

## 主題 | 總統電視辯論能幫助特朗普反敗為勝嗎？

夏春 諾亞控股首席經濟學家

特朗普的民調支持率一直落後於拜登，很多人都認為特朗普將在電視辯論中逆轉。但即使他能夠抓住拜登的失誤贏得支持他的人的點贊，卻會讓不喜歡他的人更加不喜歡他，而不是降低對拜登的支持

9月29日，也就是明天美國的週二，特朗普和拜登將在搖擺州俄亥俄州展開總統大選的首場電視辯論。他倆還將分別在10月15日和10月22日舉辦另外兩場辯論，地點分別是搖擺州佛羅里達州和共和黨支持者佔多數的田納西州。另外還有一場彭斯和哈里斯之間的副總統辯論將於10月7日在猶他州舉行。這也是一個傳統上支持共和黨的州。總統大選將在11月3日舉行。

大家應該都知道，特朗普的民調支持率一直落後於拜登。而目前，賭博市場上，拜登的贏率比特朗普高出7.3個點，實際上比民調上的平均7個點的優勢還要更大。之前，我們也引用過美國著名的資產管理公司古根海姆的研究，他們認為在美股市場上，受益於拜登政策的股票投資組合今年以來的業績表現要好於受益於特朗普政策的股票組合。

但是，很多人都認為真到11月3日大選這天，特朗普翻盤的機會依然很大。原因就是很多人都認為特朗普將在電視辯論中占上風，爭取到還沒有做出決定的選民的支持。事實上，特朗普本人就非常希望通過電視辯論來壓倒拜登。而根據《今日美國》在8月28至31日所做的一份民調，47%的受訪者預測特朗普將贏得辯論的勝利，而認為拜登會贏的受訪者占41%。在獨立選民中特朗普的領先優勢更為明顯：47%的獨立選民認為特朗普會在辯論中獲勝，而只有37%的獨立選民認為拜登將成為贏家。

在華人圈，大家普遍也認為特朗普伶牙俐齒，也善於狡辯，特朗普在辯論中占上風將是大概率事件。

自1960年甘迺迪和尼克森之間的首場總統辯論以來，辯論就成為了大選中的一個關鍵環節。傳統上，媒體和選民都認為首場總統電視辯論的影響力遠遠高於後面兩場電視辯論。畢竟，後兩場辯論離投票日太近，大部分人在首場辯論結束後應該已經有了偏好的人選，對後兩場辯論的關注度會降低。

那麼到底電視辯論會能否對大選結果產生決定性的影響？拜登之前唱獨角戲時多次出現口誤，在面對辯論全國電視直播的壓力下，口誤會不會更多？特朗普會不會抓住拜登的口誤，並且重複攻擊策略，來顯示自己在智力和體力上更適合統治美國？

相信電視辯論可以決定大選結果的人，往往熱衷於傳播一些「傳奇」故事。也就是一些總統候選人在辯論中依靠幾個「金句」就實現了轉敗為勝的大逆襲，或者因為幾個低級失誤，就讓煮熟的鴨子飛了。原因在於媒體會捕捉到辯論中的某些吸引眼球和耳朵的片段，並不斷重播，帶動起輿論，從而影響甚至改變選民的投票。

前者的經典例子很多。比如在 1984 年的總統辯論中，當列根被問到已經 73 歲的他是否對總統一職而言太老了，列根機智而幽默地回應說：「我不會把年齡作為這次競選的一個問題。我不會出於政治目的利用我對手的年輕和缺乏經驗。」

而後者最讓人熟悉的就是 1992 年老布殊在和克林頓的辯論中幾次看手錶被認為底氣不足，或者心不在焉而敗選。2000 年，戈爾在與小布殊的辯論中不斷發出歎氣聲也給觀眾不太好的印象。至於口誤引發失敗的例子，1976 年福特在與卡特的辯論中錯誤地表示「東歐沒有蘇聯的統治」，遭到了媒體的持續抨擊。

