

相关链接

## 美国两党拥有职业盯梢组织

美国民主党的超级政治行动委员会“21世纪美国之桥”(简称“美国桥”)算得上是起步早、规模大、运营成功的盯梢客组织,也是盯梢行业壮大崛起的重要推手。

“美国桥”现阶段每年预算高达1800万美元,在美国41个州雇有44名职业盯梢客。从2011年4月创建至今,“美国桥”的盯梢客共潜入一万多场竞选活动,行程近122万公里,拍摄内容总时长超过6600个小时。

盯梢客完成拍摄后,须把资料尽快传回“美国桥”位于首都华盛顿的总部。

那里有一队专业分析员负责挑选出“有用”的内容,然后交由通信团队剪辑打造成吸引眼球的视频或图片,上传到网站或用于电视广告。

所有原始的拍摄资料都被完整保存在总部一个庞大的数据库内,可供随时查找选用。例如,对比同一位竞选人在不同时间和场合的演讲内容,就能立即发现他是否前后言论不一、立场发生转变。

在“美国桥”这样的盯梢客组织为民主党频频成功助选后,共和党人开始迎头赶上,于2012年创办盯梢客公司“美国奋起”。

这家公司总部设在弗吉尼亚州阿灵顿市,在美国19个州派遣20多名盯梢客,核心业务就是收集任何民主党候选人的“黑材料”,发给共和党候选人的竞选团队。

## 罗姆尼答问失言被塑造成“土豪”

“美国桥”最成功的盯梢案例发生在2012年,对象是共和党总统候选人米特·罗姆尼。

当年1月,在党内初选阶段的一次活动上,罗姆尼被问及个人收入情况。这位富裕的马萨诸塞州前州长说:“我时不时会有一些演讲收入,但那没多少钱。”现场媒体记者和盯梢客都记录下这段话,而“美国桥”的分析团队迅速调阅资料发现,罗姆尼一年的演讲收入实际多达37.4万美元。

几小时后,“美国桥”制作的视频出现在YouTube网站上,内容正是罗姆尼关于演讲收入的发言录像,背景配以收银机叮咚作响的声音,以及一段字幕“37.4万美元……在谁眼里,这是‘没多少钱’?”

这段视频引起媒体关注,成为当晚间和第二天早间的新闻热点。电视台和电台纷纷引用视频片段,报道罗姆尼的失言。一些电视脱口秀节目还专门探讨这一话题。罗姆尼“高高在上、不了解普通百姓生活”的“土豪”形象,就这样被盯梢客组织打造出来。

不难看出,这是民主党历来对付有钱共和党候选人的惯用招数。盯梢客的背后,本来就是选战双方竞选团队的较量。

# 用摄像机记录一言一行 期待挖到政客失言“猛料” 盯梢客:美竞选政治恶斗产物

政治盯梢客都是年轻人,有男有女,其中多数人刚走出大学校门,有意涉足政治领域。他们受雇于企业或政治团体,工作任务是手持摄像机,出现在竞选活动场合,不厌其烦地追踪、记录目标政客在场内场外的一言一行。

### “无处不在”

《华盛顿邮报》如此形容他们:“他们无处不在。当有竞选人把移民和动物相提并论时,他们在场;当一名参议员在种族问题上出言不逊,或一名来自中西部的众议员侮辱农民时,也肯定有盯梢客在场。”

莎拉·杜波依斯曾为一个叫做“进步媒体”的政治团体当盯梢客。她说,这是一份很有压力的工作,“你得每场活动必到,并且让摄像机不停运转。”

她说,盯梢客需要敏锐如侦探,熟知目标政客每场公开活动的地点,且不错过现场发生的任何细节。通常情况下,政客会在一天时间内安排好几场竞选活动,这意味着盯梢客也必须跟着“连轴转”,驾车赶赴每一站活动。即便及时赶到现场,盯梢客还可能面临被拒之门外、中途遭驱逐等困境。

在共和党议员埃德·吉莱斯皮近期举行的一场竞选活动上,一名盯梢客刚进入现场摆好摄像机,就被竞选团队认出。一名工作人员上前客气地请他离开,告诉他这是一场“只对专业媒体开放的私人活动”。盯梢客从兜里掏出一张印有“媒体”字样的证件,声称自己来自一家“总部位于华盛顿特区的媒体公司”。

工作人员要求他发誓不在活动现场录像,但他回答说如果不录像就没法完成工作任务。最终,在工作人员坚持下,他收拾设备离开,不过脸上依然带着来时的笑容,未露出一丝遗憾。

“这不是我头一次被踢出门,”他对当时也身在现场的《华盛顿邮报》记者说,“也不会是最后一次。”

