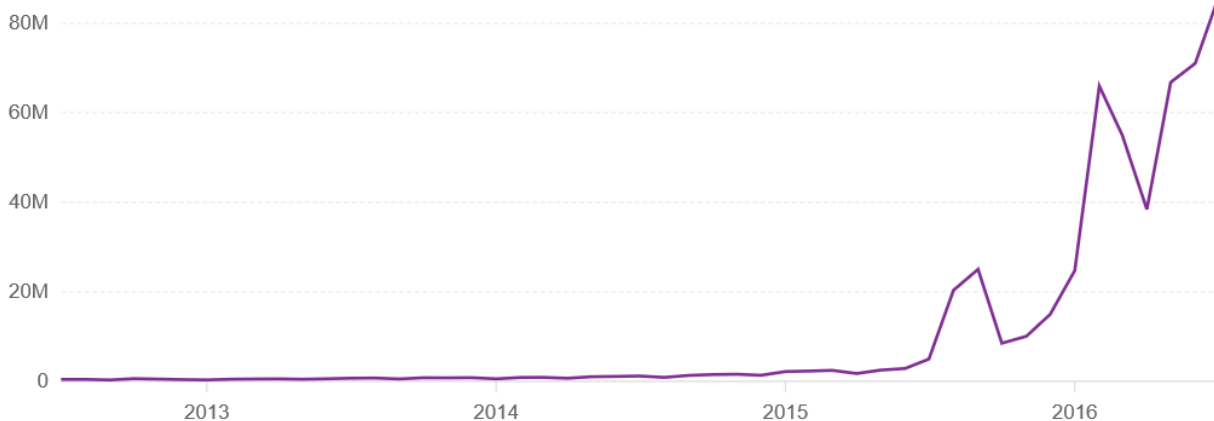
В этих условиях у Трампа было уникальное позиционирование – человека не из политики, но при этом со 100-процентной узнаваемостью, опыт шоумена, обладающего уникальным талантом привлечения внимания СМИ.

На начальной стадии кампании Трамп сознательно выбрал «партизанскую» тактику привлечения внимания традиционных СМИ, постоянно генерируя провокационные поводы. Поэтому, не прибегая изначально к проплаченной рекламе, он постоянно наращивал количество упоминаний о нем в СМИ – чаще всего негативных. В июле 2016 года число его упоминаний в СМИ достигло 86,2 млн.

---

<sup>9</sup> см., в частности, книгу Кирилла Бенедиктова «Черный лебедь». М., ИСЭПИ, 2016

### Media Mentions



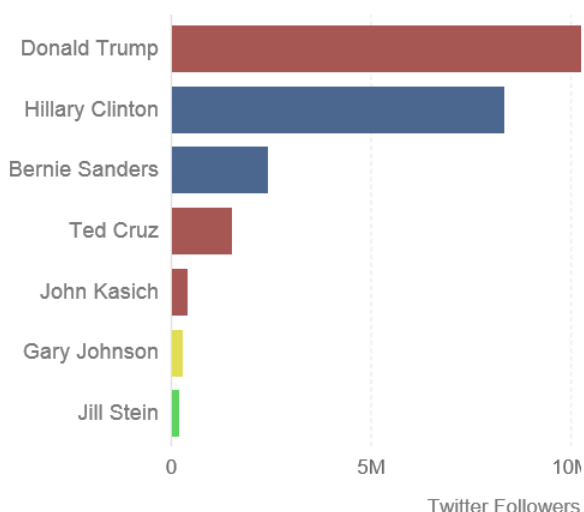
Источник: InsideGov

Одной из проблем Трампа являлось восприятие его как аморальной персоны. По данным опроса Квиннипэкского университета, 46% избирателей сказали, что Клинтон имеет более высокие моральные стандарты, лишь 37% назвали Трампа.

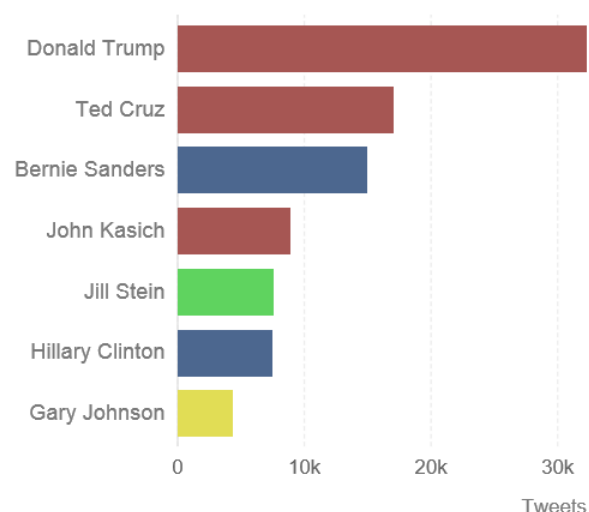
Трамп активно и давно использовал социальные сети для собственной раскрутки. Генерируя по 15-20 твитов в день, он к августу 2016 г. написал почти 33 тыс. твитов, набрав 10,9 млн. читателей и значительно опередив по данным показателям всех участников кампании. Он сам называет себя «Эрнестом Хэмингуэем 140 знаков».

### Twitter Comparison

#### Number of Followers by Candidate



#### Number of Tweets by Candidate



Источник: Twitter/InsideGov

Чуть менее активно им был задействован Фейсбук, хотя и в этой сети он намного опережал своих конкурентов по популярности. Еще в октябре 2015 г. у Трампа было 4 млн. лайков, в июле 2016 г. – 8,7 млн.

В ходе кампании на праймериз Трамп нарушил почти все известные правила поведения кандидата:

- Отказался от переговоров с местными элитами и функционерами партии о поддержке;
- Отказался от использования социологических опросов, баз данных, Big data и микротаргетинга;
- При выборе СМИ ориентировался не на целевые аудитории, а исключительно на величину аудитории;
- Публично отказался от фандрайзинга, заявив, что “гуляет на свои” (правда, вскоре выяснилось, что это лукавство);
- Отвечал на любые обвинения в свой адрес;
- Вступал в публичные конфликты с инвалидами, ветеранами, семьей погибшего героя войны, женщинами, популярными телеведущими, оскорбил жену своего оппонента и т.д.;
- Сделал ставку на привод новых избирателей, которые ранее не участвовали в праймериз.

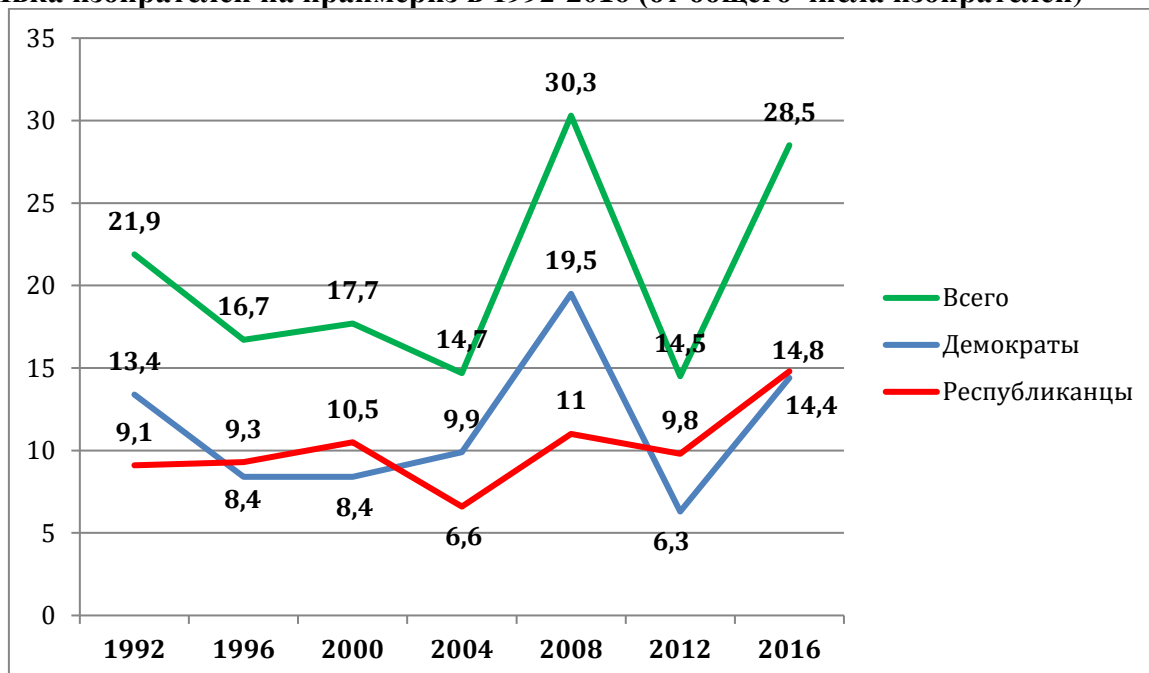
Оправдание подобного поведения был образ искреннего человека, который называет вещи своими именами, говорит, “как есть”, выражает боль и чаяния простого человека.

Базовыми аудиториями стали белые рабочие и религиозные консерваторы. Рабочим Трамп обещал прекратить незаконную миграцию, вернуть в США рабочие места и обеспечить защиту их интересов, религиозным консерваторам – возврат к традиционным ценностям.

В качестве несущего проекта, помимо медиатроллинга и использования социальных сетей, которые в значительной степени также были инструментами создания информационных поводов для традиционных СМИ, Трамп избрал массовые встречи с избирателями, которые охотно приходили посмотреть на звезду телеэкрана. По утверждению членов его команды, уже к июлю 2016 года его встречи посетило больше людей, чем встречи с Бараком Обамой за весь электоральный сезон 2007-2008 года, когда будущий президент воспринимался как рок-звезда и имел огромную армию фанатов.

Эта тактика позволила Трампу набрать рекордное для республиканского кандидата количество избирателей на праймериз (14 миллионов и почти 45 % от явки) и обеспечить рекордный процент явки (почти 15 %).

### Явка избирателей на праймериз в 1992-2016 (от общего числа избирателей)



\*Суммы явки в праймериз за демократов и республиканцев не совпадают с общей суммой в США в связи с тем, что в некоторых штатах не проводились праймериз той или иной партии.

Отставание от Хиллари по финансам и медиа Трамп компенсировал за счет нескольких факторов:

- провоцирование конфликтов с мейнстримными медиа, уровень доверия к которым в ходе кампании постоянно снижался. Часто рекламу против Трампа и за Трампа было сложно отличить – она транслировала один месседж;
- опора на свою небольшую медиа-империю – сайт Breitbart, возглавляемый руководителем кампании Трампа на последнем этапе Стивом Бэнноном;
- работу с локальными медиа, где перевес демократов был не так велик;
- работа с социальными сетями и праворадикальными форумами.

Нехватку организационного ресурса и саботаж со стороны ряда республиканских губернаторов (Кейсик в Огайо, Сандоваль в Неваде) и полевых структур партии, штаб Трампа компенсировал:

- взаимодействием с несколькими губернаторами, которые таки решились ему помочь (Флорида, Висконсин, Мичиган);
- координацией с кандидатами в Сенат. На этом фоне удалось выстроить отношения с Республиканским Национальным Комитетом и его главой Райнсом Прибусом;
- летучими группами полевых сотрудников;
- уже упомянутыми массовыми встречами с избирателями;
- сетями религиозных консерваторов;
- опорой на спонтанно возникающие ячейки на местах.



Стоит отметить, что на финальной стадии кампании штабу Трампа удалось одержать две не очень заметных, но важных внутренних победы:

- Первая победа. Штаб получил контроль над Twitter-аккаунтом кандидата, что снизило риски новых ненужных конфликтов, которые могли быть спровоцированы единственным твитом.

- Вторая победа. Трампа убедили не делать резких незапланированных заявлений на дебатах с Хиллари Клинтон. На первых дебатах это вылилось в некоторую неуверенность кандидата, который старался четко придерживаться сценария, но это было гораздо лучше, чем свалиться в непредсказуемость. Как говорил один из республиканских консультантов, «У Трампа простая задача на дебатах – просто выглядеть нормальным и ничего не ляпнуть, чтобы не отпугнуть колеблющихся избирателей». И в этом смысле оценки респондентов опросов, кто выиграл дебаты, особого значения не имели. Потому что реальные критерии сводились и всегда сводятся не к тому, кто кого переспорил, а к тому, удерживает политик свой базовый образ или нет и насколько убедительно он его транслирует.

Также к удачам штаба Трампа можно отнести:

- Выбор кандидата в вице-президенты. Спокойный, сдержанный, консервативный губернатор Индианы Майкл Пенс хорошо оттенял взрывного Трампа, в отличие от скользкого и демагогичного running mate Хиллари – сенатора от Вирджинии Тима Кейна, который только усиливал ее антиобраз;

- Качественный Spin (парирование и изменения отношения) атак на кандидата. В ответ на обвинения в сексуальной распущенности Трамп организовал пресс-конференцию женщин, которые обвинили Билла Клинтона в домогательствах и даже изнасилованиях. Ответ Хиллари, что это она баллотируется, а не Билл, был явно недостаточным, поскольку было понятно, что Хиллари в Белом доме – это «покупка два в одном». Кроме того, Хиллари в этих историях выглядела как соучастница своего мужа, оказывавшая давление на его жертв.

- Отработка темы Трампа как «противника женщин и меньшинств». Значимая роль в кампании Трампа Бена Карсона (выходца из черного гетто, ставшего всемирно известным нейрохирургом) в значительной степени снижала остроту этой темы. При этом в кампании Клинтон было использовано много черных звезд спорта и шоу-бизнеса, но не было сопоставимых с Карсоном фигур. Назначение официальным главой штаба Трампа Киллианы Конноуэй (первой в истории США руководительницы президентской избирательной кампании) ставило под вопрос женоненавистничество республиканского кандидата. На последних встречах Трампа с избирателями практический всегда Конноуэй стояла на сцене у него за спиной, демонстрируя женскую часть команды;

- Использование темы «нечестных выборов», которая мотивировала сторонников партии прийти на участки.

Последнюю неделю кампании штаб Хиллари инерционно «докатывался до неизбежной победы» и жил в ожидании банкета и распределения постов.

В то же время штабисты Трампа и сам кандидат, которые считали, что у них в лучшем случае один шанс из десяти и которым нечего было терять, боролись до последнего. И этот настрой «последнего и решительного боя» энергетически транслировался и их избирателям.



## 10 мифов о выборах президента США в 2016 году

**МИФ №1. Выборы – полный провал социологов**

**МИФ №2. На этих выборах была беспрецедентно низкая явка**

**МИФ №3. Низкая явка сыграла на руку Трампу**

**МИФ №4. Клинтон проиграла из-за низкой явки афроамериканцев**

**МИФ №5. Команда Трампа не вела полевой работы**

**МИФ №6. Письма главы ФБР Коми – главная причина поражения Клинтон**

**МИФ №7. Влияние русских хакеров и повсеместная фальсификация**

**МИФ №8. Сандерс, будь он кандидатом от демократов, победил бы Трампа**

**МИФ №9. Трамп победил благодаря «fake news»**

**МИФ №10. Выборы выиграли Cambridge Analytica и Big Data**

**МИФ №1. Выборы – полный провал социологов**

Общепризнанное мнение в первые дни после неожиданного результата выборов заключалось в том, что американские социологи потерпели сокрушительное поражение, поскольку практически никто не смог предсказать результат.

Однако в общенациональном масштабе социологические опросы показали гораздо более точный результат, чем на выборах в 2012 г. Тогда средний рейтинг RCP демонстрировал в день выборов отрыв Обамы в 0,7%, а он выиграл с отрывом в 3,9%. В 2016 г. финальный рейтинг RCP отдавал Клинтон преимущество в 3,3%, она выиграла popular vote с отрывом в 2,08% - вполне точный прогноз, в пределах статистической погрешности.

«Ошиблись не опросы, ошиблись эксперты», - заявил аналитик RCP Шон Тренд. По его мнению, главная проблема заключалась в том, что штаты, где Клинтон лидировала в пределах погрешности, заранее записывались «говорящими головами» в ее актив. Тренд написал: «Как и в случае с Брекзитом, это было ошибкой экспертного сообщества. Эксперты видели, что Клинтон лидирует с разрывом в 1,9% в Пенсильвании и предполагали, что она там выиграет... Поэтому не вините социологов. Они делали то, что должны были, и на самом деле сделали свою работу не хуже, чем в 2012 г. Вместо этого вините аналитиков и экспертов, а также их упорное сопротивление идее возможности президентства Трампа»<sup>10</sup>.

Его коллеги в основном соглашались с тем, что в общенациональном масштабе социология сработала нормально. Республиканский поллстер Фрэнк Лунц заявил: «Национальные опросы были достаточно хороши. Опросы по штатам? Не так хороши»<sup>11</sup>.

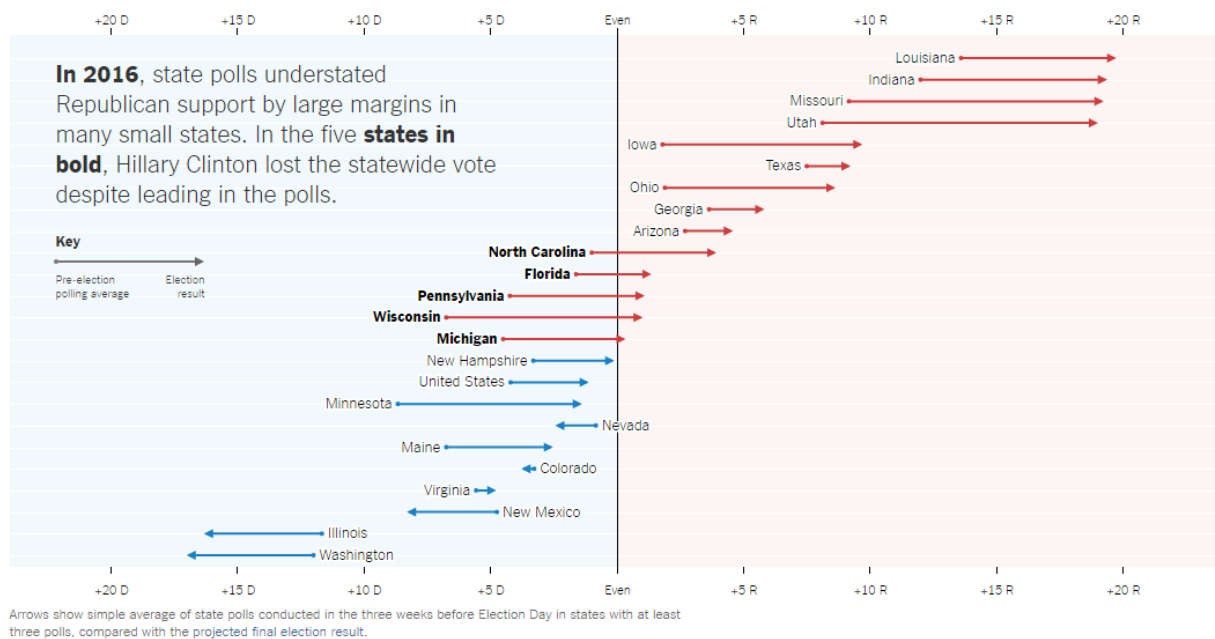
Действительно, в ряде штатов (особенно «Ржавого пояса») результат Трампа оказался выше предсказанного социологами выше статистической погрешности – в некоторых случаях значительно выше. В Огайо его результат превысил прогнозируемый на

<sup>10</sup>

[http://www.realclearpolitics.com/articles/2016/11/12/it\\_wasnt\\_the\\_polls\\_that\\_missed\\_it\\_was\\_the\\_pundits\\_132333.html](http://www.realclearpolitics.com/articles/2016/11/12/it_wasnt_the_polls_that_missed_it_was_the_pundits_132333.html)

<sup>11</sup> <https://twitter.com/FrankLuntz/status/804505365585006596>

6,6%, в Висконсине – на 6,4%, в Айове – на 6,2%. В большинстве случаев (за редким исключением) ошибки социологов были «в пользу» Клинтон<sup>12</sup>.



Источник: *New York Times*

Сайт FiveThirtyEight объясняет это тем, что социологи все-таки недостаточно внимательно опрашивали рабочих без высшего образования и не выявили явных электоральных тенденций именно в этой среде<sup>13</sup>.

При этом главный редактор этого сайта Нэйт Сильвер считает, что в целом аккуратность опросов по штатам ничем не отличается от всех остальных выборов, начиная с 1972 г.<sup>14</sup>.

На конференции IAPC в Денвере американские социологи извинились за неправильные прогнозы, придя к следующим выводам:

- вообще-то по голосам Хиллари выиграла, причем примерно с тем разрывом, какой и был предсказан. В ряде штатов разрыв был минимальным. Возможно, сторонников Хиллари ублажали опросы о её победе;
- недооценили явку белых без высшего образования, переоценили явку афроамериканцев. Считают, что сторонники Трампа в условиях разговора о том, что выборы искажены, отказывались отвечать социологам (считали, что их правительство прислало, это заговор);
- недооценили поддержку Трампа среди белых женщин. Возможно, они стеснялись говорить, что поддерживают "женоненавистника";

<sup>12</sup> [http://www.nytimes.com/interactive/2016/11/13/upshot/putting-the-polling-miss-of-2016-in-perspective.html?\\_r=0](http://www.nytimes.com/interactive/2016/11/13/upshot/putting-the-polling-miss-of-2016-in-perspective.html?_r=0)

<sup>13</sup> [http://fivethirtyeight.com/features/pollsters-probably-didnt-talk-to-enough-white-voters-without-college-degrees/?ex\\_cid=story-twitter](http://fivethirtyeight.com/features/pollsters-probably-didnt-talk-to-enough-white-voters-without-college-degrees/?ex_cid=story-twitter)

<sup>14</sup> <https://twitter.com/NateSilver538/status/804797207245443072>

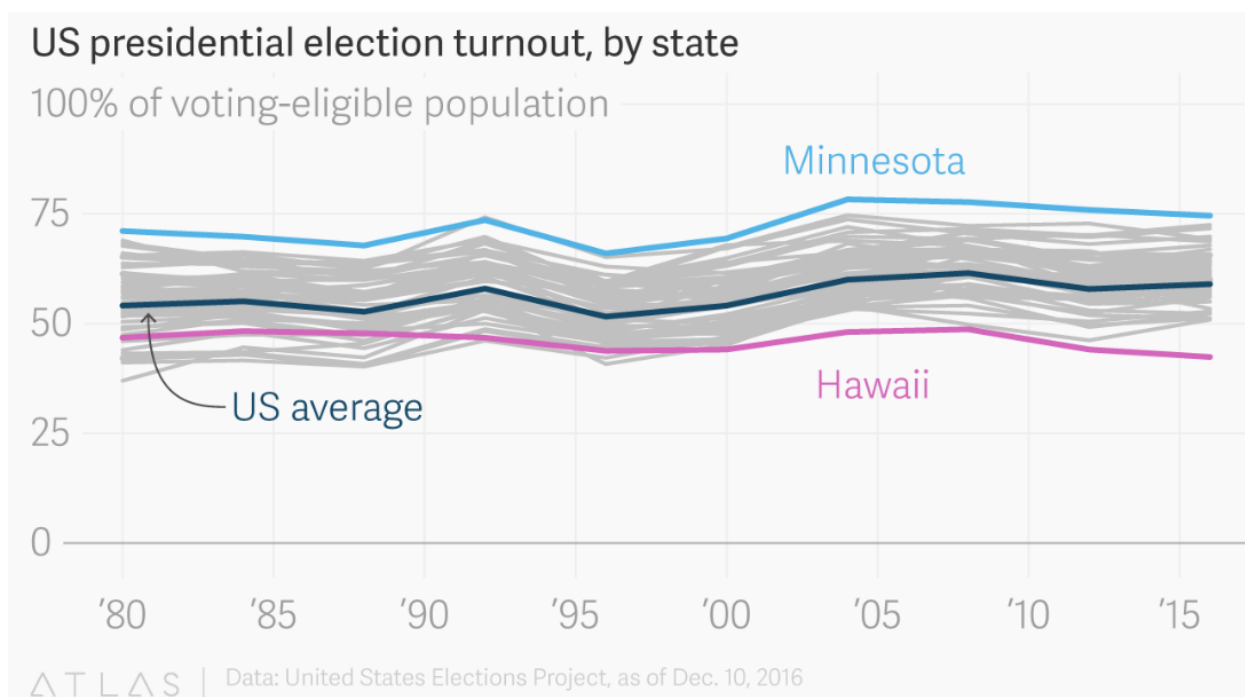
- не было большой разницы между результатами с использованием разных методов;
- неправильно разложили 15 % неопределившихся. Большинство из них считало, что Хиллари более подготовлена, чтобы быть президентом. Однако, судя по данным экзит-полов, большинство из них проголосовало по другому критерию - "кто осушит болото вашингтонской коррупции";
- главная проблема социологов - давали просто цифры, без обсуждения возможных сценариев.

## МИФ №2. Беспрецедентно низкая явка на выборах

Одно из первых утверждений многих СМИ «по горячим следам» сразу после выборов сводилось к тому, что Трамп победил за счет низкой явки на выборах. CNN сообщила, что явка была рекордно низкой за 20-летний период<sup>15</sup>. Эту мысль активно развивали многие аналитики на эфирах.

Однако предварительный анализ профессора Университета Флориды Майкла Макдональда показал, что явка на президентских выборах-2016 превышает 59% от общего числа граждан избирательного возраста, что вполне сопоставимо с выборами последних десятилетий<sup>16</sup>.

К примеру, на выборах 2012 г. эта явка составила 58,6%<sup>17</sup>. На выборах 2000 г. – 55,3%<sup>18</sup>.



Источник: Quartz/US Elections Project

<sup>15</sup> <http://edition.cnn.com/2016/11/11/politics/popular-vote-turnout-2016/>

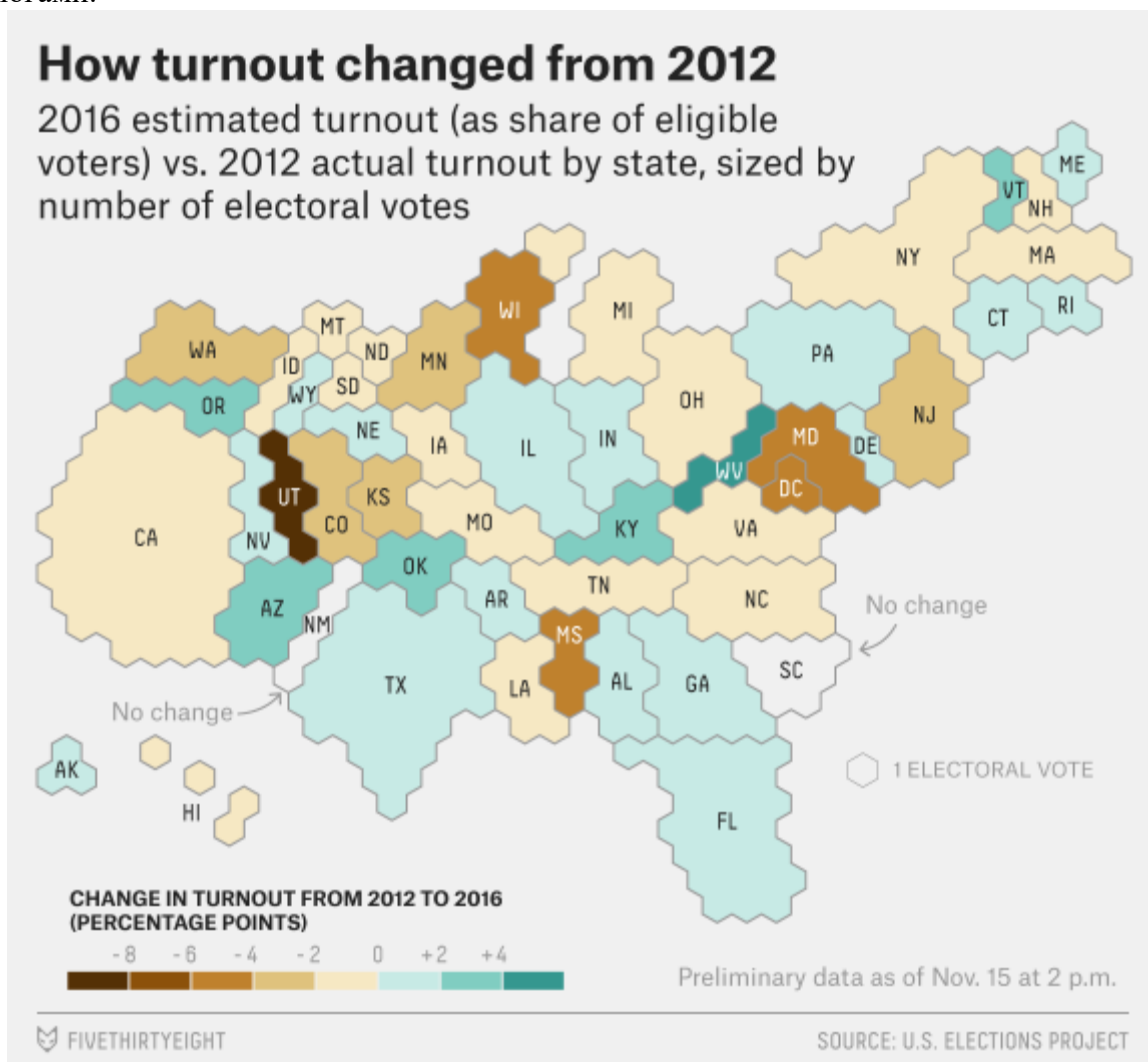
<sup>16</sup> <http://fivethirtyeight.com/features/no-voter-turnout-wasnt-way-down-from-2012/>

<sup>17</sup> <https://twitter.com/ElectProject/status/805972854957309952>

<sup>18</sup> <http://www.electproject.org/2000g>

### МИФ №3. Низкая явка сыграла на руку Трампу

Многие СМИ и аналитики сразу и перед, и тем более после выборов заявляли, что низкая явка априори играет на руку Трампу. Однако прямого влияния явки на результат не наблюдается - в некоторых штатах, в которых явка была больше, Трамп победил с большим отрывом, чем планировалось. В некоторых штатах, где отмечено снижения явки, Клинтон сохранила прогнозируемое лидерство. Так, в Техасе и Флориде, где команда Клинтон активно боролась за повышение явки избирателей, надеясь переманить эти штаты на свою сторону, активность избирателей оказалась примерно на 2% выше показателей 2012 г., но в обоих случаях Трамп победил с результатом, который был лучше прогнозируемого социологами.



Источник: FiveThirtyEight/US Elections Project

#### МИФ №4. Клинтон проиграла из-за низкой явки афроамериканцев

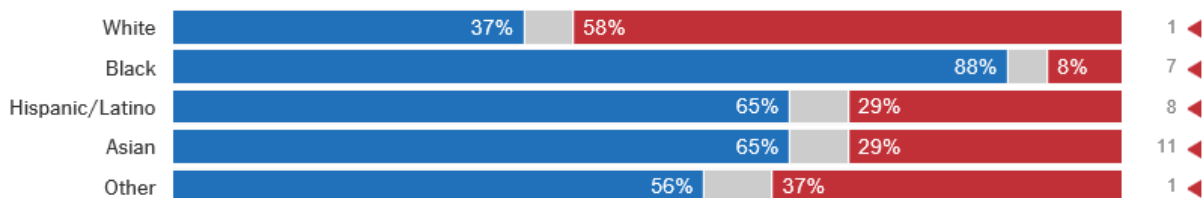
Достаточно много утверждений о том, что Клинтон проиграла в первую очередь в связи с «гораздо более низкой явкой среди афроамериканцев»<sup>19</sup>.

