

УДК 324

DOI: 10.21209/2227-9245-2017-23-3-37-45

ИМИДЖЕВАЯ СТРАТЕГИЯ ТРАМПА В ПРЕДВЫБОРНОЙ ГОНКЕ 2016**IMAGE STRATEGY OF TRUMP IN THE PRESIDENTIAL RACE 2016**

*Е. Н. Давыборец, Дальневосточный федеральный университет,
г. Владивосток
westlake@yandex.ru*

E. Davyborets, Far Eastern Federal University, Vladivostok



Ряд политических экспертов и исследовательских служб ошиблись с прогнозами президентских выборов США. Фигура победившего кандидата – нестандартное явление в американской политике, требующее объяснения. Анализируется имиджевая стратегия Д. Трампа в предвыборной гонке 2016 как важнейший фактор его победы. Важную роль в создании его имиджа сыграло особое финансовое положение, позволившее сформировать имидж независимого кандидата, кинувшего вызов политической системе, американскому истеблишменту и даже собственной партии. Ключом к победе явилась стратегия кампании, основанная на гиперболизации внутренних проблем, вплоть до скорого краха страны, их увязка с основной соперницей и презентации на этом фоне себя как лидера, способного спасти Америку. Успешно представлены приоритетные направления внешней и внутренней политики, нашедшие отклик американских граждан. В основу своей программы Д. Трамп положил экономические вопросы государства, а также проблемы работающих граждан, предложив широкую «повестку дня» для всех американцев. Во внешней политике он провозгласил «Американизм вместо глобализма», направленный на забытую Америкой разрядку международной напряженности.

Причужденность и эпатажность личности Д. Трампа привлекла к себе внимание общественности, превратив предвыборные баталии в шоу, обеспечив популярность лидеру. Важную роль в победе кандидата также сыграла политическая реклама Д. Трампа и антиреклама на основного конкурента. Анализируются огрехи Х. Клинтон, также сумевшей привлечь на свою сторону широкую поддержку граждан благодаря защите господствующих идей Демократической партии, большому политическому опыту, лидерским качествам, а также сильной поддержке финансовых магнатов и американского истеблишмента

Ключевые слова: выборы; имидж; президент; избиратели; идеология; предвыборная кампания; предвыборные технологии; стратегия; электоральная культура; США

A number of political experts and research service made a mistake with the predictions of the U.S. presidential elections. The figure of the winning candidate – is not a standard phenomenon in American politics that require explanation. The article analyzes the branding strategy of Donald Trump in the presidential race of 2016 as the most important factor in his victory. An important role in creating its image has played a special financial situation, allowed to form the image of an independent candidate, throwing himself into a challenge to the political system, the American establishment, and even his own party. The key to victory was the campaign's strategy based on the hyperbolization of the internal problems until the imminent collapse of the country, linking them to the main competitor, and presentations on this background, as a leader, capable to save America. Successfully presented the priority directions of foreign and domestic policy, has found the response of American citizens. To the basis of his program Trump has put economic issues of the state and problems of working people, suggesting a broad «agenda» for all Americans. In the foreign policy, he declared «Americanism instead of globalization» aimed at a forgotten by America the easing of international tension.

Quirkiness and outrageous personality D. Trump has attracted the public's attention, turning electoral battles into the show, providing a popular leader. An important role in the victory of the candidate also has played a political advertising of Trump and anti-advertising of the main competitor. The flaws of H. Clinton, who also managed to attract the broad support of citizens through the protection of the prevailing ideas of the Democratic party, great political experience, leadership skills, as well as the strong support of the financial magnates and the American establishment, are also analyzed

Key words: elections; image; president; voters; ideology; election campaign; election technology; strategy; electoral culture; USA

Актуальность. За предвыборным процессом США внимательно следит весь мир. От того, кто выиграет президентские выборы и придет к власти, зависит во многом не только судьба американских граждан, но и международная политика США, занимающих на сегодняшний день ведущую роль в международных отношениях. Поэтому исследование различных факторов, влияющих на результаты выборов, является актуальной проблемой.

