



羅姆尼借賑災過橋拉票 民調反落後

奧巴馬乘風絕地搶分



65歲羅姆尼彎腰手拾起兩大盒樽裝水，隨時扭傷腰。美聯社



名人代奧拉票

前總統克林頓 10月30日



《22世紀殺人網絡》中飾演Morpheus的Laurence Fishburne 10月29日



《芝蔴街》大鳥 10月30日



奧巴馬前日在華盛頓的紅十字會總部向傳媒交代風災情況。路透社

颶風「桑迪」在美國大選一周前來襲，對總統奧巴馬及對手羅姆尼均是意料之外的變數，但有危亦有機，奧巴馬連續3日取消拉票，以一派統帥架式指揮救災，大展領導能力搶分。相反，羅姆尼昨在俄亥俄州繼續拉票活動，但將主題改成賑災，被指假公濟私，借災民過橋。路透社/Ipsos前日的每天滾動民調顯示，奧巴馬民望為47%，領先羅姆尼1個百分點。

為免重蹈前總統布希處理颶風「卡特里娜」不力覆轍，奧巴馬暫停拉票，全力指揮救災，又到新澤西州視察災情。他當機立斷宣布紐約州及新澤西州進入「災難」狀態，又頒布多條行政指令，種種行動均表明了他才是「白宮主人」。他在美國時間周四才會前往內華達州，恢復拉票活動。

奧或因颶風失賓弗兩州

另一邊廂，羅姆尼在救災上難有大作為，處於下風，只有當奧巴馬出現紕漏，他才有機會狙擊。他今日將參加佛羅里達州3場競選活動。

今次颶風重災區中，羅姆尼在新澤西、南北卡羅來納等州擁有較大勝算；奧巴馬則在首都華盛頓、馬里蘭、特拉華、紐約等州優勢明顯；弗吉尼亞和俄亥俄則呈拉鋸狀態。受颶風影響，部分地區未能進行民調，風災在這些地方對兩人民望的影響尚待觀察。

路透社/Ipsos民調顯示，53%受訪者認為奧巴馬會贏得大選，遠高於羅姆尼的29%。受訪者中有22%提前投票，當中逾半人稱已投給奧巴馬。《紐約時報》、哥倫比亞廣播公司和昆尼皮亞克大學昨公布聯合民調，在俄亥俄、

佛羅里達和弗吉尼亞3個搖擺州份，奧巴馬民望領先5、1和2個百分點，但優勢縮窄，選情趨膠著。

不過有分析認為，風災可影響選民投票意慾，甚至令奧巴馬失去原本甚穩的賓夕法尼亞州。賓州擁有20張選舉人票，但由於支持奧巴馬的選民大多集中於受災嚴重的大城市，靠鄉郊選票的羅姆尼反而會得利。擁有13張選舉人票的弗吉尼亞州亦有危機，雙方目前在該州支持度均為47.8%，羅姆尼今日將搶先到當地拉票。

提前投票恢復利連任

鼓勵提前投票是奧營的拉票策略，他在此獲壓倒性優勢。「桑迪」席捲東岸多州，令許多票站要臨時關閉，影響提前投票和選民的選情，甚至曾傳出可能推遲全國大選日。不過，很多受災州份已很快恢復投票，包括兵家必爭的俄亥俄。截至上週六，關鍵戰場俄亥俄已有逾120萬人投票，超過上屆大選中該州總票數20%。

其他投票受影響州份亦採取其他方式確保投票順利。有指部分州份考慮押後投票日，但因大選激烈，此舉料被批評偏幫某政黨。路透社/美聯社/法新社/《華盛頓郵報》/《紐約時報》/《華爾街日報》

「桑迪」變奧巴馬「及時雨」

林嘉朗

一場颶風，吹散美國兩位總統候選人在倒數一周的競選部署，令原本緊繃的選戰再添變數。面對大災，奧巴馬反應迅速，盡顯總統風範，與前總統小布希應對颶風「卡特里娜」時的「慢板」恰成對比。颶風「桑迪」對奧巴馬來說似是一場「及時雨」，是他最後關頭拋離對手的絕佳時機。

2005年「卡特里娜」路易斯安那州當天，小布希正值休假，不但未即時返白宮指揮救災，更要到兩日後才乘「空軍一號」到重災區新奧爾良上空巡視一團，敷衍交差，一時引來惡評如潮。

奧巴馬此番自然緊記勿重蹈布希覆轍，即時暫停一切競選活動，專心指揮救災，反應之快令外界對他讚譽有加。

雖然奧巴馬中止拉票，並不代表他沒好好利用自己的優勢。借媒體集中報導風災之利，總統等於擁有無限曝光率，種種正面輿論更無形中成為他的免費競選廣告，一招「以退為進」令羅姆尼自愧不如。

今時今刻無疑屬於奧巴馬。電台、電視和報章均是他指揮若定的新聞，一次又一次提醒選民「我才是總統」。羅姆尼既不能將全國焦點從風災移走，亦鑽不到奧巴馬救災不力的空隙，只能處於守勢，但大選逼近，被動等於投降。

不過，羅姆尼在此敏感時刻若繼續拉票，便顯得冷血麻木，要他眼睜睜看着奧巴馬搶風頭，亦是不能。他只好舉着「賑災」旗幟，將俄亥俄州一場造勢活動變成賑災大會，被外界直斥「抽水」。