Однако экзит-полы продемонстрировали, что явка этой категории населения сохранилась примерно в тех же пределах, что и в 2012 г., – 12% сейчас и 13% тогда.

race			
	clinton	trump	other/no answer
white <b>71%</b>	37%	<b>57%</b>	6%
black <b>12%</b>	<b>89%</b>	8%	3%
latino <b>11%</b>	<b>66%</b>	28%	6%
asian <b>4%</b>	<b>65%</b>	27%	8%
other race <b>3%</b>	<b>56%</b>	36%	8%
24558 respondents			

Источник: CNN

Проблема для Клинтон заключалась не в том, что афроамериканцы проявили гораздо меньшую активность, а в том, что она получила среди них на 7% меньше, чем Обама в 2012 г., и на 8% меньше среди латиноамериканцев.



Источник: New York Times

Некоторые аналитики утверждают, что кампания Клинтон была проиграна в трех ключевых округах – Уэйн (Детройт, Мичиган), Милуоки (Висконсин) и Филадельфия (Пенсильвания). Авторы этого утверждения полагают, что в случае если бы в этих округах явка среди афроамериканского населения была выше (даже не столь высокой, как за Обаму), Клинтон стала бы президентом.

Безусловно, если бы Клинтон выиграла эти три штата, в которых она уступила Трампу 1-2%, она стала бы президентом. Но так же можно утверждать, что, если бы Трамп

<sup>19</sup> <http://www.salon.com/2016/11/10/the-real-reason-black-voters-didnt-turn-out-for-hillary-clinton-and-how-to-fix-it/>

выиграл Нью-Хэмпшир, Миннесоту, Неваду, Мэн, где отрыв Клинтон был минимален, его результат был бы еще внушительнее.

Выводы о более низкой явке афроамериканского населения делались экспертами по горячим следам, когда все СМИ сообщали о гораздо более низкой явке вообще на выборах. Однако затем оказалось, что явка оказалась даже лучше, чем была в 2012 г. (см. выше).

Например, в округе Уэйн (Мичиган) явка составила 59,7%, что даже чуть лучше явки 2012 г. (59,4%). Так что говорить о падении общей явки не приходится. Доля афроамериканцев в округе довольно высока (40%), но доля белых все равно составляет больше половины – 52%.

Вычлнить долю голосовавших по расе пока не представляется возможной. Но можно отследить подобные же тенденции по другим (более белым и более цветным округам штата), чтобы заметить: в подавляющем большинстве случаев Клинтон получила значительно меньше голосов, чем Обама, а Трамп – больше, чем Ромни. В частности, Клинтон в этом округе недополучила 77,4 тыс. голосов, а Трамп прибавил к результату Ромни 15,3 тыс.

wayne		
candidate	%	votes
clinton	66.8%	517,842
trump	29.5%	228,908
johnson	2.4%	18,787
stein	1.0%	7,764

est. 100% in  
updated 2:01 pm ET, Nov. 28

Wayne 4:40 p.m. ET, Nov 9				
	CANDIDATES	VOTES	VOTES %	Est. 100% in
	<b>D</b> Barack Obama (Incumbent)	595,253	73%	
	<b>R</b> Mitt Romney	213,586	26%	

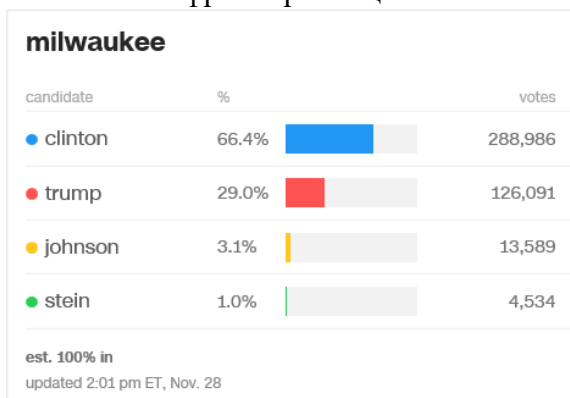
Источник: CNN




Учитывая, что примерно такие же тенденции наблюдаются и в гораздо белых рабочих пригородах Детройта, можно предположить, что основная проблема – не в кардинальном изменении явки афроамериканцев, а в проблеме демократов, связанной с белыми рабочими.

В Висконсине действительно мы наблюдаем падение явки (с 73 до 69%). И действительно за счет этого Трамп смог выиграть, получив фактически тот же результат, что и Ромни в 2012 г., – за обоих проголосовали 1,4 млн. избирателей, только у Трампа это составило 47,8% голосов, а у Ромни – 46%. Но вряд ли это достигнуто исключительно за счет более низкой явки афроамериканцев.

Конкретно в округе Милуоки явка составила на 52,3 тыс. избирателей меньше, чем в 2012 г. Но дело в том, что этот округ преимущественно (более 60%) белый.

Афроамериканцы составляют там всего четверть населения. Предположить, что все черные избиратели не пошли, а белые пошли на выборы, довольно сложно. И это предположение опровергается результатами выборов: Клинтон получила в этом округе фактически столько же процентов, сколько и Обама в 2012 г. (66,4 против 67%), а показатель Трампа в Милуоки даже хуже, чем был у Ромни. Трудно предположить, что его результат ухудшился за счет более низкой явки афроамериканцев.

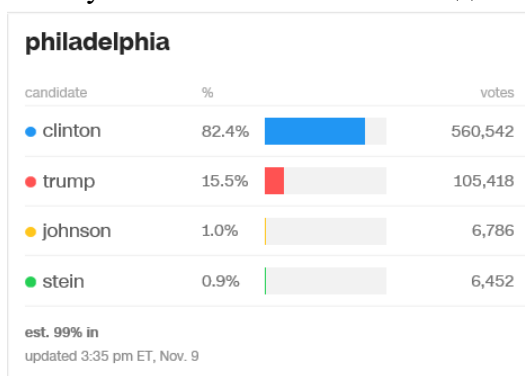


Milwaukee		VOTES	VOTES %	Est. 100% in
	<b>D</b> Barack Obama (Incumbent)	328,090	67%	
	<b>R</b> Mitt Romney	158,430	32%	




Источник: CNN

Скорее всего главная проблема округа Милуоки – это общая проблема рабочих пригородов «Ржавого пояса». И связана она в первую очередь с разочарованием в демократах именно в среде представителей белого рабочего класса.

И уж тем более сложно предположить, что явка афроамериканцев в округе Филадельфия (Пенсильвания) сыграла решающую роль. Да, в этом округе число белых и афроамериканских жителей примерно равное (45 и 43% соответственно). Но дело в том, что явка в 2016 г. в этом округе была не меньшей, чем в 2012 г., а Клинтон получила голосов даже больше, чем Обама в 2012 г. – 561 тыс. по сравнению с 557 тыс. Вряд ли это могло произойти в условиях значительного падения явки афроамериканцев.





Philadelphia				
10:05 a.m. ET, Nov 8				
	CANDIDATES	VOTES	VOTES %	Est. 99% in
	<b>D</b> Barack Obama (Incumbent)	557,024	85%	
	<b>R</b> Mitt Romney	91,840	14%	

Источник: CNN

И главное изменение результатов в этом округе по сравнению с 2012 г. – это наращивание результатов Трампа по сравнению с показателем Ромни (+13,6 тыс. голосов). Что можно отнести к активности среди белого рабочего класса – опять-таки общее явление для рабочих пригородов «Ржавого пояса».

Поэтому вряд ли тезис о трех проигранных ключевых округах можно отнести исключительно к проблеме афроамериканцев. Проблема демократов заключалась в том, что они были уверены в победе в этих штатах и работали там гораздо более вяло, чем в других (особенно это касается Висконсина), фактически упустив белый рабочий класс и членов профсоюзов.

### **МИФ №5. Команда Трампа не вела полевой работы**

Вплоть до выборов всеобщее мнение в мейнстримных СМИ заключалось в том, что Трамп чуть ли полностью не отказался от работы «в полях», что он полностью проигрывает Клинтон по количеству и активности полевых офисов, особенно в ключевых штатах. Некоторые СМИ сообщали, что ближе к выборам Трамп даже распустил многие из своих полевых команд.

Тем не менее, он имел 207 полевых офисов (Клинтон – 489). Значительно уступал он сопернице в ключевых штатах. К примеру, во Флориде он имел 29 полевых офисов против 69 Клинтон<sup>20</sup>.

По итогам выборов можно сделать вывод, что полевые офисы и канвассеры Республиканской партии работали гораздо тише своих оппонентов, но вполне эффективно. По свидетельству Шона Спайсера, одного из основных стратегов Республиканского Национального Комитета, команда канвассеров его партии посетила 24 млн. дверей, включая 9 млн. в последние 4 дни кампании<sup>21</sup>.

Об эффективности работы на полях свидетельствует ситуация в Аризоне, где Клинтон имела 32 полевых офиса с 161 штатным сотрудником, а кампания Трампа вообще не была замечена местными наблюдателями в полях<sup>22</sup>. И тем не менее Трамп победил с вполне приемлемым для себя результатом.

Зачастую многие мейнстримные СМИ запускали слухи о том, что Трамп свернул свои полевые офисы в том или ином колеблющемся штате. К примеру, в середине октября ABC сообщил о том, что Трамп полностью свернул свои офисы в Вирджинии<sup>23</sup>. Тем не менее, сотрудники офисов Трампа в самой Вирджинии эти слухи опровергали, заявляя о том, что они находятся на людном месте, с видимыми знаками и слоганами<sup>24</sup>. При этом в той же Вирджинии Клинтон имела 27 офисов (Обама в 2012 г. – 61), а Трамп – 11 (Ромни в 2012 г. – 29). Впрочем, одному из авторов этого доклада в день выборов не удалось обнаружить офисы Трампа в Вирджинии, в то время как офисы Клинтон там работали с полной отдачей (она в итоге и выиграла этот штат).

Трамп превзошел Ромни в этом показателе лишь в Пенсильвании. Он там открыл наибольшее число своих полевых офисов – 42. Но даже там он проигрывал в этом Клинтон, открывшей там на 15 офисов больше<sup>25</sup>.

---

<sup>20</sup> <http://www.usnews.com/news/the-report/articles/2016-10-14/donald-trump-abandons-the-ground-game>

<sup>21</sup> <https://twitter.com/seanspicer/status/798227078839758848>

<sup>22</sup> [https://www.washingtonpost.com/news/the-fix/wp/2016/10/25/hillary-clinton-has-32-offices-open-in-arizona-donald-trump-doesnt/?utm\\_term=.8545fc026a7f](https://www.washingtonpost.com/news/the-fix/wp/2016/10/25/hillary-clinton-has-32-offices-open-in-arizona-donald-trump-doesnt/?utm_term=.8545fc026a7f)

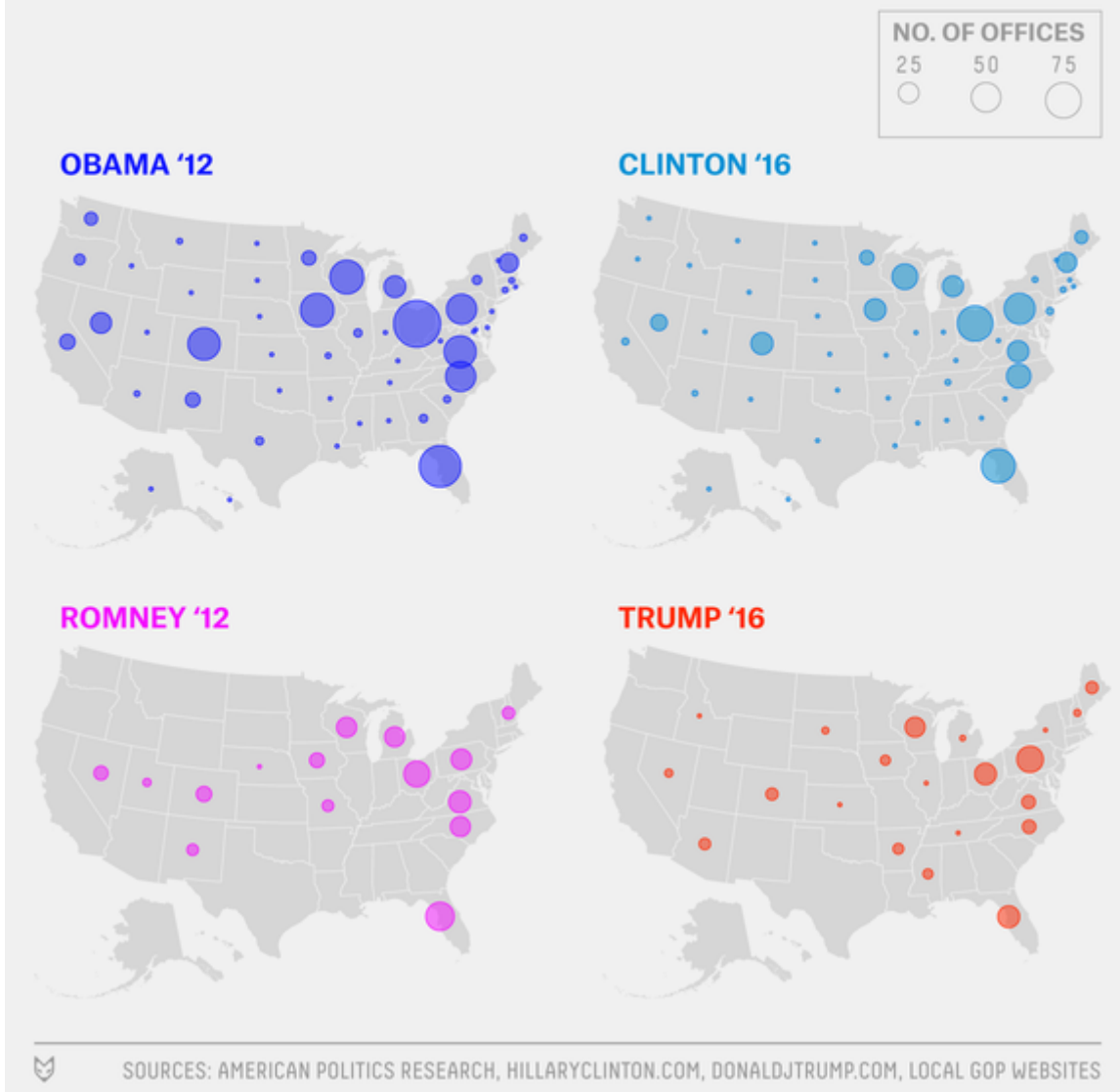
<sup>23</sup> <http://abcnews.go.com/Politics/trump-campaign-pulls-virginia-reallocates-resources-competitive-battleground/story?id=42772071>

<sup>24</sup> <http://wset.com/news/local/trump-campaign-pulling-out-of-virginia>

<sup>25</sup> <http://fivethirtyeight.com/features/trump-clinton-field-offices/>

## No one has matched Obama's ground game

Number of campaign offices by state for each candidate



Источник: *FiveThirtyEight*

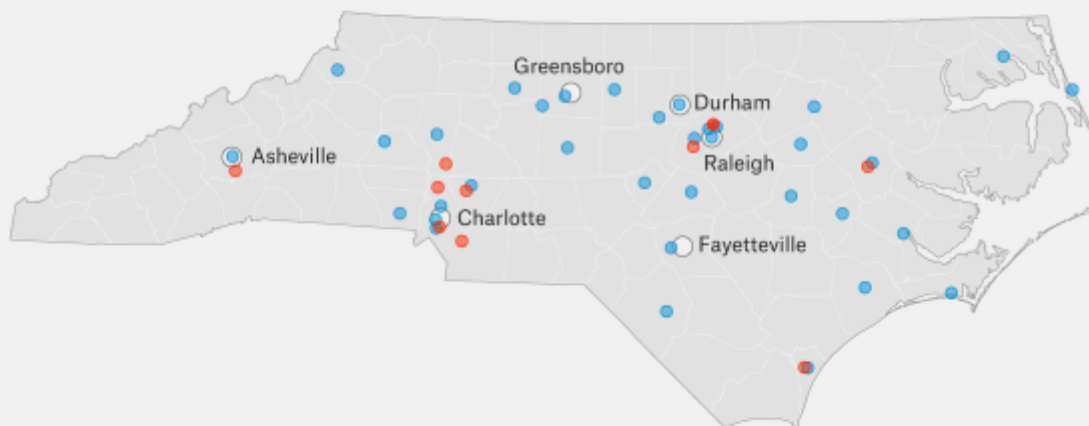
В Северной Каролине – одном из ключевых штатов – насчитывалось 38 офисов Клинтон и всего 11 Трампа<sup>26</sup>.

<sup>26</sup> <http://fivethirtyeight.com/features/trump-clinton-field-offices/>

## Clinton is crowding out Trump in North Carolina

Locations of Trump and Clinton field offices

● TRUMP OFFICE ● CLINTON OFFICE



FIVETHIRTYEIGHT

SOURCE: HILLARYCLINTON.COM, DONALDJTRUMP.COM, NC GOP WEBSITES

Источник: *FiveThirtyEight*

Однако, по заверению Джоша Киветта, регионального политического директора Республиканского комитета, местные полевые офисы Северной Каролины, переняв многие методы таргетинга от кампании Обамы, работали гораздо более тихо, чем демократы, и более эффективно. Они разбили штат на 118 участков (turfs), каждый из которых работал с 10 тысячами целевых избирателей.<sup>27</sup> В итоге Трамп выиграл этот штат с отрывом почти в 4%.

Интервью после выборов выявили интересную тенденцию – в ряде территорий, где у Трампа не было штабов, они возникали спонтанно в виде самоорганизующихся сетей, члены которых организовывали обзвоны своих друзей и знакомый, причем безо всякой координации с центральным штабом местными организациями республиканцев. Одному из авторов этого доклада довелось встретить нескольких такого рода активистов (в основном белых пенсионеров) – они не использовали базы данных или заранее заготовленные сценарии бесед, но они были очень серьезно идеологически и эмоционально заряжены.

<sup>27</sup> <http://www.charlotteobserver.com/news/politics-government/article114994348.html>

### **МИФ №6. Письма главы ФБР Коми – главная причина поражения Клинтон**

После выборов от демократов постоянно звучат заявления о том, что главной причиной поражения Клинтон является скандальное заявление директора ФБР Джеймса Коми о возобновлении расследования скандала с исчезновением секретных емейлов Клинтон. Якобы именно это заявление отобрало у Клинтон необходимые голоса.

Эти заявления разделяют и некоторые аналитики. Главный редактор сайта FiveThirtyEight Нейт Сильвер заявил: «Клинтон проиграла 4 штата (Флориду, Мичиган, Висконсин, Пенсильванию) с разницей меньше 1%. Если бы не Коми/Россия, она, вероятно, выиграла бы с разницей примерно в 2%»<sup>28</sup>.

В разговорах американские эксперты отмечают, что сыграло несколько моментов - еще одно подтверждение тезиса о "лживой Хиллари", неприличный сексуальный контекст информации (что делает менее убедительными выпады в адрес Трампа относительно его морального облика) и подтверждение того, что элита не так уж монолитна в своей поддержке Хиллари.

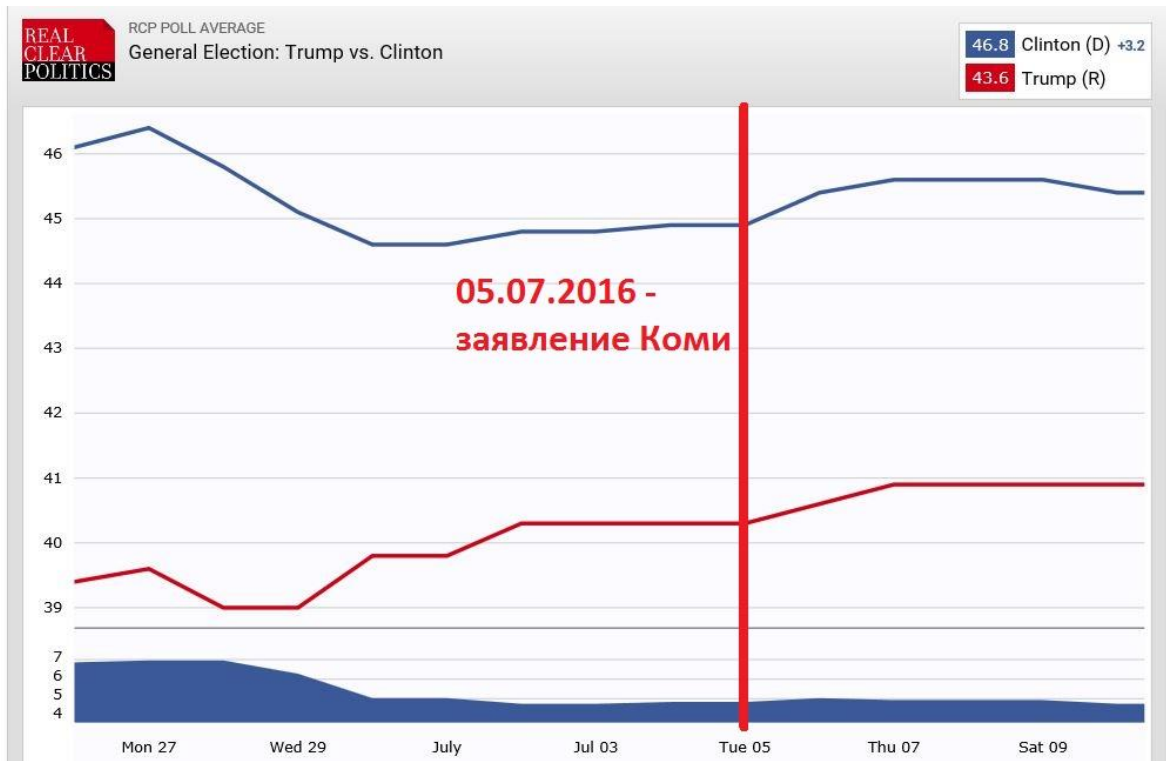
Когда через несколько дней ФБР заявила, что дело против Клинтон снова закрыто, во-первых, уже 40 миллионов проголосовало досрочно (часть проголосовала и до возобновления расследования), а во-вторых, для разозленного избирателя Трампа это стало еще одним подтверждением коррумпированности системы

Тем не менее эти заявления не подтверждаются анализом данных всевозможных опросов. Тенденция сокращения отрыва Клинтон от Трампа была замечена и до заявления Коми. К тому же 5 июля Коми выступил с официальным заявлением, в котором заявил, что ФБР не нашла в действиях Клинтон состава преступления<sup>29</sup>. И этот факт никак особо не отразился на ее рейтингах.

---

<sup>28</sup> <https://twitter.com/NateSilver538/status/807640627101900800>

<sup>29</sup> <https://www.fbi.gov/news/pressrel/press-releases/statement-by-fbi-director-james-b-comey-on-the-investigation-of-secretary-hillary-clinton2019s-use-of-a-personal-e-mail-system>



REALCLEARPOLITICS

Источник: RCP

### **МИФ №7. Влияние русских хакеров и повсеместная фальсификация**

В последнюю неделю перед собранием выборщиков, исчерпав все возможные способы делигитимации победы Трампа, демократы с подачи ЦРУ развернули значительную кампанию в СМИ по поводу «влияния России и российских хакеров» на результат. Главным аргументом являлся тот факт, что хакеры якобы взломали серверы и Демократического, и Республиканского комитетов, но обнародовали лишь данные, которые могли навредить демократам<sup>30</sup>. При этом каким-то образом, основываясь исключительно на данных компании CrowdStrike, демократы сделали вывод, что за хакерской атакой стоит группа Fancy Bear, якобы связанная с российским ГРУ<sup>31</sup>. CrowdStrike в обоснование этой теории не привела никаких данных, однако ее версия была широко распространена американскими СМИ.<sup>32</sup>

Сам Трамп задал законный вопрос: почему ЦРУ, зная об этом, не обнародовала этих сведений до выборов?<sup>33</sup> А ФБР заявило, что вмешательство в базу данных комитета Республиканской партии имело место, однако третья сторона (никому неизвестная) могла завладеть лишь устаревшими и не имеющими ценными данными<sup>34</sup>.

Некоторые СМИ запустили слух о том, что эксперты в области математики и статистики доказали вмешательство хакеров в работу электоральных машин и избирательных комиссий, прямо повлияв на результат в трех ключевых штатах<sup>35</sup>. Правда, один из этих экспертов пояснил, что его слова извратили и он на самом деле думает, что проблема заключается в сборе работы электоральных машин, а не во вмешательстве извне<sup>36</sup>.

Однако показательный пересчет голосов в Висконсине (а именно на этот штат, в первую очередь, указывали данные эксперты) практически полностью подтвердил первоначальный результат и даже выявил большее преимущество Трампа – в 131 голос. При этом было особо отмечено, что пересчет подтвердил отсутствие вмешательства хакеров в работу электоральных машин<sup>37</sup>. Что отмечает слухи о возможности манипуляции с голосами, массовых фальсификаций при подсчете голосов и тем более вмешательство «российских хакеров».

При этом были отмечены попытки вмешательства в электоральную базу штата Джорджия со стороны Министерства внутренней безопасности США, что опять-таки наводит на размышления о происхождении хакеров<sup>38</sup>.

---

<sup>30</sup> <http://www.nytimes.com/2016/12/11/us/politics/cia-judgment-intelligence-russia-hacking-evidence.html?smid=tw-share& r=1>

<sup>31</sup> <https://www.theguardian.com/us-news/2016/dec/14/dnc-hillary-clinton-emails-hacked-russia-aide-typo-investigation-finds>

<sup>32</sup> <https://www.crowdstrike.com/blog/bears-midst-intrusion-democratic-national-committee/>

<sup>33</sup> <http://www.nytimes.com/2016/12/11/us/politics/trump-russia-democrats.html>

<sup>34</sup> <http://edition.cnn.com/2016/12/14/politics/donald-trump-jr-eric-ivanka-transition-role/index.html>

<sup>35</sup> <http://nymag.com/daily/intelligencer/2016/11/activists-urge-hillary-clinton-to-challenge-election-results.html>

<sup>36</sup> <https://medium.com/@jhalderm/want-to-know-if-the-election-was-hacked-look-at-the-ballots-c61a6113b0ba#yvgku9gfd>

<sup>37</sup> [http://host.madison.com/wsj/news/local/govt-and-politics/completed-wisconsin-recount-widens-donald-trump-s-lead-by-votes/article\\_3f61c6ac-5b18-5c27-bf38-e537146bbccd.html](http://host.madison.com/wsj/news/local/govt-and-politics/completed-wisconsin-recount-widens-donald-trump-s-lead-by-votes/article_3f61c6ac-5b18-5c27-bf38-e537146bbccd.html)

<sup>38</sup> <http://www.wsj.com/articles/georgia-reports-attempt-to-hack-states-election-database-via-ip-address-linked-to-homeland-security-1481229960>

Социолог Фрэнк Лунц высказался по этому поводу: «Россия также хакнула расписание кампании Хиллари и удалила ее остановки в сельских районах Висконсина, Пенсильвании и Мичигана?»<sup>39</sup>. Он же добавил: «Если демократы списывают свое поражение в 2016 г. на русских хакеров, а не на свою собственную плохую стратегию кампании, их ждет глубокое разочарование в 2020 г.»<sup>40</sup>.

---

<sup>39</sup> <https://twitter.com/FrankLuntz/status/807623515918700544>

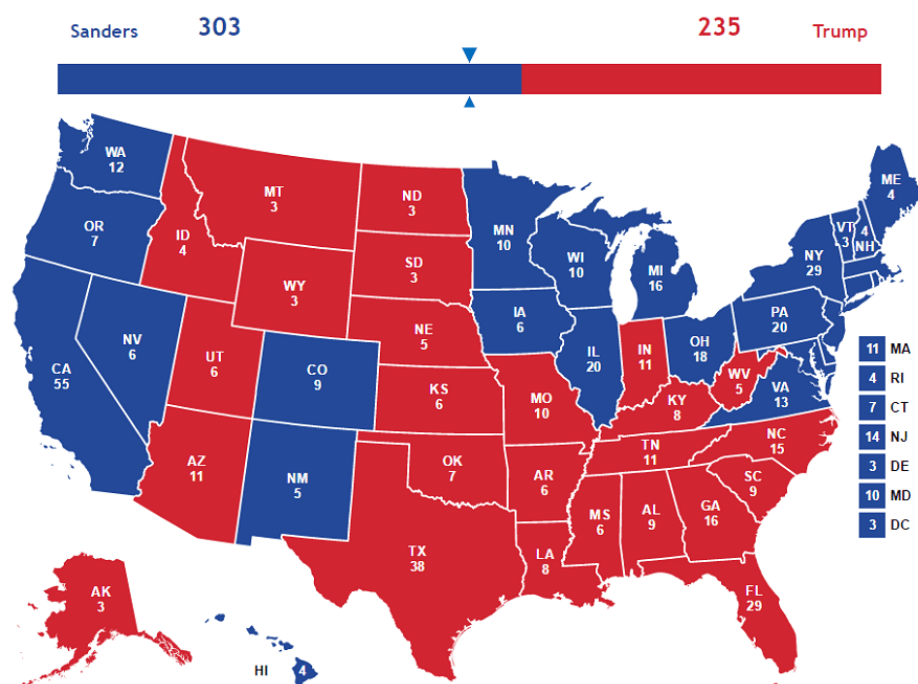
<sup>40</sup> <https://twitter.com/FrankLuntz/status/807629429065150464>



### МИФ №8. Сандерс победил бы Трампа<sup>41</sup>

Сразу после поражения Клинтон многие демократы стали заявлять, что Берни Сандерс был бы лучшим соперником Трампу и победил бы его. В подтверждение приводились многочисленные митинги Сандерса, вполне сопоставимые по уровню энтузиазма с митингами сторонников Трампа. Кроме того, сторонники Сандерса ссылались на майский опрос CBS News, согласно которому Клинтон побеждала Трампа с разрывом в 6%, а Сандерс – 13%. Опрос, проведенный в то же время Fox News, демонстрировал проигрыш Клинтон Трампу с разницей в 3%, при этом Сандерс выигрывал бы 4%<sup>42</sup>.

В подтверждение этой теории сторонники Сандерса указывают на тот факт, что он выиграл у Клинтон праймериз в рабочих штатах «Ржавого пояса», в которых Клинтон проиграла Трампу – в первую очередь, в Висконсине и Мичигане. Обосновывая эти теории, сторонники Сандерса подсчитали, что он получил бы 303 голоса выборщика, а Трамп – всего 235<sup>43</sup>.



Источник: US Uncut

Но у данных допущений есть много изъянов. Сандерс представлялся умеренным избирателям слишком радикальным, слишком левым, слишком «социалистическим». Он почти наверняка выиграл бы у Трампа «Ржавый пояс», но скорее всего оттолкнул бы от себя более консервативные штаты – Неваду, Колорадо, Миннесоту и Нью-Хэмпшир, в которых Клинтон одолела Трампа со сравнительно небольшим отрывом<sup>44</sup>.