Целью исследования является изучение имиджевой стратегии Д. Трампа в предвыборной кампании США 2016 г. *Объект исследования* – политический лидер Д. Трамп. *Предмет* – создание имиджа лидера в ходе президентской предвыборной кампании 2016 г.

Методы исследования. В основу исследования положен комплексный междисциплинарный подход, основанный на взаимодействии понятийного аппарата и методов политологии с инструментариумом смежных научных дисциплин. Важными для данного исследования явились количественный контент-анализ, используемый при изучении материалов СМИ, а также качественный, интерпретирующий агитирующую информацию, направленную на формирование общественного мнения. В исследовании также используется вторичный анализ социологических данных – результатов социологических опросов социологических служб США.

Источниковой базой исследования послужила предвыборная рекламная продукция кандидатов в президенты – агитирующие видеоролики; телевизионные передачи с участием кандидатов; новостные информационные выпуски, рассказывающие о ходе выборов; собрания и митинги Д. Трампа и Х. Клинтон (видеотрансляция); теледебаты; американская периодика – CNN, The Washington Post, The New York Times, Public Relations Journal, Political behavior, Public Relations Journal; а

также результаты социологических опросов исследовательской компании Zogby Analytics, центра электоральной аналитики FiveThirtyEight и института общественного мнения Gallup.

Критика в основе имиджа Д. Трампа. Прошедшие выборы были напряженными, интересными, а их результаты явились непредсказуемыми для многих исследователей и специалистов данной области. Американские исследовательские центры, а также средства массовой информации в последние месяцы предвыборного процесса предрекали безусловную победу одного из фаворитов предвыборной гонки – Х. Клинтон. К удивлению многих, по голосам выборщиков она существенно отстала от своего соперника Д. Трампа (232 против 290), собрав, тем не менее, большинство голосов американцев (48 % против 47,1 %) [4]. Проанализируем, какая стратегия выбрана Д. Трампом и его командой в построении своего имиджа лидера США.

В основу избирательной кампании Д. Трампа положен ряд узловых моментов, на которых базировался имидж кандидата и которым подчинены предвыборные шаги. Это, прежде всего, критика политической системы, а также лиц, стоящих у власти. На данном этапе у многих граждан накопился негатив относительно многих аспектов политической сферы, а также внутренних проблем государства, что умело использовано Д. Трампом в своей предвыборной кампании. Он в гиперболизированной форме критиковал все – недостатки существующего строя, состояние различных сфер государства, внутренние и внешние проблемы американцев, ошибки и оплошности политических деятелей и т.д. Следуя за настроениями общественности, особый гнев Д. Трамп обрушил на Федеральное правительство, что, согласно социологическим опросам, является проблемным вопросом для американцев, большинство из которых ему не доверяют и выражают антипатию [6].

Со стороны Д. Трампа явно наблюдается нагнетание обстановки: Америка под началом действующего правительства стремительно движется к своему трагическому финалу, и если это не остановить, то гибель неизбежна. «Это борьба за выживание нашей нации. И это будет последний шанс спасти ее», «Единственная сила, имеющая возможность спасти нашу страну — это мы. Люди достаточно смелые, чтобы проголосовать против этой коррумпированной системы и элиты», — взывает он к американскому народу на митингах, через рекламные видеоролики и прочего рода предвыборную агитацию. Д. Трамп представляется как мессия, который спасет нацию: «Это не обычные выборы в течение четырех лет, это пересечение истории нашей цивилизации»; «Эра экономической капитуляции скоро окончательно завершится. Мы больше не будем сдавать эту страну, этих людей тем, кто фальшиво поет о глобализме»; «Наша великая цивилизация подошла к итоговому моменту» (из предвыборных речей Д. Трампа — авт.). Д. Трамп в своих речах очень убедителен. Удачно подобранные выражения, великолепные способности оратора, а также харизма лидера прекрасно воздействуют на сознание американцев.