然而，更仔細地研究發現，歷史上的總統辯論對選民投票的影響，其實被媒體誇大了。實際上，絕大多數贏得大選的總統在首場辯論開始前的民調支持率就高於對手，並且一直把優勢保持到了大選投票日。上面提到的幾個「傳奇」故事都不例外。

我是 1992 年上大學，拿我和大家都印象深刻的大選為例，從 1992 年比爾克林頓和老布殊的競爭，到 2016 年特朗普和希拉莉克林頓的競爭，唯一一次民調支持率與大選結果相反的就是 2016 年特朗普的反敗為勝。不過有趣的是，希拉莉克林頓在前兩次總統辯論結束後的民調支持率都是高於辯論前，而特朗普恰好相反，給人強烈感覺特朗普敗局已定，但結果卻讓大家眼睛都掉出來了。

很多人因為 2016 年的英國脫歐和美國大選的結果，而對民調準確率產生嚴重懷疑。但我在《以口投票和以錢投票，誰的準確率更高？》一文中明確指出，2008 年以來，以美國黨內初選和兩黨大選的結果來看，相對於最終結果，民調的準確率明顯高於博彩市場的贏率，民調比大家的想像的更準。

根據美國皮尤研究中心自 1988 年以來的一項長期民調，在大多數情況下，有 60% 以上的選民認為總統辯論對於他們做出選擇有一定幫助，但這並不意味著總統辯論對大選具有決定性影響。

以 2016 年為例，只有 10% 的選民表示他們在總統辯論進行中或者結束後，才決定了要支持哪位候選人，而 22% 的選民是在兩黨的全國代表大會進行過程中就做出了選擇，更有 42% 的選民是在這一會議之前就做出了投票給誰的決定。

這個結果並不讓人意外，在總統候選人的黨內初選和兩黨大選耗時超過一年半的過程中，媒體鋪天蓋地地報導，早就使得選民對不同候選人的主張和個性的瞭解逐漸深入，而源源不斷的民調結果也早在辯論開始前就讓大家看到了全國和各州選民的偏好。要想靠三場辯論來改變選民心目中的理想人選，其實是難於上青天的。

不少研究都顯示，電視辯論其實更多地是強化或者擴大選民對候選人原來的喜惡，而不是改變原來的看法。兩位候選人的民調支持率差距會在辯論後擴大，而不是縮小。喜歡希拉莉克林頓的在辯論後更喜歡她，不喜歡特朗普的在辯論後更不喜歡他。

原因在於心理學上說的「確認性偏差」，儘管辯論展現的資訊是一樣的，但希拉莉克林頓的支持者會記住和傳播她表現好的部分，忽視或者忘掉她表現不好的部分。因為人們通常只想聽自己想聽的，用有利的證據去證實自己原本的偏好。

因此，特朗普想靠電視辯論翻盤的念頭，恐怕事與願違。即使他能夠抓住拜登的失誤贏得支持他的人的點贊，但是卻會讓不喜歡他的人更加不喜歡他，而不是降低對拜登的支持。

研究顯示，候選人在電視辯論上的表現，在影響黨內初選的結果上，效果明顯高於大選。原因很簡單，黨內初選時，候選人比較多，因為同屬一黨，彼此的政綱差異原本就沒那麼大，選民對他們之前的競選關注度也不夠。電視辯論提供了一個平台，讓大家在同一時間把政綱來出來比較，並彼此質詢和辯論，能夠提供較大的信息量和參考價值。

恰恰因為電視辯論對總統大選的結果沒那麼重要，在明天首場電視辯論大賽開始之前，實際上有四個州，明尼蘇達、維珍尼亞、南達科他和懷俄明，因為防控疫情的考慮，已經在 9 月 18 日就開始了提前投票。特朗普的競選團隊也因此希望把首場辯論改到 9 月初，但總統辯論委員會並沒有接受此建議。