大選幕僚戰：「諸葛亮」鬥「劉伯溫」



奧營 阿克塞爾羅德



羅營 史蒂文斯

美國大選戰正酣，除兩黨候選人，雙方的首席戰略師更是左右選情的靈魂人物。

奧巴馬頭號軍師：美版「諸葛亮」

57歲阿克塞爾羅德不僅足智多謀，還有諸葛亮「百萬雄兵壓境，獨自牆頭撫琴」的淡定氣質及獨到眼光。他4年前放棄私交不錯的希拉里和前參議員愛德華茲，輔佐資歷尚淺的奧巴馬，恰似諸葛亮選擇其時寄人籬下的劉備。

其實早於2004年，阿克塞爾羅德已成功輔佐奧巴馬進入參議院。他的特點是精於謀略、善於協調，出手俐落、直指核心，多年選戰歷練使他制定戰略戰術時隨心所欲，千變萬化。

羅姆尼政治化妝師：現代「劉伯溫」

上屆大選後轉投羅姆尼門下的史蒂文斯，頗似中國明初謀士劉伯溫，兩人不僅神機妙算，還都多才多藝：劉伯溫通經史、曉天文、精兵法；史蒂文斯寫電視劇本、出小說、玩鐵人三項、當荷里活電影顧問，還是遊歷歐亞非的冒險家。兩人都是資深政治化妝師，劉伯溫用「象緯之學」，神化布衣出身的朱元璋；史蒂文斯則美化億萬富翁出身的羅姆尼，使之看來更親民。

史蒂文斯1995年輔佐多爾競選總統，2000年為布什助選，2007年也當過麥凱恩競選顧問。他的特點是善於「抓大放小」，出手狠準，一些極具殺傷力的抹黑廣告都出自他手。

羅姆尼反華廣告 通用佳士拿斥誤導

羅姆尼早前在汽車業重地俄亥俄州推出競選廣告，內容指佳士拿將把「所有」吉普車生產程序搬到中國，又聲稱通用汽車將1.5萬個本土職位移至中國。這兩大汽車業巨頭前日狠批羅姆尼言論失實。

佳士拿和通用2009年曾獲奧巴馬政府出手相救，近日羅營在廣告中稱「拜奧巴馬所賜，佳士拿將在中國生產吉普車」，暗示奧巴馬有份令大量本土職位轉移到中國。佳士拿行政總裁馬意基翁內(見圖)批評廣告誤導，指車廠增加在華生產，是為了供應當地市場，強調沒外判美國職位，「吉普車將繼續在美裝嵌，其他傳言都不

正確。」若在華生產，佳士拿吉普車便可獲豁免中國對進口車徵收的關稅。彭博通訊社上週報道，佳士拿大股東快意打算重啟在華吉普車生產線，最終將所有旗下型號移至中國生產，但報道強調，此策略只是輔助性質，生產線仍以美國密歇根、伊利諾伊及俄亥俄3州的廠房為先。

通用發言人指，不容卑劣競選廣告貶低公司為美創造職位、貢獻經濟的努力。

選民被騙可「電話投票」

另外，近日在佛羅里達、弗吉尼亞

及印第安納3州均傳出競選「陰招」，有民眾稱收到電話，告知可透過電話提前投票，亦有不明人士叩門向長者收取缺席選票，甚至有選民收到不明來歷的DVD，內容是質疑奧巴馬的父身另有其人，選民直斥候選人為當選無所不用其極。美聯社/法新社/彭博通訊社

廣告大話戰 羅姆尼勝奧巴馬

今屆美國大選「抹黑戰」成兩黨宣傳戰術主流，不少廣告都是誇大或斷章取義。一些自稱無黨派的「事實核查」網站找出宣傳不實之處，試圖向選民釐清事實，不過兩黨對於政治造假文化都不以為然，認為有票勝於一切。有評論則指出，羅營整體上「更不誠實」，《時代周刊》記者雷爾珀林說：「羅姆尼的廣告都是以扭曲真相或失實為主。」

羅姆尼早於去年已推出電視競選廣告，最早一個以美國經濟差為主軸，引用奧巴馬在一次演說中說：「如果我們繼續談經濟，我們輸定了。」這話，其實是上屆大選期間奧巴馬引述對手麥凱恩的話，羅營斷章取義，立即被PolitiFact網站揭發。

《紐約時報》

獨立選票難爭 黨內票源或成關鍵

美國選民中，約1/3屬不支持任何一黨的獨立選民，佔總選票近半數，被視為兩營集中拉攏的對象。但有研究顯示，近2/3獨立選民的投票傾向，其實頗為黨派分明，與兩黨支持者最大差別只在於他們幾乎一致認為兩黨應「合作」而非「抗衡」，奧羅陣營互相抹黑的選戰顯然不合口味。

《華盛頓郵報》聯同凱撒基金會研究顯示，奧巴馬在墮胎及同性婚姻等議題贏得獨立選民認同，卻在經濟等重要議題不敵羅姆尼。分析認為，兩營與其花時間拉攏獨立票源，集中精力和金錢凝聚黨內票源更划算。

《華盛頓郵報》



羅姆尼前日將一場拉票活動變成賑災籌款活動，乘機吸票。路透社



奧巴馬前日在華盛頓的紅十字會總部向傳媒交代風災情況。路透社