С целью произвести впечатление на граждан, Д. Трамп в своих речах постоянно применяет эпитеты в превосходной степени — «худший», «ужаснейший», «кошмар», «катастрофа». Можем обозначить это как «прием Трампа». Такие выражения одной частью электората воспринимались как работа на публику: многие понимали, что, несмотря на наличие проблемы, никакого «кошмара» в том, что критикует Д. Трамп, нет. Но с другой стороны, это делало речь яркой, эмоционально заразной, и давало выход эмоциям недовольных, а также убеждало общественность в необходимости нового курса, предлагаемого кандидатом. В результате такая манера общения пришлась по душе другой половине граждан, которую не устраивало текущее положение дел. Согласно социологическим опросам, многих американцев не устраивает теку-

щая политика, проводимая действующей властью [10].

Нужно отметить, что граждане Америки отличаются активностью, они отлично усвоили демократические ценности, в том числе свободу слова, не привыкли молчать, и готовы отстаивать свои права и свободы. Поэтому, появившийся лидер, готовый критиковать пороки существующего строя, выражая интересы народа, пришелся по душе.

Критикуя, и даже высмеивая других за их «очевидную» глупость и несостоятельность, Д. Трамп держался с олимпийским спокойствием и уверенностью, настаивая на том, что он знает, что делать. На многих американцев он производил впечатление тяжеловеса, который всего достиг, все может и, устав наблюдать за происходящим в государстве, решил помочь Америке и американцам.

Имидж лидера-бунтаря дополнен вызывающей манерой поведения, когда вместо политкорректного, сдержанного и стандартизированного стиля, характерного для обывденной политики, представлена индивидуальная уникальная манера поведения лидера без формальностей и рамок. Д. Трамп неоднократно шокировал публику своими высказываниями. Что обычно считается политически некорректным и возмутительным, вошло в стратегию Д. Трампа, направленную на привлечение внимания и популяризацию лидера. В новостных сюжетах на его манере поведения делался больший акцент, чем на содержании новостей.

Д. Трамп — новое лицо в американской политике. Второй узловым моментом имиджа Д. Трампа, хорошо обыгранным и обусловившим широкую поддержку избирателей — независимость от политического истеблишмента, финансовых магнатов и каких-либо других сил, способных на него оказывать давление. Д. Трамп провозглашал, что он — новое лицо в американской политике. Это отвечало настроением граждан, которые ждали появления нового независимого кандидата на президентский пост, который бы сумел выиграть в обход

правлящим партиям. Многие американцы уже много лет желали нарушить привычное положение дел в Вашингтоне, считая необходимым вносить принципиальные изменения. В этом видели миссию нового лидера, не связанного ни перед кем какими-либо обязательствами. Миллиардер Д. Трамп всю предвыборную кампанию декларировал свою финансовую самостоятельность и независимость перед кем-либо и даже самой Республиканской партией, чем вызвал гнев многих ее представителей. Но именно такая позиция свободного и независимого лидера обеспечила его популярность среди американцев.

Д. Трамп уверял граждан, что идет в политику не ради денег и реализации собственных корыстных планов, так как всего уже достиг. Его основная цель — помочь Америке и американцам: «У меня не было нужды всем этим заниматься. Поверьте мне. Я построил замечательную кампанию и у меня замечательная жизнь. Я мог бы наслаждаться продуктами и преимуществами многолетнего успешного бизнеса. Вместо того чтобы идти на это шоу абсолютной лжи, жульничества и злостных нападок. Я делаю это, потому что моя страна, так много мне дала. И у меня сильное чувство, что пришла моя очередь вернуть долг стране, которую я люблю» (из предвыборного ролика Д. Трампа — авт.). Свои слова он подтверждает делом: он сам финансирует свою предвыборную кампанию (на определенном этапе Д. Трамп все же брал деньги у спонсоров, ссылаясь на то, что в противном случае они уйдут в поддержку Х. Клинтон) и откажется от зарплаты президента, когда придет к власти. Подобного рода аргументация и действия смотрелись убедительно.

Финансовой самостоятельностью редко кто может похвастаться из претендентов на президентское кресло. Основная соперница Д. Трампа, в частности, имела солидную финансовую поддержку влиятельных кланов и финансовых магнатов, в связи с чем оппозицией раскручивалась тема ее ангажированности. Так, за период предвыборной кампании на ее счета поступило более 1 млрд долл. [2]. Связь больших

денег и предвыборных кампаний многими рядовыми американцами воспринимается негативно: обязательства перед теми, кто помог прийти к власти, могут отрицательно влиять на проводимую политику, связывая лидера по рукам.