<sup>41</sup> <http://europe.newsweek.com/myths-cost-democrats-presidential-election-521044?rm=eu>

<sup>42</sup> <http://www.independent.co.uk/news/people/presidential-election-donald-trump-would-have-lost-if-bernie-sanders-had-been-the-candidate-a7406346.html>

<sup>43</sup> <http://usuncut.com/politics/bernie-sanders-would-have-crushed-trump/>

<sup>44</sup> <https://www.theguardian.com/us-news/2016/nov/15/bernie-sanders-donald-trump-election>

Американский журналист Курт Эйхенвальд объяснил одну из главных ошибок фанатов Сандерса, указывающих на его рейтинги: «Они игнорируют тот факт, что Сандерс еще не противостоял настоящей кампании против него. Клинтон находилась в деликатной позиции, вынужденная учитывать значительную часть избирателей, которые относились к Сандерсу скорее как к Мессии, чем к другому кандидату... А что бы случилось, если бы Сандерс встретился с реальным оппонентом, который не был бы озабочен проблемой отторжения молодых студентов колледжа как своего базового электората?.. Республиканцы бы разорвали его». По мнению Эйхенвальда, против Сандерса можно было найти гораздо больше компромата, чем против Клинтон<sup>45</sup>.

Кроме того, учитывая специфику фандрайнговой кампании Сандерса, у него возникли бы проблемы с финансированием серьезной кампании против Трампа. Богатые спонсоры и суперпэки не смогли бы ему помочь, как помогали Клинтон.

На наш взгляд, гораздо большие шансы победить Трампа имел бы вице-президент Джо Байден, любимец одновременно «синих воротничков» и истеблишмента, опытный политик с низким антирейтингом. Но Байден в силу ряда причин (недавняя смерть сына и тонкая внутриэлитная игра Клинтонов) не стал выдвигаться.

---

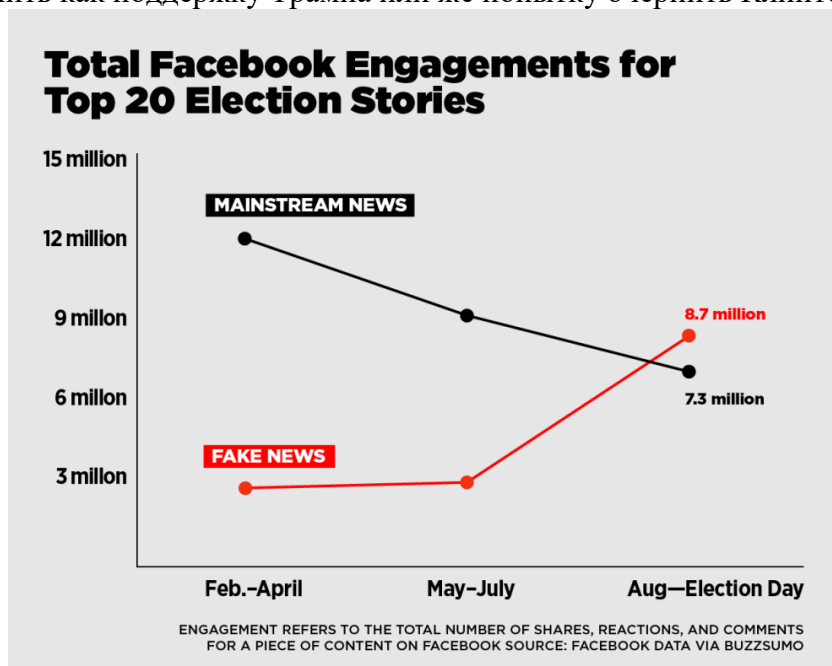
<sup>45</sup> <http://europe.newsweek.com/myths-cost-democrats-presidential-election-521044?rm=eu>

### МИФ №9. Трамп победил благодаря «fake news»<sup>46</sup>

Как и после Брекзита, либеральная пресса всего мира начала утверждать, что виной поражению истеблишмента стало широкое распространение «фальшивых новостей» (fake news) и вступление в период «пост-правды» (post-truth).

Демократы повсеместно обвиняют Трампа в использовании лживых фактов и посылов. Сама Клинтон заявила о том, что распространение лжи посредством социальных медиа стало чуть ли не главной причиной ее поражения<sup>47</sup>.

Анализ BuzzFeed, проведенный лишь по известным им критериям, показал, что лживые новости, распространяемые на Facebook, на финальной стадии кампании обошли по своей читаемости новости мейнстримных СМИ. При этом в качестве примера таких фальшивых новостей BuzzFeed подобрал исключительно сообщения, которые можно было расценить как поддержку Трампа или же попытку очернить Клинтон<sup>48</sup>.



Источник: BuzzFeed

Однако истина заключается в том, что и сама кампания Клинтон неоднократно использовала откровенные фальшивки, неоднократно была поймана на вольной интерпретации фактов и выдумыванием «новостей». Противники Клинтон вспоминали ей ее лживое заявление о том, что она побывала «под пулями снайперов» в Боснии<sup>49</sup>.

<sup>46</sup> <http://www.forbes.com/sites/ralphbenko/2016/12/12/clinton-beats-trump-is-the-real-fake-news-scandal/#1aa9563429e6>

<sup>47</sup> <https://heatst.com/politics/hillary-clinton-katy-perry-award/>

<sup>48</sup> [https://www.buzzfeed.com/craigsilverman/viral-fake-election-news-outperformed-real-news-on-facebook?utm\\_term=.dvmlAOBql#.lgKNrgLyN](https://www.buzzfeed.com/craigsilverman/viral-fake-election-news-outperformed-real-news-on-facebook?utm_term=.dvmlAOBql#.lgKNrgLyN)

<sup>49</sup> [https://www.washingtonpost.com/news/fact-checker/wp/2016/05/23/recalling-hillary-clintons-claim-of-landing-under-sniper-fire-in-bosnia/?utm\\_term=.643902e88074](https://www.washingtonpost.com/news/fact-checker/wp/2016/05/23/recalling-hillary-clintons-claim-of-landing-under-sniper-fire-in-bosnia/?utm_term=.643902e88074)

К несоответствующим истине заявлениям относятся слова Клинтон о том, что ее бабушка является иммигранткой<sup>50</sup>. Благодаря WikiLeaks вскрылась ложь Клинтон о том, что ее не взяли в морскую пехоту из-за того, что она была женщиной<sup>51</sup>. Но основная ложь кампании Клинтон крутилась вокруг скандала с пропавшими секретными емайлами<sup>52</sup>.

Трудно оценить объективно, какую роль в кампании каждого из кандидатов сыграли фейковые новости. Но невозможно отрицать тот факт, что оба основных кандидата периодически прибегали к таковым. Как невозможно отрицать и тот факт, что в этом смысле кампания-2016 ничем не отличалась от предыдущих.

---

<sup>50</sup> <http://www.politifact.com/truth-o-meter/statements/2015/apr/16/hillary-clinton/hillary-clinton-flubs-familys-immigration-history-/>

<sup>51</sup> <http://www.breitbart.com/big-government/2016/10/08/wikileaks-reveals-hillary-lied-marines-rejecting-woman/>

<sup>52</sup> <http://www.breitbart.com/big-government/2016/02/05/2948248/>

### **МИФ №10. Выборы выиграли Cambridge Analytica и Big Data**

После выборов многие СМИ (особенно российские) стали писать о феномене компании Cambridge Analytica (CA), якобы исключительно благодаря которой Трамп выиграл свои выборы<sup>53</sup>.

Известный социолог Фрэнк Лунц заявил по поводу успеха этой компании: «Они разгадали, как выиграть. Больше не существует экспертов, кроме Cambridge Analytica»<sup>54</sup>.

При этом многие коллеги представителей этой фирмы скептически относятся к их заявлениям о вкладе в победу Трампа, считая ее «хорошим торговцем шарлатанского зелья». Аналитик Республиканской партии, работающий с Big Data, заявил: «Я не использую психологию. Если вы смогли дозвониться до избирателя, зачем спрашивать его о любимом виде мороженого или о его любимом цвете? Почему бы не спросить его, за кого он собирается голосовать?»<sup>55</sup>.

Критики CA указывают, например, на тот факт, что Трамп объявил о намерении бороться за «Ржавый пояс» задолго до того, как начал работать с CA (а именно это решение представители данной компании ставят в заслугу себе).

Не приходится сомневаться в том, что CA сыграла значительную роль в микротаргетинге кампании Трампа (как и кампании Брексита). Но данная фирма работала с Трампом лишь на финальных стадиях. Вплоть до середины лета Трамп вообще не вкладывался в микротаргетинг и, тем не менее, значительно обошел в ходе праймериз Теда Круза, с которым работала CA. В то же время кампания Клинтон с самого старта и до самого дня выборов вкладывала значительные средства в таргетинг, в Big Data, пытаясь превзойти по своей технической изощренности кампанию Обамы, и ей это не помогло.

---

<sup>53</sup> <https://www.dasmagazin.ch/2016/12/03/ich-habe-nur-gezeigt-dass-es-die-bombe-gibt/>, <http://theins.ru/politika/38490>, <https://thequestion.ru/questions/191561/kak-tekhnologii-big-data-pomogli-vyigrat-prezidentskie-vybory-donald-trumpu>

<sup>54</sup> <http://www.prnewswire.com/news-releases/cambridge-analytica-the-data-gurus-who-anticipated-the-election-result-300361599.html>

<sup>55</sup> <http://www.spectator.co.uk/2016/12/the-british-data-crunchers-who-say-they-helped-donald-trump-to-win/>

## Основные факторы, повлиявшие на итог президентских выборов в США

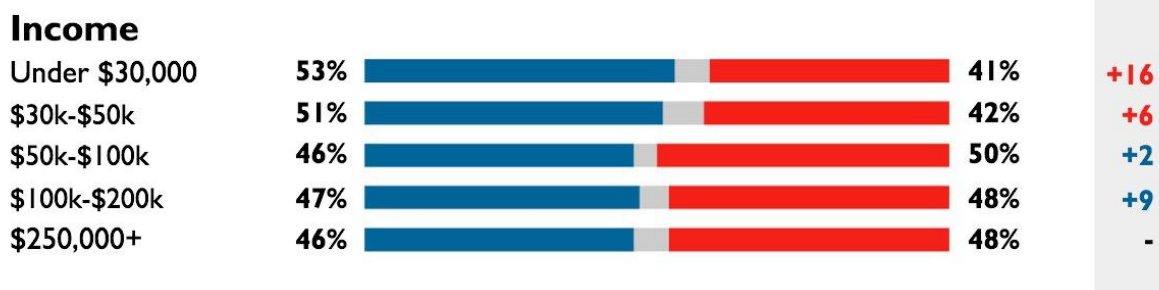
- «Демократы Рейгана»
  - Переоценка командой Клинтон гендерного фактора, недооценка расово-этнического
  - Ошибка команды Клинтон по поводу единства латиноамериканцев
  - Нацеленность кампании Трампа на снижение активности среди цветных
  - Фактор Сандерса
  - Трамп – надежда на изменения
  - Размытость сигналов и лозунгов у Клинтон, четкость и простота сигналов Трампа
  - Активность Трампа в социальных сетях
  - Трамп более активно ездил по стране
  - «Ржавый пояс»
  - Трамп победил в сельской местности
  - Недовольство Obamacare
  - Недоверие избирателей к мейнстримным СМИ

### «Демократы Рейгана»

Решающим фактором победы Трампа стали т.н. «демократы Рейгана» - традиционный электорат Демократической партии, в основном «синие воротнички» (представители рабочего класса), проживающие в индустриальных районах, которые поддержали на выборах кандидата от республиканцев.

Феномен «демократов Рейгана» проявился на выборах 1980 г., когда значительное число рабочих в традиционных демократических штатах поддержало Рональда Рейгана. С тех пор этот термин обычно означает рабочих северных и центральных штатов США, как правило – белых, с доходом 35-40 тыс. долларов или менее, больше частью без высшего образования. Именно в этой категории населения Трамп совершил самое значительное перетягивание электората Демпартии на свою сторону.

В категории избирателей с доходом ниже 30 тыс. долларов за Трампа проголосовало на 16% избирателей больше, чем в 2012 г. за Ромни, в категории людей с доходами 30-50 тыс. – на 6% больше.



Источник: Times

За Трампа проголосовали 67% белых избирателей без высшего образования (на 6% больше, чем за Ромни в 2012 г.). Благодаря этому Трамп достиг небывалого преимущества перед демократами в этой категории населения – 47%.

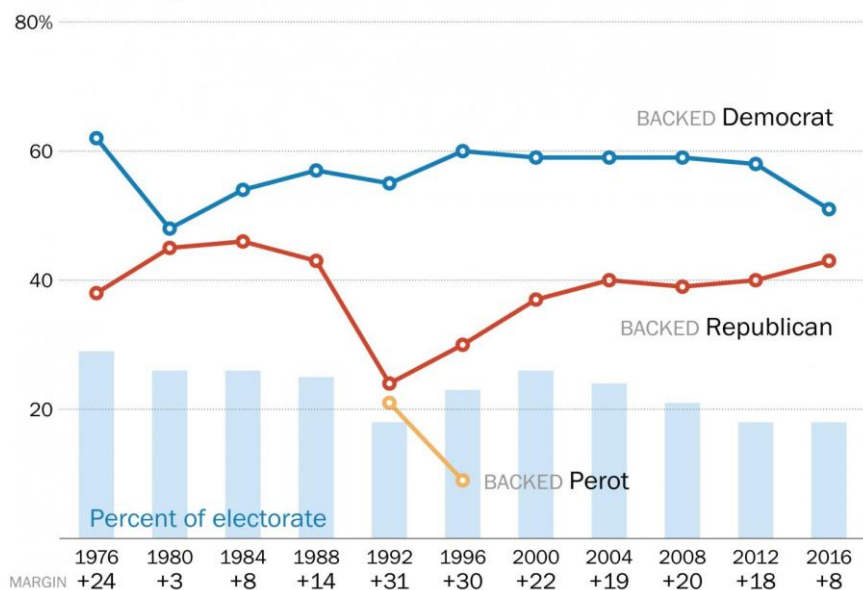


Источник: Twitter/Adrian Grey

В первую очередь такой рост произошел благодаря членам рабочих профсоюзов. Трамп стал первым республиканцем со времен Рейгана и голосования тех самых «демократов Рейгана», который выиграл голоса белых членов профсоюзов в США. При этом он полностью повторил успех Рейгана среди членов профсоюза, сократив разрыв от демократов до 8% (на выборах-2012 Обам победил в этой категории с отрывом в 18%).

## Union household support in presidential elections

Data from exit polling. Preliminary 2016 results from Edison Media Research.



Источник: *Washington Post*

После выборов американские профсоюзы начали изучать этот феномен и причину того, что рабочие не последовали их призыву голосовать за Клинтон. Сами профсоюзы вложились в кампанию Клинтон, посредством суперпэка For Our Future было организовано 4 тыс. канвассеров, которые постучались в 9,5 млн. квартир<sup>56</sup>.

Глава аналитического центра Freedom Foundation Том Маккейб считает, что причиной такого разрыва во мнениях между профсоюзами и их рядовыми членами заключается в том, что профсоюзные боссы «продали» рабочих демократам, заключив с теми пакт о сотрудничестве. По мнению Маккейба, десятилетия назад профсоюзы договорились с демократами о взаимной поддержке трудового законодательства и политической повестки дня Демпартии. В итоге руководство профсоюзов оторвалось от рабочих и во многом из-за этого прозевали тенденцию к переходу тех от демократов к республиканцам<sup>57</sup>.

<sup>56</sup> <http://www.politico.com/story/2016/11/labor-unions-hillary-clinton-mobilization-231223>

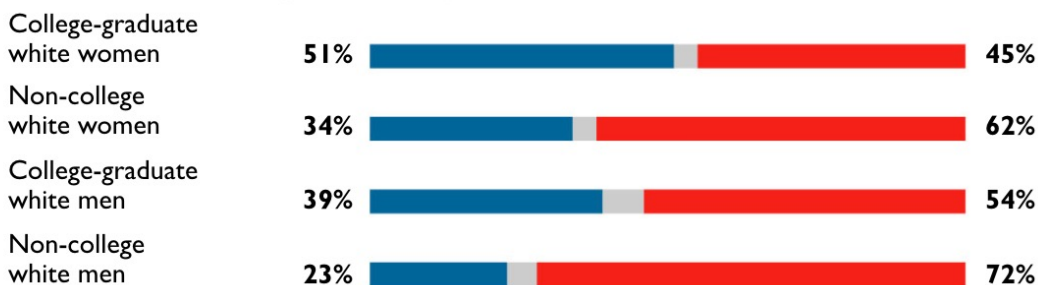
<sup>57</sup>

[http://www.realclearpolitics.com/articles/2016/12/07/how\\_union\\_bosses\\_sold\\_out\\_their\\_workers\\_132515.html](http://www.realclearpolitics.com/articles/2016/12/07/how_union_bosses_sold_out_their_workers_132515.html)



При этом Трамп выиграл и в категории белых мужчин с дипломом колледжа.

### Education among whites by sex



### Education



Источник: Times

Сторонники Клинтон недооценили феномен «демократов Рейгана», переоценили значение демографического фактора (в первую очередь, роста доли «цветных» в ключевых штатах) и посчитали, что «демократы Рейгана» - это пройденный этап. Один из авторов этого термина, активно изучавший этот феномен, стратег Демпартии Стэн Гринберг (Билл Клинтон пригласил того в команду как раз за труды по изучению этого явления) анализировал «демократов Рейгана» в 1980-е по рабочему округу Маком (Мичиган), в котором проживают рабочие предприятий депрессивного Детройта. В 1960 г. этот округ проголосовал за Кеннеди с отрывом в 26%, а в 1984 г. – за Рейгана с разницей в 33%. Настроения рабочих этого округа стали лакмусовой бумажкой для Демпартии на два десятилетия.

Но в ноябре 2008 г., после выборов, на которых уверенно победил Обама, сам Гринберг написал статью «Прощайте, демократы Рейгана». В ней он доказывал, что благодаря стремительным демографическим изменениям в США такое явление исчезло: «Мистер Обама создал поразительное доминирование в растущих, более разнообразных и хорошо образованных пригородах. Так что скатертью дорога, мой барометр Макома»<sup>58</sup>. В 2016 г. 53,6% избирателей Макома проголосовали за Трампа, фактически принеся ему победу в штате.

Многие аналитики в США на старте кампании обратили внимание на актуальность феномена «демократов Рейгана», готовых переключиться на Трампа в демократических рабочих округах.

<sup>58</sup> <http://www.nytimes.com/2008/11/11/opinion/11greenberg.html>

Джеффри Лорд, республиканский стратег, работавший в штате Пенсильвания (один из ключевых в поражении Клинтон), указывал еще в августе 2015 г. на возможность перетягивания Трампом «демократов Рейгана» на свою сторону. В частности, он писал о Мичигане (еще один ключевой штат, считавшийся безопасным для демократов и проигранный Клинтон): «Есть подозрение, что Дональд Трамп – как это уже случилось в данном штате Мичиган с его «синими воротничками» и автомобильными рабочими – в процессе демонстрации того, что эффективно продемонстрировал Рональд Рейган. А именно? А именно превращения того, кто считался демократом, в актив потенциального республиканского кандидата в президенты. Тот сорт актива, который приводит к значительной победе республиканцев»<sup>59</sup>.

В январе 2016 г. политический аналитик MSNBC Крис Мэттьюз заявил: «Сейчас полно «демократов Рейгана», желающих проголосовать за него /Трампа – ред./. Я думаю, Пенсильвания может быть использована им»<sup>60</sup>.

Профессор Терри Мадонна (социологическая компания Franklin & Marshall College Poll), также являющийся комментатором политических событий в Пенсильвании, заявил: «Переключение от партии к партии происходит эволюционным путем в течение двух десятилетий. Сейчас это просто все ускорилось. Многие из них демократы Рейгана – белые, рабочие, «синие воротнички», с доходом 35-40 тыс. и меньше, со школьным образованием или ниже. Они чувствуют разочарование, они чувствуют себя брошенными»<sup>61</sup>.

На протяжении всей кампании аналитики Клинтон активно отрицали наличие феномена «демократов Рейгана». Журнал The Atlantic, поддержавший кампанию Хиллари, в марте опубликовал статью «Миф демократов Рейгана». «Рассказы о том, что Дональд Трамп может переманить большую долю белых, рабочих демократов – это фантазия. Они не существуют», – утверждал журнал. «Типичный белый мужчина, «синий воротничок», который голосовал за Рейгана в 1980 г., не может голосовать этой осенью за Трампа. Он мертв... В классических штатах «демократов Рейгана» – Пенсильвании, Огайо, Мичигане и Висконсине – доля белых «синих воротничков» в общем количестве электората сократилась на 2% с 2012 по 2016 гг... Те белые «синие воротнички», которые остались демократами, более либеральны. Возможно, потому что они являются членами профсоюзов, а те озвучивают более благожелательные меседжи в адрес правительства. Возможно, потому что они «Millennials», которые, даже являясь белым рабочим классом, имеют тенденцию к большей секулярности, к одобрению однополых браков и более расово терпимы, чем их родители и деды»<sup>62</sup>.

В мае аналитик Нил Габлер заявил: «Не существует демократов Рейгана. Республиканская партия стала партией богатых, белых южан»<sup>63</sup>.

<sup>59</sup> [https://spectator.org/63765\\_are-reagan-democrats-becoming-trump-democrats/](https://spectator.org/63765_are-reagan-democrats-becoming-trump-democrats/)

<sup>60</sup>

[http://www.realclearpolitics.com/video/2016/01/16/chris\\_matthews\\_there\\_are\\_reagan\\_democrats\\_waiting\\_to\\_vote\\_for\\_trump\\_pennsylvania\\_is\\_in\\_play.html](http://www.realclearpolitics.com/video/2016/01/16/chris_matthews_there_are_reagan_democrats_waiting_to_vote_for_trump_pennsylvania_is_in_play.html)

<sup>61</sup> <http://www.latimes.com/nation/la-na-trump-democrats-20160424-snap-htmlstory.html>

<sup>62</sup> <http://www.theatlantic.com/politics/archive/2016/03/the-myth-of-the-reagan-democrat/475608/>

<sup>63</sup>

[http://www.salon.com/2016/05/10/there\\_are\\_no\\_reagan\\_democrats\\_the\\_gop\\_has\\_become\\_the\\_party\\_of\\_rich\\_white\\_southerners\\_partner/](http://www.salon.com/2016/05/10/there_are_no_reagan_democrats_the_gop_has_become_the_party_of_rich_white_southerners_partner/)

Эти ошибочные рассуждения были взяты на вооружение штабом Клинтон, который недооценил угрозу переключения «демократов Рейгана» на сторону Трампа.

Сам же Трамп еще в мае заявил в интервью для Bloomberg о перспективах Республиканской партии: «Через 5-10 лет /это будет/ другая партия. Это будет партия рабочих. Партия людей, у которых реальная зарплата не поднималась в течение 18 лет, которые рассержены. Вот что я хочу сделать»<sup>64</sup>. Трамп повторил почти то же самое, что заявил Дэвид Кэмерон в октябре 2015 г. по поводу преобразования Консервативной партии в «партию рабочих людей». Стратеги Трампа использовали стратегию британских консерваторов по переманиванию рабочих, ядра Лейбористской партии, в депрессивных районах Британии на свою сторону.

Глава команды аналитиков в штабе Трампа Мэтт Очковски заявил через день после выборов, о том, что они охотились за «скрытым избирателем Трампа», обнаружив, что 1-3% избирателей подпадают под эту категорию и «что именно они сыграют свою роль в ночь выборов»<sup>65</sup>.

Американский колумнист Чарльз Краутхаммер заявил сразу после выборов: «Фактом является то, что «демократы Рейгана», белый рабочий класс поддержал Трампа, потому что никто не слушал их»<sup>66</sup>.

Бывший посол США в ООН Джон Болтон, работавший с Трампом в ходе кампании, заявил: «Буши с их голубой кровью не вдохновили «демократов Рейгана» и Митт Ромни не возбудил их. Трамп вернул их обратно» (Daily Telegraph, 10.11.2016).

---

<sup>64</sup> <http://www.bloomberg.com/features/2016-reince-priebus/>.

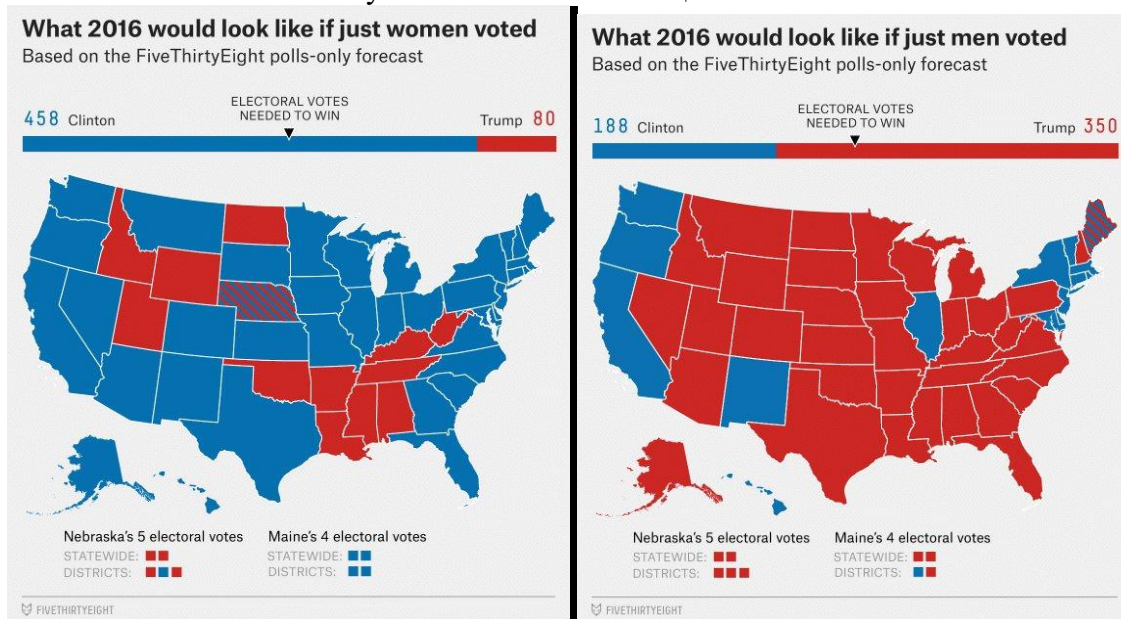
<sup>65</sup> <http://www.cbsnews.com/news/trump-data-analyst-on-voter-turnout-hispanic-voters/>

<sup>66</sup> <http://insider.foxnews.com/2016/11/09/charles-krauthammer-donald-trump-reagan-democrats>

## Переоценка командой Клинтон гендерного фактора, недооценка расово-этнического

Практически вся кампания Клинтон строилась на ожиданиях полной победы среди женщин, в том числе белых женщин. По некоторым опросам, Клинтон выигрывала у Трампа среди женщин с высшим образованием в соотношении 2:1, а в итоге оказалось, что она обошла его в этой категории всего на 6%.

Сторонники Клинтон активно использовали сравнения, как бы выглядели США, если бы там голосовали только мужчины и только женщины.



Источник: *FiveThirtyEight*

Согласно этим опросам, Клинтон значительно выигрывала голоса женщин во всех категориях. Некоторые октябрьские прогнозы демонстрировали преимущество Клинтон среди женщин даже в 33%<sup>67</sup>. Среднее же преимущество Клинтон выводилось в 15%. Причем некоторые опросы доказывали, что Клинтон лидирует и среди мужчин.

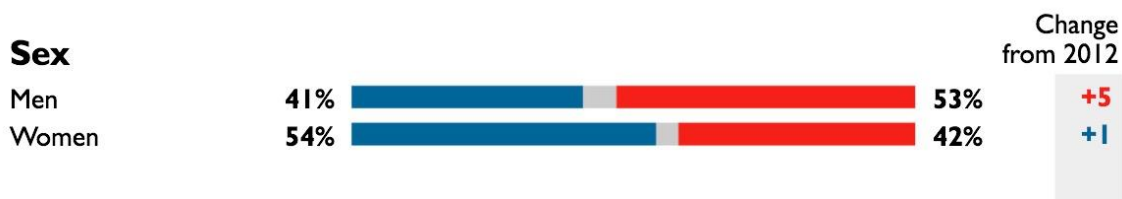
<sup>67</sup> <http://fivethirtyeight.com/features/election-update-women-are-defeating-donald-trump/>

## National polls in October show a wide gender gap

POLL	WOMEN	MEN
CBS News	Clinton +18	Trump +11
CNN	Clinton +14	Trump +4
Fairleigh Dickinson	Clinton +24	Trump +7
Fox News	Clinton +10	Trump +7
Google Consumer Surveys	Clinton +13	Trump +3
Ipsos/Reuters	Clinton +9	Clinton +5
Morning Consult	Clinton +6	Clinton +4
PRRI/The Atlantic	Clinton +33	Trump +11
Quinnipiac University	Clinton +20	Trump +12
Rasmussen Reports	Clinton +11	Clinton +2
USC Dornsife/LA Times	Clinton +9	Trump +14
YouGov	Clinton +15	Trump +2
<b>Average</b>	<b>Clinton +15</b>	<b>Trump +5</b>

Источник: FiveThirtyEight

Будучи уверенными в том, что голоса женщин у них в кармане, стратеги кампании Клинтон бросили все силы ее штаба и «женских» суперпэков, работавших на нее, скорее на поднятие явки женщин, чем на попытку переубеждения, выигрыша дополнительных голосов и т.д. В итоге Клинтон получила 54% женщин, что всего на 1% превысило результат Обамы в 2012 г. и даже оказалось хуже его результата 2008 г. (56%). Трамп же выиграл 53% голосов мужчин, улучшив показатель Ромни на 5%.



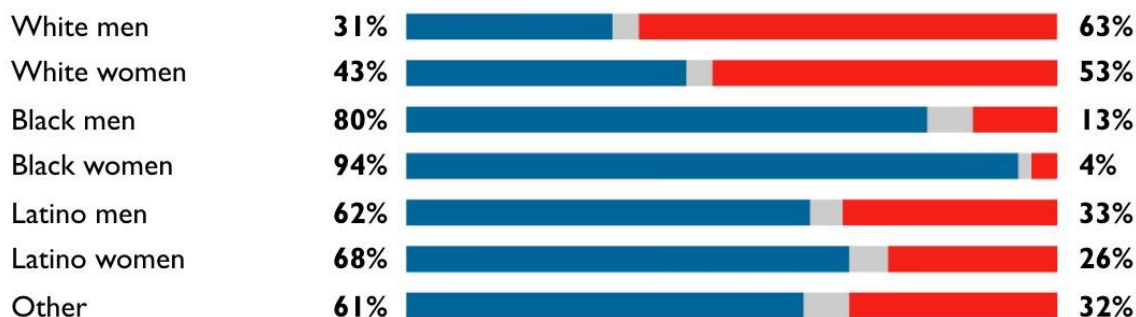
Источник: Times

Самым большой неожиданностью для сторонников Клинтон стал тот факт, что она вчистую проиграла Трампу голоса белых женщин, 53% из которых проголосовали за республиканца. Гендерные различия оказались гораздо менее значимы расовых и партийных, к чему стратеги Клинтон оказались не готовы.

К тому же сказалось недовольство значительной категории женщин (особенно белых религиозных женщин) кампанией в поддержку Planned parenthood. Позиция Трампа по абортам оказалось для этой категории важнее обвинений в сексуальных

домогательствах. А активная кампания сторонниц Клинтон в поддержку свободы абортот мобилизовала их противников.

