

АНАЛИЗ ИЗБИРАТЕЛЬНЫХ КАМПАНИЙ ЗАПАДНЫХ ЛИДЕРОВ В 2020 ГОДУ: PR-ТЕХНОЛОГИИ И ПРАКТИКИ (НА ПРИМЕРЕ США)

Рассмотрены предпосылки и ключевые факторы, непосредственно оказавшие влияние на исход выборов президента США в 2020 году. Проведен сравнительный анализ политической риторики лидеров Демократической и Республиканской партий, посредством чего выявлены наиболее эффективные стратегические решения кампании Дж. Байдена в условиях пандемии COVID-19. Проведен анализ финансирования президентских кампаний кандидатов. На основании детального брифинга выступлений кандидатов во время предвыборной кампании 2020 года выявлены наиболее релевантные тезисы.

Ключевые слова: PR-технологии, электоральные процессы, США, выборы, избирательные технологии, пандемия, Covid-19.

В США действует мажоритарная система выборов, в которой кандидат, получивший в одномандатном округе относительное большинство голосов, считается победившим, что служит предпосылкой для развития двухпартийности. Особенностью политической системы США является двухпартийность. С 1852 года президентами страны становятся представители либо Республиканской, либо Демократической партии. Представителям так называемых третьих партий (самые заметные из них – Конституционная партия, Либертарианская партия и Партия зеленых), за редкими исключени-

ями, не удается вмешаться в борьбу республиканцев и демократов. Джозеф Байден родился 20 ноября 1942 г. в Скрантоне, Пенсильвания. Образование получал в школе Святой Елены в Уилмингтоне, затем в академии Арчмер в Клэймонте, штат Делавэр. Позже он обучался в университете Делавэра, который закончил в 1965 г., получив степень бакалавра по истории и политологии. В 1968 г. Байден окончил юридическую школу Сиракузского университета в Нью-Йорке. В том же году он защитил докторскую диссертацию по юриспруденции. Байден долгое время являлся членом Комитета Сената по международным отношениям, а также его председателем. Выступал против войны в Персидском заливе в 1991 году, поддерживал расширение альянса в Восточной Европе и участие НАТО в Югославских войнах 1990-х годов, а также вторжение в Ирак. Безуспешно баллотировался в президенты от Демократической партии в 1988 году, а затем вновь предпринял попытку в 2008 году. Байден успешно избирался в Сенат шесть раз, являлся четвертым по старшинству сенатором к моменту перехода на должность вице-президента США, которую занимал до 2017 года. В качестве вице-президента Байден принимал меры по борьбе с начавшимся в 2008 году мировым экономическим кризисом, а также занимался внешней политикой США. На основании своей деятельности в украинском направлении внешней политики в 2019 году стал участником «Украинагейта». Оппонент Дж. Байдена на выборах, Дональд Джон Трамп, родился 14 июня в Куинс, Нью-Йорк. Американский государственный и политический деятель, предприниматель, до становления президентом занимался предпринимательской деятельностью в сфере недвижимости, а также был шоуменом и телеведущим. В 1968 году окончил Уортон со степенью бакалавра наук по экономике и специализацией в области финансов. Женат, отец пятерых детей. 45-й президент США с 20 января 2017 года по 20 января 2021 года. Согласно результатам исследования Langer Research Associates, проведенного в июле 2019 года, 44% избирателей одобряли работу Трампа, в то время как 53% не поддерживали его. По сравнению с апрелем рейтинг президента вырос на 5% [1; 2].

Несмотря на это, согласно опросам Fox News, уже в августе того же года доля недовольных граждан выросла до 56% и приблизилась к рекордно низким показателям рейтинга Трампа. Начало президентской кампании Дж. Байдена датируется 25 апреля 2019 года, когда он заявил о выдвижении своей кандидатуры на предварительных выборах президента от Демократической партии, выпустив видео-объявление [14]. Официально был выдвинут на Национальном съезде Демократической партии 2020 г. 18 августа 2020 г. Джо Байден являлся вице-президентом США с 2009 по 2017 год, а также сенатором США от Делавэра. Свою кампанию Байден изначально представил избирателям как «вызов Трампу».