Вместе с этим, то обстоятельство, что Д. Трамп является миллиардером, не дает основания утверждать, что это ведущий фактор, который позволил бы победить любому кандидату с определенным финансовым положением. Равно как неверным было бы утверждение, что в США в 2008 г. мог бы победить любой чернокожий кандидат. Безусловно, в данных случаях, эти факторы стали важнейшими и неотъемлемыми среди причин победы конкретных кандидатов в президентской гонке. Но существуют случаи, когда подобные характеристики никак не повлияли либо, напротив, повлияли отрицательно на положение претендентов в предвыборной гонке. Это, к примеру, результаты чернокожих кандидатов на выборные посты в США (Бэн Карсон, Херман Кейн и др.). Можем также вспомнить случай из нашей российской практики, когда миллиардер М. Прохоров, обладающий вдвое большим состоянием, чем Д. Трамп (по данным журнала *Forbes*), на выборах Президента РФ показал совсем другие результаты.

Популяризация независимости Д. Трампа также помогла отвести от него вопрос о его политической неопытности. В результате отсутствие опыта государственного управления стало сильной стороной данного кандидата как нового человека в политическом управлении, «своего» из народа в противовес американскому истеблишменту. Кроме того, Д. Трамп пытается нивелировать в общественном сознании значение политического опыта, заявляя, что у его соперницы большой опыт в политике, но весь он негативный. Тем самым он убеждает граждан в том, что политический опыт — не обязательное условие для кандидата на выборный пост. Хотя нужно отметить, что привыкшие к опытным кандидатам на высшие государственные посты, избиратели встревожены его политической непод-

готовленностью. Согласно социологическим опросам, 23 % проголосовавших за Д. Трампа избирателей, считают его некалифицированным президентом [6].

Повестка дня для Америки. Важным в победе Д. Трампа явилось то, что по своим идеологическим позициям ему успешно удалось охватить широкую для Америки повестку дня. Так, идеология Х. Клинтон четко направлена на конкретные сегменты электората — расовые меньшинства, инвалидов, иммигрантов, работающих матерей и т.д. Это те группы, которые имеют свои проблемы, им необходимо государственное внимание, но они не являются большинством. Сегментирование электората является стандартным подходом к проведению предвыборных кампаний. Д. Трамп, в свою очередь, двигаясь под лозунгом «сделаем Америку вновь Великой», на первый план выдвинул те проблемы, которые, так или иначе, затрагивают американское общество в целом. Такой подход к обществу в социологии значителен как функционалистский, когда во внимание берутся не отдельные социальные группы, а система в целом [6].

В своих программных заявлениях Д. Трамп уделит особое внимание работающей части Америки — рабочим, предпринимателям, фермерам и т.д., которая составляет большинство, но интересы которой часто остаются в тени. Согласно социологическим опросам, ключевым вопросом для предпочтения кандидата в прошедших выборах явилась «экономика /работа» (32 %), в то время как другие проблемы имели намного меньший приоритет (например, налоги — 5 %; Сирия — 1 %; иммиграция — 7 %; терроризм — 8 %; окружающая среда — 5 %; энергетика — 1 % и т.д.) [9]. Д. Трамп обещал решать проблемы рабочих, обеспечивающих благополучие Америки. Этой преобладающей части населения понравились его намерения снизить налоговое бремя, вернуть рабочие места в Америку, разогнать нахлебников, пользующихся социальными привилегиями.

Несмотря на недовольство эмигрантского сегмента, многим американцам понравились идеи радикального решения

миграционных вопросов для обеспечения безопасности граждан. Тем не менее, рассказы Д. Трампа про стену с Мексикой стали основой популярности его соперницы у латино-американских избирателей, которые на этих выборах были как никогда активны.

