

史上最贵大选昨天投票 富翁政客与零售政治家支持率胶着

# 疯狂 奥罗吸金破 20 亿美元



阅读提示

美国历史上最昂贵的总统选举将于当地时间昨天迎来全国投票日。11月5日美国总统奥巴马和共和党挑战者罗姆尼仍在美国俄亥俄、宾夕法尼亚等几大摇摆州选民之间进行激烈争夺。奥巴马呼吁选民支持他，再给他四年的时间来完成已经开始但尚未完成的工作。罗姆尼则在竞选活动上针锋相对：“你们希望通过这次大选重复过去四年的生活，还是实现真正的改变？”

根据 CNN 的最新全国民调显示，奥巴马与罗姆尼在全美的支持率均为 49%。同时，在 12 个摇摆州中，奥巴马在 9 个州保持领先势头，其中包括至关重要的俄亥俄州。而罗姆尼则在佛州和北卡占据优势。两人在弗吉尼亚州旗鼓相当。

美国两大竞选阵营 10 月 25 日晚向联邦选举委员会提供的最新数据，截至今年 10 月 17 日，现任民主党总统奥巴马的竞选团队、民主党全国委员会及联合筹款等共筹得 10.6 亿美元，共和党挑战者罗姆尼竞选团队及共和党阵营则筹得 9.54 亿美元，共计突破 20 亿美元大关，筹款力度已盖过以往。美国 CRP 中心执行主任克鲁姆·霍尔茨分析称，2012 美国总统大选的总花费将超过 60 亿美元，相当于中美洲国家尼加拉瓜的全年 GDP。



选举像是富翁们的“烧钱游戏”

## 竞选经费哪里来

罗姆尼本就是大富翁，2008 年就能自掏数千万美元；奥巴马则口才极佳，善于在集会上积聚人气、聚沙成塔，其独创性地借助网络拉小额赞助，被戏称为“美国史上最佳零售政治家”。在这二位“呼风唤雨”之下，本届大选毫无悬念地成为“史上最贵”。美国大选候选人的竞选经费，主要来自公共竞选基金、个人捐款、企业的资助和政治行动委员会（简称 PAC）的投入。

## 公共竞选基金

根据《联邦选举活动法》，合格的总统候选人可以从美国财政部保留的特别基金中为自己的选举活动获取公共基金。虽然名为“公共基金”，却不是通过税收强制收取，而是完全由美国纳税人自愿筹措。纳税人可以选择从自己每年缴纳的联邦所得税中，拿出 3 美元捐助给该基金。使用这一公共基金，候选人需要具备一定资格并要受到一系列限制。比如，候选人必须在 20 个州中的每个州，都募集到对等的捐款 5000 美元。使用公共竞选资金就意味着必须放弃自主筹款，接受公共基金上限作为自己竞选经费的上限（2008 年时公共经费的上限为 8300 万美元），所以包括奥巴马在内的许多候选人都会放弃这一经费支持，转而向私人募捐。

## 私人募捐

私人募捐就是“政治捐款”，包括个人和企业的募捐。为防止个人或特殊利益集团利用募捐影响政治，美国的选举法规定：在一次竞选活动中，对一个候选人的个人捐款最多不得超过 2400 美元。该上线额度，与动辄数百万或上亿美元的竞选费用相比，可谓九牛一毛。这使得候选人必须依靠成千上万的普通选民。

## 政治行动委员会资助

如果个人捐款无法满足经费需要，候选人还能从政治行动委员会 PAC 得到资助。2008 年，美国参、众两院的竞选经费，分别有 1/5 和 1/3 来自 PAC。尽管额度不小，但美国联邦选举法对 PAC 的政治捐款，也有严格的规定和限制。任何 PAC，必须在成立后 10 天内向联邦选举委员会登记注册。在单个候选人的每次竞选活动（初选、一般选举或特别选举）中，PAC 捐款的最高限额为 5000 美元。单个 PAC 给某一全国性政党的钱，每年不得超过 15000 美元。值得一提的是，PAC 的经费同样是来自于自愿捐款的个人和企业。

