

美大選明倒數一個月

政客籌款變「第二份工」只顧滿足金主懶理民生

美選戰成金錢遊戲 燒錢無上限

金主隱藏身份 捐「黑錢」影響結果



●金主透過「黑錢」隱藏身份變相影響選舉結果。網上圖片

香港文匯報訊 美國聯邦競選活動中，經常出現大量難以溯源的「黑錢」(dark money) 資金。威斯康星大學麥迪遜分校競選事務專家艾米·劉(譯音)分析，由於美國加強競選財務透明度的改革長期停滯，金主往往透過「黑錢」隱藏身份，變相影響選舉結果。

分析指出，聯邦候選人必須向聯邦選舉委員會報告個人身份捐款的金主。超級政治行動委員會(PAC)也要披露捐款對象信息，包括一年內捐款超過200美元(約1,553港元)的個人及企業金主身份。然而聯邦法律規定，社會福利組織、貿易協會或非牟利組織為PAC捐款，無需披露捐款數額及資金來源。如此一來，金主只需透過非牟利組織，即可匿名大額捐款。

部分金主為隱藏「黑錢」財務動向，還會設立空殼公司。儘管法律要求PAC匯報個人或企業金主捐款詳情，但若這些資金來自空殼公司，即使PAC如實「上報」，選舉委員會也難以追蹤「黑錢」來源。

分析還稱，候選人需上報「顧問費」等直接與競選關聯的開支，然而這些顧問費可被用於隱瞞資金去向。例如競選者聲稱自己支付了顧問費，競選顧問用這筆費用，向一間空殼公司購買「指定商品或服務」，當局便很難追查其流向，這筆資金很可能被競選者作其他用途。

指披露「黑錢」侵犯私隱

美國國會有議員近年推動新法案，要求非牟利組織披露金主詳情，限制利用空殼公司隱瞞「黑錢」來源等。不過相關法案仍未在國會闖關成功，許多反對者聲稱新法案會侵犯私隱，以及憲法第一修正案的言論自由權利。

香港文匯報訊 美國大選將於11月5日正式投票，明日踏入距離大選倒數一個月，候選人的「銀彈攻勢」更趨激烈。彭博通訊社指出，美國對於政治競選開支少有法律限制，令選戰成為「金錢遊戲」，資金更充裕的一方普遍勝算更高。選戰被金錢騎劫，令美國政客幾乎只顧籌款，勝選後忙於滿足金主的需求，將關注民生的承諾拋諸腦後。

美國選戰戰線漫長，可持續數月甚至一年，為各大「超級政治行動委員會」(PAC)長期籌款打開大門。1976年，美國最高法院在「巴克利訴瓦萊奧案」裁定，獨立競選開支受憲法第一修正案言論自由保護，只要個人「獨立於任何候選人」，他們即可花費無限資金、宣傳自身政治觀點。2010年，聯邦法院又將範圍擴展至企業、工會和非牟利組織，只要它們「獨立運作」，即可變相成為PAC的資金來源。

10年競選開支增加33倍

政客競選資金不但取之不盡，更是用之不竭。1976年的巴克利案裁決稱，國會不能對任何聯邦候選人設定競選開支上限，意味候選人可以無限花費競選資金。智庫OpenSecrets統計，2010年擴大聯邦選舉籌款範圍後，PAC的競選開支從當年的6,300萬美元(約4.9億港元)，激增至2020年的21億美元(約163億港元)。

在金錢遊戲下，美國政客們幾乎將籌款視作「第二份全職工」。

非牟利組織Issue One研究顯示，一名國會參議員想要成功連任，競選期間每日平均籌款需達1.56萬美元(約12.1萬港元)，每隔兩年就要競逐連任的眾議員，該數額需達7,200美元(約5.6萬港元)，「政客們忙於籌款，他們處理選民關切事務、制訂法案、監督行政部門的時間，都會大幅減少。」