В первую очередь обратимся к наиболее существенным предпосылкам снижения популярности его оппонента, Д. Трампа. Существенное влияние

на снижение поддержки Трампа избирателями оказала его неспособность выстроить четкую стратегию противодействия распространению пандемии COVID-19 [17; 15]. Численность жертв пандемии составляла свыше 500 тыс. граждан страны, что напрямую отразилось на лояльности электората по отношению к правящему лидеру. Пренебрегая совершенствованием инструментов национальной системы общественного здравоохранения, таких как тестирование и отслеживание контактов больных COVID-19, Трамп делал противоречивые заявления. Обвинял Пекин в сокрытии информации о происхождении вируса и с трибуны ООН призывал привлечь Китай к ответственности, выдвигал ультиматумы Всемирной организации здравоохранения (ВОЗ), затем выступал в роли COVID-диссидента, заявляя, что национальная статистика по числу пострадавших от пандемии искусственно завышается «продемократическими силами», намеренными посадить страну на опасный для нее карантин. Таким образом, пандемия использовалась Трампом как инструмент внешне- и внутривнутриполитической борьбы, вопреки его заявлениям о недопустимости политизации COVID-19. Существенно усугублял ситуацию и тот факт, что каждый промах Трампа относительно пандемии выносился на первые полосы СМИ. Не менее значимым фактором, спровоцировавшим снижение доверия электората, послужил и экономический кризис. Одно из предвыборных обещаний Трампа в 2016 г. заключалось в повышении экономического роста uf 6% в год. Однако, в 2018 г. этот показатель не дошел и до 3%, в 2019 г. остался на уровне 2,3%. В период с апреля по июнь 2020 г. ВВП сократился на треть, уничтожив весь экономический рост с 2015 г. Пандемия, пришедшаяся на период циклического спада в экономике, спровоцировала серьезный экономический кризис. Граждане США столкнулись с падением ВВП, сокращением внутренних инвестиций и потребительского спроса, а также с масштабным ростом безработицы. Не менее существенной проблемой стало и игнорирование факта социально-демографического и этноконфессионального разнообразия нации.

На невозможности расширения электоральной поддержки Трампа существенным образом сказались следующие действия лидера: демонстрация «авторитарного национализма», дискриминационные заявления в адрес национальных меньшинств, неприемлемые в мультирасовом обществе «страны иммигрантов»; утрата доверия бывших военнослужащих до 54 лет. По данным за 2016 г., согласно опросу издания *Military Times*, за Трампа голосовали 60% ветеранов и лишь 34% из них отдавали предпочтение Хиллари Клинтон, то по состоянию на 2020 г. популярность Байдена оказалась существенно выше среди ветеранов в возрастных группах до 34 лет (46% против 41,7%) и от 34 до 54 лет (50,7% против 39,8%). Приведенный на рис. 2 график отражает штат, название организатора соцопроса, а также распределение поддержки граждан этих штатов между Байденом (синим) и Трампом

(оранжевым). При составлении диаграммы были использованы как данные опросов, проведенных до госпитализации Трампа, так и после. В частности, опрос, проведенный университетом Куиннипиак, показывает, что во Флориде Байден опережает Трампа на 11%, в Пенсильвании – на 13%, а в Айове – на 5%. Два опроса, проведенных New Your Times и колледжем Сиена, показывают, что в Неваде Байден опережает Трампа на 6%, а в Огайо – на 1%. По данным Юридической школы университета Маркетт, Байден опережает Трампа в Висконсине на 5%. Как отмечает агентство Bloomberg, голоса жителей именно этих штатов оказывают решающее влияние на исход выборов президента США. На выборах 2016 года Хиллари Клинтон получила больше голосов выборщиков, однако ее поражение с минимальным отставанием в Пенсильвании, Мичигане и Висконсине не позволили ей победить. Примерно две третьих жителей этих штатов, принявших участие в опросах, полагают, что первые дебаты между Байденом и Трампом выиграл Байден. Кроме того, результаты опросов показывают рост сомнений населения в том, что Трампу удастся успешно справиться с пандемией коронавируса в стране.

