

# Czy millennialsi wybiorą 45 prezydenta USA?

*Jak wizualizacja danych na mapach pomaga dotrzeć do wyborców*

Wykorzystując potęgę danych demograficznych i statystycznych oraz rozwiązania mapowe, firma Esri, doszła do wniosku, że decydujący wpływ na wynik tegorocznych wyborów będą miały tzw. stany niezdecydowane „swing states”, gdzie żaden z kandydatów nie zdobył do tej pory przeważającej liczby głosów, a gdzie odsetek osób z pokolenia Y jest bardzo wysoki.



## Trudne zadanie kandydatów

Kandydaci do fotela prezydenta USA nie mają łatwego zadania. Z jednej strony oczekuje się od nich wyrazistości i jasno określonych poglądów, z drugiej muszą „zagarnąć” jak największy elektorat i przypodobać się różnym grupom społecznym. Czy obecnym kandydatom udaje się ta sztuka? Sądząc po bardzo wyrównanych wynikach sondażowych ani Hillary Clinton ani Donald Trump nie mają sprawdzonej recepty. Jest jednak grupa, a wręcz całe pokolenie, na którym wzrok kandydatów jest

szczególnie skupiony, gdyż to od jej głosów zależeć może ich przyszła prezydentura – tą grupą są millenialsi. Na ich temat powstała niejedna praca naukowa i jest to chyba najlepiej przebadana i opisana grupa społeczna. Do tego pokolenia zalicza się ludzi urodzonych między rokiem 1982 a 1997 (wg. niektórych opracowań nawet 2004). Wychowana na nowych technologiach, ceniąca sobie czas wolny i więzi rodzinne, a także o silnej potrzebie poczucia bezpieczeństwa, grupa ta stanowi obecnie ponad 88,5 mln osób uprawnionych do głosowania w USA czyli nieco ponad 35% wszystkich mieszkańców powyżej 18 roku życia[1].

## **Przekonać niezdecydowanych**

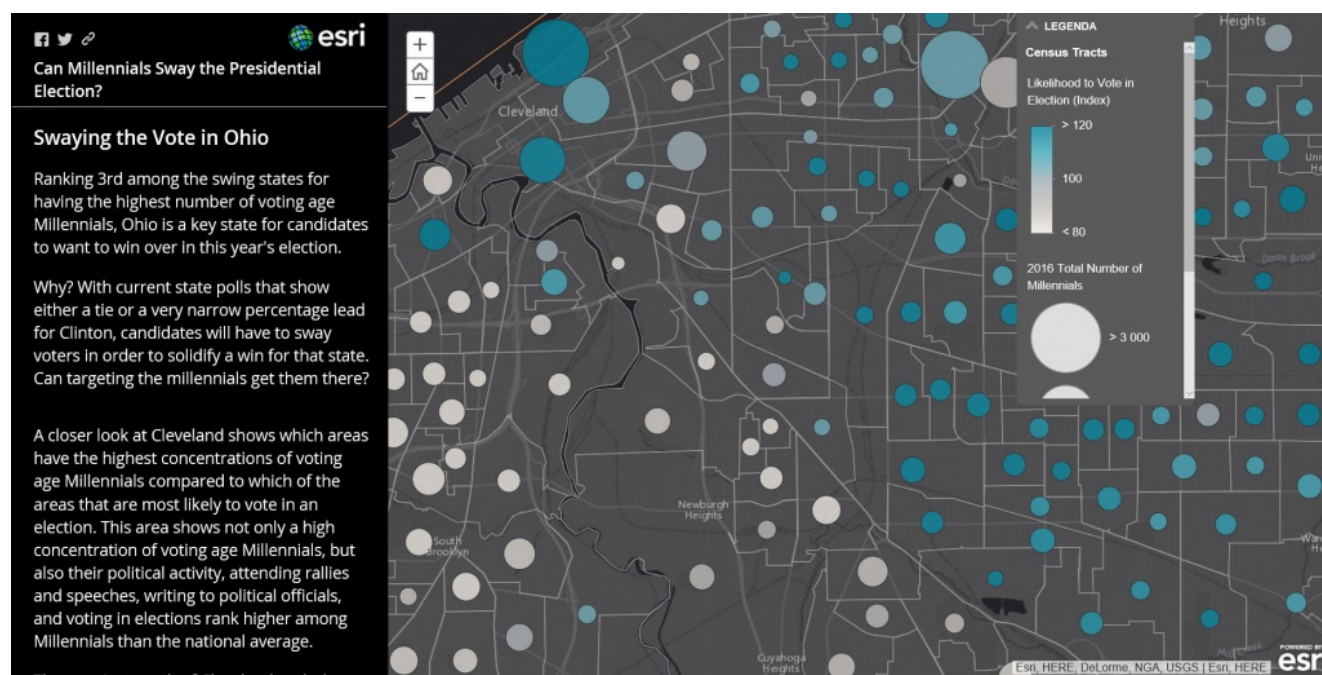
W swojej analizie Esri wykorzystało ogólnodostępne dane demograficzne i statystyczne oraz informacje na temat aktywności poszczególnych grup społecznych w wyborach z lat 2008 i 2012. Na tej podstawie firma zidentyfikowała 14 niezdecydowanych stanów (tzw. „swing states”), o których głosy walczą obecnie kandydaci na prezydenta. Są to między innymi Nevada, Arizona, Michigan, Wisconsin czy Karolina Północna. Sześć z nich plasuje się w dziesiętce stanów, w których jest największe skupisko pokolenia Y w wieku wyborczym, a aż trzy z nich (Floryda, Pensylwania i Ohio) mają najwięcej przedstawicieli pokolenia millenialsów spośród wszystkich 51 stanów. O tym, jak ważne są to stany świadczą m.in. zaplanowane wydarzenia na trasie wyborczej Hillary Clinton, gdzie prawie połowa z nich (w sumie 33)[2] między 14 września a 19 października przypada na stany niezdecydowane.