当天另一场吉莱斯皮的竞选活动中,记者又遇到两名“身经百战”的盯梢客。其中一人一边拿着摄像机,记录吉莱斯皮面对越南裔商业领袖发表关于移民和创业的演说,一边抱怨:“(听这番演讲)已经大约150次,我都能背下来了。”

### 发展迅猛

无论政客欢不欢迎,盯梢客近年来已经成为美国政界不可忽视的一个群体,其影响力有时足以左右竞选走向。一些媒体为此把盯梢客喻为“竞选新战场上的一线士兵”。

盯梢客的首次出现是在2004年前后,但直到2006年,弗吉尼亚州参议员选举过程中发生“玛卡卡时刻”,这一群体才开始真正引起关注。

当年8月,印度裔大学生瑟达思受雇于一名民主党议员,盯梢其竞选对手、共和党参议员乔治·艾伦的竞选活动。

在一场公众演讲中,艾伦指着瑟达思嘲讽道:“那位小伙子,就是坐在那里身穿黄色T恤衫的那位,名叫玛卡卡?管他叫什么,他是我的竞选对手派来的。让我们欢迎玛卡卡,欢迎他来到美国,来到弗州的现实世界。”

在美国各地的政治竞选场合,总能看见这样一类人:他们手持摄像机,专门追着政客跑,记录其一言一行,期待挖到出丑、失言等“猛料”。不过,他们不是记者。媒体管他们叫“盯梢客”。



盯梢客的任务是随时紧盯政客的一言一行



盯梢客会出现在目标人物的每场公开活动上



盯梢客与政治捐款人交谈



政客们被迫容忍盯梢客的存在

绝。现场人员随即电话报警,驱逐盯梢客。

但更多政客深知盯梢客的“威力”,因而练就一身好风度,对于无孔不入的盯梢客不动声色,甚至笑脸相迎。

两年前,佛罗里达州共和党议员亚当·阿斯特内参加国会竞选,一次他在停车场被一名女盯梢客堵住,要求回答一些问题。阿斯特内淡定地说:“当然可以。能让我先整理好衣装吗?”随后,他任由盯梢客拍摄他对着车镜整理着装的全过程,然后和她一起走向会场,一路畅谈天气、高尔夫球比赛,还询问她的薪水够不够用。

曾参加共和党总统候选人提名竞争的明尼苏达州前州长蒂姆·波伦蒂甚至还得到盯梢客的广泛好评。民主党盯梢组织“美国桥”的不少盯梢客认为他“人不错”。

“美国桥”副总裁凯莉·法尔说:“波伦蒂是‘标杆’。他宣布退选当天,还特意与我们的盯梢客合影留念,说‘希望你今后有更好发展’。”

除了政客,盯梢客与专业媒体记者之间的关系也相当微妙。

按照“美国桥”副总裁凯莉·法尔的说法,盯梢客的“行规”是尽量不暴露身份,不与记者交谈,不与对手党派的同行互通信息,更不能接受采访。

她说:“他们的工作是记录新闻,不是制造新闻。”

《华盛顿邮报》记者曾要求跟随采访“美国桥”的盯梢客,被法尔一口回绝。“别跟着盯梢客,否则我们会让他们反过来盯梢你。”

但很多时候,盯梢客在活动现场与媒体记者也有交流。一些盯梢客往往以记者身份自居,混入现场拍摄。他们的“劳动成果”有时也需要借助媒体力量加以广泛传播。

### 约束政客

作秀也好,善意也罢,政客们通常只是被迫接受和容忍盯梢客的存在。没人会邀请盯梢客坐在自己竞选活动现场的前排。

只不过,有盯梢客在场,政客似乎有所约束,更加谨言慎行,以防被对手抓住把柄。如同法尔所说:“他们更规矩了。”

凯尔·麦克科尔根当过盯梢客,如今是共和党议员埃德·吉莱斯皮的竞选团队成员,对盯梢与被盯梢都有切身感受。他说:“这种感觉很奇特。你深知自己最得意的时刻正是对方最糟糕的时刻。” 张代蕾

### 关系微妙

如今,在盯梢客大行其道的美国政坛,盯梢客与政客之间的关系变得复杂、微妙。

一些竞选人对盯梢客深恶痛绝,避之不及,有人甚至直接出手抢夺盯梢客的摄像机。2011年夏天华盛顿州地方选举中,一名共和党候选人发觉竞选活动现场有盯梢客,于是要求对方停止摄像,但遭到拒