В США дебаты кандидатов в президенты принято считать последним шансом изменить мнение избирателей в «колеблющихся» штатах. Первые дебаты между Дж. Байденом и Д. Трампом состоялись 29 сентября 2020 года и ожидаемо носили скандальный характер. За 1,5 часа, из которых 43 минуты говорил Байден, а 38 минут говорил президент Трамп, последний перебил оппонента 73 раза, и 20 минут кандидаты обсуждали коронавирус – наиболее длительная тема обсуждения. Байден обвинял Трампа в том, что именно по его вине Соединенные Штаты лидируют в мировой статистике смертей от пандемии коронавируса, также он заявил, что жертв было бы меньше, если бы президент США «был намного умнее». «Вы использовали слово «умнее»? – переспросил в ответ Трамп, напомнив о том, что Байден не отличался хорошими оценками в колледже. – Никогда не используйте слово «умный», когда говорите со мной». Дональд Трамп неоднократно упоминал и сына своего соперника, Хантера Байдена, провоцируя Дж. Байдена на агрессивную реакцию, успешно справляясь с поставленной целью. «Может быть, ты заткнешься?» – обратился Байден к президенту. Эту фразу избирательный штаб Байдена немедленно разместил на футболках, начав их активную продажу. В ходе дебатов Байден придерживался более сдержанного тона, нежели его оппонент, но все же сказал, что Трамп – «худший президент в истории США» и «клоун». По ходу предвыборной гонки избиратели перевели кандидатам в президенты США рекордные суммы. При этом демократ Джо Байден получил на треть больше денег, чем республиканец Дональд Трамп [2; 9].

Что касается финансирования кампаний, согласно документам Федеральной избирательной комиссии, кампания Байдена принесла почти 107 милли-

Уровень поддержки Трампа по сравнению с другими президентами

Рейтинг одобрения президента после двух лет пребывания на посту

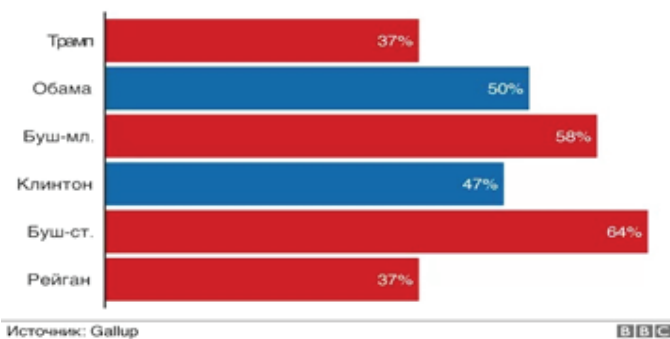


Рисунок 1. Уровень поддержки Д. Трампа по сравнению с другими президентами США

Уровень поддержки кандидатов в штатах, поддержавших Д. Трампа на выборах 2016г.

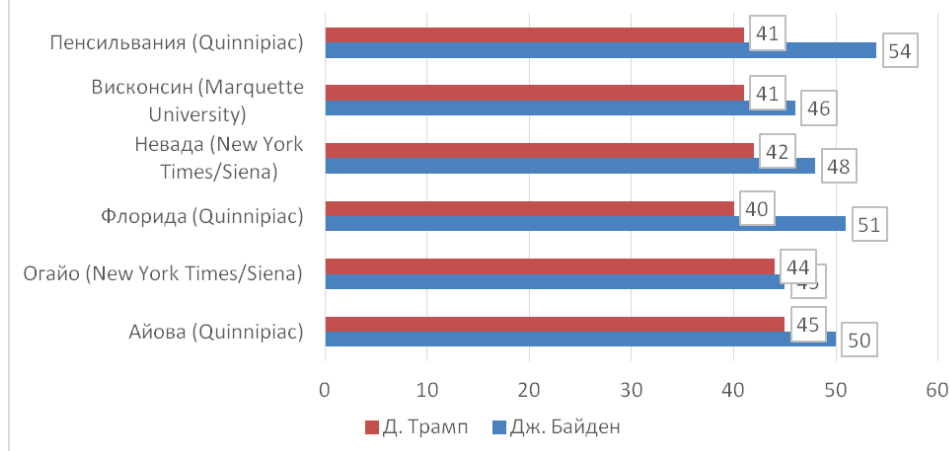


Рисунок 2. Уровень поддержки кандидатов в штатах, поддержавших Д. Трампа на выборах 2016 г.