### Sex and ethnicity



Источник: Times

Еще на старте основной кампании опрос CBS/New York Times демонстрировал, что 68% белых женщин с высшим образованием отрицательно относятся к Трампу. Но уже тогда отмечалось, что основной колеблющейся группой являются белые женщины без высшего образования, которых кампания Клинтон тоже видела в качестве своих избирателей<sup>68</sup>. На понижение рейтингов Хиллари в женском электорате сыграло также присутствие на ее митингах мужа. На фоне его сексуальных похощений (что удачно использовал Трамп) нивелировались негативные меседжи по поводу сексизма Трампа. Многие аналитики считают, что Хиллари не стоило настолько активно использовать мужа в своей кампании.

В итоге Трамп одержал абсолютную победу в категории белых женщин без высшего образования, опередив Клинтон на 25%. А преимущество Клинтон в категории белых женщин с высшим образованием оказалось не настолько великим, насколько ее стратеги рассчитывали (всего 6%).

<sup>68</sup> <http://www.theatlantic.com/politics/archive/2016/05/an-election-in-negative/483905/>





Источник: Twitter/Adrian Grey

Таким образом, ставка кампании Клинтон на повышение явки среди женщин не оправдала себя. Расовые и партийные различия оказались сильнее. Анализ по целому ряду штатов и округов (особенно на Юге и на Севере США) показывает, что в целом ряде регионов страны результаты выборов полностью совпадают с расово-этническим составом региона: доля белых избирателей – это голоса республиканцев, доля «цветных» - это голоса демократов. При этом Трампу удалось улучшить результат по сравнению с Ромни в каждой расово-этнической группе по сравнению с выборами-2012.

### Ethnicity



Источник: Times

### **Ошибка команды Клинтон по поводу единства латиноамериканцев**

Доля латиноамериканцев в США стремительно растет. Если в 2008 г. испаноязычных избирателей в США было 19,5 млн. чел., то в 2016 г. – 27,3 уже млн.

Они сыграли значительную роль в победе Обамы в целом ряде штатов. И многие стратеги республиканцев в 2012 г., указывая на демографическую динамику, доказывали, что без голосов латиноамериканцев республиканцам выборы не выиграть уже никогда.

Именно потому истеблишмент Республиканской партии заранее поставил на молодого Марко Рубио, потомка кубинских иммигрантов, надеясь таким образом перетянуть на свою сторону данную категорию населения. Однако уже во время праймериз стало понятно, что испаноязычные для внутренней борьбы республиканцев серьезного значения не имеют.

Одна из ошибок кампании Клинтон заключалась в едином подходе к испаноязычным избирателям США. Априори считалось, что латиноамериканцы будут голосовать против Трампа в связи с его оскорбительными высказываниями в адрес мексиканцев и планов по строительству стены на границе с Мексикой. В этой связи стратеги Клинтон приложили максимум усилий для увеличения явки среди испаноязычных, постоянно крутя для них ролики «антимексиканских» высказываний Трампа. Считалось, что латиноамериканцы – наиболее пассивная часть избирателей. Только 48% из них приняли участие в выборах-2012, в то время как явка среди белых и афро-американцев составила 64,1 и 66,6% соответственно.

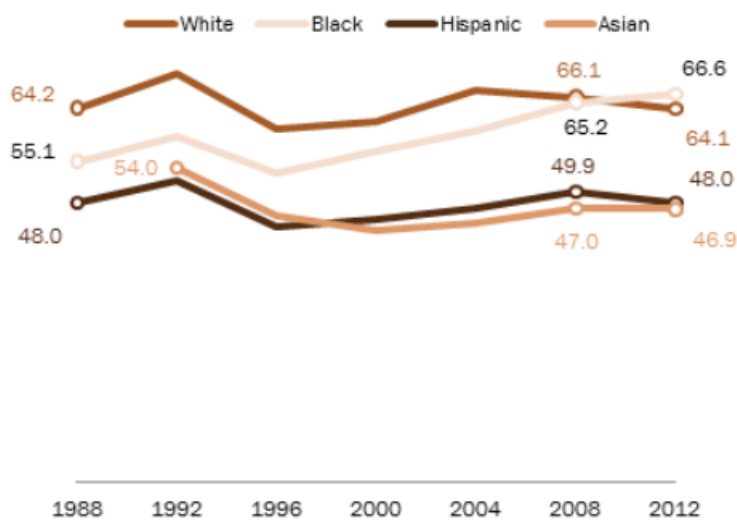


## Latino Voter Turnout Rates Have Long Trailed Those of Whites and Blacks in Presidential Elections

FIGURE 6

### Latino Voter Turnout Rates Have Long Trailed Those of Whites and Blacks in Presidential Elections

% of eligible voters who say they voted



Note: Eligible voters are U.S. citizens ages 18 and older. Whites, blacks and Asians include only non-Hispanics. Hispanics are of any race. Data for non-Hispanic Asians were not available in 1988.

Source: Pew Research Center tabulations of the Current Population Survey, November Supplements for 1988-2012.

PEW RESEARCH CENTER

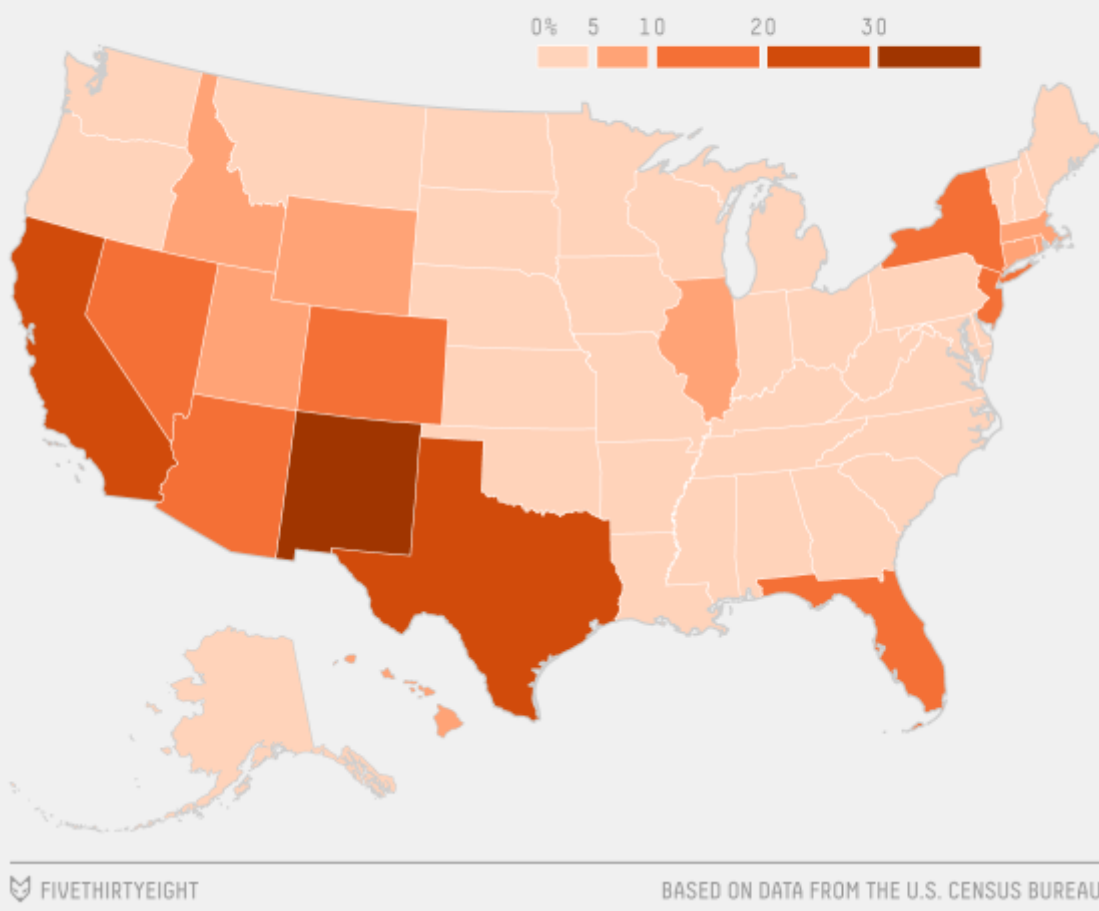
Источник: PEW Research

Поэтому в ключевых штатах с высокой долей этой категории населения суперпэки Клинтон вкладывали значительные суммы для разъяснительной кампании среди латиноамериканцев. Исключительно ради повышения их явки.

При этом, как показывает анализ данных переписи, наиболее влиятельными латиноамериканцами являются в безопасных для демократов штатах – Калифорнии и Нью-Йорке. К ключевым же штатам, в которых испаноязычные имеют значительную долю избирателей, относились только Аризона, Невада и особенно Флорида – основное поле боя обеих кампаний.

## Latinos are most influential in non-swing states

Estimated Latino share of the likely 2016 electorate, by state



Источник: *FiveThirtyEight*

Кампания Клинтон приложила максимум усилий для повышения активности в этой категории населения, особенно среди молодых испаноязычных избирателей. Специально для них была запущена рекламная акция «7 вещей, общих для Хиллари Клинтон и вашей abuela» (по-испански – «бабушка») <sup>69</sup>. Главная цель этой кампании была: привлечь молодых латиноамериканцев. Однако вызвала она противоположную реакцию, поскольку те, в основном выходцы из малообеспеченных семей, запустили хэштег #NotMyAbuela, сравнивая, в каких условиях живут семья Клинтон и бабушки молодых латиноамериканцев.

В последний уикенд перед выборами Клинтон лично посетила Флориду с призывом к латиноамериканцам приходить на избирательные участки, посетила местные общины иммигрантов. Главный ее призыв был: придите голосовать <sup>70</sup>.

<sup>69</sup> [https://www.hillaryclinton.com/feed/8-ways-hillary-clinton-just-your-abuela/?utm\\_medium=social&utm\\_source=fb&utm\\_campaign=20151222feed\\_abuela](https://www.hillaryclinton.com/feed/8-ways-hillary-clinton-just-your-abuela/?utm_medium=social&utm_source=fb&utm_campaign=20151222feed_abuela)

<sup>70</sup> <http://www.nytimes.com/2016/11/06/us/politics/hillary-clinton-donald-trump-campaign.html>

О том же – исключительной важности явки латиноамериканцев – постоянно говорили сторонники Клинтон. Один из стратегов Демпартии Марк Алдерман заявил: «Голоса латиносов всегда были ключом, но возможно, сейчас – как никогда раньше. Но явка будет определяющей, поскольку разница между Трампом и Клинтон в пределах погрешности»<sup>71</sup>. Таким образом, стратеги Клинтон постоянно работали над повышением явки испаноязычных, не обращая внимания на отсутствие единства в этой категории.

Особенно их вдохновили некоторые опросы. Так, опрос, проведенный Economist/YouGov 1 ноября, показывал, что Клинтон победит среди испаноязычных американцев с разрывом в 55%. Опрос, проведенный ABC News/Washington Post 3 ноября, предсказал разрыв в 48%.

Кампания Трампа не переоценивала роль латиноамериканцев. Мэтт Очковски заявил позже: «В таких штатах, как Флорида и Северная Каролина, не слишком изменяли ситуацию в пользу Клинтон (недостаточно анти-трамповские), чтобы внести какую-то разницу».

Цифровая команда Трампа специально купила базу данных испаноязычных жителей Флориды у некой организации, работающей с испаноязычной публикой штата (ее название не разглашается). И активно использовала эту базу данных для таргетирования отдельных категорий латиноамериканцев, в первую очередь – старше 60 лет. С помощью этой фирмы были выявлены различия между латиносами Флориды и других штатов с большим процентом испаноязычных и выработаны различные месседжи для них.

Очковски заявил: «Как только кампания началась, ...мы подозревали, что более пожилые испаноязычные избиратели, особенно во Флориде, блокировались с теми, кто голосовал за Трампа»<sup>72</sup>.

Этой разницы явно не учли стратеги Клинтон. Они вели общую «антитрамповскую» кампанию для латиноамериканцев, постоянно раскручивая его «антимексиканские» высказывания и не учитывая, что испаноязычная публика очень разношерстна, особенно во Флориде, где львиную ее долю составляют выходцы с Кубы, которые не отождествляют себя с мексиканцами и имеют совершенно иные представления о будущем США. Пожилые кубинцы вполне консервативны и одобряют идею ограничения миграции из Мексики. К тому же многие из них не могут простить примирение Обамы с правительством Кастро.

Кроме того, латиноамериканцы (большой частью – ревностные католики) очень критично относились к планам Клинтон относительно либерализации абортот. У мексиканских испаноязычных, особенно в штатах, примыкающих к Мексике, данный вопрос часто отходил на второй план на фоне беспокойства о свободе передвижений и общения с родными. Но у тех испаноязычных, для которых тема «мексиканской стены» не играла столь значительной роли, тема абортот зачастую отталкивала от Клинтон.

На этой разнице и играл штаб Трампа, обращаясь непосредственно к кубинцам по происхождению, а не ко всем испаноязычным. Накануне выборов Трамп в Тампа-бей Трамп заявил: «Кубинцы поддерживают меня». А позже добавил: «Испанские избиратели оказываются намного более разными, чем думают люди».

---

<sup>71</sup> <http://www.univision.com/univision-news/politics/democrats-and-republicans-take-different-approach-to-diversity>

<sup>72</sup> <http://adage.com/article/campaign-trail/trump-camp-capitalized-early-voting-data/306690/>

Анализ итогов выборов во Флориде доказал, что команда Трампа более верно таргетировала именно эту категорию испаноязычных избирателей. Выяснилось, что кубинские латиносы в своем большинстве поддержали Трампа.

ethnicity			
	clinton	trump	other/no answer
cuban 6%	41%	54%	5%
other latino 10%	71%	26%	3%
not latino 84%	45%	51%	4%
3997 respondents			

Источник: CNN

Но и среди других испаноязычных больше четверти избирателей Флориды проголосовали за республиканца. В целом по стране 29% из них отдали голоса Трампу, а среди мужчин-латиносов эта доля составила 33%.

Некоторые организации, работавшие на кампанию с Клинтон среди латиноамериканцев, после выборов начали активно доказывать, что экзитполы ошибаются и на самом деле Хиллари выступила лучше Обамы в сегменте испаноязычной публики. Однако анализ сухой статистики в округах, где проживает более 90% испаноязычных, показал, что Клинтон получила отрыв от оппонента меньший, чем был у Обамы в 2012 г.

### Clinton underperformed Obama in counties where over 90 percent of the voting-age population was Hispanic

COUNTY	HISPANIC SHARE	2016 VOTES	MARGIN		
			OBAMA	CLINTON	CHANGE
Starr, Texas	95.7%	11,691	+73.3	+60.1	-13.2
Maverick, Texas	95.1	13,588	+58.1	+55.8	-2.3
Webb, Texas	94.6	56,867	+54.0	+51.6	-2.4
Zavala, Texas	92.6	3,390	+67.6	+57.3	-10.3
Zapata, Texas	92.6	3,134	+43.2	+32.8	-10.4
Jim Hogg, Texas	91.1	2,119	+56.7	+56.9	+0.2
<b>Average</b>					<b>-6.4</b>

SOURCES: ABC NEWS, CENSUS BUREAU

Источник: ABC News

Таким образом, стратеги Клинтон явно переоценили единодушие латиноамериканцев на выборах и не диверсифицировали своих подходов к различным категориям испаноязычной публики, особенно к выходцам с Кубы во Флориде, ключевом для них штате.

### **Нацеленность кампании Трампа на снижение активности среди цветных**

Одна из основных задач команды Трампа на финальной стадии кампании заключалась не только в мобилизации собственного электората, но и в снижении активности категорий населения, наверняка голосующих против Трампа: в первую очередь «идеалистичных белых либералов, молодых женщин и афро-американцев»<sup>73</sup>.

Для подавления активности и снижения уровня поддержки Клинтон среди молодежи команда Трампа использовала «фактор Сандерса», документы WikiLeaks, на девушек была направлена кампания против сексуальных приключений Билла Клинтона.

Но основной упор делался на посыл негативных сообщений для цветного (в первую очередь афро-американского) населения. Активно раскручивались в соцсетях кадры беспорядков, связанных с протестами против убийства полицейскими афро-американцев, навязывалась мысль о том, что при Обаме ситуация только ухудшилась, Трамп постоянно озвучивал сообщение в адрес цветных: «Что вам терять?»<sup>74</sup>.

За несколько недель до выборов цифровая команда Трампа разослала афро-американским пользователям Фейсбука «темные посты» (посты, которые могла увидеть только строго отобранная, таргетированная аудитория), в которых в уста Клинтон вкладывались слова о том, что афро-американцы являются «супер-хищниками».

Открыто о своих целях в этом направлении команда Трампа не заявляла и не может заявить. Но по некоторым заявлениям видно, что она над этим активно работала. Так, пресс-релиз штаба Республиканской партии Северной Каролины за день до выборов радовался явному снижению активности среди афро-американцев, проголосовавших на раннем этапе<sup>75</sup>. Репортажи о том, что кампания Трампа в Северной Каролине систематически работает над снижением явки афро-американцев, появлялись неоднократно<sup>76</sup>. В итоге доля проголосовавших черных в этом штате снизилась с 23% в 2012 г. до 20% в 2016 г.

Бывший глава кампании Трампа Левандовски также выразил удовольствие по поводу снижения активности среди афро-американцев Мичигана<sup>77</sup>.

В итоге доля афро-американцев на выборах составила не намного меньше, чем в 2012 г. - на 1% меньше, и на 2% меньше, чем в 2008 г. Трудно сказать, была ли это заслуга команды Трампа или это – следствие разочарования «цветных» в демократах и в политике вообще. Но можно однозначно сказать, что кампания Клинтон по наращиванию явки в этой категории населения явно не достигла своего результата.

Уже во время «благодарственного» тура Дональд Трамп чуть открыто выразил благодарность тем афро-американским избирателям, которые не пришли на избирательные участки. Он заявил: «Честно говоря, если они имели какие-то сомнения, они не проголосовали. И это почти так же хорошо для нас. Потому что многие люди не пришли, потому что они были спокойны за меня»<sup>78</sup>.

---

<sup>73</sup> <http://www.bloomberg.com/news/articles/2016-10-27/inside-the-trump-bunker-with-12-days-to-go>

<sup>74</sup> <http://edition.cnn.com/2016/11/09/politics/clinton-votes-african-americans-latinos-women-white-voters/>

<sup>75</sup> <http://www.vox.com/identities/2016/11/7/13552832/north-carolina-republicans-black-turnout>

<sup>76</sup> <http://www.theatlantic.com/politics/archive/2016/11/north-carolina-early-voting/506963/>

<sup>77</sup> <https://twitter.com/StelliniTweets/status/796123650994933760>

<sup>78</sup> [https://www.washingtonpost.com/news/post-politics/wp/2016/12/09/trump-says-blacks-who-stayed-home-were-almost-as-good-as-those-who-voted-for-him/?utm\\_term=.73f4a049fd81](https://www.washingtonpost.com/news/post-politics/wp/2016/12/09/trump-says-blacks-who-stayed-home-were-almost-as-good-as-those-who-voted-for-him/?utm_term=.73f4a049fd81)

### Фактор Сандерса

Одним из неожиданных результатов выборов-2016 стало довольно большое (+5%) наращивание молодежного электората Республиканской партии по сравнению с выборами-2012. За Трампа проголосовали 37% молодежи от 18 до 29 лет. И это при том, что популярность Трампа в среде молодежи невысока, а явка среди избирателей этой возрастной категории повторила результат прошлых выборов (19%).

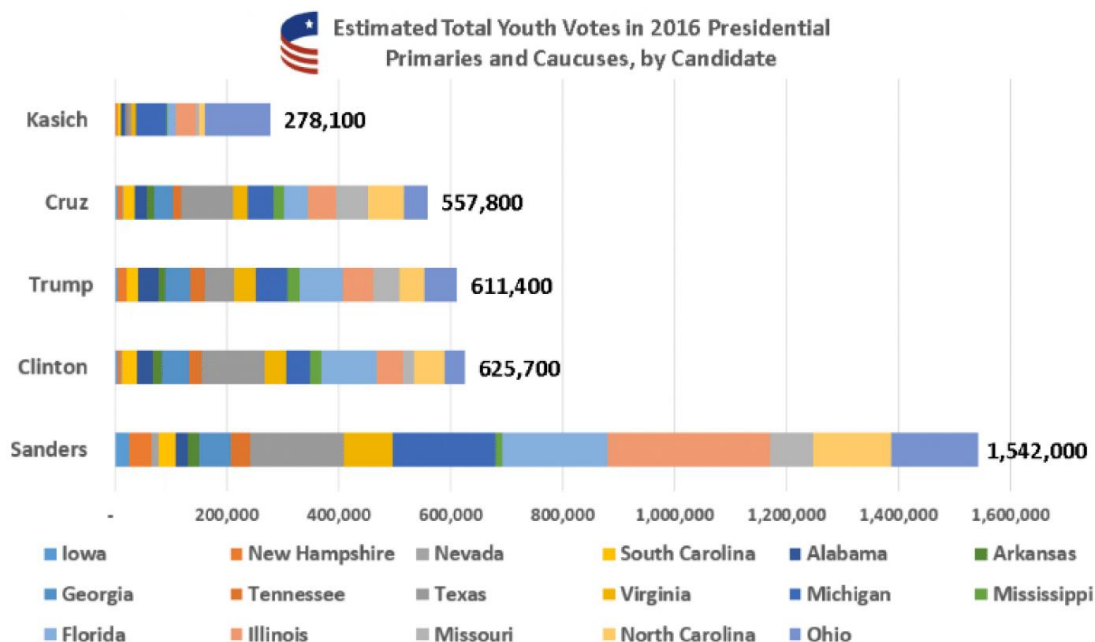
#### Age



Источник: Times

Среди молодежи 18-24 лет результат Клинтон был еще меньше – 55%, что на 11% меньше результата Обамы 8 лет назад.

Многие аналитики связывают этот результат с «фактором Сандерса» - глубоким разочарованием результатами праймериз в среде молодежи и студентов, с огромным энтузиазмом поддержавших соперника Хиллари Клинтон. В ходе праймериз молодежь отвернулась от истеблишмента своей партии и от его ставленницы. За Сандерса в этот период проголосовало молодежи больше, чем за Клинтон и Трампа, вместе взятых.



Источник: Washington Post



Огромный энтузиазм, который охватил сторонников Сандерса, вылился в колоссальное разочарование сторонников после его поражения. Юные демократы были очень разочарованы теми методами, которые использовал против Сандерса истеблишмент Демпартии.

Многие сторонники партии начали объяснять причины, почему они, оставаясь таковыми, не будут голосовать за Клинтон<sup>79</sup>.

Профессор Принстонского университета Джулиан Зелизер объяснил поражение истеблишмента Демпартии таким образом: «Они не прислушались к месседжу Берни Сандерса... Шум от этих праймериз должен быть подтолкнуть ее бороться за план решения экономической нестабильности и экономического неравенства. Трамп апеллировал к этим группам посредством страха, гнева и страсти. Она должна была предложить альтернативу. И я не уверен, что она сделала это»<sup>80</sup>.

Однако есть мнение, что «фактор Сандерса» как раз вынудил Клинтон в ходе праймериз взять на себя обязательства, склонившие ее повестку к дня более к левым, что отрезало ей возможность бороться за правоцентристский электорат. Некоторые стратеги Демпартии утверждают, что ошибка Клинтон заключалась в том, что она не взяла Сандерса себе в вице-президенты – мол, тогда голоса молодежи были бы обеспечены. Однако в таком шаге содержалось бы много рисков: это наверняка отрезало голоса многих центристов, включая левоцентристов.

---

<sup>79</sup> <http://time.com/4402823/glaude-hillary-clinton/>

<sup>80</sup> <http://www.politico.com/magazine/story/2016/11/hillary-clinton-loses-2016-complacency-214445>



### Трамп – надежда на изменения

В условиях всеобщего разочарования общества в истеблишменте большой ошибкой демократов была ставка на человека, который полностью олицетворял собой истеблишмент. Кампания Клинтон вместо того, чтобы найти способы увязать ее в глазах общества с какими-то надеждами на лучшее, постоянно подчеркивала ее опыт и связи с истеблишментом. И это служило лишь минусом, особенно в глазах «синих воротничков», отвернувшихся в итоге от демократов.

Дженнифер Палмиери, директор коммуникаций кампании Клинтон, советовала главе ее кампании Джону Подесте: «Сделаем преимуществом ее долголетие: ...Хиллари никуда не денется, она неутомима, она просто придерживается этого, и вы просто можете доверить ей сделать свою работу».

Проблема Клинтон заключалась в том, что она фактически копировала во всем Обаму. Ее стратеги полагали, что в условиях, когда большинство (53%) положительно относится к действующему президенту, это будет выигрышной стратегией.

opinion of barack obama as president			
	clinton	trump	other/no answer
strongly approve 33%	94%	4%	2%
somewhat approve 20%	69%	21%	10%
somewhat disapprove 12%	14%	76%	10%
strongly disapprove 33%	3%	95%	2%
24537 respondents			

Источник: CNN

Но избиратели воспринимали Клинтон не как Обаму, а всего лишь как кальку Обамы. Более того, рейтинг поддержки Обамы рос в том числе и потому, что избиратели были недовольны перспективой выбора из двух непопулярных кандидатов. Потому 25% из тех, кто одобрял его как президента, в итоге проголосовал за Трампа. Аксельрод заявил на канале ABC: «Я всегда имел эту теорию – и это то, что сформировало мое мнение о том, что Обама может победить в 2008 г.: люди выбирают лечение; они никогда не выбирают реплику. И если мы говорим о личностях, нет более «анти-обамовского» типа фигуры, чем Дональд Трамп»<sup>81</sup>.

Трамп олицетворял собой бунт против этого истеблишмента, а соответственно, надежды на изменение связывались только с ним.

<sup>81</sup> <https://www.washingtonpost.com/news/the-fix/wp/2015/12/17/david-axelrods-admiration-for-donald-trump-the-politician/>

Согласно национальному экзит-полу, 39% избирателей в первую очередь связывали свои надежды с тем, что кандидат должен внести какие-то изменения. 83% этих людей связывали надежду с этими изменениями исключительно с Трампом.

which candidate quality mattered most?			
	clinton	trump	other/no answer
cares about me <b>15%</b>	<b>58%</b>	35%	7%
can bring change <b>39%</b>	14%	<b>83%</b>	3%
right experience <b>21%</b>	<b>90%</b>	8%	2%
good judgment <b>20%</b>	<b>66%</b>	26%	8%
24537 respondents			

Источник: CNN

Дэвид Аксельрод, в прошлом главный стратег кампании Обамы, заявил: «Взгляните на экзит-полы..., из них ясно, что среди массы американцев существовала жажда к изменениям. И те, кто в значительной степени хотел их, кто был зол и разочарован правительством, в подавляющем большинстве поддерживал Дональда Трампа»<sup>82</sup>.

Карл Роув, бывший советник Джорджа Буша, заявил: «Трамп был кандидатом изменений в году, когда 62% избирателей заявили, что их страна на неверном пути. Эти избиратели разделились на 69% за Трампа и 25% за Клинтон. Жажда изменений была настолько сильной, что она перевесила сомнения относительно квалификации и темперамента мистера Трампа» (Wall-street Journal, 9.11.2016).

<sup>82</sup> <http://www.politico.com/story/2016/11/trump-surge-david-axelrod-2016-election-231034>

## Размытость сигналов и лозунгов у Клинтон, четкость и простота сигналов Трампа

Многие стратеги считают лозунг Stronger Together гораздо более проигрышным, чем Make America Great Again, который легко трансформировался в удобные аббревиатуры и хэштеги #MAGA. Трамп обращался к публике простым языком, используя лексикон старшекласника, противопоставляя его вычурному и заумному стилю Клинтон. Он достигал своей целевой аудитории посредством этого языка и стиля.

Специалист в области пиара Рэй Хеннеси писал: «“Make America Great Again” – это призыв к действию. Это объединяющий клич, как лозунг Nike “Just Do It”... Америка в данный момент не велика, так что я собираюсь что-то сделать по этому поводу – это вовлекает избирателя в миссию. Это почти приказ. “Stronger Together” создавался для того, чтобы быть инклюзивным, но это не был призыв к действию. Да, люди сильнее, когда они объединены, но слоган выглядел как совет связать все шлюпки вместе и поделить рацион из оставшихся галет и воды. Электорат – традиционный рабочий класс демократических избирателей в Пенсильвании, Мичигане и Висконсине – больше был заинтересован в том, чтобы найти шлюпку капитана и затопить ее»<sup>83</sup>.

Есть сведения, что появление лозунга Stronger Together был ответом на заявление Трампа «Я в одиночку все исправлю». Клинтон тут же ухватила за это заявление, начав активно противопоставлять ему свой командный дух. Она постоянно заявляла: «Американцы никогда не говорят «Я все исправлю», они говорят: «Мы все исправим»».

Дэвид Аксельрод, глава кампании Обамы, еще в декабре 2015 г. говорил: «Этот агрессивный, оскорбительный стиль Трампа находил аудиторию, особенно в среде белых мужчин без высшего образования, которые с воодушевлением реагировали на нативистские, анти-иммигрантские, анти-торговые причитания Трампа. В эру, когда все кажется вышедшим из-под контроля, он – легендарный силач, заверяющий всех, что он позаботится обо всем, что тревожит нас»<sup>84</sup>.

«Его речи в ходе кампании был просто «словесным салатом»... Но эти речи работали. И они работали, потому что Трамп был прекрасным и взвешенным ритором. Его энергичный слоган восстановления местной славы - “Make America Great Again” – победил тот, который у Хиллари Клинтон... ну, как его? Ах да, “Stronger Together” – который постигла та же судьба, как и пресный “Stronger In” в кампании Remain /на британском референдуме – ред./»<sup>85</sup>.

Анализируя «язык школьника», который использовал Трамп, профессор лингвистики Джордж Лакофф пришел к выводу: «Он просто использует эффективные дискурсные механизмы коммуникации для передачи того, что он хочет донести до своей аудитории. Я обнаружил, что он очень осторожно придерживается стратегии в использовании своего языка»<sup>86</sup>.

Трамп презентовал в качестве своей программы простые месседжи, состоящие из нескольких пунктов. Клинтон же доводила до публики многостраничные документы, которые не становились предметом обсуждения.

<sup>83</sup> <https://www.entrepreneur.com/article/285222>

<sup>84</sup> <http://www.csmonitor.com/USA/Politics/2016/1111/What-Democrats-can-learn-from-Hillary-s-loss>

<sup>85</sup> Guardian, <https://www.theguardian.com/us-news/2016/nov/13/make-america-great-again-why-are-liberals-losing-the-war-of-soundbites>

<sup>86</sup> [http://www.huffingtonpost.com/george-lakoff/understanding-trumps-use- b\\_11675280.html](http://www.huffingtonpost.com/george-lakoff/understanding-trumps-use- b_11675280.html)

Стратег Демократической партии Селинда Лейк заявила: «Я твердо верю, что демократы просто обязаны выйти с более ясной экономической программой и месседжем. Мы никогда не выиграем голоса белых «синих воротничков», если мы не будем лучше в экономике. А 27 политических платформ и список предложений – это не программа. Мы можем смеяться над ним, но у Трампа она есть. Это то, что мы однозначно должны исправить». Демократы не исправили этого.

### **Активность Трампа в социальных сетях**

Одним из сильнейших инструментов влияния для Трампа были социальные сети, которыми он пользовался задолго до начала кампании.