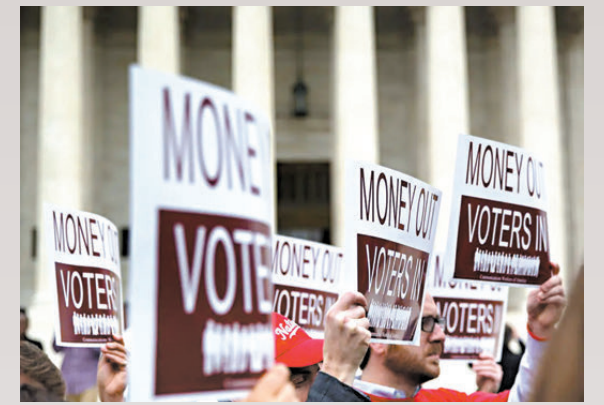
由於聯邦法律根本不限制資金花費方式，部分PAC甚至成為美國政客「合法貪腐」的工具。Issue One研究稱，美國國會議員幾乎很少將PAC的資金捐給政治盟友，反而經常大肆揮霍，將競選資金花在出國旅行、豪華酒店、高檔食肆等奢侈開銷中。

修憲限制資金幾乎不可能

報道指出，美國近年有聲音呼籲提出憲法修正案，賦予國會限制企業無限提供競選資金的權力。然而想要通過憲法修正案，需要國會兩院超過三分之二議員贊成，再得到四分之三的州議會批准才能生效。在政治分歧嚴重的美國，幾乎不可能實現。

民調機構皮尤研究中心的調查顯示，美國選民相信

政府「多數時間會做正確決定」的比例，已從1972年的52%，急跌至今年4月的22%。約72%受訪選民坦言，他們希望當局限制選舉資金開銷，更有85%的選民坦言，被金錢遊戲騎劫的美國競選活動，會令令人更難競逐公職。



●約72%受訪選民希望當局限制選舉資金開銷。網上圖片

重金購入選民資料庫「投其所好」發放廣告

香港文匯報訊 美國政界源源不斷的競選資金流向何方？彭博通訊社指出，鋪天蓋地的廣告是各大候選人最主要的競選開支。政治廣告資料庫AdImpact估計今屆大選期間，美國所有政治廣告開支將高達107億美元(約831億港元)，較上屆大選激增19%。各大候選人團隊還會重金購入目標選民群體的聯繫方式，向其發送籌款連結，或針對性地投放廣告拉票。

報道指出，在互聯網時代，傳統的競選海報、廣播和電視吸引力下滑，串流媒體和社媒已成為候選人爭奪的傳媒戰場。候選人還會設法在體育和新聞節目中，穿插部分政治廣告，以吸引賽事觀眾，部分黃金時段的廣告位仍能以天價售出。

選民清單極詳細

競選團隊還會斥巨資建立資料庫，設法收集整理目標選民清單，內容涵蓋家庭住址、電郵、手機號碼等。報道指出，這些選民清單極為詳細，可以細分選

民群體至類似「訂閱獮雜誌的人」，以及「向動物保護組織捐款的人」，再由競選團隊分別「投其所好」發放廣告，同時吸引在特定議題上態度相左的選民。

早在現任總統拜登退出競選前，民主黨各大超級政治行動委員會(PAC)和合作非牟利組織，已承諾為他投入逾10億美元(約77.7億港元)。報道披露，這些資金多用作收集資料，確定「年輕人、女性、環保主義者、墮胎權倡議者、低收入少數族裔」等傾向民主黨的選民，再投放廣告或發送籌款連結。

美國聯邦法律規定，競選活動籌備團隊與PAC的合作，僅限於「協調信息傳遞」和「溝通廣告開支事宜」，然而該禁令甚少執行。今年3月，聯邦選舉委員會發布一項指導意見，允許得州一個PAC，可以就「逐家逐戶接觸選民事宜」與候選人磋商。報道披露，這個PAC支持民主黨，從金融大鱷索