Д. Трамп пообещал гражданам воплотить в жизнь американскую мечту, начав с самого простого, в чем нуждаются граждане. Сам Д. Трамп является ярким ее воплощением. По его самопрезентации он — трудяга, достигший небывалых высот благодаря собственным силам и талантам. Он разбирается в том, как поднять бизнес с нуля: неоднократно терпев финансовые бедствия, он не сдавался, двигаясь вперед, и в итоге достиг того, о чем только мечтают американские граждане. Американская культура пронизана духом «американской мечты», которая является традиционной идеей, вдохновляющей граждан. Живое ее воплощение граждане увидели в баллотирующемся в свое время на президентский пост Б. Обаме, что явилось важнейшим фактором его победы на выборах. Д. Трамп — это уже готовое воплощение американской мечты, что накладывает на его восприятие светлые ассоциации и делает его образ притягательным.

Свой успех в бизнесе он привязывает к будущему президентству: он построил успешную бизнес-империю, обеспечив все для счастья себе, поэтому знает как и может сделать Америку процветающей. Сумев достигнуть собственного финансового благополучия, он сможет повысить экономическое могущество Америки. Такая позиция явилась убедительной. Общественность, согласно социологическим опросам, убеждена, что Д. Трамп сможет успешно справиться с экономическими проблемами государства [8].

Д. Трампу удалось сформировать себе имидж «своего парня», знающего нужды народа. В своих предвыборных фильмах он рассказывал американцам, что всегда очень хорошо ладил с финансовыми магнатами, так как они видели в нем конкурента. Но ему всегда легко общалось с простыми людьми. Д. Трамп уверенно обещал аме-

риканцам решить все злободневные проблемы и обеспечить им счастливую жизнь. Неоднократно говорил о том, что его первоочередной задачей является решение проблем экономики страны. Подобного рода обещания, направленные на решение внутриамериканских проблем, импонировало значительной части населения.

В свою очередь, его основная соперница ставила акцент на внешней политике. Популярной темой ее кампании стала «российская угроза» – обвинение России в шпионаже, вмешательстве в американские выборы и пр. Смещение фокуса внимания с внутренних проблем на внешние при отсутствии реального врага на данном историческом этапе не получило широкого резонанса общественности. Рядовым американцам по большому счету не столь важно, что происходит за пределами их государства, поскольку это никак непосредственно не влияет на их жизнь.

Д. Трамп также уделил внимание внешней политике, описав, какую линию поведения он выберет. «Американизм, а не глобализм! Это будет наше кредо», – провозглашал Д. Трамп на предвыборных митингах. Поставив на первое место интересы своего государства, он заявлял, что будет стремиться к сотрудничеству и избеганию конфликтов с другими народами. Он не будет тратить деньги налогоплательщиков на гонку вооружения и вездесущее присутствие Америки во всем мире: «Международная политика высосала кровь с нашей страны» (из предвыборного ролика Д. Трампа – авт.). Тем самым, он выступил с повесткой, которая уже давно не поднималась в США – разрядка международной напряженности [3], и которая нашла отклик у многих американцев, заинтересованных в отсутствии вооруженных конфликтов и сохранении денег налогоплательщиков.

Бесспорно, идеологическая позиция Д. Трампа по внешней политике намного более приоритетна для нашего государства, чем идеология его предшественников. Она способна придать новый вектор развития международным отношениям. Насколько Д. Трамп последует своим предвыборным

намерениям и как успешно это ему удастся, предстоит еще увидеть. На данном этапе – это шанс для лидеров ряда мировых держав пересмотреть свою агрессивную внешнюю политику и выйти на новый уровень понимания международного процесса.

В целом же, согласно опросам общественного мнения, по одному кругу вопросов общественность больше поддерживала Д. Трампа – это вопросы экономики, создания рабочих мест, национальной безопасности, проблема ИГИЛ, а также дефицита бюджета. Другой круг вопросов более успешно охватила Х. Клинтон – окружающая среда, внешняя политика, дифференциация доходов, аборт, оказание помощи среднему классу [11].

Нужно отметить, что в период длительной и напряженной предвыборной кампании никаких ляпсусов со стороны Д. Трампа не замечено. Он демонстрировал прекрасные ораторские способности, хорошую осведомленность во всех обсуждаемых вопросах, эрудицию, быстроту реакции, что формировало имидж достойного лидера. Несмотря на свой возраст, он выглядел бодрым и полным сил и не вызывал вопросов о своем здоровье.