## 为何越烧越疯狂

截至 9 月 30 日，奥巴马竞选团队募集到近 8.35 亿美元，支出近 7.69 亿，现持有资金为 1.57 亿；罗姆尼募集近 7.72 亿美元，支出 6.42 亿，目前持有 1.997 亿。1860 年总统大选，共和党花费 10 万美元，亚伯拉罕·林肯便当上了美国第 16 任总统。可一百年后的 1960 年，10 万美元，只能让总统候选人在覆盖美国全国的电视频道上出镜 30 分钟。

竞选费用上涨，与通货膨胀、人力成本上升等因素有关。在美国竞选总统，候选人需要建立竞选团队、印刷竞选竞选纲领的宣传品、组织公开演讲、

在各地奔走争取支持等。通过这些活动，候选人才能调动选民的积极性，使其支持者最大程度地参与选举，进而赢得大选。但这无一不需要支付费用。特别是媒体的宣传，对候选人必不可少。马克·吐温的著名小说《竞选州长》中，候选人利用媒体大打舆论战的情节，正是媒体在竞选中所起作用的真实写照。

随着科技进步，广播、电视、互联网等新媒体的不断涌现，媒体宣传服务费用，特别是电视台录制节目的价格，也越发昂贵。1979 年，由于电视逐渐普及，电视演讲对美国选举产生的意义越发重大，成为沟通候选人

和选民最直接的方式。不过，由资本控制的电视台，没有理由无偿为候选人提供服务。因此，竞选支付的媒体服务价格，便呈几何级数攀升。

如此形势下，美国最高法院也认可了金钱在美国大选中的“积极”作用。美国政界也认识到电视等新媒体，是保证选民参与到选举中的重要途径。面对科技进步对美国政治的重塑，美国最高法院最终在《联邦选举法》中裁定：不应过分限制金钱的作用，因为金钱可以帮助候选人购买到演讲机会，从而充分与选民沟通。这种权力属于言论自由的一部分。

## 烧钱模式值不值

工程师安·史密斯则认为：“这种选举制度不正常，参选人会成为利益集团代言人，大捐赠人日后便可换取利益。”2011 年，盖洛普咨询公司的一项调查显示，64% 美国人认为国会议员道德和诚信低落，将个人和党派利益置于民众利益之上。看来，美国人对大选的“钱”进之道，早已心里有数了。

### “股权政治”

在 100 多年前，美国总统竞选在捐款、筹款方面，无规矩可循。候选人在选举中收入多少，既不公布，也无部门监督。因此，富翁、金融寡头等竞相通过政治捐款影响政局，美国政治也被人们戏称为“股权政治”。从 1907 年

开始到 20 世纪 70 年代，美国不断修改《联邦选举法》。不过，由于受经济制度的先天属性影响，美国大选依然有不少制度漏洞可钻。这在某种程度上，使美国总统竞选“烧钱”模式更加“根深蒂固”。

### “软钱”盛行

《联邦选举法》对正规筹款限制重重，却只涉及竞选直接财政支出，对于“非直接项目”，如行政开支和旅行费用等，则无能为力。只要候选人与捐助方达成默契，不直接提及“选举”，钱款就可以来去自由。对此，联邦选举委员会花费大量精力堵塞漏洞。可从实际情况看，大选依然是“有钱能使鬼推磨”。

### 富人“派对”

2004 年大选中，民主党候选人克里在党内初选中一路落后，筹款人不敷出，眼看支不支。腰缠万贯的克里囿于规则不能给自己捐款，便“剑走偏锋”，自己给自己打了张 500 万美元的欠条，才得以渡过难关。他成为总统候选人后，吸金能力大增，便趁着经费充足把这笔钱还给自己。《洛杉矶时报》前政治编辑沃伦·韦斯认为，花数十亿美元的价钱来甄别一个总统，“对美国民众来说并不划算。”可普通美国民众的看法则大相径庭。拉丁裔工程师卡洛斯·卢比亚里说：“现在选总统好像有钱人比赛办派对，看谁更会花钱，更风光。”

（据《北京晚报》）