Клинтон вела более традиционную медиа-кампанию, тратя миллионы на телерекламу и разгоня механические месседжи по Сети. Но из ее твитов было видно, что все это пишет команда. Причем вместо того, чтобы вуалировать данный факт, представлять все, как прямое общение Клинтон с публикой, команда не скрывала, что в Твиттере пишет не Клинтон: ее цитаты сыпались с аккаунта прямо в момент ее живого выступления, что сразу бросалось в глаза публике, очень часто о Клинтон писали там в третьем лице, что лишний раз подчеркивало отчуждение кандидата от пользователей, наличие барьера между ними.

Цифровая команда Клинтон задолго до выборов открыто начала делиться технологиями коммуникации от ее имени, чем значительно подставляла кандидата. Так, еще в начале октября представители этой команды провели круглый стол, на котором открыто объясняли, как пишут за Клинтон ее месседжи. «Мы провели немало времени, думая над тем, как мы доставим наши месседжи на другие платформы, которые будут немного неожиданными», - поделились ее цифровики, лишний раз подчеркивая тот факт, кто пишет под именем Клинтон, отдавая ее образ от избирателей<sup>87</sup>.

Трамп же лично общался с миллионами избирателей через Твиттер (за исключением нескольких дней финальной стадии кампании), постоянно подчеркивал это, называл себя «Эрнестом Хемингуэем 140 символов», создавал ауру аутентичности вокруг себя. Практически каждый его скандальный твит сам по себе был медиа-событием, обсуждался в прессе.

У Клинтон самым цитируемым ее твитом был призыв к Трампу «Удали свой аккаунт». Все остальные были скучными и фактически перепечатывали краткое содержание уже появившихся в Сети ее выступлений и интервью.

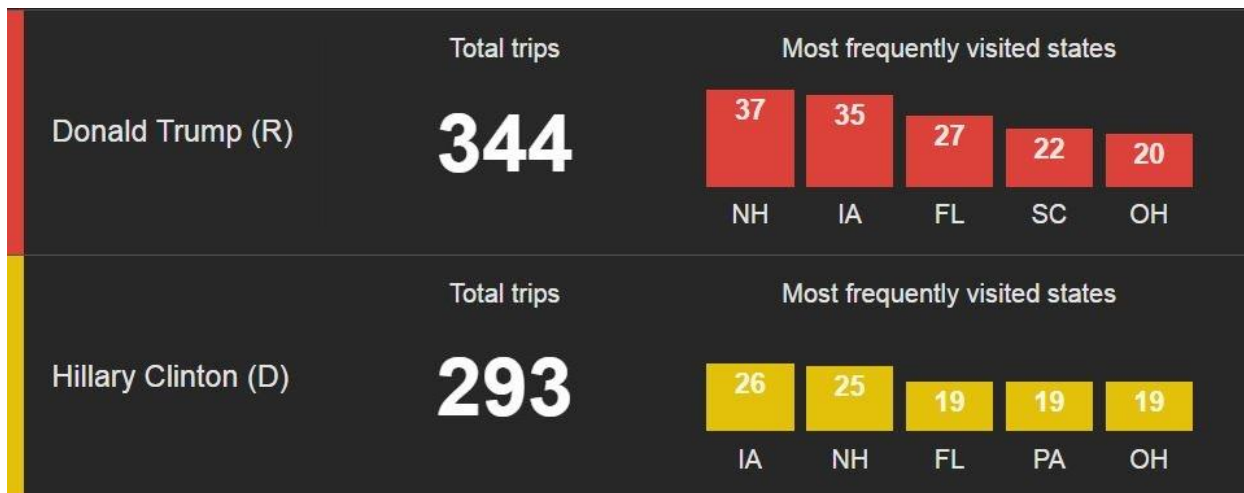
---

<sup>87</sup> <http://www.adweek.com/news/technology/hillary-clintons-digital-staff-gives-6-marketing-lessons-theyve-learned-bizarre-election-173919>

### Трампа более активно ездил по стране

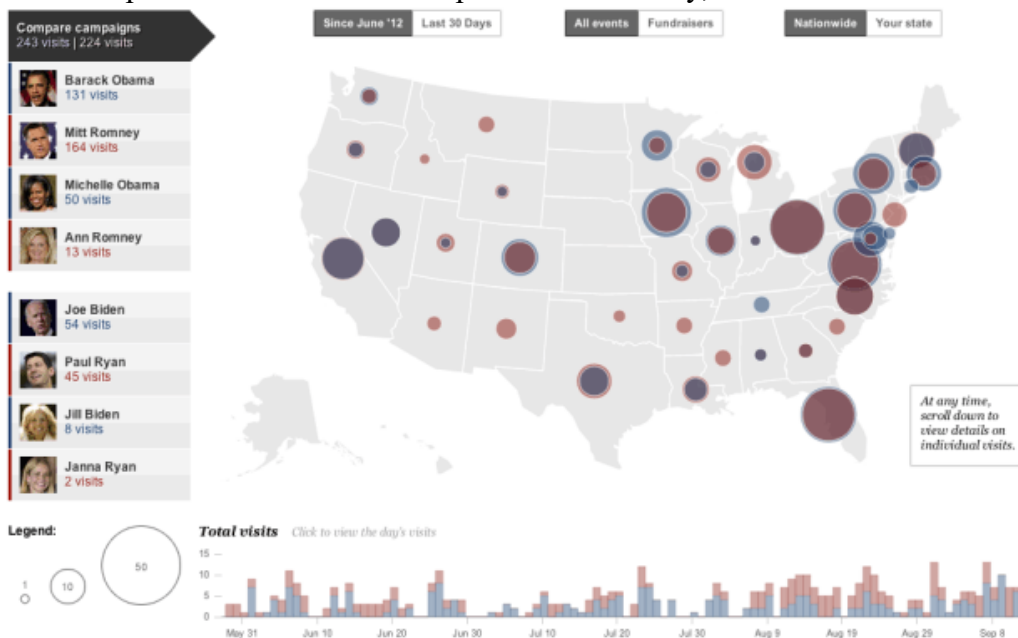
Клинтон вложила средства в кампанию, несопоставимые с вложениями Трампа. Ее команда посчитала, что этого достаточно.

Трамп же компенсировал это отставание гораздо более активными передвижениями по стране. Согласно анализу Traveltracker, за всю кампанию (с учетом праймериз) Трамп совершил 344 поездки, Клинтон – 293.



Источник: Traveltracker

С мая по ноябрь Трамп совершил 154 поездки, Клинтон – 108. Для сравнения: за аналогичный период 2012 г. Обама совершил 131 поездку, Ромни – 164<sup>88</sup>.



Источник: Washington Post

<sup>88</sup> <http://www.washingtonpost.com/wp-srv/special/politics/2012-presidential-campaign-visits/>

Практически в каждом ключевом штате Трамп провел больше предвыборных мероприятий, чем его соперница. При этом Клинтон делала упор на статичные, не особо многолюдные внутрипартийные мероприятия, с тщательно отобранной (во избежание скандалов) публикой, с отрететированными вопросами и выверенными ходами. Практически всюду она выступала с пюпитром суфлера (как и Обама в ходе своих кампаний). Ее выступления и месседжи активно обсуждались в масс-медиа, но сами по себе они не становились новостью.

Трамп же сознательно пошел на провокационный стиль проведения массовых акций, с привлечением публики, со скандальными эпатажами, со стычками его сторонников с оппонентами на улицах. Его агрессивный, вызывающий стиль поведения, его кривляние и пародирование оппонентов долго обсуждалось в соцсетях, распространялось и противниками, и союзниками, становилось предметом нападков со стороны Клинтон, что еще больше удваивало эффект.

Клинтон сопровождала свои самые массовые митинги выступлениями звезд (вполне вероятно, по причине слабого здоровья). Но это только отвлекало публику: новости затем больше сосредотачивались на звездах, а не на Клинтон и тем более не на ее месседжах. Подавляющее большинство аналитиков сошло во мнении, что ставка на звезд эстрады и спорта была проигрышным ходом.

Трамп же сам был звездой своих митингов. Он мог выступать полчаса, без суфлера и без остановок. Чем также выгодно отличался от оппонентки.

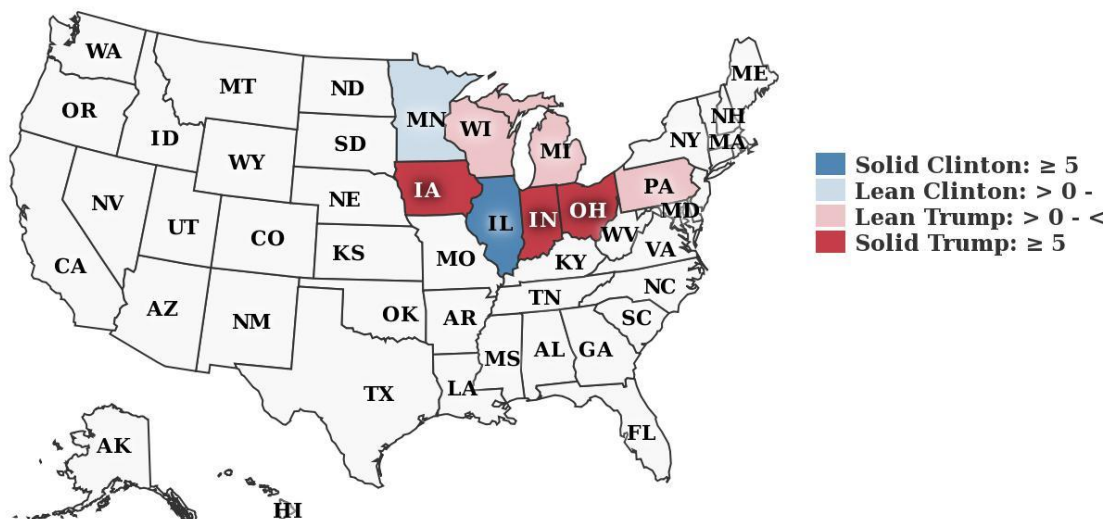


### «Ржавый пояс»

Данная проблема тесно связана с проблемой «демократов Рейгана», которая была описана выше. Кампания Клинтон не только игнорировала проблему взаимоотношения с целым слоем своих традиционных избирателей – «синими воротничками». Она недооценила эти проблемы в выстраивании полевой и идеологической работы со своими традиционными регионами т.н. «Ржавого пояса». В этот пояс входят Пенсильвания, Огайо, Индиана, Мичиган, Иллинойс, Айова и Висконсин. Ключевыми штатами демократы признали Пенсильванию, Огайо и Айову. Несколько штатов являлись безопасными для демократов – вроде Иллинойса. К ним же ошибочно были отнесены Мичиган и Висконсин, которые в итоге демократы проиграли.

## Election 2016 Rust Belt State Results

How the Rust Belt States Voted in 2016



Источник: *People's Pundit Daily*

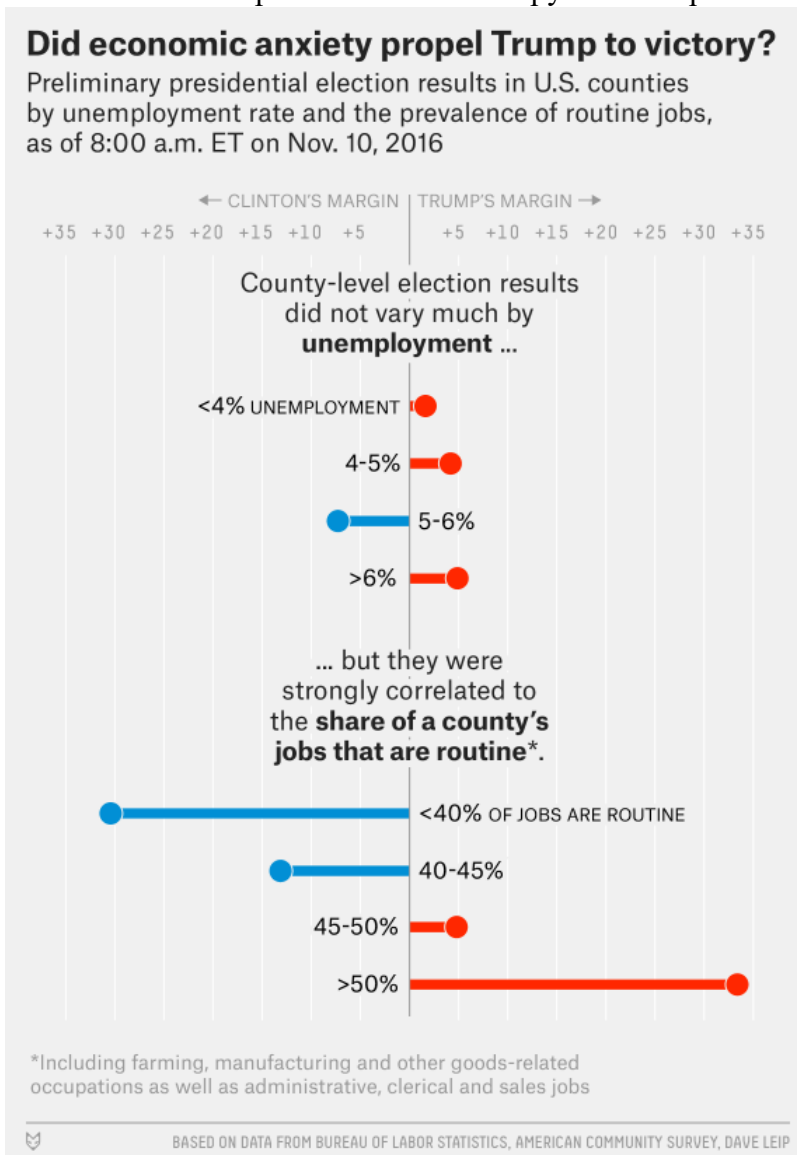
Штаб демократов прямо отрицал наличие серьезных проблем в этих штатах, не обращая внимания на многочисленные индикаторы кризиса там для кампании Клинтон. В основу всех расчетов бралась история голосования штата и округов, а не экономические тенденции, и социальные настроения избирателей.

Статистик Джед Колко пришел к выводу, что успех Трампа зависел большей частью не от нынешнего экономического положения того или иного региона, а от ожидания будущих проблем, связанных с работой и заработком: «Экономическое беспокойство за будущее, не только за настоящее. Трамп победил Клинтон в округах, где в зоне риска больше количество рабочих мест в связи с технологиями и глобализацией. Особенно в округах с наибольшим количеством «рутинных» рабочих мест – как то производство,



продажи, работа клерков и подобный род занятий, который можно автоматизировать или перенести за рубеж – намного больше голосовали за Трампа»<sup>89</sup>.

Согласно этому анализу, нет прямой корреляции между нынешним уровнем безработицы в том или ином округе и результатами голосования. Но есть прямая зависимость итогов выборов с количеством «рутинных» рабочих мест в округах.



Источник: *FiveThirtyEight*

Национальный экзитпол также продемонстрировал, что Трамп добился значительной доли своих голосов среди пессимистично настроенных избирателей, считающих, что следующее поколение американцев будет жить хуже.

<sup>89</sup> <http://fivethirtyeight.com/features/trump-was-stronger-where-the-economy-is-weaker/>

life for the next generation of americans will be:			
	clinton	trump	other/no answer
better than today <b>37%</b>	<b>59%</b>	38%	3%
worse than today <b>34%</b>	31%	<b>63%</b>	6%
about the same <b>24%</b>	<b>54%</b>	39%	7%

24537 respondents

Источник: CNN

В целом по стране таких пессимистов было более трети – 34%. В штате же Висконсин, который демократы считали безопасным для себя, таких насчитывалось 42%.

life for the next generation of americans will be:					
	clinton	trump	johnson	stein	other/no answer
better than today <b>27%</b>	<b>69%</b>	29%	1%	0%	1%
worse than today <b>42%</b>	26%	<b>67%</b>	5%	2%	n/a
about the same <b>27%</b>	<b>55%</b>	37%	7%	1%	n/a

3047 respondents

Источник: CNN

В большинстве штатов «Ржавого пояса» уровень социального пессимизма был гораздо выше, чем в среднем по стране. Демократы так до конца и не уловили эту тенденцию, хотя многие их предупреждали об этом. Кинорежиссер Майкл Мур назвал эти штаты «Брекзит-штатами», проводя параллель с голосованием традиционных лейбористских регионов Британии за выход из ЕС на референдуме июня 2016 г. К таким штатам он отнес Мичиган, Огайо, Пенсильванию и Висконсин. Мур призвал демократов всерьез заняться этими штатами, напоминая: «Брекзит состоялся во многом потому, что рабочий белый класс индустриальной Англии и Уэльса проголосовал за выход из Европы, так как они хотели послать сигнал»<sup>90</sup>.

<sup>90</sup> <http://www.independent.co.uk/news/people/donald-trump-brexit-vote-michael-moore-legal-terrorism-a7398156.html>

Команда же Трампа оценила возможности в этих штатах, направив кандидата в Пенсильванию, Висконсин и Мичиган<sup>91</sup>. Клинтон же за время основной кампании не удосужилась побывать в «безопасном» для нее Висконсине ни разу. Хотя еще до выборов СМИ, сотрудничавшие с ней, прямо писали: «Кампания посвятила очень мало рекламы или времени Клинтон и ее топ-агитаторов в нескольких штатах, которые должны быть ее ключевой стратегий для достижения 270 голосов выборщиков – среди них Мичиган, Висконсин, Колорадо, Вирджиния и Нью-Мексико»<sup>92</sup>. Клинтон потратила 28 млн. долларов только на рекламу в небольшом Нью-Хэмпшире, но на ключевые для себя штаты Мичиган, Висконсин, Колорадо и Вирджиния вместе взятые она потратила 23 млн.

При этом республиканские стратеги, не работавшие напрямую с Трампом, прямо указывали на то, что Клинтон допускает тем самым «брешь в Голубой стене» штатов. А стратеги Демократической партии активно ее в этом поддерживали. Так, Стэн Гринберг, считающийся у демократов главным специалистом по «демократам Рейгана» и «Ржавому поясу» (см. выше), похвалил стратегию кампании Клинтон, сосредоточившейся на завоевании республиканских штатов, а не на защите демократических: «Я рад, что она наступает, расширяя карту вместо того, чтобы создавать барьеры для попыток Трампа разбить Голубую стену... Нападение – это лучший выбор, чем оборона»<sup>93</sup>.

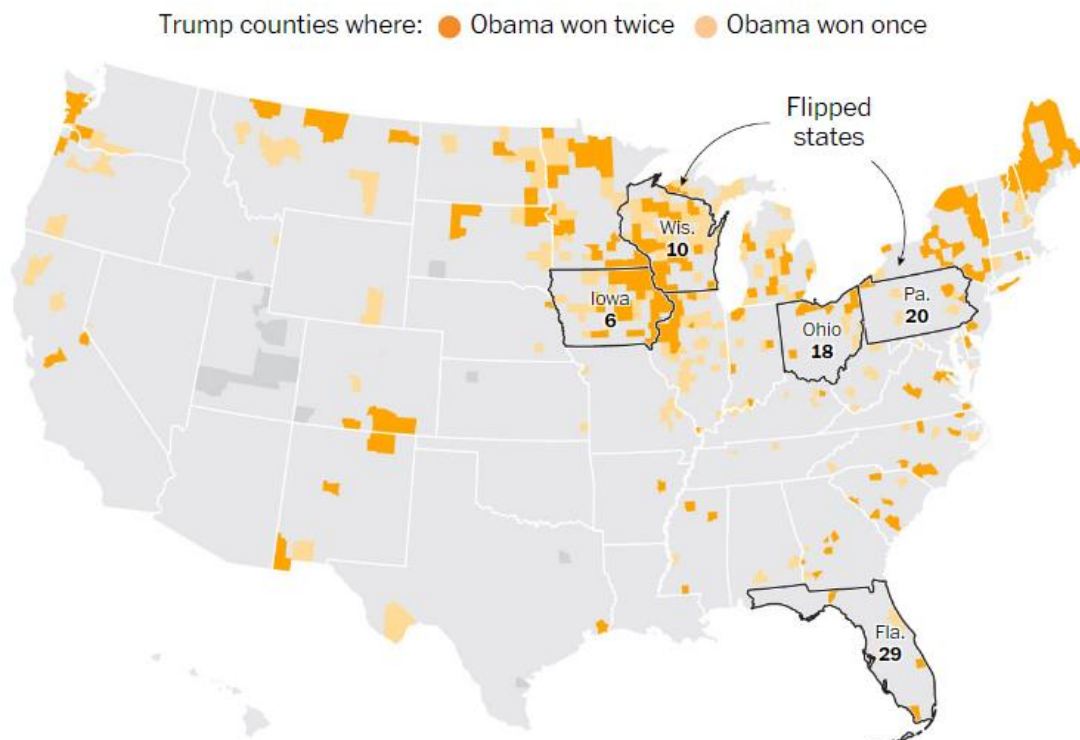
В итоге провальной кампании Клинтон в «Ржавом поясе» наибольшего успеха в переманивании голосов Обамы Трамп достиг именно там. Из почти 700 округов, в которых на прошлых выборах Обама получил двузначное преимущество, более трети проголосовали сейчас за Трампа. При этом львиная доля приходится на Пенсильванию, Огайо, Висконсин и Айову.

---

<sup>91</sup> <http://www.bloomberg.com/news/articles/2016-11-10/trump-s-data-team-saw-a-different-america-and-they-were-right>

<sup>92</sup> <http://www.theatlantic.com/politics/archive/2016/11/trump-clinton-electoral-college/506306/>

<sup>93</sup> <http://www.theatlantic.com/politics/archive/2016/11/trump-clinton-electoral-college/506306/>



*Источник: Washington Post*

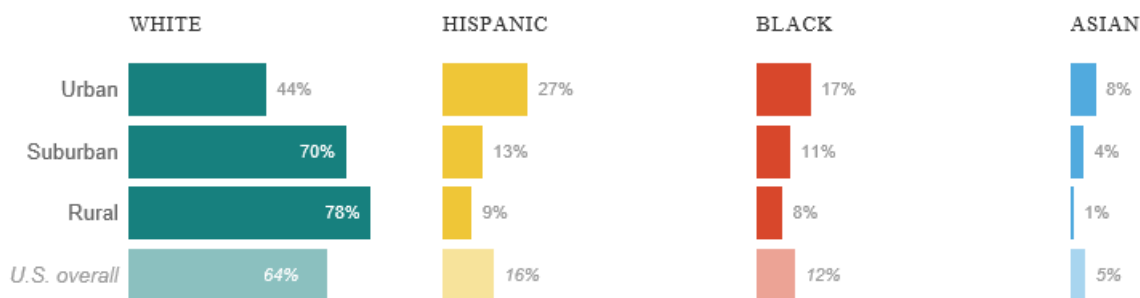
В то же время Клинтон, пытавшаяся переманить избирателей республиканцев, из 2200 округов, в которых Обама не победил ни на одних из двух его кампаний, смогла достичь победы только в шести.

### Трамп победил в сельской местности

Одна из основных стратегий кампании Трампа заключалась в нацеленной работе с сельской местностью, на которую обычно гораздо меньше обращают внимание кандидаты. Этой работе помогало то, что сельская местность в США гораздо более однородна в расово-этническом отношении, чем город и рабочие пригороды. 78% жителей этой местности составляют белые, причем значительная часть – без высшего образования, то есть целевая аудитория Трампа.

### Rural Areas Are Less Diverse Than The Rest Of The Country

Rural areas are nearly 80 percent white, while urban areas are majority-minority.



Source: Housing Assistance Council

Credit: Danielle Kurtzleben/NPR

Источник: Housing Assistance Council

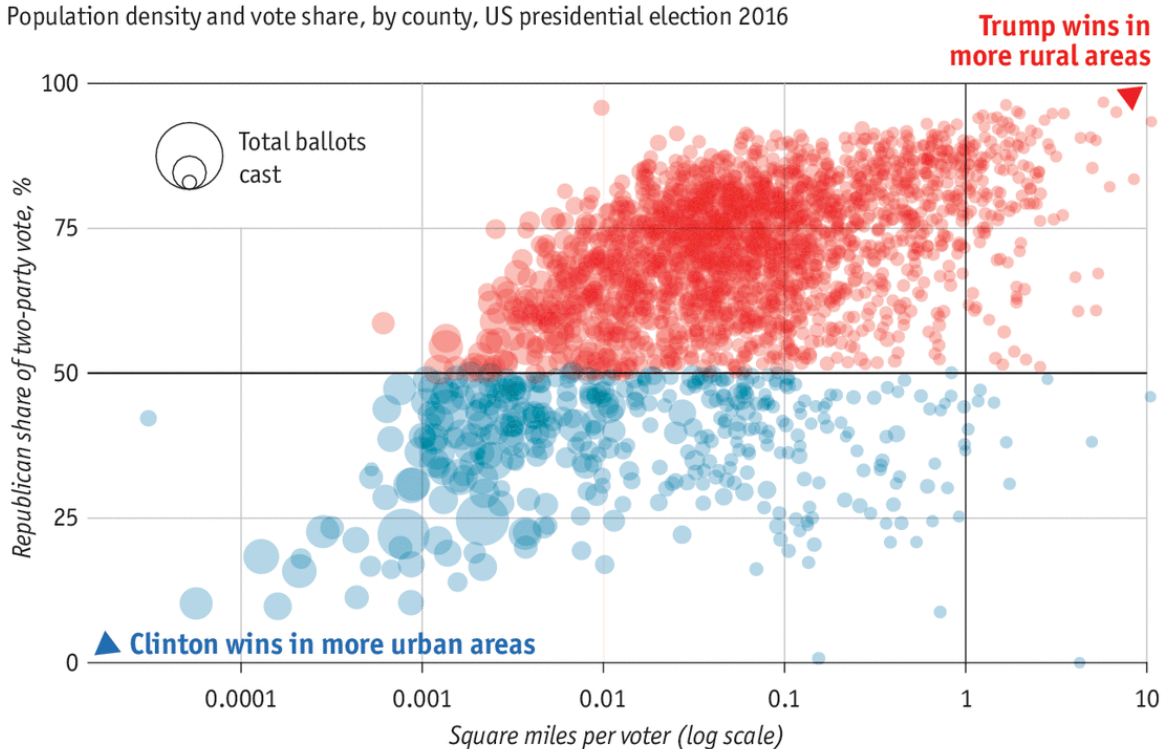
Мэтт Очковски, один из руководителей кампании микротаргетинга в кампании Трампа, заявлял: «Национальность важна, но большой историей является понимание раскола между городом и деревней». По его словам, изначально была взята тактика охоты на «скрытые голоса Трампа», на т.н. «отринутых» избирателей, поэтому кампания должна была быть более «сельской, сельской, сельской».

Очковски утверждает, что их команда выявила скрытый потенциал сельских голосов (по его словам, социологи недооценили этот потенциал в некоторых местах на 10%). Причем «недооцененный» сельский потенциал особенно сработал в Айове, Висконсине, Мичигане и Индиане. Формула, которую представил Очковски, звучала так: «Меньшая явка афро-американцев в сочетании с недостаточной явкой латиноамериканцев + повышение явки в селе = победа».

В то же время Клинтон фактически не уделяла внимания сельской местности, считая, что ей достаточно победы в городах (34% избирателей) и частично в пригородах (49%). Трамп же добился полной победы в селах, где за него проголосовали 62% избирателей. По подсчетам The Economist, он получил беспрецедентный результат (80%) среди избирателей, владеющих хотя бы 1 квадратной милей земли.

## Town and country

Population density and vote share, by county, US presidential election 2016

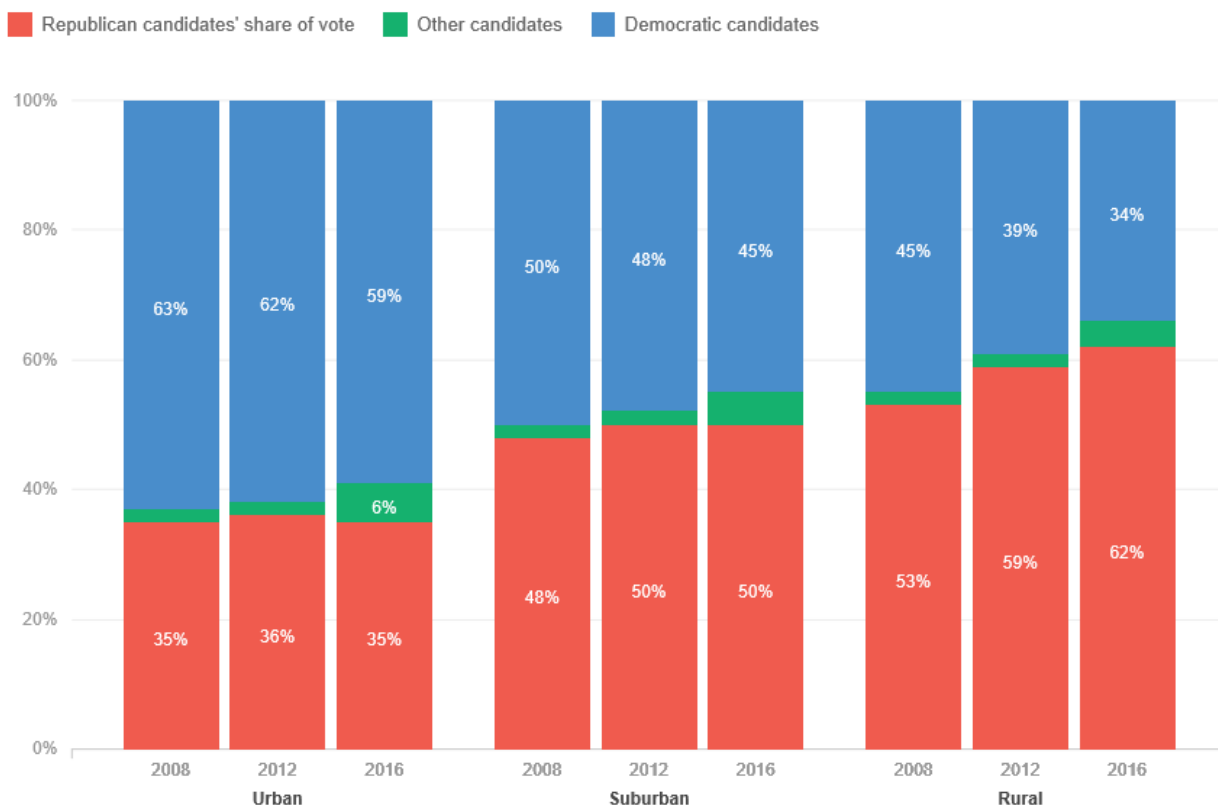


Sources: Atlas of US Presidential Elections; Census Bureau; *The Economist*

Economist.com

*Источник: Economist*

Если сравнивать результаты Трампа с Ромни, то обнаруживается, что в 2016 г. республиканец получил на 1% меньше голосов городского населения, такой же результат в пригородах и на 3% больше сельских голосов.



Source: CNN, NBC News, New York Times

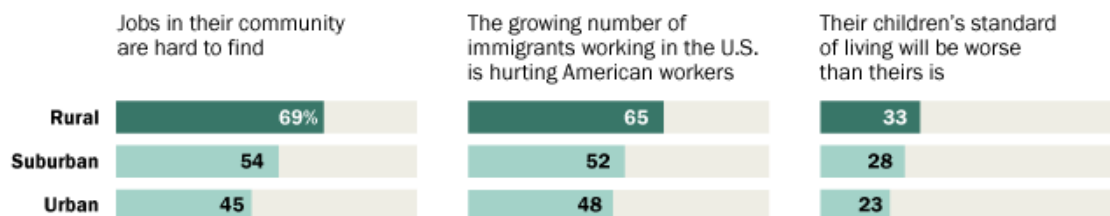
Credit: Danielle Kurtzleben and Alyson Hurt/NPR

Источник: NPR

Во многом такой успех Трампа в деревне связан с тем, что именно там население гораздо больше беспокоится о рабочих местах, о наплыве мигрантов из-за пределов США и о будущем своих детей.