Слабые стороны имиджа Д. Трампа. Завоевав одну часть электората, Д. Трамп вызвал негативное отношение другой его части. Одни и те же его качества, а также программные заявления явились привлекательными для одних, но вызвали отрицательную реакцию у других. Многие увидели в нем политика-демагога и популиста, самонадеянного выскочку и зазнайку, который, демонстративно критикуя всех и вся, сам не обладает опытом государственного управления и может сильно заблуждаться в правильности своих идей, а также, попросту лгать. За свою экстравагантность и вызывающее поведение СМИ окрестило Д. Трампа «фриком», что, тем не менее, спроецировало на него фокус внимания общественности. У части американцев вызвали отторжение его невысокие моральные и нравственные качества – любитель женщин, не воздержан на язык, завсегда тай ток-шоу. По морально-нравственным

качествам (верная жена, хорошая мать) Х. Клинтон смотрелась более достойно. По мнению ее приверженцев, победа Х. Клинтон должна была стать торжеством разума над абсурдом.

Следуя успешному опыту предшествующих избирательных кампаний, Д. Трамп сделал ставку на привлечение в своей кампании социальных сетей, через которые он распространял свои идеи и обращения к американскому народу. В частности, он популярен в Twitter, Facebook, Instagram. Вместе с этим, штаб Х. Клинтон также успешно использовал социальные сети, поэтому утверждение, что данный формат явился одним из факторов победы Д. Трампа, не совсем точно. Кроме того, в США все же преобладающим источником информации остаются традиционные СМИ. Хотя нужно учитывать, что на сегодняшний день провести успешную предвыборную кампанию в США без использования социальных сетей уже не удастся.

Предсказания итогов голосования. В период предвыборной кампании регулярные социологические опросы показывали первенство Х. Клинтон перед Д. Трампом с большим или меньшим отрывом [5; 12]. В преддверии выборов СМИ распространяли почти единогласные предсказания экспертов, убежденных в победе Х. Клинтон. Существует мнение, что прогнозы выборов получились искаженными, так как многие избиратели стеснялись признаться, что будут голосовать за такого «экзотического» кандидата. Но Д. Трамп и его сторонники публично провозглашали, что это не что иное, как преднамеренное искажение данных со стороны СМИ, массово поддерживающих Х. Клинтон с целью повлиять на неопределившихся избирателей. По логике, это должно было сработать в ее пользу, так как «плавающий» электорат имеет тенденцию в последний момент присоединиться к большинству, следуя стадному чувству, либо чтобы не стать проигравшими. Данная технология называется «предсказанием итогов голосования» и является одним из методов политической борьбы. Однако предсказание итогов голосования сработало в пользу

Д. Трампа, так как стимулировало его сторонников занять активную позицию, придти на выборы и поддержать своего фаворита. Кроме того, предсказания усыпили бдительность отдельных сторонников Х. Клинтон, которые были уверены, что исход выборов предрешен и нет необходимости приходить на избирательные участки [7].

Как подметил аналитик А. Панов, «настоящий победитель этих выборов — американская демократия. Выбор сделан вопреки мнению президента и кампании в ведущих СМИ, вопреки желаниям политической элиты» [1]. Х. Клинтон не помогла даже рекордно потраченная на выборы сумма, которая была в два раза больше, чем у Д. Трампа. Данные факты, помимо прочего, свидетельствуют об определенном уровне развития гражданского самосознания американцев, которые не идут на поводу правящей верхушки, а готовы принимать самостоятельные решения.

Выводы. Кандидат в Президенты США на выборах 2016 г. Д. Трамп смог доминировать в сознании общественности через имидж бунтаря, борца с закостенелой и надоевшей многим американцам системой. Его критика существующего строя давала выход накопившихся негативных эмоций американцев, тем самым он явился «рупором» недовольных граждан. Благодаря своему нестандартному поведению, эпатажности, он создавал информационные поводы, смещая фокус внимания выборов к своей особе и получая популярность в обществе. Его финансовое положение явилось основой имиджа — самостоятельного независимого лидера, кинувшего вызов системе и американскому истеблишменту, и готового проводить новую внутреннюю и внешнюю политику, приоритеты которой удачно резонировали с общественными настроениями. В центр внимания поставлены интересы широкого слоя электората — работающих, их экономическое процветание и безопасность. Д. Трамп предложил принципиально новое направление внешней политики — стремление к мирному сотрудничеству с другими государствами при сокращении вмешательства в их внутренние дела.

