

名人加盟:左手钞票 右手选票

——美国大选中的明星“票源”发动机



■ 共和党大会上,伊斯特伍德与象征奥巴马的空椅子



■ 民主党大会上,新一代性感女神斯嘉丽为奥巴马站台

英文中 Performance 一词既为“表现”,又为“表演”。奥巴马竞选团队“主脑”阿克塞尔罗德就曾一语双关,嘲讽对手罗姆尼在首场总统辩论中“表演不错”。同为公众人物,政客的台上表现与艺人的戏中表演之间,还真有些说不清道不明的相似——归根结底总是要走进受众的心。

在这场旷日持久、备受关注的竞选中,对那些不太关心政治的美国人来说,吸引力更直接来自候选人身后星光耀眼的“名人亲友团”。深谙此理的总统候选人将各路明星奉为座上宾、掌中宝,看中的是他们对钞票和选票的号召力。不过,这张“明星牌”对候选人、对明星本人又何尝不是一把双刃剑?

吸引票仓 “女神”VS“老姜”

在日益追求精确制导的“总统营销战”中,每张“明星牌”的使用都有其目标受众。从两党全国代表大会等主办方对与会演讲者的精心选择,就不难看出其策略重点。

在奥巴马方面,三大重要选民票仓和4年前一样,仍是女性、年轻人、拉美裔。最具看点的明星代言人当属新一代性感女神、电影明星斯嘉丽·约翰逊。

“我在这里不是代表好莱坞的年轻明星,而是代表数以百万计的美国年轻人,尤其是年轻女性。”斯嘉丽走上台前就开宗明义,并不讳言要利用自己“幸运获得的影响力”。

她身着浅色外套、印着美国国旗的白色圆领衫,一副邻家女孩打扮,用朴实的语言娓娓讲述自己的故事:她在纽约市长大,还有四个手足,父亲艰难支撑一家人生活,数次搬家,最终在一个中低收入社区安定下来。几个孩子都就读于公立学校,和别的同学没什么不同,除了斯嘉丽的母亲当时就是一名注册民主党人。她会特意带着小斯嘉丽到投票站观摩投票,让她对政治产生了懵懂的兴趣。“上次选举,我才真正为自己按了投票键,然后整天都戴着‘我投票了’字样的胸针,那是我最好的配饰。今年11月6日,我仍会带着同样的激情和自豪来按键投票选奥巴马连任!”

可以想见,这样一番经由偶像之口、有成长细节,又不失家庭传统的讲述会令竞选宣传显得更“酷”,也更易被年轻人接受。斯嘉丽的主要讲述对象是18岁至24岁的选民群体,这一群体通常首次拥有投票权,对政治的兴趣和参与意愿不高,投票率也往往低于其他选民群体。但奥巴马竞选团队4年前却成功激发了他们的投票热情。

而罗姆尼方面,男性、白人、婴儿潮一代则是其支持者主要来源,资深演员及导演伊斯特伍德的演讲甚至比罗姆尼挑起更多话题。

当现年82岁高龄的伊斯特伍德8月30日晚现身舞台时,你可以想象台下共和党支持者,特别是中老年人的振奋。他左前方放了一把空椅子来象征奥巴马,更增添了戏剧效果——有人数分钟内就在推特上建立“隐形的奥巴马”账户,立即吸引上万粉丝。“要是有人没干好他的工作,我们就让他走人。”伊斯特伍德现场表现一如其早年电影中的硬汉,甚至对着空椅子喊“闭嘴”。



■ 罗姆尼夫妇与地产大亨特朗普(右一)



■ 奥巴马与影星乔治·克鲁尼(左一)

这块“老姜”还辛辣地抛出罗姆尼一方最有效的疑问:经历经济持续低迷的四年,人们当年投票选择奥巴马时的激动还在吗?这显然比罗姆尼本人发问更见力度。

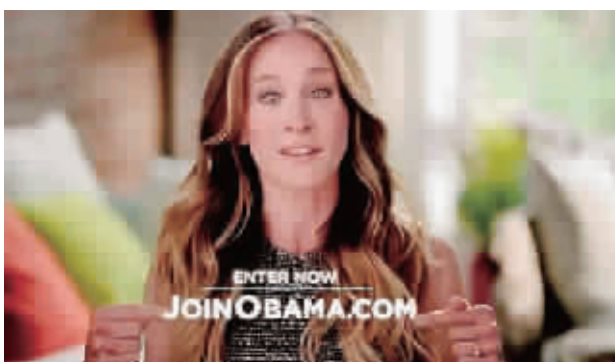
下台之前,在观众请求下,伊斯特伍德带领全场重温了自己在1983年经典硬汉电影《紧急追捕令》中的知名台词——“Go ahead, make my day!”(开枪试试,美好的一天正等着我呢。)这句台词在美国电影学会的“美国电影百年一百名句”中排行第六,甚至曾为前总统里根引用来表达对加税的反对态度。放在这里,就相当于“奥巴马尽管放马过来,我们只等痛饮庆功酒!”