### Rural whites more concerned about jobs, working immigrants and children's economic future than other whites

% of whites in each group saying ...



Source: Survey of U.S. adults conducted May 25-June 29, 2016.

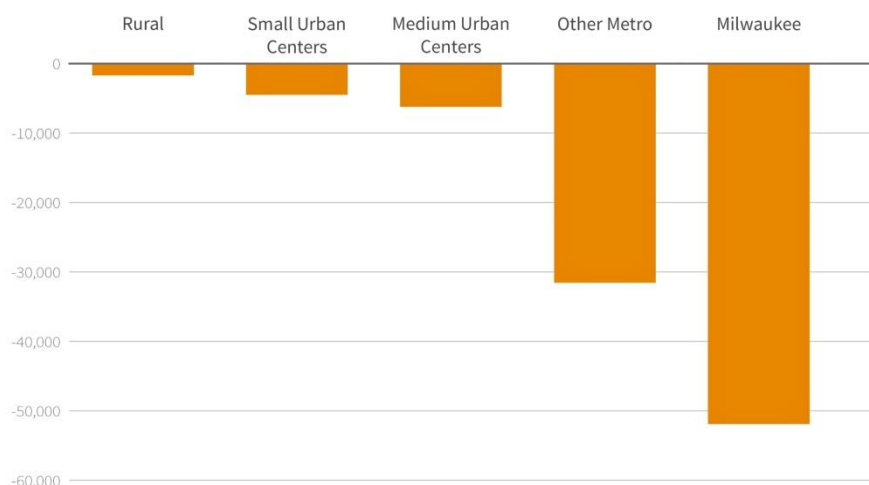
PEW RESEARCH CENTER

Источник: PEW Research

По итогам выборов аналитики развернули спор о том, что стало ключевым в победе Трампа – пригороды или деревня. Специалист в области демографии и статистика Джоэл Коткин уверяет: «Это не сельская деревенщина избрала Трампа: пригороды были и останутся настоящим полем битвы». Причем в пример он приводит ключевые штаты «Ржавого пояса», в том числе Висконсин<sup>94</sup>.

А вот Малия Джонс, специалист по социальным наукам Университета Висконсин, считает, что в победе Трампа в этом штате сыграл комплекс факторов, одним из которых являлось фактическое сохранение явки в сельской местности по сравнению с выборами 2012 г. на фоне резкого падения явки в крупных городах, голосовавших за Клинтон. При этом она добавляет, что это – лишь один из факторов, помимо наращивание Трампом голосов в «маленьких городских центрах»<sup>95</sup>.

Total Change in Votes Cast in Wisconsin  
2012 to 2016 Presidential Elections, Grouped by County Type



Source: Wisconsin Elections Commission, unofficial results as of 11/11/2016 (<http://elections.wi.gov>)

Источник: Wiscontext

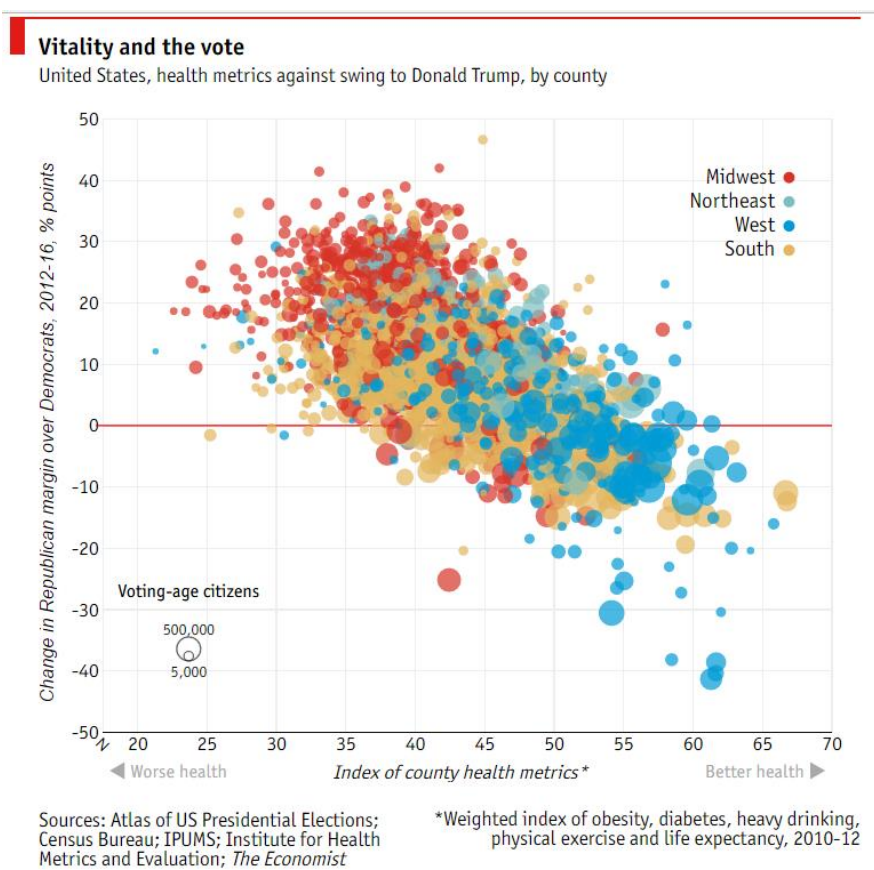
<sup>94</sup> <http://www.forbes.com/sites/joelkotkin/2016/11/22/donald-trump-clinton-rural-suburbs/#2958684b690c>

<sup>95</sup> <http://www.wiscontext.org/how-and-where-trump-won-wisconsin-2016>



### Недовольство Обамасаре

Аналитики The Economist указали на прямую связь результатов выборов с состоянием здравоохранения в том или ином регионе. Согласно их расчетам, в округах, в которых показатели состояния здоровья жителей (health metrics) хуже, Трамп получил больше дополнительных голосов по сравнению с результатом Ромни на выборах 2012 г. По их расчетам, если бы уровень диабета в Мичигане был бы на 7% ниже, Трамп получил на 0,3% голосов меньше, что было бы достаточно для сохранения штата за демократами. По тем же расчетам, Клинтон должна выиграть Висконсин, если бы там уровень алкоголизма был бы на 5% ниже.



Источник: *The Economist*

Экзитполы также показывают, что в штатах, в которых уровень недовольства реформой здравоохранения (Обамасаре) выше, с большей охотой голосовали за Трампа. Почти половина избирателей, пришедших на участки 8 ноября, считали, что данная реформа «зашла слишком далеко». 83% этой категории населения проголосовали за Трампа.

view on obamacare			
	clinton	trump	other/no answer
did not go far enough <b>30%</b>	<b>78%</b>	18%	4%
was about right <b>18%</b>	<b>82%</b>	10%	8%
went too far <b>47%</b>	13%	<b>83%</b>	4%
24537 respondents			

*Источник: CNN*

Риторика финальной части кампании Трампа была в основном направлена против Обамасаре – и это напрямую затрагивало избирателей, в отличие от скандала с емейлами Клинтон и историй сексуальных домогательств Трампа.

Во многом кампании Трампа помогли действия Вашингтона. 24 октября, всего за пару недель до выборов, правительство США объявило о значительном повышении взносов на обязательную медицинскую страховку. Причем в первую очередь это повышение задело «Ржавый пояс» - в Миннесоте повышение взносов составило 59%, в Висконсине – 16%, в Пенсильвании – 33%, в Мичигане – 17%. В итоге три из этих штата сыграли решающую роль в победе Трампа.

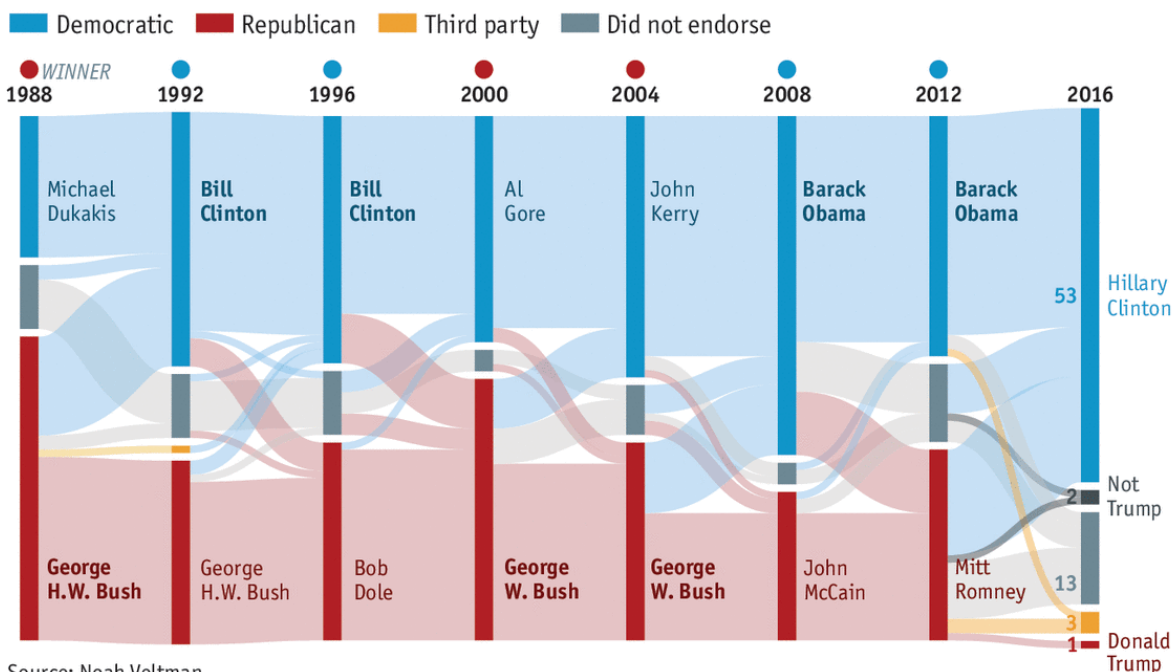
Дата перезаключения договоров на ежегодную страховку в большинстве штатов США фиксированная и выпадает на 1 ноября (т.н. enrollment period). Именно поэтому перерасчет взносов ежегодно происходит именно в этот период.

## Недоверие избирателей к мейнстримным СМИ

Одним из приемов, постоянно использовавшимся Трампом в ходе кампании, были постоянные насмешки над мейнстримными СМИ, работавшими в основном против него, – Клинтон поддержало рекордное для всех выборов количество газет.

### Paper views

Endorsements of presidential candidates, selected US newspapers



Source: Noah Veltman

Economist.com

Источник: *Economist*

Очень резкие нападки Трампа на прессу находили благодатную почву в среде его базового электората. Согласно опросу YouGov (июль-август 2016 г.) среди избирателей, считавших, что страна движется в неверном направлении, 60% считают, что в огромной степени виной тому являются медиа. Причем среди сторонников Республиканской партии этот процент еще выше – 66%.

Сразу после выборов ведущий журналист CBS Уилл Ран написал: «Трамп знал, что делает, когда он приглашал свои толпы поглумиться и пошутить в адрес репортеров, писавших про него. Они ненавидят нас... И можно ли их винить? Журналисты любят третировать сторонников Трампа. Мы издеваемся над их поведением. Мы представляем их в качестве расистов и сексистов... Мы диагностируем их в качестве расистов так же, как в Средние Века церковники путали медицинские проблемы с одержимостью демонами»<sup>96</sup>.

Гари Вейс, писатель, специализирующийся на изучении ультраправых течений, обвинил американскую прессу в том, что она совершенно забыла о существовании рабочего

<sup>96</sup> <http://www.cbsnews.com/news/commentary-the-unbearable-smugness-of-the-press-presidential-election-2016/>

класса как такового, полностью оторвавшись от него: «Для национальных новостных СМИ массы рабочего класса, которые являются базой для Трампа, были чем-то зловещим, а не электоратом. Они представлялись расистами. Ничтожествами. Чем-то странным, Другим, их проблемы разбирались с презрением»<sup>97</sup>.

Корреспондент Rolling Stone Мэтт Тайбби написал: «Мы, журналисты, ...были слишком уверены по поводу нашего собственного влияния, слишком ленивы, чтобы утруждать себя разговорами с первоисточниками, и слишком любили себя, чтобы представить, как много людей могут ненавидеть и не верить нам»<sup>98</sup>.

---

<sup>97</sup> [http://www.cjr.org/analysis/journalism\\_working\\_class\\_trump.php?facebook](http://www.cjr.org/analysis/journalism_working_class_trump.php?facebook)

<sup>98</sup> <http://www.rollingstone.com/politics/features/president-trump-how-america-got-it-so-wrong-w449783>

## Приложение 1.

### Влияние Демократического Национального Комитета на праймериз в пользу Хиллари Клинтон

Демократический Национальный Комитет (ДНК) официально объявил о своем нейтралитете в ходе предварительного голосования за кандидата в президенты от Демократической партии, что подтверждалось потом неоднократно лидерами комитета<sup>99</sup>. К этому ДНК обязывают внутренние правила, в частности ст. 5 п. 4 Хартии и Уставных норм Демократической партии США<sup>100</sup>.

Однако еще в декабре 2015 г. кампания Сандерса выступила с официальным заявлением о том, что ДНК вмешивается в их базу данных, использует ее для сторонней кампании (надо полагать, Клинтон) и порой блокирует штабу Сандерса доступ к его собственной электронной базе данных. Уже тогда конкурент Клинтон выразил уверенность в том, что ДНК пытается заблокировать кампанию Сандерса<sup>101</sup>.

Благодаря обнародованию электронной почты ДНК на ресурсе WikiLeaks<sup>102</sup>, стало известно о многочисленных случаях вмешательства Комитета в борьбу за номинацию на стороне Клинтон.

В записке еще за 26 мая 2015 г. даны распоряжения относительно пиара Клинтон. В частности, указывается, что «необходимо подчеркивать контраст между полем GOP (*Республиканской партии*) и НРС (*Хиллари Клинтон*)»<sup>103</sup>. В этой же записке дается распоряжение «помогать направлять истории, не оставляя отпечатков пальцев, и использовать репортеров для направления месседжей».

Данная записка появилась уже после того, как 30 апреля 2015 г. Сандерс объявил о своем участии в президентской гонке. Тем не менее ДНК в этом документе дает однозначные команды на работу в пользу Клинтон.

Судя по обнародованным емейлам, еще в апреле 2016 г. представители Комитета планировали окончание кампании Сандерса<sup>104</sup>.

21 мая представители офиса коммуникаций ДНК обсуждали между собой идею проталкивания в медиа «анти-сандеровского нарратива»<sup>105</sup>. В тот же день, обмениваясь мейлами, они сошлись во мнении, что Сандерс «не будет президентом»<sup>106</sup>.

Кампания Сандерса обвинила ДНК в том, что Комитет сознательно назначал дебаты с участием Сандерса на уикенды – с тем, чтобы пришло как можно меньше зрителей. Джефф Уивер, менеджер кампании Берни, открыто заявил, что глава ДНК Дебби Вассерман-Шульц «с самого начала» пыталась замолчать действия Сандерса<sup>107</sup>.

<sup>99</sup> [http://www.truthdig.com/avbooth/item/dnc\\_chair\\_democratic\\_national\\_committee\\_remains\\_neutral\\_20160518](http://www.truthdig.com/avbooth/item/dnc_chair_democratic_national_committee_remains_neutral_20160518)

<sup>100</sup> [http://s3.amazonaws.com/uploads.democrats.org/Downloads/DNC\\_Charter\\_Bylaws\\_9.17.15.pdf](http://s3.amazonaws.com/uploads.democrats.org/Downloads/DNC_Charter_Bylaws_9.17.15.pdf)

<sup>101</sup> <https://berniesanders.com/press-release/statement-jeff-weaver/>

<sup>102</sup> <https://wikileaks.org/dnc-emails/>

<sup>103</sup> <http://theantimedia.org/leaked-emails-dnc-rig-media-hillary/>

<sup>104</sup> <http://heavy.com/news/2016/07/wikileaks-emails-clinton-bernie-list-directory-photos-most-damaging-worst-rhode-island-delegate-fec-jvf/8/>

<sup>105</sup> <http://dailycaller.com/2016/07/22/leaked-emails-show-dnc-officials-constructing-anti-bernie-narrative/>

<sup>106</sup> <https://wikileaks.org/dnc-emails/emailid/9999>

<sup>107</sup> <https://wikileaks.org/dnc-emails/emailid/6131>

В мейле от 5 мая представитель ДНК Брэд Маршалл советовал использовать против Сандерса религиозный вопрос, пытаясь добиться от него признания в атеизме<sup>108</sup>.

ДНК тесно работал с фондом Hillary Victory Fund (HVF), средствами которого Комитет пользовался наравне с самой Клинтон<sup>109</sup>. В то же время ДНК ничем не помогал в фандрайзинге Сандерсу. При этом, судя по вскрытым мейлам, ДНК активно работал над тем, чтобы предотвратить написание статьи о HVF в New York Times<sup>110</sup>.

Показательным является тот факт, что Дебби Вассерман-Шульц сразу же после отставки с поста главы ДНК устроилась работать на кампанию Клинтон.

Вскрытые мейлы продемонстрировали также, что штаб Клинтон и ДНК начали процесс объединения баз данных и консолидированных функций единой кампании за несколько недель до того, как Сандерс официально прекратил борьбу. Еще в мае ДНК и кампания Hillary For America объединили функции мониторинга СМИ и дистрибуцию медиаконтента<sup>111</sup>.

**ВЫВОД:** вопреки внутренним правилам Демократической партии Демократический Национальный Комитет с самого начала внутривнутрипартийной кампании не верил в победу Сандерса, препятствовал тому в его кампании, активно помогал Клинтон и готовился к ее президентской кампании против будущего соперника от Республиканской партии.

---

<sup>108</sup> <https://wikileaks.org/dnc-emails/emailid/7643>

<sup>109</sup> <http://www.politico.com/story/2016/04/clinton-fundraising-leaves-little-for-state-parties-222670>

<sup>110</sup> <http://heavy.com/news/2016/07/wikileaks-emails-clinton-bernie-list-directory-photos-most-damaging-worst-rhode-island-delegate-fec-jvf/21/>

<sup>111</sup> <https://wikileaks.org/dnc-emails/emailid/5305>

## Примеры участия членов ДНК в кампании в поддержку Хиллари Клинтон

### Демократический конвент в Неваде

15 мая Демократический конвент Невады в Лас-Вегасе сопровождался громкими скандалами и прошел в атмосфере взаимных обвинений и конфронтации. Причиной недовольства делегатов, поддержавших Сандерса, стало поведение главы Демпартии штата Роберты Ланге, которая является также членом федерального ДНК. Представители Сандерса требовали отменить необоснованное решение об отказе в регистрации 64 про-сандеровских делегата. Однако Ланге наотрез отказалась пересмотреть этот вердикт, а затем внезапно закрыла заседание, даже не дав сторонникам Сандерса проголосовать<sup>112</sup>. В итоге Клинтон победила своего соперника с разрывом в 30 голосов.

После этого в зале начались беспорядки. Сторонники Сандерса устроили шумный протест, вылившийся и на улицы<sup>113</sup>.

Лидеры ДНК осудили сторонников Сандерса за «недостойное поведение» и даже возложили ответственность за беспорядки на самого конкурента Клинтон<sup>114</sup>. Это вызвало бурную реакцию со стороны Сандерса, выпустившего специальное заявление по этому поводу и осудившего недемократический процесс принятия решений во время конвента в Неваде<sup>115</sup>.

### Участие членов ДНК в фандрайзинге в пользу Клинтон

Глава финансового департамента ДНК Генри Муньюс 3-й лично участвовал в фандрайзинге в пользу кампании Клинтон, помогая той организовать сбор средств во время делового завтрака в Сан-Антонио (Техас) 4 марта 2015 г.

Вопреки внутренним правилам ДНК, обязывающим его членов соблюдать личный нейтралитет, Муньюс сделал несколько звонков с целью сбора средств в пользу Клинтон, о чем свидетельствовали несколько представителей Демократической партии<sup>116</sup>.

Кроме того, Муньюс лично участвовал в мероприятии. По словам демократов, он «активно работал на стороне Клинтон».

### Суперделегаты

Влияние ДНК на результаты праймериз в Демократической партии особенно сильно в связи с учетом голосов суперделегатов («не закрепленных делегатов»), чье влияние на исход борьбы между Сандерсом и Клинтон было решающим. В 2016 г. из 712 суперделегатов 433 были выборными членами ДНК.

---

<sup>112</sup>

[http://www.realclearpolitics.com/video/2016/05/15/sanders\\_supporters\\_immediately\\_question\\_yasnays\\_she\\_passed\\_it\\_before\\_we\\_even\\_said\\_no.html](http://www.realclearpolitics.com/video/2016/05/15/sanders_supporters_immediately_question_yasnays_she_passed_it_before_we_even_said_no.html)

<sup>113</sup>

[http://www.realclearpolitics.com/video/2016/05/15/chaos\\_at\\_nevada\\_democratic\\_convention\\_dnc\\_leaders\\_flee\\_builing\\_as\\_sanders\\_supporters\\_demand\\_recount.html](http://www.realclearpolitics.com/video/2016/05/15/chaos_at_nevada_democratic_convention_dnc_leaders_flee_builing_as_sanders_supporters_demand_recount.html)

<sup>114</sup> <http://edition.cnn.com/2016/05/17/politics/bernie-sanders-nevada-democrats/>

<sup>115</sup> <https://berniesanders.com/press-release/statement-nevada/>

<sup>116</sup> <http://www.politico.com/story/2015/06/impartial-dnc-finance-chief-helps-hillary-clinton-118558>



В общей сложности голоса членов ДНК распределились 311,5 за Клинтон против 34,5 за Сандерса (8 делегатов, представляющих организацию Democrats Abroad, имели по полголоса).

Еще на старте кампании Сандерс пытался изменить «недемократические» правила, связанные с участием суперделегатов в голосовании. Он добивался того, что, начиная со следующей кампании, голоса подсчет голосов членов ДНК будет привязан к результатам праймериз в их штатах. Однако большинство его предложений было отвергнуто усилиями руководства ДНК (см. ниже).

### **Недопущение представителей Сандерса к подготовке и проведению Конвента**

Руководство ДНК практически проигнорировало попытки Сандерса обеспечить его представительство в организационных структурах Демократического Национального Конвента. Из 45 кандидатов, предложенных Сандерсом, ДНК назначил лишь трех. В связи с чем Сандерс выразил официальный протест<sup>117</sup>.

Как отметил Сандерс, ни один из его кандидатов не был назначен в наиболее важную организационную структуру Конвента – Комиссию по правилам.

ДНК ответил на эти обвинения формальной отпиской о том, что в оргструктурах Конвента представлены представители обоих кандидатов<sup>118</sup>.

При этом Вассерман-Шульц лично назначила 25 членов Комиссии по правилам. 25 июля 2016 г. эта Комиссия 108 голосами против 58 отвергла идеи Сандерса о снижении роли суперделегатов в голосовании за кандидата в президенты США. Пытавшиеся протестовать против такого решения сторонники Сандерса были выдворены с заседания силой<sup>119</sup>.

### **Другие случаи препятствования кампании Сандерса**

Общий вывод неприбыльной организации Election Justice USA (EJUSA): «Мы исследовали результаты выборов на президентских праймериз 2016 г. и обнаружили нарушения в подавляющем большинстве из 21 штата, проанализированных нами. Данные, в частности, свидетельствуют о том, что итоговые результаты в Демократической гонке между Хиллари Клинтон и Берни Сандерсом могут быть некорректны. В одном за другим штатах независимая экспертиза, проведенная двумя различными аналитиками, обнаружила подозрительные статистические модели, дающие завышенные проценты Клинтон, которые всюду выглядят не полностью базирующимися на актуальном голосовании; и оставили Сандерса, как представляется, с искусственно заниженными результатами»<sup>120</sup>.

Согласно данному исследованию, разница между объявленными результатами и актуальным голосованием может составить до 10%, что, по мнению докладчиков, «могло бы изменить итог праймериз 2016 г. в Демократической партии».

Анализ, проведенный специалистами Гилбургского и Стэнфордского университетов, выявил аномальный для подобных выборов разрыв между экзитполами и конечными результатами голосования. Кроме того, согласно этому исследованию, в тех округах, в которых существовала система верификации машинного голосования (т.н. Voter-verified

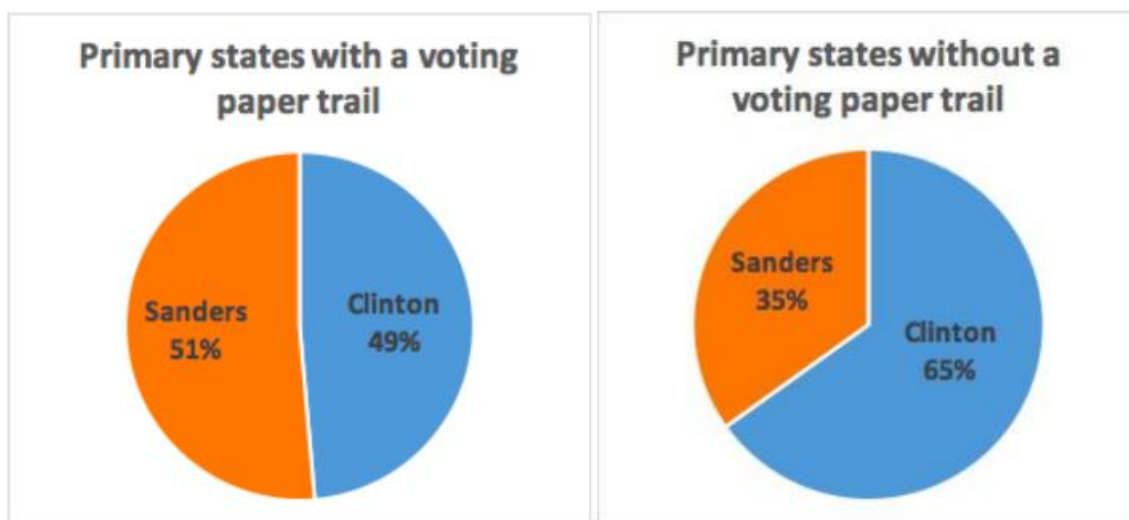
<sup>117</sup> <http://www.politico.com/f/?id=00000154-86bf-da04-a3ff-9ebfd97e0000>

<sup>118</sup> <http://www.politico.com/story/2016/05/bernie-sanders-democratic-national-committee-222895>

<sup>119</sup> <http://yournewswire.com/dnc-lock-sanders-delegates-out-of-room-reject-superdelegate-reforms/>

<sup>120</sup> <http://electionjustice.net/an-electoral-system-in-crisis-excerpt/>

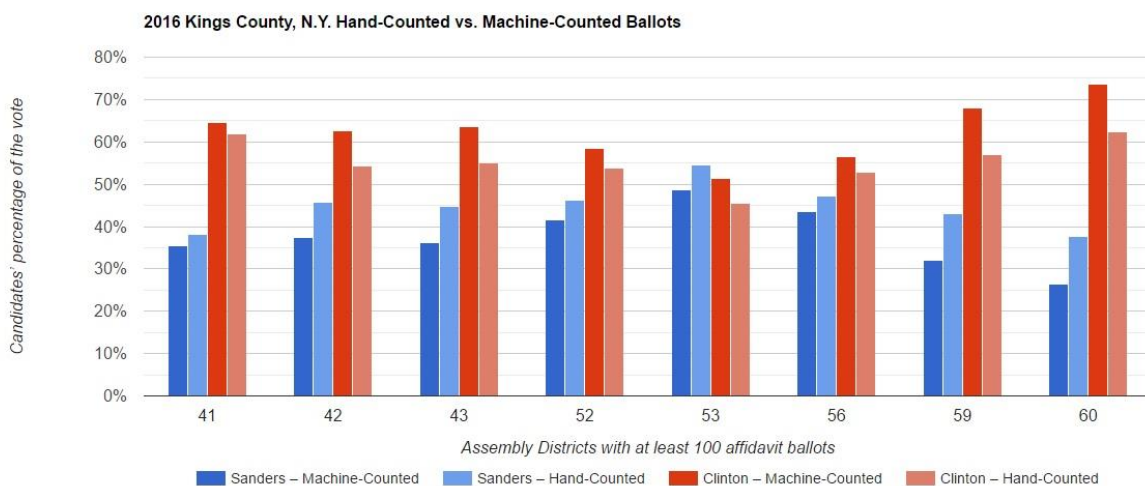
paper audit trail, VVPAT), Сандерс выиграл у Клинтон. В тех же округах, где такой системы не существовала, Клинтон опередила своего конкурента с большим преимуществом<sup>121</sup>.



**Figure 1. Percent of support for Clinton and Sanders by state voting paper trail status.**

### Выборы в Нью-Йорке

На некоторых участках Kings County (Бруклин) волонтеры провели ручной подсчет бюллетеней, сравнив результаты с машинным подсчетом. Во всех случаях выяснилось, что машинный подсчет по неизвестным причинам дал Клинтон лучшие результаты, чем реальные итоги голосования.



Источник: EJUSA

121

<https://drive.google.com/file/d/0B6mLpCEIGEYGY19RZWFRcmpsZk0/view?pref=2&pli=1>

### Выборы в Калифорнии

Законы Калифорнии позволяют голосовать не только зарегистрированным сторонникам Демпартии. Однако для этого независимые избиратели должны были получить специальные бюллетени (crossover ballots), отличающиеся от бюллетеней, выдаваемых членам партии. Согласно исследованию grassroots-организации Watch the Vote, это дезориентировало многих избирателей<sup>122</sup>. Например, согласно данным газеты Los Angeles Times, до несколько сотен тысяч независимых избирателей ошибочно зарегистрировались как члены Американской Независимой партии, неожиданно сделав ее третьей партией Калифорнии по численности. По данным исследования, три четверти из 500 тыс. зарегистрированных членов этой партии оказались там ошибочно<sup>123</sup>. При этом среди независимых избирателей Сандерс опережал в опросах Клинтон на 40%<sup>124</sup>.

В Сан-Диего (втором по величине округе Калифорнии) наблюдателями были зафиксированы бюллетени, в которых фамилия Сандерса была замазана белым корректором для чернил. Многие подобные случаи были зафиксированы свидетелями на видео<sup>125</sup>.

На одном из видео свидетельница сообщила, что примерно половина бюллетеней в одном из ящиков, за подсчетом которого она следила, была исправлена таким образом не в пользу Сандерса.

Появлялись жалобы в связи с тем, что машины для голосования были запрограммированы таким образом, что нажать на фамилию Сандерса было невозможно, чему предьявлялись видео-свидетельства<sup>126</sup>.

Многие эксперты и аналитики выразили сомнения в честности победы Клинтон<sup>127</sup>.

В подтверждение этой версии приводится, в частности, следующий факт: только в одном округе (Humboldt) для подсчета голосов использовалась программа Open Source System, которую, по заявлению ее создателей, невозможно подделать. В итоге данный округ стал рекордным по отрыву для Сандерса – он получил там 71% голосов избирателей<sup>128</sup>.