Список литературы

1. Панов А. Трамплин для Трампа // Новая газета [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://www.novayagazeta.ru/articles/2016/11/10/70481-tramplin-dlya-trampa> (дата обращения: 13.10.2016).
2. Сапронова Ю., Евтеев Е. Клинтон потратила на предвыборную кампанию в два раза больше Трампа // РБК [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.rbc.ru/politics/07/11/2016/58172d119a79478828b87ccc> (дата обращения: 08.11.2016).
3. «Те, кто говорил, что у Трампа нет шансов, не знает страну»: Стивен Коэн о выборах в США // RT: на русском [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://www.russian.rt.com/world/article/332368-tramp-koen-interviu> (дата обращения: 13.11.2016).
4. 2016 election results // CNN politics. 11.11.2016. Available at: <http://edition.cnn.com/election/results> (accessed 15.11.2016).
5. Clinton and Trump in Statistical Tie; Trump Has Closed the Gap Among Older Millennials // Zogby Analytics. 16.08.2016. Available at: <https://zogbyanalytics.com/news/756-clinton-and-trump-in-statistical-tie-trump-has-closed-the-gap-among-older-millennials> (accessed 08.10.2016).
6. Eight Things We Learned in This Election // Gallup. 10.11.2016. Available at: http://www.gallup.com/opinion/polling-matters/197357/eight-things-learned-election.aspx?g_source=WWWV7HP&g_medium=topic&g_campaign=tiles (accessed 13.11.2016).
7. Enten H. Registered Voters Who Stayed Home Probably Cost Clinton The Election // FiveThirtyEight. 5.01.2017. Available at: <http://fivethirtyeight.com/features/registered-voters-who-stayed-home-probably-cost-clinton-the-election/> (accessed 15.11.2016).
8. Gates J.G. Economy, Elections Top Problems Facing U.S. // Gallup. 17.11.2016. Available at: http://www.gallup.com/poll/197786/economy-elections-top-problems-facing.aspx?g_source=Politics&g_medium=newsfeed&g_campaign=tiles (accessed 18.11.2016).
9. Part II – Post election poll results // Zogby Analytics. 16.11.2016. Available at: <http://www.zogbyanalytics.com/news/760-part-ii-post-election-poll-results> (accessed 17.11.2016).
10. Smith M., Jones M. J. U.S. Satisfaction Remains Low Leading Up to Election // Gallup. October 13 2016. Available at: http://www.gallup.com/poll/196388/satisfaction-remains-low-leading-election.aspx?g_source=benefit%20to%20the%20voters&g_medium=search&g_campaign=tiles (accessed 01.11.2016).
11. Voters not enthused on who's best to handle major issues // Zogby Analytics. 04.07.2016. Available at: <https://zogbyanalytics.com/news/754-voters-not-enthused-on-who-s-best-to-handle-major-issues> (accessed 09.11.2016).
12. Zogby Analytics News Bites-2016 General Election Head to Head Matchups // Zogby Analytics. 04.04.2016. Available at: <https://zogbyanalytics.com/news/734-zogby-analytics-news-bites-2016-general-election-head-to-head-matchups> (accessed 08.10.2016).