онов долларов с 15 октября по 23 ноября, в результате чего ее общая сумма превысила отметку в миллиард долларов. Избирательный цикл 2020 года, в целом, является самым дорогим за всю историю по оценкам американского издания «OpenSecrets». Байден обладал огромным финансовым преимуществом перед президентом Дональдом Трампом в последние месяцы кам-



Рисунок 3

пании 2020 года. Байден значительно превзошел Трампа на выступлениях в эфире в ключевых колеблющихся штатах, которые он в итоге выиграл с небольшим отрывом. У него также была превосходная поддержка со стороны групп «темных денег». На рис. 3 графически отражены различия в суммах пожертвований кандидатам в президенты США.

Рассматривая PR-технологии президентской кампании 2020 года, обращаем внимание на тот факт, что значительная часть рекламных роликов относится к так называемой «негативной» или «атакующей» рекламе, когда кандидат критикует действия своего оппонента, говоря о провалах его политики. Негативную рекламу активно использовали как команда республиканца Дональда Трампа, так и команда его оппонента – Джо Байдена. Стоит отметить, что оба кандидата использовали в негативной рекламе Китай в качестве внешнеполитического соперника США. Со стороны команды Трампа выпускалось большое количество роликов, отрицательно характеризующих Байдена. В одном из них о демократе говорится как о «марионетке» в руках лидера КНР Си Цзиньпина. Ролик представляет собой нарезку из позитивных высказываний Байдена о Китае, которую сопровождает закадровый голос, перечисляющий уступки и просчеты экс-вице-президента США в отношении с КНР. В нем, в том числе, сообщают о сделке сына политика Хантера Байдена на \$1 млрд с дочерней структурой Bank of China. В конце ролика говорится, что Байден «опасен для Америки». Аналогичный ролик Трампа, также на «антикитайскую» тематику, акцентирует внимание

на том, что, заботясь об интересах КНР, Байден уничтожает рабочие места в Америке. В ролике демонстрируются виды закрытых фабрик и заводов в США. «Китай – экономический соперник США. Он производит продукцию, она создает и уводит рабочие места из США», – говорит закадровый голос. Встык даются слова Байдена на официальном мероприятии: «Мы хотим видеть подъем Китая». В этом ролике вновь используется тема сына политика – Хантера Байдена. Оппонирующий Трампу Дж. Байден также использует связанную с Китаем тему против второго кандидата, апеллируя к борьбе с пандемией COVID-19. В одном из «негативных» роликов Байдена приводится нарезка из речей Трампа, который, как говорит голос за кадром, «хвалит Китай», хотя надо потребовать от него решения проблемы COVID-19: «Дональд Трамп оставил страну не готовой ни к худшему экономическому кризису, ни к кризису здравоохранения». Как отмечает эксперт в области политической рекламы, ведущий обозреватель издания Politico, Джоанна Вейсс, создатели подобных роликов понимают, как «создать эффективную рекламу, особенно для консервативной аудитории». По словам эксперта, исследования, проведенные в США, демонстрируют, что люди консервативных взглядов «склонны реагировать на страх даже более резко, чем люди, исповедующие либеральные взгляды». По данным консалтинговой компании BIA Advisory Service, на долю местного телевидения (телевидения штатов) приходится 47% всех трат на политическую рекламу, доля кабельного телевидения составляет 14%, а 21% приходится на цифровые платформы. Телевидение также остается главным источником размещения рекламных роликов кандидатов, отмечает Вейсс, так как оно дает больший демографический охват. Таким образом, телевидение по-прежнему занимает ведущую позицию среди средств размещения политической рекламы. Необходимо отметить, что телевидение в США, как и во многих других странах мира, смотрит более возрастная аудитория. Однако в нынешней президентской кампании, как и в предыдущей, 2016 года, все большей популярностью пользуется размещение рекламы на цифровых платформах, таких как Facebook, и главное здесь цена, отмечает Вейсс. Если 30-секундный ролик на ведущем американском телеканале обойдется в \$ 100 000, то реклама в социальных сетях будет стоить в два с половиной раза больше; к тому же, как отмечает Вейсс, политическая реклама, размещенная в сети Facebook «более таргетирована и более эффективна». Безусловно, реклама в социальных сетях дала кандидатам немало преимуществ: это возможность прямой связи с избирателем и персонализация рекламных сообщений на выборах. Кроме этого, социальные сети позволяют собирать данные о тех, кто просматривает ту или иную рекламу, что позволяет сторонникам кандидата обращаться к ним с просьбой о пожертвованиях. На рис. 4 приведены данные о количестве подписчиков в социальной сети Facebook у кандидатов в президенты в ходе их предвыборных кампаний [5; 8].