### Выборы в Массачусетсе

Во время «Супервторника» (1 марта 2016 г.) на некоторых участках штата Массачусетс, где Хиллари Клинтон и Берни Сандерс были равны по рейтингам, лично появился Билл Клинтон. Бывший президент США появлялся непосредственно на участках, возле них, жал руки избирателям и напутствовал их. Возле некоторых участков вокруг него образовывалась толпа, препятствовавшая доступу другим избирателям к избирательным урнам<sup>129</sup>.

---

<sup>122</sup> <http://www.watchthevoteusa.com/>

<sup>123</sup> <http://static.latimes.com/american-independent-party-california-voters/>

<sup>124</sup> <http://www.gregpalast.com/california-stolen-sanders-right-nowspecial-bulletin-greg-palast/#more-12053>

<sup>125</sup> <https://soapboxie.com/us-politics/Election-Monitors-in-San-Diego-Catch-Whited-Out-Sanders-Votes-on-Film>

<sup>126</sup> <https://www.youtube.com/watch?v=ItvONF9-hvU>

<sup>127</sup> <https://www.washingtonpost.com/news/post-politics/wp/2016/06/22/californias-lengthy-vote-count-stokes-theories-that-sanders-actually-won-the-primary/>

<sup>128</sup> <https://richardcharnin.wordpress.com/2016/07/02/bernie-landslide-in-ca-humboldt-cty-open-source-system/>

<sup>129</sup> <http://www.snopes.com/clinton-campaign-laws-massachusetts/>

Это являлось грубым нарушением выборных законов штата, поскольку любая активность, связанная с избирательным процессом, в пределах 150 футов от избирательных участков в день голосования запрещена<sup>130</sup>. Сторонники Сандерса даже организовали петицию к генпрокурору штата с требованием привлечь Билла Клинтона к уголовной ответственности. Петиция осталась без последствий.

В итоге Клинтон опередила Сандерса на 1,4%, получив на одного делегата больше.

### **Выборы в Пуэрто-Рико**

Штаб кампании Сандерса пожаловался, что все 40 представителей его кампании, которых пытались зарегистрировать для агитации и наблюдения за ходом голосования в тюрьмах и исправительных учреждениях, получили отказ в регистрации. В то же время все представители кампании Клинтон были сертифицированы для этого<sup>131</sup>. В общей сложности 12% избирателей находились в подобных учреждениях<sup>132</sup>.

Сторонники Сандерса в этой связи пожаловались в ФБР<sup>133</sup>.

### **Выборы в Кентукки**

В штате Кентукки, где Клинтон и Сандерс также шли почти с равными рейтингами, было зафиксировано немало нарушений и подозрительных технических проблем. Так, в округе Pike система для подсчета голосов внезапно обнулила все результаты, что позволило Клинтон опередить своего соперника<sup>134</sup>.

В общей сложности 31 округ штата сообщил о нарушениях в день голосования<sup>135</sup>. При этом подозрений добавил тот факт, что основные телеканалы отменили в последний момент экзитполы в штате<sup>136</sup>.

В итоге Клинтон опередила Сандерса всего на 0,5% голосов.

### **Выборы в Иллинойсе**

После аудита и повторного подсчета 5% бюллетеней и избирательных машин в Чикаго представитель избирательной комиссии признал, что «цифры не сходятся». Комиссия отказалась признать это мошенничеством или нарушением, повлиявшим на итоги праймериз в Демократической партии (притом что Сандерс отстал от Клинтон всего

<sup>130</sup> <https://www.bostonglobe.com/metro/2016/03/01/did-bill-clinton-violate-election-rules-mass/5octlX1d28GwmN3kitiECK/story.html>

<sup>131</sup> <http://caribbeanbusiness.com/bernie-sanders-camp-reports-fraud-in-the-puerto-rico-presidential-primary/>

<sup>132</sup>

[https://www.reddit.com/r/SandersForPresident/comments/4mtnx1/puerto\\_rico\\_was\\_the\\_biggest\\_election\\_fraud\\_of\\_all/](https://www.reddit.com/r/SandersForPresident/comments/4mtnx1/puerto_rico_was_the_biggest_election_fraud_of_all/)

<sup>133</sup> <http://www.primerahora.com/noticias/gobierno-politica/nota/losnetasamenazarondemuertealosquevotaranporsanders-1157130/>

<sup>134</sup>

<https://www.facebook.com/WKYTTV/photos/a.147898035765.124598.33684860765/10153491552220766/?type=3&theater>

<sup>135</sup> <http://www.inquisitr.com/3107235/card-reader-issues-in-kentucky-push-hillary-clinton-ahead-of-bernie-sanders-pike-county-votes-erased/>

<sup>136</sup> <http://ballot-access.org/2016/05/06/tv-networks-cancel-plans-for-exit-polls-for-remaining-presidential-primaries/>

на 1,8%). При этом комиссия практически заблокировала сторонникам Сандерса и наблюдателям возможность внести свои возражения и протесты по поводу нарушений<sup>137</sup>.

При этом глава независимой мониторинговой группы Who's Counting? Лора Чемберлен прямо заявила: «Выглядит так, что неточности были в основном в пользу Хиллари»<sup>138</sup>.

---

<sup>137</sup> <https://www.youtube.com/watch?v=OSNTauWPkTc>

<sup>138</sup> <http://www.counterpunch.org/2016/05/13/chicago-election-official-admits-numbers-didnt-match-hillary-clinton-vs-bernie-sanders-election-fraud-allegations/>

## Приложение 2. Анализ ресурсов кандидатов в президенты США

Ресурс	Ресурсы кандидатов в президенты США – 2016 (по 5-балльной шкале)	
	Хиллари Клинтон 	Дональд Трамп 
Тренд массовых настроений	4	5
Кандидат	3	4
Поддержка истеблишмента	5	2
Поддержка со стороны партии	5	2,5
Административный ресурс	4	3
Финансы	5	2
Медиа	5	2
Полевые структуры	5	2
Встречи	3	5
Микротаргетинг	3	5
Социальные сети	3	5
Месседж	3	5
<b>Итого</b>	<b>48</b>	<b>43,5</b>

### Приложение 3. Бюджеты основных кандидатов

В общем итоге, согласно финальному отчету Федеральной избирательной комиссии (FEC), Дональд Трамп потратил на свою кампанию в два раза меньше, чем Хиллари Клинтон. Та совместно с аффилированными комитетами и суперпэками собрала на свою кампанию за весь электоральный цикл 1,2 млрд. долларов, а Трамп – 647 млн. При этом у Трампа по завершению кампании на руках осталось 31,5 млн., а у Клинтон – 7,8 млн.

Hillary Clinton <small>TOTAL RAISED</small>	Donald Trump <small>TOTAL RAISED</small>																																				
\$1,191M	\$646.8M																																				
<table border="0" style="width: 100%;"> <tr> <td style="width: 60%;">Candidate Raised to Date*</td> <td style="text-align: right;">\$973.2M</td> </tr> <tr> <td>Spent</td> <td style="text-align: right;">\$969.1M</td> </tr> <tr> <td>Cash on Hand</td> <td style="text-align: right;">\$4.1M</td> </tr> <tr> <td> Super-PACs Raised to Date</td> <td style="text-align: right;"> \$217.5M</td> </tr> <tr> <td>Spent</td> <td style="text-align: right;">\$215.1M</td> </tr> <tr> <td>Cash on Hand</td> <td style="text-align: right;">\$3.7M</td> </tr> <tr> <td> Total Raised to Date</td> <td style="text-align: right;"> \$1,190.7M</td> </tr> <tr> <td>Total Spent</td> <td style="text-align: right;">\$1,184.1M</td> </tr> <tr> <td>Total Cash on Hand</td> <td style="text-align: right;"><b>\$7.8M</b></td> </tr> </table>	Candidate Raised to Date*	\$973.2M	Spent	\$969.1M	Cash on Hand	\$4.1M	 Super-PACs Raised to Date	 \$217.5M	Spent	\$215.1M	Cash on Hand	\$3.7M	 Total Raised to Date	 \$1,190.7M	Total Spent	\$1,184.1M	Total Cash on Hand	<b>\$7.8M</b>	<table border="0" style="width: 100%;"> <tr> <td style="width: 60%;">Candidate Raised to Date*</td> <td style="text-align: right;">\$564.3M</td> </tr> <tr> <td>Spent</td> <td style="text-align: right;">\$531.0M</td> </tr> <tr> <td>Cash on Hand</td> <td style="text-align: right;">\$33.3M</td> </tr> <tr> <td> Super-PACs Raised to Date</td> <td style="text-align: right;"> \$82.3M</td> </tr> <tr> <td>Spent</td> <td style="text-align: right;">\$85.5M</td> </tr> <tr> <td>Cash on Hand</td> <td style="text-align: right;">-\$1.8M</td> </tr> <tr> <td> Total Raised to Date</td> <td style="text-align: right;"> \$646.8M</td> </tr> <tr> <td>Total Spent</td> <td style="text-align: right;">\$616.5M</td> </tr> <tr> <td>Total Cash on Hand</td> <td style="text-align: right;"><b>\$31.5M</b></td> </tr> </table>	Candidate Raised to Date*	\$564.3M	Spent	\$531.0M	Cash on Hand	\$33.3M	 Super-PACs Raised to Date	 \$82.3M	Spent	\$85.5M	Cash on Hand	-\$1.8M	 Total Raised to Date	 \$646.8M	Total Spent	\$616.5M	Total Cash on Hand	<b>\$31.5M</b>
Candidate Raised to Date*	\$973.2M																																				
Spent	\$969.1M																																				
Cash on Hand	\$4.1M																																				
 Super-PACs Raised to Date	 \$217.5M																																				
Spent	\$215.1M																																				
Cash on Hand	\$3.7M																																				
 Total Raised to Date	 \$1,190.7M																																				
Total Spent	\$1,184.1M																																				
Total Cash on Hand	<b>\$7.8M</b>																																				
Candidate Raised to Date*	\$564.3M																																				
Spent	\$531.0M																																				
Cash on Hand	\$33.3M																																				
 Super-PACs Raised to Date	 \$82.3M																																				
Spent	\$85.5M																																				
Cash on Hand	-\$1.8M																																				
 Total Raised to Date	 \$646.8M																																				
Total Spent	\$616.5M																																				
Total Cash on Hand	<b>\$31.5M</b>																																				

\* Candidate fundraising includes campaign and joint fundraising committees.

Источник: Bloomberg

Таким образом, Клинтон потратила по 5,1 млн. на каждый голос выборщика. Трамп же потратил беспрецедентно мало для выборов последних десятилетий – по 2 млн. на каждый голос выборщика.

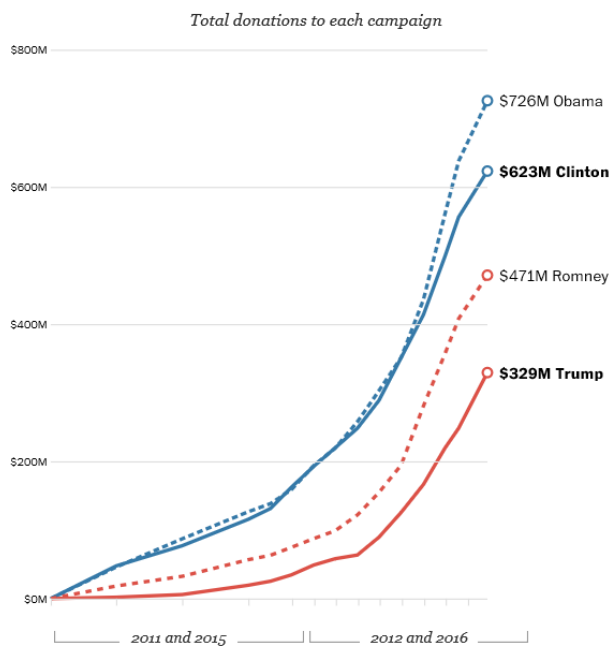
Комитет Трампа собрал денег на 140 млн. меньше, чем Ромни в 2012 г.

Стоит отметить, что реальный бюджет Клинтон был больше. Во-первых, ряд затрат тематических суперпэков на ее поддержку не учтен в этой сумме. К примеру, представительница суперпэка Emily's List говорила одному из авторов этого доклада, что они потратили 10 миллионов долларов на агитацию за Клинтон помимо официальных отчислений, однако эту сумму сложно вычлениить из общих расходов этого и ему подобных суперпэков.

Кроме того, саботаж кампании Трампа со стороны собственной партии привел к тому, что он вынужден был платить, например, за доступ к базам данных, подобные которым у Клинтон были бесплатно еще на этапе праймериз.

### FUNDRAISING RATE

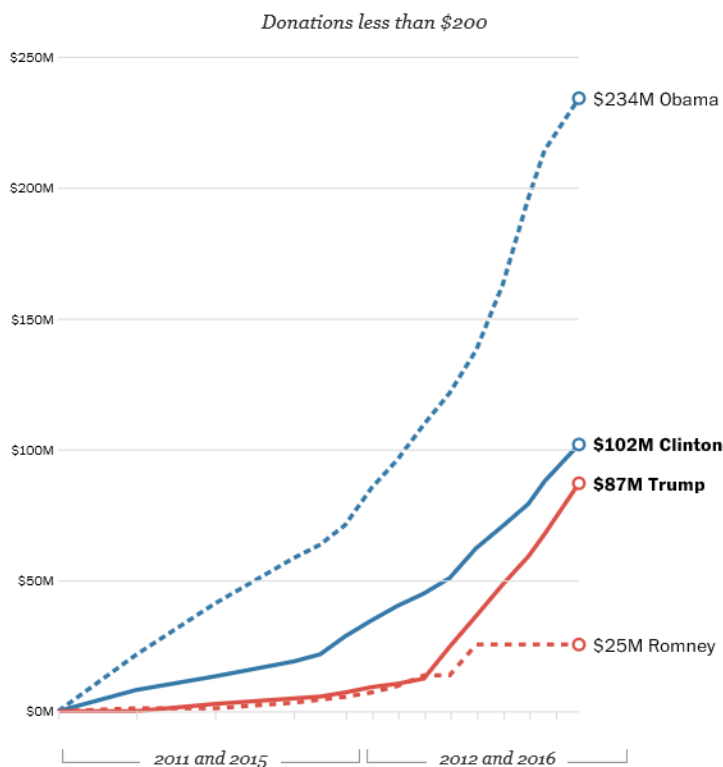
Both Clinton and Trump raised less than President Obama and Mitt Romney did in 2012.



*Источник: Washington Post*

При этом, если сравнивать кампании 2012 и 2016 гг., Трамп собрал малых взносов от индивидуальных контракторов (менее 200 долларов) намного больше, чем Ромни, и вполне сопоставимо с этим показателем у Клинтон.





*Источник: Washington Post*

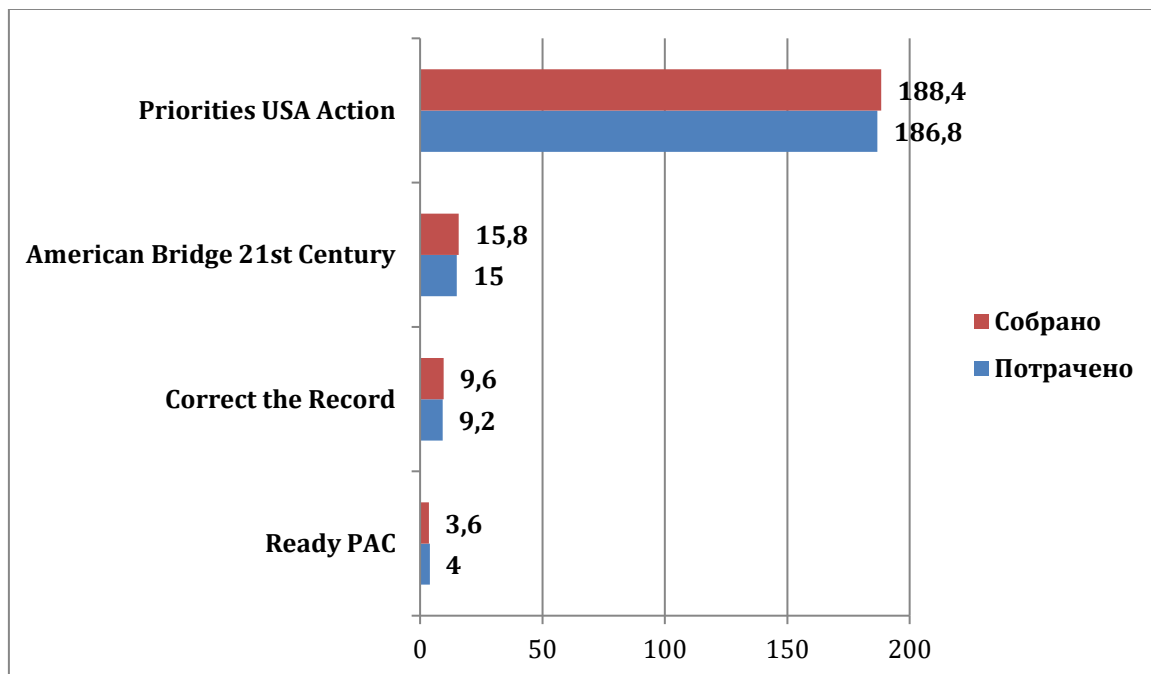
Единственный период кампании, когда кампания Трампа собрала больше денег, чем кампания его соперницы, пришелся на период с 20 октября по финальные даты отчетности. При этом и в данный период расходы Клинтон значительно превышали расходы Трампа.

Clinton		Trump	
OCT. 20 to NOV. 28		OCT. 20 to NOV. 28	
\$66.0M	..... Raised	\$80.9M	..... Raised
\$127.6M	..... Spent	\$89.3M	..... Spent
\$0.8M	..... Cash on Hand	\$7.6M	..... Cash on Hand

*Источник: Bloomberg*

### Хиллари Клинтон

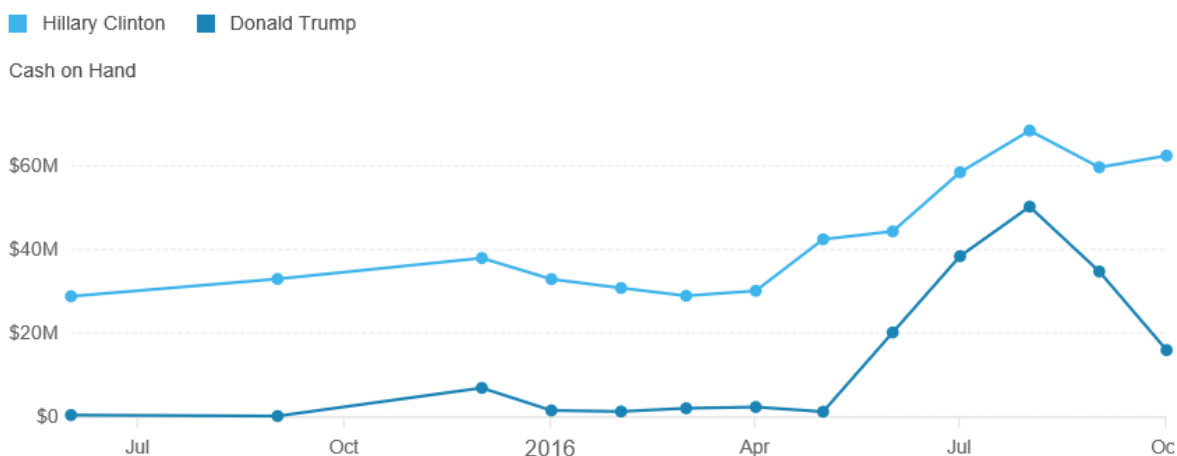
Официальный предвыборный комитет (Hillary for America) собрал 623,1 млн. Самым большим фандрайзером из трех аффилированных суперпэков стал Priorities USA Action, собравший почти более 188 млн. долларов.



Источник: FEC/Bloomberg

Официальный избирательный комитет Клинтон и ее кампания никогда не испытывали проблем с деньгами (в отличие от комитета Трампа).

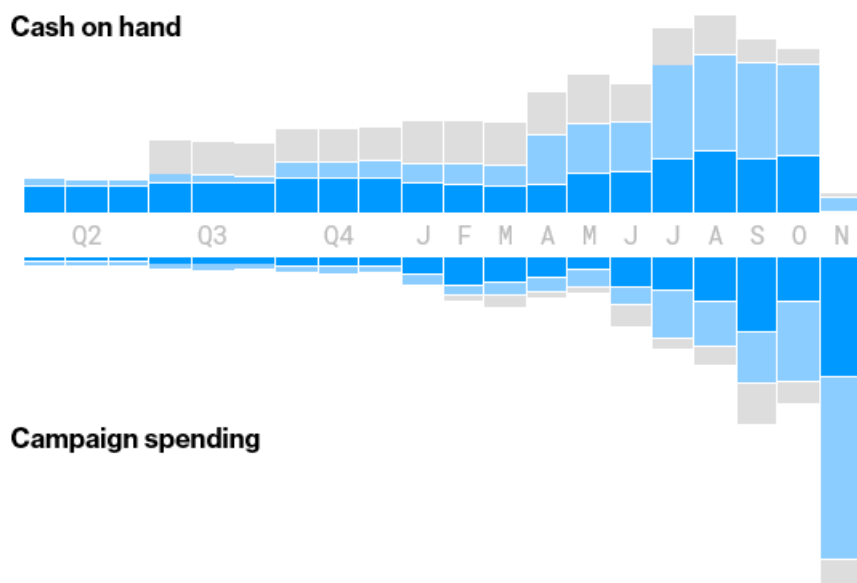
#### Campaign Committee Cash Over Time



Источник: FEC/InsideGov

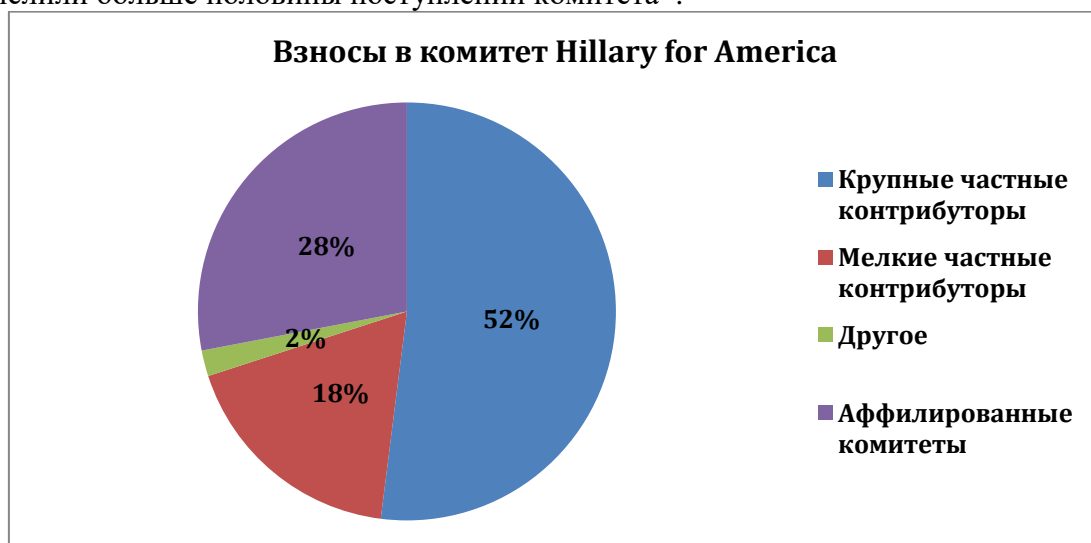
Наибольшие затраты кампании Клинтон на последнюю неделю избирательной кампании, когда ее комитет потратил 131,8 млн. долларов, а партийный и объединенные фандрайзинговые комитеты – более 200 млн.

- Campaign
- Party & Joint Fundraising Committees
- Outside Groups



Источник: Bloomberg

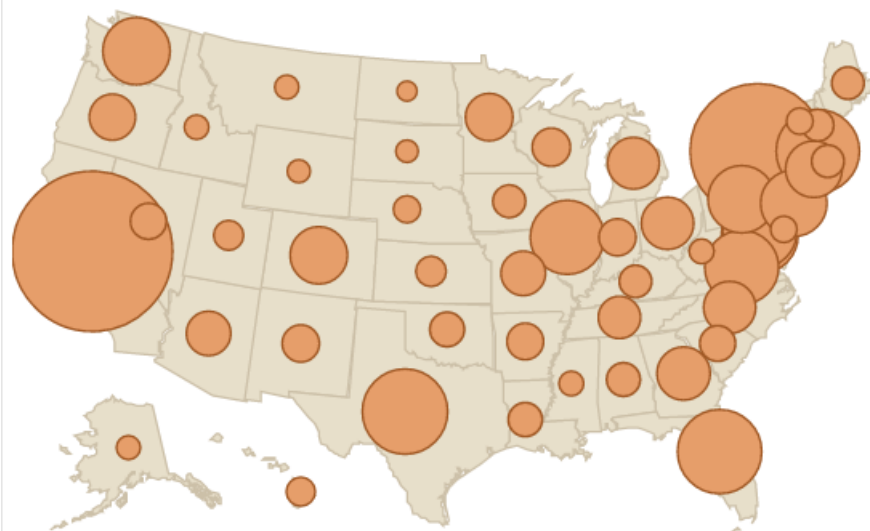
Наибольшими источниками поступлений в комитет Hillary for America стали крупные индивидуальные контрибуторы (потратившие более 200 долларов). Они перечислили больше половины поступлений комитета\*.



Источник: FEC

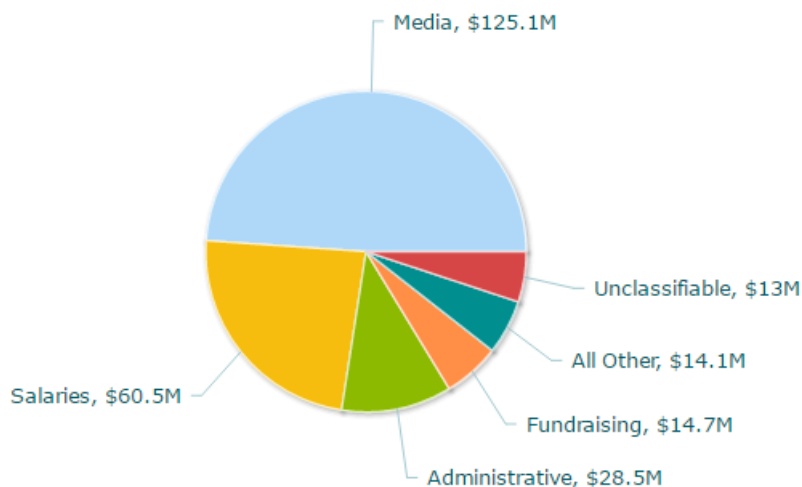
Самые большие поступления в комитет Клинтон были совершены из штатов Калифорния (93,7 млн. дол.) и Нью-Йорк (64,6 млн.). Из Техаса поступили 22,6 млн., из Флориды – 21,9 млн., из Массачусетса – 21,4 млн.

### **Contributions to Clinton, Hillary Rodham** **Through 11/28/2016**



*Источник: FEC*

Большая часть расходов Комитета пришлась на медиа (125,1 млн.). Основная часть этих средств (107,2 млн.) освоена рекламной фирмой GMMB\*. Вторым по объемам получателем комитета стала известная в США фирма Adp (Automatic Data Processing Inc), специализирующаяся на софте по обслуживанию зарплатных систем, аутсорсинга и баз данных – она получила 20,3 млн. 13,5 млн. долларов получила фирма, специализирующаяся на производстве и разгоне цифровой рекламы, Bully Pulpit Interactive. Более 10 млн. дол. было перечислено фирме Executive Fliteways за чартерные авиарейсы Клинтон. Директ-маркетингом занималась фирма Chapman Cubine Adams + Hussey (5,7 млн.). Фирма из Коннектикута Mission Control, специализирующаяся на софте по директ-мейлингу, получила от штаба Клинтон 5,5 млн.



*Источник: FEC/OpenSecrets*

Значительный взнос в кампанию Клинтон совершил партийный комитет демократов, затративший 338 млн. долларов.

**Democratic National Committee**

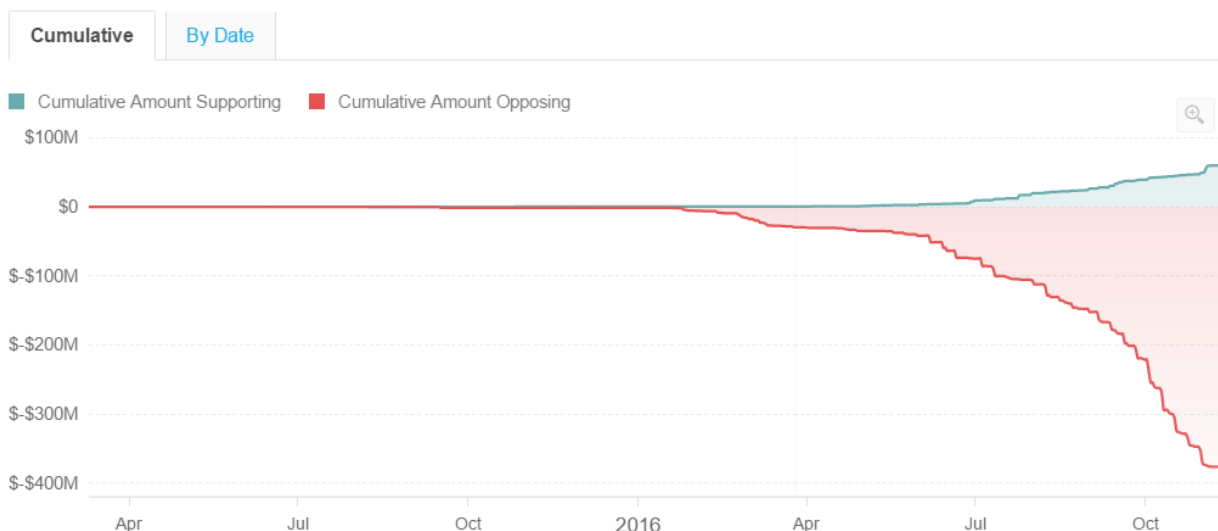
TOTALS AS OF NOVEMBER 28

\$344.6M.	.....	Raised
\$338.0M.	.....	Spent
\$13.4M.	.....	Cash on Hand

*Источник: Bloomberg*

Многие суперпэки, работавшие с Клинтон, занимались целенаправленной антирекламой против Трампа. В общей сложности на кампанию против него было затрачено 376 млн\*.