Problemem może być jednak zachęcenie najmłodszych wyborców do pójścia do urn. Zgodnie z danymi opublikowanymi przez U.S. Census Bureau, obywatele w wieku 18-24 głosują najrzadziej (38% całego pokolenia), gdy wśród osób w wieku 65+ odsetek ten wynosi 69,7%. Zgodnie z danymi przedstawionymi przez Amerykański Urząd Statystyczny, skłonność do chodzenia na wybory rośnie wraz z wiekiem, z pewnym wyjątkiem dotyczącym

właśnie millenialsów. Odsetek głosujących w tej grupie obniżył się z 45,5% w wyborach w 2008 roku do 42,4% w wyborach w roku 2012. Jednak mimo spadającej aktywności politycznej w tej grupie, nadal stanowi ona siłę, która może zaważyć na tym, kto zasiądzie w Białym Domu.

## Millenials na mapie

Cleveland w stanie Ohio to przykład dużej koncentracji aktywnych politycznie millenialsów. Ich zaangażowanie przejawia się m.in. uczestnictwem w wiecach, pisaniem manifestów i udziałem w wyborach. Jak widać na wizualizacjach, zupełnie inna sytuacja prezentuje się na południu tego stanu, gdzie aktywność polityczna pokolenia Y jest znikoma. Drugim obszarem wziętym pod lupę jest Pensylwania. Zaangażowanie millenialsów na tym obszarze, tak jak w większości stanów, koncentruje się wokół ośrodków edukacji, takich jak campusy uniwersyteckie. Jednak i od tej zasady widać odstępstwo, np. na obszarze Uniwersytetu w Pensylwanii, gdzie manifestacje polityczne pokolenia Y nie przekładają się na realnie oddane głosy w wyborach.



# Zrozumieć wyborcę

Analiza i wizualizacja danych pozwala nie tylko analizować dane historyczne, ale także podejmować decyzje w oparciu o aktualne informacje, które w kampanii prezydenckiej zmieniają się z godziny na godzinę. Określenie miejsc, gdzie znajdują się wyborcy to tylko pierwszy krok. Wizualizacja i analiza danych na mapach pozwala określić jakie sprawy mają szczególne znaczenie dla opinii publicznej na danym terenie, dzięki czemu można precyzyjnie formułować przekaz i planować przebieg kampanii.

Pełna prezentacja zawierająca wizualizację danych:  
<http://esrimedia.maps.arcgis.com/apps/MapJournal/index.html?appid=6a3da90311c24261b767ed752824456a>

[1] Źródło: Esri Demographic Updates U.S. Census Bureau, CPS, select years

[2] <https://hillaryspeeches.com/scheduled-events/>