Ниже представлены выдержки из брифинга новостей, опубликованного американской цифровой энциклопедией политики и выборов Ballotpedia.

«31 марта 2020 г. Байден выпустил новую цифровую рекламу, которая будет воспроизводиться на платформах Facebook и Instagram в штатах. Обращаясь к медицинским работникам, борющимся с коронавирусом, Байден сказал: «Как президент, я бы не отправил американского солдата куда-либо в мир без всего необходимого оборудования и защиты. Мы не должны делать меньше для героев на передовой в той битве, в которой мы сейчас находимся». 12 апреля 2020 г. Байден написал статью в The New York Times под названием «Мой план безопасного открытия Америки». В статье он описал необходимость социального дистанцирования, упомянул необходимость широкого распространения тестирования и стратегии отслеживания контактов, а также заявил, что система здравоохранения должна быть готова к вспышкам. Приведенные выше выдержки из брифинга, содержащие информацию о некоторых выступлениях Байдена в ходе предвыборной кампании, демонстрируют активное использование кандидатом и его командой социальных сетей и СМИ в целях формирования у избирателей представления о серьезном и ясно сформулированном отношении Байдена к проблеме пандемии, являющимся противоположностью противоречивым высказываниям действующего президента, Дональда Трампа. Помимо явного акцента на проблеме COVID-19, Байден регулярно высказывался и в отношении проблем расизма, рассчитывая на поддержку со стороны темнокожего и латиноамериканского населения страны, что также прослеживается при анализе его выступлений и рекламных кампаний. По данным, приведенным в брифинге Ballotpedia: «2 июня 2020 г. Байден выступил с речью в Филадельфии, где сказал: «Я не буду торговать страхом и разделением. Я не буду раздувать пламя ненависти. Я постараюсь залечить расовые раны, давно терзающие нашу страну, а не использовать их для политической выгоды. Я буду делать свою работу и брать на себя ответственность – я не буду обвинять других». 3 июня 2020 г. кампания Байдена начала показ новой рекламы в Facebook, Instagram и YouTube в Аризоне, Флориде, Мичигане, Северной Каролине, Пенсильвании и Висконсине. 23 мая 2019 г. Байден написал в Твиттере о поддержке забастовки работников McDonald's с требованием минимальной заработной платы в размере 15 долларов. 25 августа 2020 г. Кампания Байдена начала трансляцию трех испаноязычных и двуязычных рекламных роликов о пандемии коронавируса и здравоохранении в Аризоне и Флориде. 15 августа 2020 г. Байден выпустил свою первую предвыборную рекламу, в которой Камала Харрис была его напарницей. Клип, нацеленный на латиноамериканских избирателей в Аризоне и Флориде, также стал первой двуязычной рекламой кампании, в которой в повествовании использовалась смесь английского и испанского языков. 6 августа 2020 г. кампания Байдена выпустила национальную рекламу, ориентированную на черно-