References

1. Panov A. 2016. *Tramplin dlya Trampa* (Jump for Trump): Novaya gazeta Available at: <https://www.novayagazeta.ru/articles/2016/11/10/70481-tramplin-dlya-trampa> (Date of access: 13.10.2016).
2. Sapronova Yu., Evteev E. *Klinton potratila na predvybornuyu kampaniyu v dva raza bolshe Trampa* (Clinton spent on the campaign two times more than Trump): RBK Available at: <http://www.rbc.ru/politics/07/11/2016/58172d119a79478828b87ccc> (Date of access: 08.11.2016).
3. «Те, кто говорил, что у Трампа нет шансов, не знает страну»: Стивен Коэн о выборах в США («Those who said that Trump has no chance, doesn't know the country»: Stephen Cohen on elections in the USA) Available at: <https://www.russian.rt.com/world/article/332368-tramp-koen-interviu> (Date of access: 13.11.2016).
4. *2016 election results* (2016 election results): CNN politics. 11.11.2016. Available at: <http://www.edition.cnn.com/election/results> (Date of access: 15.11.2016).
5. *Clinton and Trump in Statistical Tie; Trump Has Closed the Gap Among Older Millennials* (Clinton and Trump in Statistical Tie; Trump Has Closed the Gap Among Older Millennials): Zogby Analytics Available at: <https://www.zogbyanalytics.com/news/756-clinton-and-trump-in-statistical-tie-trump-has-closed-the-gap-among-older-millennials> (Date of access: 08.10.2016).
6. *Eight Things We Learned in This Election* (Eight Things We Learned in This Election): Gallup Available at: http://www.gallup.com/opinion/polling-matters/197357/eight-things-learned-election.aspx?g_source=WWWV7HP&g_medium=topic&g_campaign=tiles (Date of access: 13.11.2016).
7. *Enten H. Registered Voters Who Stayed Home Probably Cost Clinton The Election* (Enten H. Registered Voters Who Stayed Home Probably Cost Clinton The Election): Five Thirty Eight Available at: <http://www.fivethirtyeight.com/features/registered-voters-who-stayed-home-probably-cost-clinton-the-election/> (Date of access: 15.11.2016).

8. Gates J. G. *Economy, Elections Top Problems Facing U.S.* (Economy, Elections Top Problems Facing U.S.): Gallup Available at: http://www.gallup.com/poll/197786/economy-elections-top-problems-facing.aspx?g_source=Politics&g_medium=newsfeed&g_campaign=tiles (Date of access: 18.11.2016).

9. *Part II – Post election poll results* (Part II – Post election poll results): Zogby Analytics Available at: <http://www.zogbyanalytics.com/news/760-part-ii-post-election-poll-results> (Date of access: 17.11.2016).

10. Smith M., Jones M. J. U.S. *Satisfaction Remains Low Leading Up to Election* (Satisfaction Remains Low Leading Up to Election): Gallup. October 13 2016 Available at: http://www.gallup.com/poll/196388/satisfaction-remains-low-leading-election.aspx?g_source=benefit%20to%20the%20voters&g_medium=search&g_campaign=tiles (Date of access: 01.11.2016).

11. *Voters not enthused on who's best to handle major issues* (Voters not enthused on who's best to handle major issues): Zogby Analytics Available at: <https://www.zogbyanalytics.com/news/754-voters-not-enthused-on-who-s-best-to-handle-major-issues> (Date of access: 09.11.2016).

12. *Zogby Analytics News Bites-2016 General Election Head to Head Matchups* (Zogby Analytics News Bites-2016 General Election Head to Head Matchups): Zogby Analytics Available at: <https://www.zogbyanalytics.com/news/734-zogby-analytics-news-bites-2016-general-election-head-to-head-matchups> (Date of access: 08.10.2016).

Коротко об авторе

Briefly about the author

Давыборец Елена Николаевна, канд. полит. наук, доцент, Дальневосточный федеральный университет, г. Находка, Россия. Область научных интересов: политические технологии, политическая система
westlake@yandex.ru

Elena Davyborets, candidate of political sciences, associate professor, Far Eastern Federal University, Nakhodka, Russia. Sphere of scientific interests: political technologies, political system

Образец цитирования

Давыборец Е. Н. *Имиджевая стратегия Трампа в предвыборной гонке 2016 // Вестн. Забайкал. гос. ун-та.* 2017. Т. 23. № 3. С. 37–45. DOI: 10.21209/2227-9245-2017-23-3-37-45.

Davydorets E. *Image strategy of Trump in the presidential race 2016 // Transbaikal State University Journal,* 2017, vol. 23, no. 3, pp. 37–45. DOI: 10.21209/2227-9245-2017-23-3-37-45.

Дата поступления статьи: 31.01.2017 г.
Дата опубликования статьи: 31.03.2017 г.