這些年，政治學界對電視辯論對總統大選的影響也做了細緻的研究，一些比較有趣的發現值得和大家分享：

有研究發現高清電視出現後，年長的競選者，因為面部皺紋和表情被更清晰地展示，更容易給觀眾留下不好的印象，典型的例子就是 2008 年與奧巴馬競爭的麥凱恩。

有研究發現，自稱對選舉瞭解有限的受訪者，承認對他們選誰的一個主要因素就是候選人的顏值，他們更可能投票給心目中的帥哥。這個結果其實在金融行業很常見。更帥或者更美的分析師，他們對企業未來盈利的預測相對更准，但在絕對意義上，還是不准。而更帥或者更美的基金經理，更容易募資，但他們的實際業績表現卻和其他基金經理沒什麼差別。

由於現實中的電視辯論受到直播過程中眾多的人為干擾（例如主持人提問的傾向性，電視畫面單幅或雙幅的選擇等等），很多學者採取可控實驗的方法來研究辯論對觀眾的影響，發現觀眾的偏好非常容易受到其他觀眾，或者外部干擾的影響。比如播放一場辯論，一些人觀看的是兩位元候選人的原始畫面，一些人觀看的是去掉引起觀眾掌聲的畫面，一些人觀看的是其他同時參與實驗的觀眾反應的畫面，還有一些人觀看的是「假扮」觀眾反應的畫面，結果會發現這四組人的觀後感會有明顯的差別。

另外一個好玩的實驗是讓兩組觀眾觀看英國 2010 年大選電視辯論，有三位元競爭者：Gordon Brown, Nick Clegg 和 David Cameron。第一組觀眾觀看時會看到一個顯示 Brown 獲得觀眾現場支援度的爬蟲，一會高一會低，第二組觀眾會看到支持 Clegg 的爬蟲。當然，這些爬蟲都是被人為控制的，結果顯示，第一組觀眾認為 Brown 表現更好，第二組觀眾認為 Clegg 的表現更好，而實際上，這次電視辯論獲得最好觀眾評價的卻是 Cameron。

由此可見，我們作為社會人，在做決定時，並非完全基於個人喜好，而是深受周圍朋友和同事的影響。

其實這些研究發現對於熟悉心理學的朋友來說，沒有任何驚豔之處。我在喜馬拉雅 FM 上開設的《經濟學家夏春的投資必修課》裡，就詳細介紹了各種各樣的心理和行為偏差對我們的生活和投資決策產生重大的影響。可惜的是，他們通常讓我們的投資業績更差，而不是更好。如果你想改變自己錯誤的投資習慣，希望收聽這門線上課程。

免責聲明: 本文件所有內容(包括但不限於觀點、結論、建議等)僅供參考, 不代表任何確定性的判斷, 亦不構成向任何人作出任何要約或要約邀請, 亦非投資建議。

您仍應根據您的獨立判斷做出您的投資決策, 投資涉及風險, 諾亞控股(香港)有限公司(以下簡稱「本公司」)及其關聯公司不對因使用本文件而產生的任何後果承擔法律責任。本文件包含前瞻性的預測, 任何非對過往歷史事實的陳述均為前瞻性的預測, 本公司並不保證完全準確或未來不發生變化。本報告的資訊來源於公開資料, 本公司對這些資訊的準確性和完整性不作任何保證, 也不保證所包含的資訊及建議不會發生任何變更, 本公司已力求報告內容的客觀、公正, 但文中的觀點、結論及建議僅供參考, 不代表任何確定性的判斷。

本報告相關知識產權歸本公司及其關聯公司所有, 未經本公司及其關聯公司許可, 任何個人或組織, 均不得將本報告內容以轉載、複製、編輯、上傳或發佈等任何形式使用於任何場合。如引用或刊發需註明出處為「諾亞香港研究部」, 且不得對本報告進行有悖原意的引用、刪節和修改。諾亞控股(香港)有限公司及其關聯公司保留追究侵權者法律責任之權利。任何機構或個人使用本文件均視為同意以上聲明。