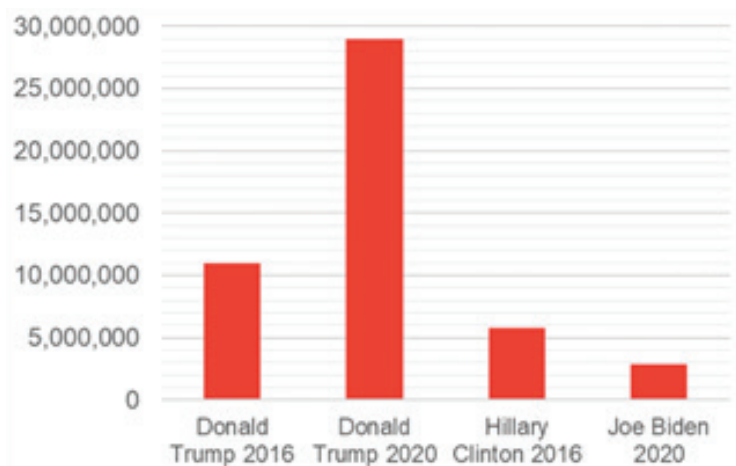
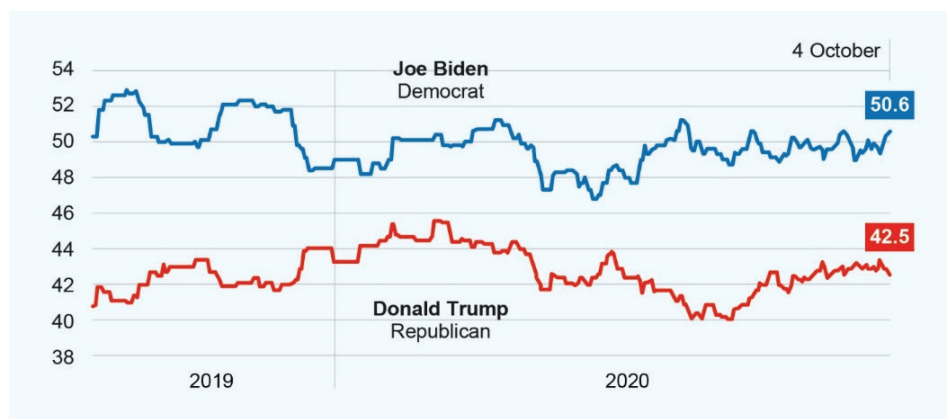


Рисунок 4. Количество подписчиков в Facebook
в ходе предвыборной кампании кандидатов в президенты

кожих избирателей. «И точно так же, как наши предки, которые противостояли жестоким расистам поколение назад, мы выступим против этого президента и скажем: «Хватит», – говорит рассказчик рекламы». Высказывания Д. Трампа зачастую, сообразно его политическому имиджу, оказывались скандальными: «20 апреля 2020 г. Трамп заявил, что планирует приостановить иммиграцию в ответ на пандемию коронавируса. Он написал в Твиттер: «В свете атаки невидимого врага, а также необходимости защитить рабочие места наших великих американских граждан, я подпишу указ о временной приостановке иммиграции в Соединенные Штаты!». Необходимо отметить также, что в период президентской кампании Трамп старался привлечь голоса консервативной афроамериканской аудитории, руководствуясь возможностью оказания влияния на тех чернокожих избирателей, которых отпугивали радикальные левые лозунги активистов: «Чернокожие и испаноязычные американцы отвергают радикальных левых социалистов, и они принимают нас, сторонников рабочих мест, рабочих, полицейских – мы хотим закона и порядка, мы должны иметь закон и порядок – и проамериканскую повестку дня», – говорил президент США во время одного из своих предвыборных выступлений.

Для Трампа поддержка его кандидатуры на президентских выборах 2020 года со стороны темнокожего электората имела решающее значение. В отличие от большинства умеренных президентов-республиканцев, Трамп имел репутацию националиста и даже расиста, что отталкивало от него избирателей-афроамериканцев. Однако, несмотря на улучшение показателя поддержки со стороны расовых и языковых меньшинств в сравнении