名人效应 吸金+“票”房

“这场选举,筹款额度恐怕会前所未有。”奥巴马今夏在加州一场筹款活动上如是说。此话不假。据上周公布的最新数据,奥巴马竞选团队和民主党阵营、罗姆尼竞选团队及共和党阵营,共计筹款达20亿美元,已然将今年的角逐定格为美国历史上“最昂贵的大选”。

筹款重要性的背后,归根结底还是花钱的需求所致。美国政治历来离不开资金支持,由于2012年选情持续胶着,双方在各渠道展开更大规模的广告大战。“美国狮子路口”及其姐妹组织“十字路口GPS”可谓2012年大选中“有底”的外围政治组织,迄今已斥资6300万美元支持共和党人,其中这轮新的广告战就一举投入1260万美元。

正因如此,明星们可谓总统候选人最惹眼的筹款发动机。美国敏感问题中心统计显示,仅今年第一季度,影视及音乐业界就已为奥巴马筹集逾680万美元。另据美国媒体统计,自2011年6月至2012年6月,奥巴马和“第一夫人”米歇尔或单人或成对出席了26场由明星



■ 莎拉·杰西卡·帕克为奥巴马拍摄宣传广告 本版图片由G11提供

发起或主办的筹款活动。今年5月10日,好莱坞影星乔治·克鲁尼在洛杉矶自己家中主办了奥巴马阵营最受关注的捐款晚宴,最终不负众望一次性筹得1500万美元。

当然,对候选人来说,“烧钱”的最终目标还是选票,明星们的号召力同样不可小觑。追溯2008年总统大选,摊开“支持奥巴马明星名单”,的确星光熠熠——Lady Gaga、罗伯特·德尼罗、芭芭拉·史翠珊、茱莉亚·罗伯茨、本·阿弗莱克、“黑眼豆豆”主唱等一众大腕和新贵,难以尽数,其中甚至有人曾放弃奥斯卡颁奖礼而参加奥巴马竞选活动。其中,最拉风的助选明星当仁不让属于脱口秀女王奥普拉·温弗里。

尽管美国电视媒体难免各具政治倾向,直白表态背书某位候选人仍算出位,名记、名嘴皆不可等闲视之。2007年,奥普拉在其当时25年的职业生涯中一反常规,首次正式背书总统候选人,成为名人堂内奥巴马的最大后盾。在漫长竞选途中,奥普拉亲力亲为,为奥巴马以黑马之姿入住白宫建功不小。

名人效应究竟能产生多少“票”房号召力?马里兰大学两名经济系学者在2008年8月发表的学术文章中通过数据和数学模型分析,在当年民主党党内预选阶段,奥普拉为奥巴马助选所产生的实际拉票效

果可量化为逾100万张选票。
“金主”背书 助力还是把柄?

当然,名人也是一把“双刃剑”。“没错,那个结束伊拉克战争的的男人,那个告诉你想和谁结婚就能和谁结婚的男人,那个创造了400万份新工作的男人——对,就是奥巴马总统——以及他的妻子米歇尔,6月14日会来我家赴宴。希望你也能来。”乍听起来,还以为美剧《欲望都市》里时尚专栏作家凯莉又开始了独白。

这是奥巴马竞选团队6月初发布的一份新竞选广告,由好莱坞女星莎拉·杰西卡·帕克以她那为美国观众熟悉的“凯莉腔”,向美国人发出“与总统吃晚餐”的邀约。当然,在极少数由网上“摇号”产生的免费票之外,绝大多数席位是要靠大把钞票换取的。不巧的是,广告发布之际恰逢5月美国失业率数据不理想、新增岗位更远远逊于市场预期的消息出炉,在所有美国人都知道今年大选“经济说了算”的当口更显得有点不合时宜。

共和党立即针锋相对推出网络短片,共和党全国委员会主席赖因斯·普里伯斯也发表声明,谴责奥巴马为了保住一己饭碗而只忙着与“最有钱、最有名”的人觥筹交错,却

不顾还有数百万美国人仍挣扎在失业泥沼中。共和党人甚至直接送给奥巴马一顶高帽——不是“最高指挥官”,而是“名人指挥官”。

事实上,奥巴马2008年总统竞选之旅上就屡见明星身影,因而受到对手攻讦。只不过,共和党人认为此次若巧加利用民众对经济失望情绪,老调重谈可见效。对奥巴马来说,明知授人以柄,但名人加盟诱惑力难以阻挡。

当然,在责难奥巴马的同时,罗姆尼阵营也无意充当“名人绝缘体”。明知地产大亨唐纳德·特朗普言行出格,罗姆尼还是欣然接受这位“金主”背书。特朗普也一如预料,在为罗姆尼筹得数以百万计美元同时,也自作聪明出口成祸,重提2008年竞选老段子,拿奥巴马出生证明和美国人身份做文章,令罗姆尼尴尬不已。

缘由自知 名利场上亲与疏

奥巴马受到明星青睐,原因之一在于他对同性恋的支持立场。好莱坞及整个美国娱乐业恐怕是公开身份同性恋者最为聚集、也最具影响力的地方,一直以来就为民主党阵营提供财力支持。奥巴马今年5月成为首位公开支持同性恋婚姻的美国在职总统。尽管民调显示美国社会的宽容已是大势所趋,但同性恋议题在政坛依然带鲜明“禁忌”色彩,因此奥巴马之举仍被视为向同性恋支持者群体“投桃报李”及索求更多支援的一记险招。

作为支持同性恋权益组织内活跃人物,知名同性恋歌手瑞奇·马丁当月就在纽约为奥巴马举办筹款活动,再次表明对奥巴马的坚定支持。也有如伊斯特伍德这般老戏骨,一直与政治联系紧密,甚至于上世纪80年代“演而优则仕”地在居住的小城镇当了一阵一把手。尽管来自民主党地盘加州,他一直是共和党人。但相较于共和党在社会议题上的保守立场,他却又支持同性婚姻,加强枪支管控、堕胎权利等。

当然,“政治”在美国民众中普遍名声不佳,名人也须警惕过度助选负面效应。奥普拉4年前对奥巴马称得上鼎力相助。但一个四年河东河西,今年奥普拉尽管表示将继续支持奥巴马,但很少再见她像4年前那样亲力亲为,不可不说也有反省意味。只不过,在纷繁复杂的名利场上,其真实缘由又岂是你我观众猜得明白? 特约撰稿人 孙浩 (本报华盛顿10月31日电)