羅斯處獲得的資金高達220萬美元(約1,708萬港元)。獲得授權後，該PAC便可從幕後走到台前，直接說服目標選民投票。



●今屆大選所有政治廣告開支預計將高達107億美元。網上圖片

馬斯克早成共和黨大金主 暗中捐款數億

香港文匯報訊 美國電動車巨企Tesla行政總裁馬斯克今年7月宣布，支持共和黨總統候選人特朗普。《華爾街日報》周三(10月2日)披露，原來在此之前數年，馬斯克早已是共和黨的重要金主。報道指馬斯克早前暗中向特朗普前助手米勒的相關組織，以及佛羅里達州州長德桑蒂斯的競選團隊捐款數千萬美元，是保守派最大且最有影響力的金主之一。

2022年秋天，馬斯克投入超過5,000萬美元(約3.9億港元)，資助名為「理智公民」(Citizens for Sanity)的組織。該組織在中期選舉前數天，在多個搖擺州大量投放廣告，專門就跨性別兒童醫保問題及非法移民議題攻擊民主黨。該組織的董事和高層，都是米勒的非牟利法律團隊成員。

德桑蒂斯去年有意競逐共和黨總統初選時，馬斯克為他提供1,000萬美元(約7,766萬港元)，這筆資金

匯入名為「忠實強大政策」(Faithful & Strong Policies)的組織，其中過半數資金最終流入名為「永不退縮」(Never Back Down)、專門支持德桑蒂斯的超級政治行動委員會(PAC)金庫。消息人士稱，他們從中協調馬斯克捐款時，經常透過加密信息應用程式Signal交流。

疑與長子斷絕關係後開始匯款

報道還指出，2022年4月，馬斯克長子澤維爾宣布變性為女性，與他斷絕親子關係，數月後馬斯克便開始為米勒的組織暗中匯款。這些款項多流入米勒創建的「美國優先」法律團隊，該團隊在全美多地支持特朗普的「選舉舞弊論」訴訟，同時也起訴多間推行職場多元化的企業，以及推出利好跨性別學童政策的學區。

至於馬斯克早在公開支持特朗普前，已暗中協助對

方競選。報道稱今年4月，馬斯克已與特朗普會晤，他稱相信特朗普會嚴厲打擊犯罪、限制政府開支，這是他最關心的兩個議題。



●馬斯克在公開支持特朗普前已暗中協助。網上圖片

候選人遵循「競選經濟學」：空談承諾煽動選民情緒

香港文匯報訊 美國歷屆大選中，候選人都會爭相利用慷慨支出，吸引目標選民群體，但這些承諾在選後幾乎不會兌現。美國專家指出，民主黨候選人哈里斯與共和黨候選人特朗普今屆都遵循「競選經濟學」，煽動選民情緒多於關注經濟問題。

哈里斯提出「行政手段打擊哄抬物價」，以及特朗普主張「提高進口商品關稅」，都被經濟學家指出不可行。專家分析，哈里斯的限價措施極易導致商品短缺、變相推高通脹。美國稅務基金會也稱，如果特朗普對所有進口商品加徵關稅，或導致美國國內生產總值(GDP)下跌1.1%，影響約82.5萬個職位。兩黨圍繞債務上

限、財政預算的爭論會愈發激烈，掣肘新任總統兌現經濟承諾。

聯邦預算問責委員會高級副會長戈德魏因指出，2008年大選以來，美國總統候選人的競選方案細節愈來愈少，「他們不再關心如何實現各項提議。」「競選經濟學」利用未兌現的承諾討好選民，看似是合理策略，但絕不是治理國家適當方式。」

美媒還指出，前任總統老布希1988年競選總統時，一度承諾絕不加稅，但當選後面對美國赤字高企，他不得不妥協加稅，這一違背承諾做法打擊他的選情，最終在1992年競選連任失敗。



●哈里斯的限價措施極易導致商品短缺、變相推高通脹。美聯社