с выборами 2016 года с 6% до 8%, в большинстве ключевых штатов, где чернокожие избиратели составляют более трети населения, они, за некоторыми исключениями, проголосовали за кандидата от демократов – Джоозефа Байдена. Рассмотрим основные факторы, обеспечившие успех Дж. Байдена по мнению экспертов. Кампания Байдена воссоединила Демократическую партию. По сравнению с 2016 годом он действительно поднял долю умеренных и консервативных демократов, проголосовавших за кандидата от Демократической партии, на 6 пунктов, с 85 до 91%, при этом увеличив долю демократов среди либеральных демократов с 94 до 98%. И он получил поддержку 85% демократов, перешедших на сторону 3-й партии и независимых кандидатов в 2016 году. Вопреки опасениям некоторых демократов, Байден пользовался солидной поддержкой среди афроамериканцев. Байден получил 92% голосов чернокожих, что статистически неотличимо от 91% голосов Хиллари Клинтон в 2016 году. Его поддержка среди чернокожих женщин никогда не вызывала сомнений, но расчет президента Трампа на голоса чернокожих мужчин оказался контрпродуктивным. Доля голосов чернокожих мужчин упала с 14% в 2016 году до 12% в 2020 году, в то время как Байден увеличил долю демократов с 81% до 87%. Таким образом, афроамериканцы подтвердили свой статус уникальной группы избирателей, для которых современная республиканская партия не имеет заметной привлекательности. Как и надеялись сторонники выдвижения Байдена от Демократической партии, он обратился к центру электората через партийную линию. Среди независимых он показал на 10 пунктов больше, чем Хиллари Клинтон, а также удвоил ее показатели среди умеренных и либеральных республиканцев [4; 6]. Что наиболее важно, он увеличил долю демократов среди избирателей из пригородов на 9 пунктов, с 45 до 54%, а среди белых избирателей из пригородов – с 38 до 47%. Кроме того, Байден восстановил большую часть поддержки среди мужчин, которую Хиллари Клинтон потеряла в 2016 году, сохранив при этом свою поддержку среди женщин. Он получил 48% голосов мужчин по сравнению с 41% голосов Клинтон и 40% белых мужчин по сравнению с ее долей 32%. Он увеличил преимущество демократов среди белых мужчин с высшим образованием с 3 до 10 очков. Ему удалось поднять долю демократов в голосовании белых мужчин из рабочего класса, традиционно голосующих за Трампа, до 31% по сравнению со слабым показателем Клинтон в 23%. Однако, Байден не смог добиться большего успеха, чем Клинтон, среди женщин в целом, и он фактически потерял позиции среди белых женщин из рабочего класса. Помимо прочего, кандидатура Байдена продолжила смещение поддержки со стороны образованных избирателей в сторону Демократической партии. Среди избирателей со степенью бакалавра или выше Байден получил 61% голосов по сравнению с 57%, полученными Клинтон в 2016 году. В это число вошли 57% белых избирателей с высшим образованием или выше, 69% латиноа-



Commissioned by: Erste Asset Management, source: realeclearpolitics

APA Contract Chart

Рисунок 5. Статистика одобрения кандидата
избирателями в ходе предвыборных кампаний, %

американцев и 92% афроамериканцев. Разрыв в поддержке Байдена среди белых с высшим образованием и без него составил 24 балла, а среди латиноамериканцев с высшим образованием и без – 14 баллов, среди чернокожих же избирателей не было никакого разрыва в образовании.

Из графика, приведенного на рис. 5, видно, что, на протяжении предвыборной кампании президента США 2020 года, Дж. Байден занимал лидирующую позицию [13].

Таким образом, в отличие от 2016 года, выборы 2020 года характеризуются рекордными объемами финансирования, активным использованием как телевидения, так и социальных сетей обоими кандидатами, а также, в условиях пандемии, необходимостью акцентирования внимания на предлагаемой стратегии борьбы с COVID-19. Победа Джоозефа Байдена на президентских выборах 2020 года обусловлена множеством факторов, включая существенное преимущество в объемах финансирования, экономический кризис, простимулировавший снижение популярности Трампа к концу его президентского срока, а также грамотная расстановка приоритетов при определении целевых групп избирателей.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК:

1. *Белянинов Кирилл.* Может быть, заткнешься? Трамп и Байден провели первые дебаты, но диалога не получилось // Би-би-си. 30 сентября 2020 // <https://www.bbc.com/russian/features-54351412>.
2. *Блейкер Карла.* Александра Елкина: Выборы в США: сколько стоят избирательные кампании Трампа и Байдена // Deutsche Welle. 03.11.2020.