### Outside Spending by Date



*Источник: FEC/InsideGov*

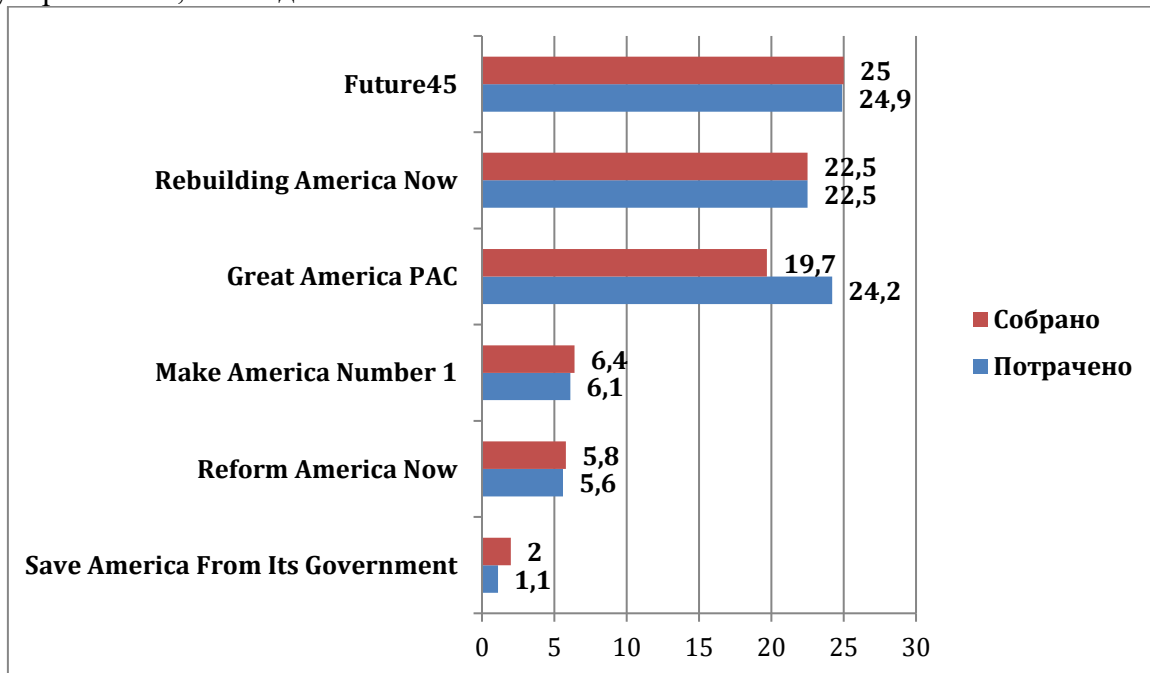
Большее половины этой суммы (221,7 млн.) было потрачено суперпэком Priorities USA Action, работающим на Клинтон. Почти 25 млн. на борьбу против Трампа выделил пэк Nextgen California Action Committee. 18,3 млн. было потрачено суперпэком Our Principles, созданном специально для агитации против Трампа\*.

Львиная доля расходов данной кампании была потрачена на покупку телерекламы против Трампа (основной производитель – фирма Targeted Platform Media).

### Дональд Трамп

Официальный комитет Donald J. Trump for President (после преобразования в объединенный комитет кампании - Trump Make America Great Again Committee) собрал в итоге 258,8 млн. Еще один совместный комитет (Trump Victory) саккумулировал 107,8 млн.

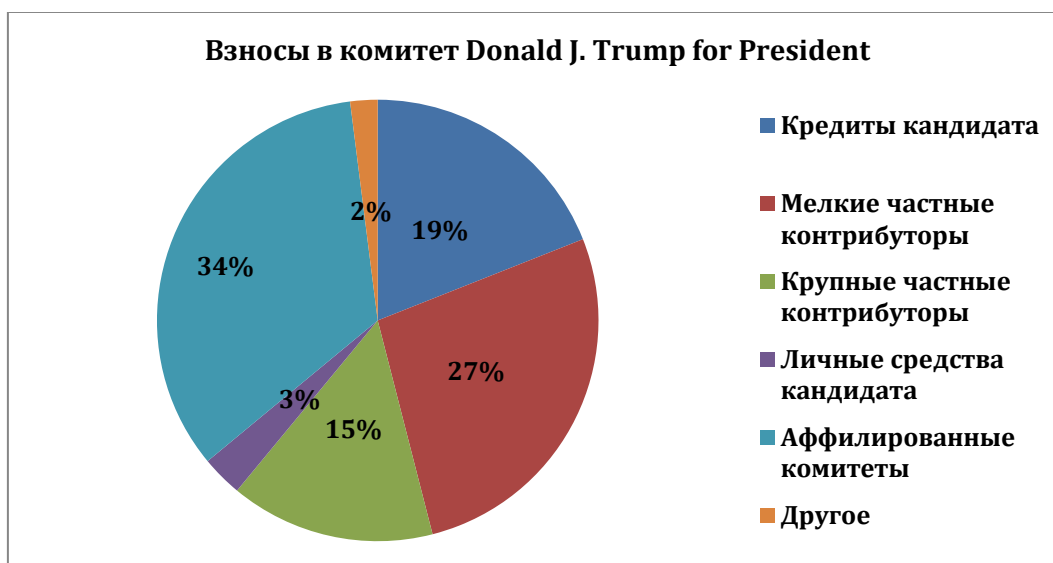
В общей сложности под кампанию Трампа было создано до 20 суперпэков и пэков. Но реально сбором средств занимались шесть из них. В общей сложности они аккумулялировали 81,4 млн. дол.



Источник: *FEC/Bloomberg*

Трамп – единственный кандидат, который в значительной степени финансировал свой комитет из личных средств, перечислив ему более 55 млн. в качестве кредитов и личного взноса. Взносы мелких частных контрибуторов составили 67,7 млн.\* И это при том, что на старте праймериз Трамп заявил, что готов потратить и 1 млрд. долларов, «если это необходимо»<sup>139</sup>.

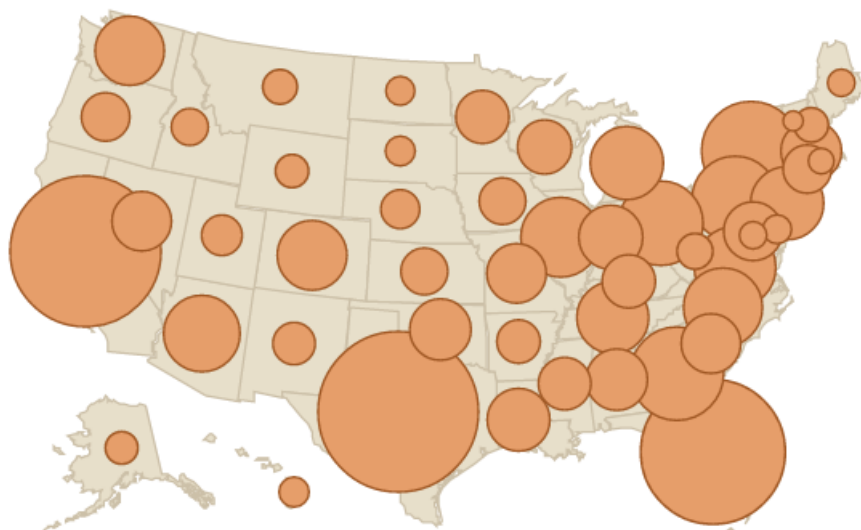
<sup>139</sup> <http://edition.cnn.com/2015/08/15/politics/donald-trump-billions-campaign-spending/>



Источник: FEC

Основные поступления в комитет Трампа совершены из Техаса (15 млн. долларов), Калифорнии (13,2 млн.), Флориды (12,1 млн.), Нью-Йорка (5,4 млн.), Джорджии (4,7 млн.), Пенсильвании (3,9 млн.), Огайо (3,8 млн.).

### Contributions to Trump, Donald J. Through 11/28/2016



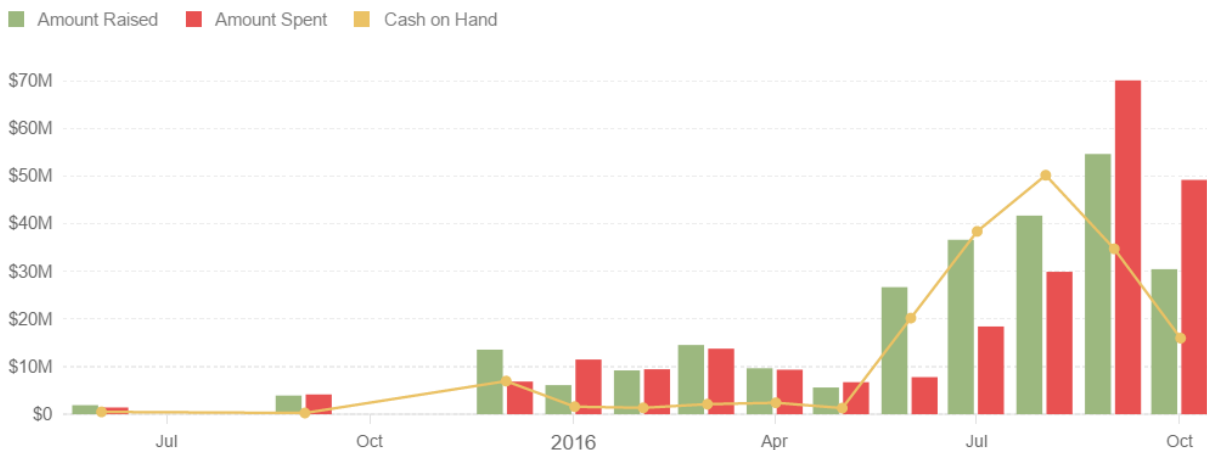
Источник: FEC

Вплоть до осени 2015 г. официальный комитет Трампа финансировался незначительно, войдя в последний квартал года всего с 255 тыс. долларов. Однако по мере



повышения шансов Трампа финансирование комитета солидно возросло. В итоге к концу июня 2016 г. на его счету было более 20 млн., а к концу августа – более 50 млн.

Official Committee Fundraising over Time



Источник: FEC/InsideGov

Значительные средства в финальные месяцы кампании внес Республиканский национальный комитет (320 млн.).

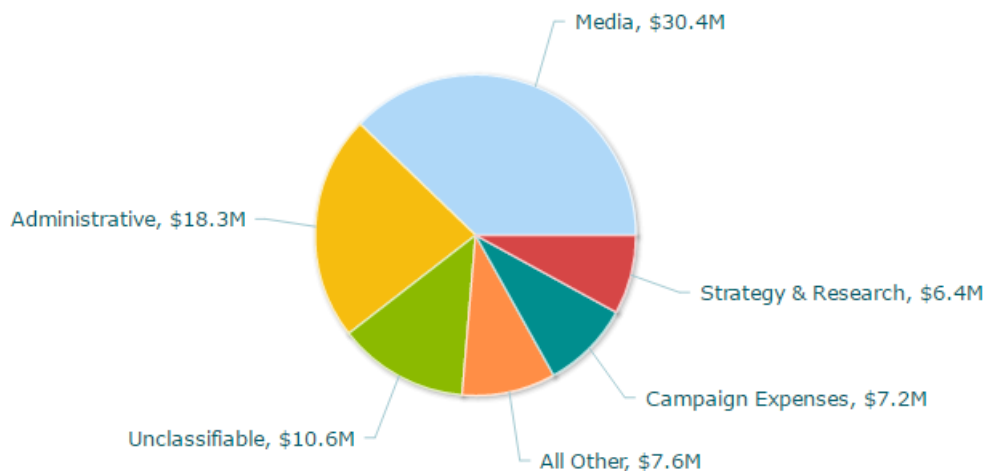
**Republican National Committee**

TOTALS AS OF NOVEMBER 28

\$320.1M.	.....	Raised
\$304.5M.	.....	Spent
\$21.4M.	.....	Cash on Hand

Источник: Bloomberg

На медиа комитет Трампа потратил 30,4 млн. долларов, 19,8 из которых освоила известная рекламная фирма Rick Reed Media, которая давно работает с различными кандидатами от РП. 12,5 млн. было перечислено цифровой компании Жиль-Парскэйл (Сан-Антонио), которая принадлежит главе цифровой кампании Трампа – Брэду Парскэйлу. 6,9 млн. было заплачено фирме Ace Specialties за мерчандайзинг бренда «Make America Great Again». 5,6 млн. – компании TAG Air за обслуживание и эксплуатацию «Боинга» Трампа. 2,1 млн. долларов получила фирма из Колорадо Wizbang Solutions, отвечающая за печать, дизайн агитматериалов и рассылку печатной продукции. Более 1 млн. долларов комитет Трампа заплатил неприбыльной организации из Джорджии National Ballot Access, специализирующейся на кампаниях по сбору подписей, организации коллективных петиций, обращений – видимо, за доступ к базам данных политически активных избирателей\*.



Источник: FEC/OpenSecrets

Вплоть до окончания праймериз практически единственным крупным контрибутором суперпэков Трампа был миллиардер Фил Раффин, владелец казино в Лас-Вегасе и совладелец бизнесов с Трампом – он внес 2 млн. дол. Однако во время основной кампании фандрайзинг Трампа заметно оживился. Еще один владелец казино Шелдон Адельсон 23 сентября объявил о том, что выделяет 25 млн. долларов в качестве части 65-миллионного взноса в кампанию республиканцев. В общей сложности, Адельсон вместе со своей женой Мириам внесли в кампанию 20,5 млн. 7,2 млн. внесла миллионерша Линда МакМахон, сделавшая состояние на профессиональном рестлинге. 7 млн. суперпэки Трампа получили от Бернарда Маркуса, основателя сети строительных магазинов Home Depot.

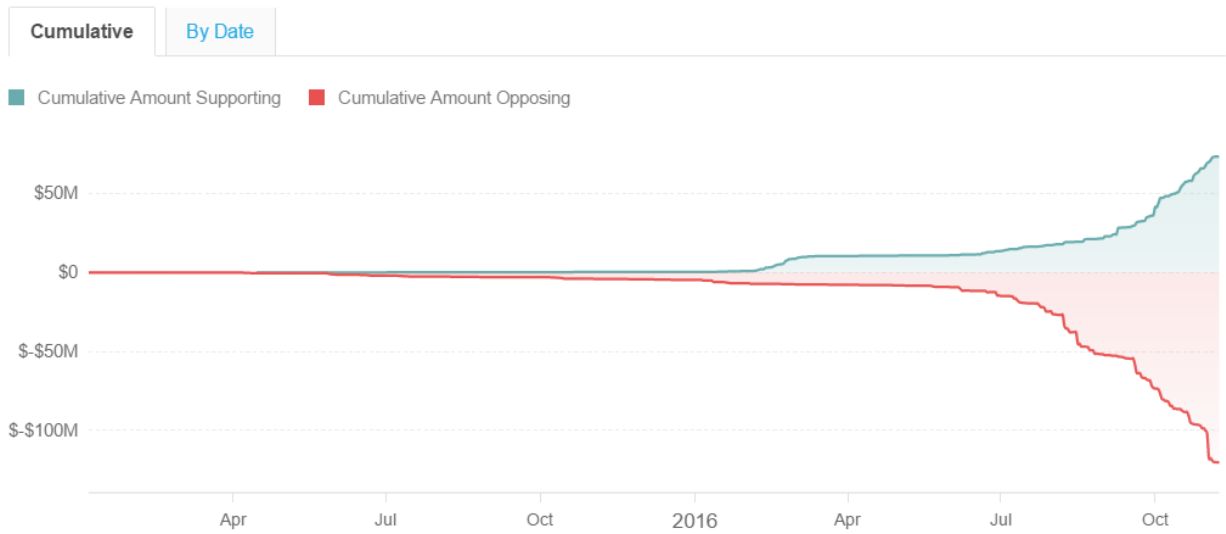
#### Top donors to Trump campaign and PACs

\$66.1M	Donald Trump
20.5M	Sheldon & Miriam Adelson
7.2M	Linda McMahon
7.2M	Robert Mercer & family
7.0M	Bernard Marcus

Источник: Bloomberg

В конечном итоге суперпэки потратили на продвижение Трампа более 60 млн. дол. Начиная с июня 2016 г., резко возросли затраты сторонних групп, связанных с Трампом, на кампанию против Клинтон. Главными спонсорами этой кампании выступили про-трамповский суперпэк Rebuilding America Now (28,5 млн. долларов), Национальная стрелковая ассоциация (14,6 млн. долларов), а ближе к концу кампании подключился основной суперпэк республиканцев Future45, который долго не поддерживал Трампа, но в конце концов потратил на рекламу против Клинтон 26,6 млн.\*

### Outside Spending by Date



*Источник: FEC/InsideGov*

### Общие итоги

Клинтон имела полное преимущество перед Трампом по финансированию своей кампании. Не имея проблем с финансированием с самого начала, она планомерно распределяла финансовые ресурсы. Трамп же получил определенную свободу лишь в середине 2016 г., когда у спонсоров Республиканской партии оставался выбор между ним и представительницей Демпартии.

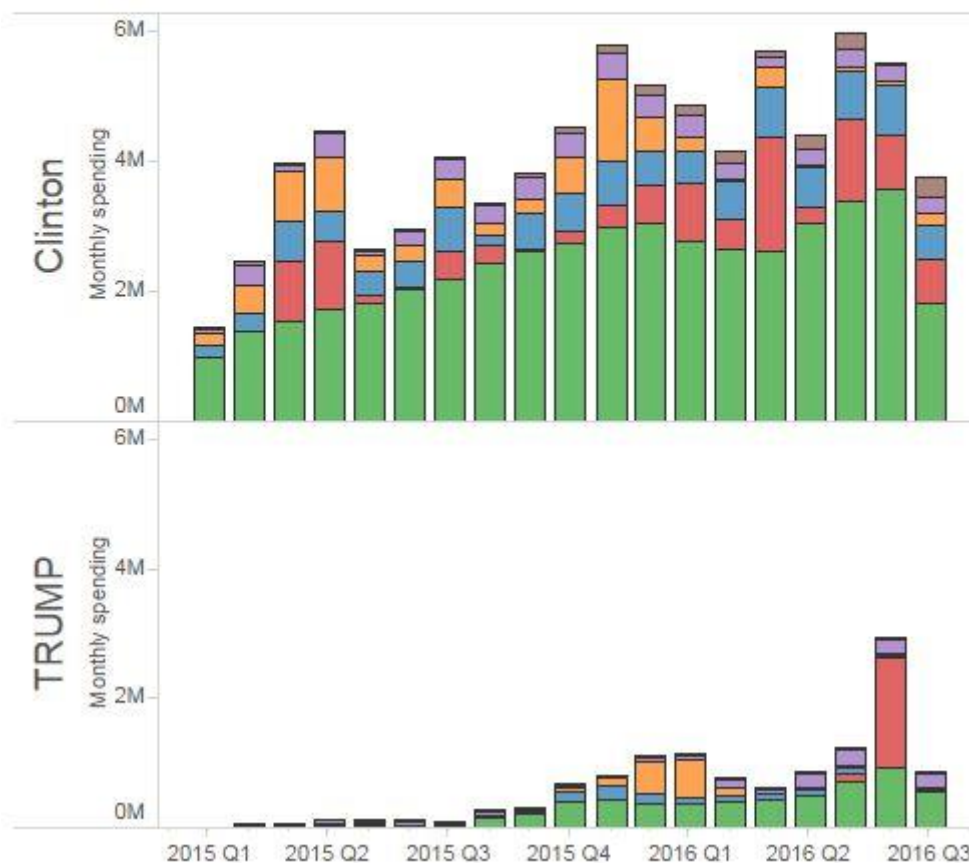
## How they spent



Overall, the Clinton campaign has outspent Trump by a wide margin. Here's how the two campaigns have spent on expenses devoted to field operations. SOURCE: FEC

#### Expense Category

■ Telecom   
 ■ Rent   
 ■ MailMktng   
 ■ Admin   
 ■ Polling   
 ■ Payroll



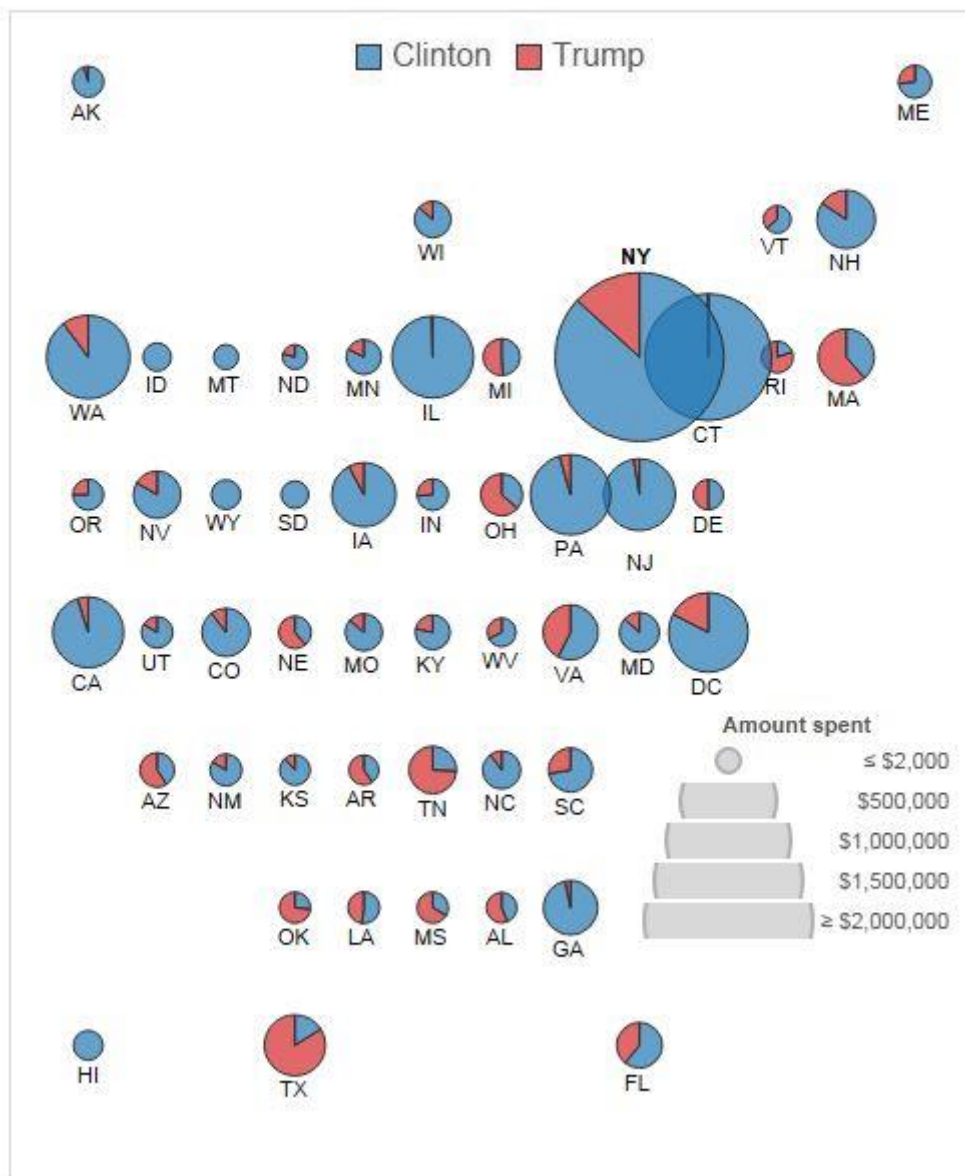
Источник: CNBC

По примерным подсчетам CNBC, большая часть сумм кандидатов была потрачена в Нью-Йорке – это связано с тем, что там находились штабы и в тамошние затраты включены общенациональные. В большинстве штатов Клинтон потратила гораздо больше средств, чем ее соперник. Трамп же превзошел ее по финансам в большинстве южных штатов (куда Клинтон фактически не вкладывалась), а также в Огайо, Массачусетсе, Род-Айленде.

## Where they spent

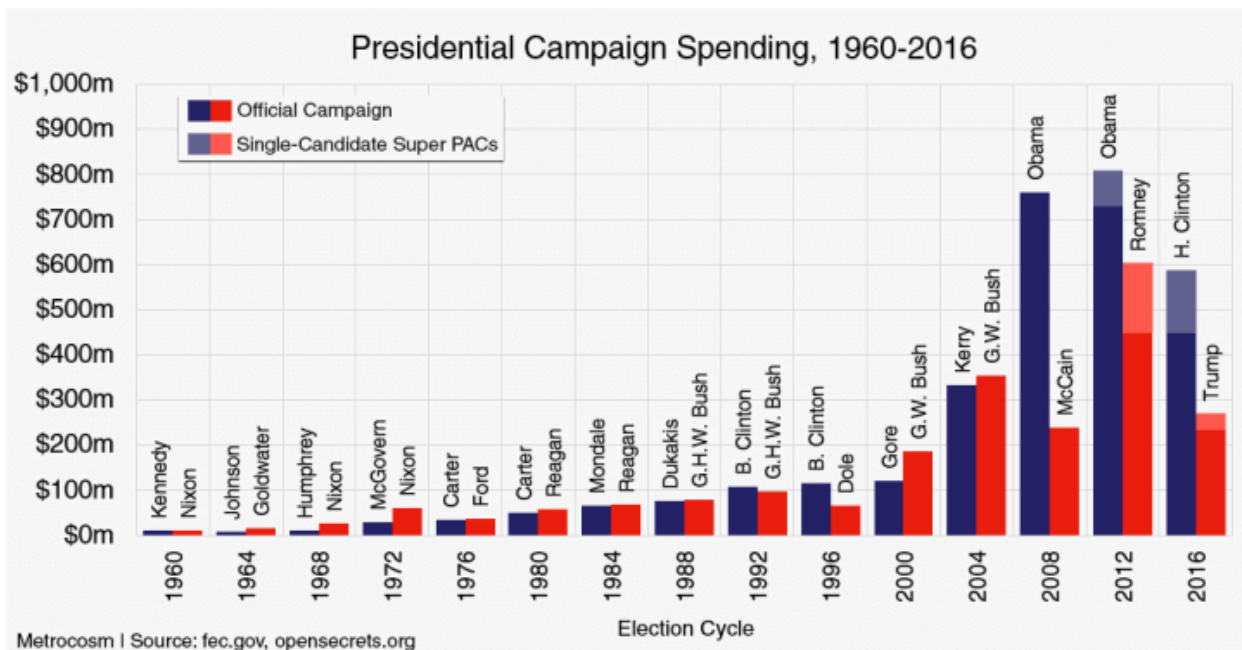


Here's how much the Trump and Clinton campaigns have spent on rent and payroll, state by state. SOURCE: FEC



Источник: CNBC

Общие затраты кампании Трампа вполне сопоставимы с ресурсами Маккейна на выборах-2008 и гораздо меньше затрат Буша в 2004 и тем более Ромни в 2012 г. Клинтон же значительно уступила по фандрайзингу Обаме. За все годы это был второй в истории разрыв между кандидатами по затратам и первый случай, когда, имея такое финансовое преимущество, кандидат проиграл.



*Источник: MetroCosm*

*\* - Данные без учета последних недель кампании*

## Приложение 4. 20 цифр о выборах-2016

**1920** – Год, когда республиканцы имели больше контроля над всеми ветвями выборной власти (президент, губернаторы, Конгресс), чем по итогам выборов 2016 г.<sup>140</sup>

**8** – Количество штатов, в которых для регистрации избирателей требуются строго определенные документы с фотографиями

**19** – Количество штатов, в которых для регистрации избирателей не требуется никаких документов

**33%** - рост числа зарегистрированных избирателей в США с момента первого избрания Обамы в 2008 г. до выборов 2016 г.<sup>141</sup>

**58.000.000** – примерное количество незарегистрированных избирателей, достигших избирательного возраста<sup>142</sup>.

**24.000.000** – примерное количество избирателей, зарегистрированных с ошибками или повторами<sup>143</sup>.

**1.800.000** – примерное количество зарегистрированных избирателей, которые уже умерли<sup>144</sup>.

**32%** - Среднее доверие американцев к своим институтам власти<sup>145</sup>.

**13.100.000** – общий тираж основных газет США, поддержавших Клинтон (тираж газет, поддержавших Трампа – 316.000)<sup>146</sup>.

**9%** - Доля рекламных роликов Клинтон, в которых упоминались проблемы экономики, занятости, налогов. В рекламе Трампа эта доля составляла 34%.

**80%** - Доля американцев, считающих, что они легко определяют, какой информации в Интернете можно доверять<sup>147</sup>.

**61%** – Доля избирателей Трампа, верящих его утверждению, что за Клинтон проголосовали миллионы нелегальных иммигрантов<sup>148</sup>.

**12%** - разница между результатом экзитпола и результатом подсчета голосов в Юте (самый большой отрыв среди штатов)<sup>149</sup>.

**2.800.000** – примерный отрыв Хиллари Клинтон от Дональда Трампа по количеству полученных голосов – самый большой отрыв проигравшего кандидата в истории США<sup>150</sup>.

**84%** - Доля округов, в которых победил Трамп (Обама выиграл последние выборы лишь в 22%). В общей сложности Трамп победил в 2614 округах, Клинтон – в 488<sup>151</sup>.

<sup>140</sup> [http://www.realclearpolitics.com/articles/2016/11/17/republican\\_party\\_the\\_strongest\\_its\\_been\\_in\\_80\\_years.html](http://www.realclearpolitics.com/articles/2016/11/17/republican_party_the_strongest_its_been_in_80_years.html)

<sup>141</sup> <http://www.politico.com/story/2016/10/how-many-registered-voters-are-in-america-2016-229993>

<sup>142</sup> <http://targetsmart.com/>

<sup>143</sup> [http://thf\\_media.s3.amazonaws.com/2014/pdf/Doesyourvotecount.pdf](http://thf_media.s3.amazonaws.com/2014/pdf/Doesyourvotecount.pdf)

<sup>144</sup> [http://thf\\_media.s3.amazonaws.com/2014/pdf/Doesyourvotecount.pdf](http://thf_media.s3.amazonaws.com/2014/pdf/Doesyourvotecount.pdf)

<sup>145</sup> <http://fivethirtyeight.com/features/americans-dont-trust-their-institutions-anymore/>

<sup>146</sup> [http://www.presidency.ucsb.edu/data/2016\\_newspaper\\_endorsements.php](http://www.presidency.ucsb.edu/data/2016_newspaper_endorsements.php)

<sup>147</sup> <http://www.pewinternet.org/2016/12/07/information-overload/>

<sup>148</sup> [http://www.democracycorps.com/images/RPP\\_Alert\\_6.png](http://www.democracycorps.com/images/RPP_Alert_6.png)

<sup>149</sup> <http://codered2014.com/wp-content/uploads/2016/11/2016PresidentialExitPoll-VoteCountComparative.pdf>

<sup>150</sup> <http://www.independent.co.uk/news/world/americas/us-elections/hillary-clinton-popular-vote-lead-donald-trump-us-election-president-elect-millions-a7476926.html>

<sup>151</sup> <http://www.telegraph.co.uk/news/2016/11/16/that-misleading-breitbart-map-explained-how-trumps-dominance-act/>



**949** – Количество мест, потерянных демократами в legislatures штатов США за время правления Барака Обамы<sup>152</sup>.

**96%** - Доля округов на выборах в Нижнюю палату Конгресса, которые сохранились за теми же партиями по итогам выборов-2016.

**50%** - рейтинг одобрения Трампа после его победы на выборах (самый низкий за все время измерения Гэллапом уровня одобрения новоизбранных президентов)<sup>153</sup>.

**64%** - Доля американцев, верящих, что Трамп будет эффективным президентом в выполнении своих обещаний<sup>154</sup>.

**25** – Количество штатов, в которых после выборов-2016 республиканцы контролируют кресла губернаторов и все местные legislatures штата (демократы – лишь 6)<sup>155</sup>.

---

<sup>152</sup> <http://www.rove.com/polling-news/polling-news-12-1-6>

<sup>153</sup> <http://thehill.com/homenews/campaign/309319-trumps-popularity-spikes-but-lags-behind-past-presidents>

<sup>154</sup> <http://thehill.com/homenews/administration/307791-exclusive-majority-expect-donald-trump-to-keep-promises>

<sup>155</sup> <http://www.wsj.com/articles/in-their-coastal-citadels-democrats-argue-over-what-went-wrong-1479483070>