3. *Братерский А.В.* Американская предвыборная реклама: выборы 2020 // ИМЭМО РАН. 19.10.2020.

4. *Дембинская Н.* Рекордный обвал: экономика США рухнула на треть // РИА Новости. 4 августа 2020 г. // <https://ria.ru/20200804/1575326348.html>.

5. *Зубов В.В., Родионова М.Е., Ульянов Д.В.* Перспективы российско-американских отношений в контексте политики, проводимой администрацией президента Трампа, и ее влияния на преобразование американской конъюнктуры // Вопросы политологии. 2020. Т. 10 (63).

6. *Калмыков А.* Америка стремительно выходит из кризиса. Трамп доволен, другие говорят: рано радуетесь // ВВС. 22 июня 2020 г. // <https://www.bbc.com/russian/features-53117279>.

7. Опрос: Большинство ветеранов ВС США намерены голосовать за Трампа // ТАСС. 27 октября 2020 // <https://tass.ru/mezhdunarodnaya-panorama/9826765>.

8. *Родионова М.Е.* Особенности зарубежного и российского опыта финансирования политических партий // Вопросы политологии. 2020. Т. 10. № 2 (54).

9. *Сунян В.Б.* Кризис 2020 г. в США: испытание экономической модели // Россия и Америка в XXI веке. 2020. Выпуск 3 // <https://rusus.jes.su/s207054760011707-4-1/>.

11. Юронец Анна. Разжигает беспорядки по всему миру: Трамп теряет рейтинг // Газета.ру. 15 августа 2019 // https://www.gazeta.ru/politics/2019/08/15_a_12581161.shtml.

12. Ballotpedia's Daily Presidential News Briefing // https://ballotpedia.org/Ballotpedia%27s_Daily_Presidential_News_Briefing.

13. *Blake A.* Three Takeaways from the First Night of the Democratic National Convention // Washington Post. August 18, 2020 // <https://www.washingtonpost.com/politics/2020/08/17/takeaways-democratic-convention-night-1/>.

14. *Evers-Hillstrom Karl.* OpenSecrets. 7 декабря 2020.

15. Marked by Covid: Elevating the Truth about Covid to Save Lives // <https://markedbycovid.com/>.

16. *McEvoy J.* Trump Claims Covid Deaths Are 'Exaggerated' as U.S. Surpasses 350,000 // Forbes. January 3, 2021.

17. *Ward M.* 15 Times Trump Praised China as Coronavirus Was Spreading Across the Globe // Politico. April 15, 2020 // <https://www.politico.com/news/2020/04/15/trump-china-coronavirus-188736>.

M.E. RODIONOVA

*Candidate of Science in Sociology, Associate Professor, Ph.D.,
Associate Professor of the Department of Political Sciences,
Faculty of Social Science and Mass Communication
Financial University under the Government
of the Russian Federation,
Moscow, Russia*

I.V. EREMENKO

*PhD in Philosophy, Senior Lecturer, Department
of Mass Communications and Media Business, Faculty of Social
Sciences and Mass Communications, Financial University
under the Government of the Russian Federation,
Moscow, Russia*

ANALYSIS OF THE ELECTION CAMPAIGNS OF WESTERN LEADERS IN 2020: PR-TECHNOLOGIES AND PRACTICES (ON THE EXAMPLE OF THE USA)

The prerequisites and key factors that directly influenced the outcome of the US presidential election in 2020 are considered. A comparative analysis of the political rhetoric of the leaders of the Democratic and Republican parties was carried out, through which the most effective strategic decisions of the J. Biden campaign in the context of the COVID-19 pandemic were identified. An analysis of the financing of presidential campaigns of candidates was carried out. Based on a detailed briefing of the speeches of candidates during the 2020 election campaign, the most relevant theses were identified.

Key words: *PR technologies, electoral processes, USA, elections, electoral technologies, pandemic, Covid-19.*