

第六章 財經頻道可信度專家訪談分析

針對德菲法的調查結果，本研究由在四個類別的專家學者小組中各選取一位專家學者進行深度訪談。四位專家學者分別是財經頻道業界的金森先生、財經產業界的傅修平先生、財經學者吳惠林先生及傳播學者湯允一先生。深度訪談的主要問題是針對每一指標之適切性、重要性及對可信度的影響就各自領域做深入的討論及評估。以下將就每一面向之每一指標進行個別分析。

第一節 專家訪談分析

一、可信賴性

自耶魯學派對可信度的一系列研究以降，可信賴性即為可信度重要面向之一，Whitehead (1968)、Gaziano & Mcgrath (1986)等亦認為以可信賴性為可信度的重要面向。本研究經德菲調查後發現財經頻道的可信度題項中關於可信賴性的面向，與 ANSE 的研究結果中可信度的十二個題項，除少許出入之外大致相同。

1. 在內容方面需平衡報導、多方並陳以及中立

「平衡報導與多方並陳」是相當重要的指標，受訪者亦均一致認同平衡報導與多方並陳的重要性，認為財經事件常常有多種面向，只報導一面，另一方面沒有，就會失去瞭解事件真相的機會，如果閱聽眾無法從所吸取資訊的財經媒體得到足夠的資訊，則可能對該財經頻道失去信任感。

基本上媒體本身在做一個報導的時候，本來就要多方並陳，媒體它基本上不是一個終極的審判單位，在這種情況之下，應該各方的說法他都必須要盡量的能夠呈現。如果事件本身有很明顯的對錯方，也要錯的一方有說明或解釋的機會，但當然你本身要有一個標準，當那個東西是很明顯的錯誤的、跟事實不符的，你可以當面請他來做一個回應。（傅修平）

平衡報導且多方並陳與中立有關，如果沒有平衡報導、多方並陳，則可能立場有所偏頗。另外，要做到平衡可以有許多方式，主持人以相反的立場詢問來賓，或是開放 call in，讓觀眾也參與節目進行，則可有效的平衡財經節目報導的內容。

平衡報導是那一個事件有正反兩面，你只是報導一面，另一方面沒有，這是中立的問題；某一個資料是代表這種意思，你不能去解釋成另外一種現象；有時候一個資料我們就解釋很多，你要知道到底它的意義是什麼。（吳惠林）

市現場的內容多是來自來賓主導，我們從來不干預他們，在一個波段行情中，分析師也大多會跟市場跑，我們怎麼去平衡？我們最早是請主持人去平衡，但主持人在用相反的立場去問時，來賓反而去強調他的立場，後來我們用 CALLIN 去平衡，效果很好，觀眾有時是很冷靜的，又不露臉，會提出不同的看法，在電視機旁的觀眾有機會可以聽到不同的聲音。（金淼）

有專家學者指出，平衡報導、多方並陳是一個方法，而中立則是一種態度，是一個財經頻道不可或缺的特質之一。

你怎麼可以不中立呢，你一定是要從幾個角度來看這件事情，本來就要多方並陳，然後你維持一個我讓專家或是有經驗的人來說話的這個角色。多方並陳是一個方法，而中立是一個態度，那是存在我們心中的一個天平。當然我們也知道從我們養成的過程之中，到我們從小覺得人格的特質等等，甚至組織文化什麼的，都影響到這個天平的判準在哪裡，但至少我覺得要有一個天平的這件事情是一定要有的。（傅修平）

2. 道德是可信度的必要條件

可信賴性中許多條件是與道德有關，例如誠實即為道德的判準之一。財經頻道的從業人員在報導事件及資訊時，應扮演守門人的角色，如果不能守住這個份際，就是失職；財經頻道的可信度亦會受到影響。

客觀也與道德有關，當無法全然客觀時，則須透過道德來自我規範。另一方面，客觀也與專業有關，有學者認為如果報導的內容是有不同的說法而需要經過篩選，則必須透過專業的判斷；

如果同一事件，兩個不同的機構講法相差很多，事先要經過篩選，客觀的報導還是要有專業才會知道什麼是客觀，篩選不見得會變成主觀。（吳惠林）

每個人私下都有意見，但寫稿時一定要客觀，當然不可能全然客觀，但要朝著這個方向去做。股市現場做了十幾年到現在，我們也沒

有很花俏的去做，很平實、很平淡，這麼久還能維持這樣的水準、這樣的觀眾群，我們就是很中準、很客觀，並沒有幫什麼分析師、或打壓什麼股票之類的。（金焱）

有專家認為無偏見是道德的一環；有些偏見是自己已知的，如看多或看空；有些偏見自己本身未知的，如：不夠專業，因此以簡單的想法去解釋複雜的事物。

無偏見我們先從態度來講，第一件事情是開放、公平、多方並陳，心裡要告訴自己要多方並陳；第二個就是在方法上，你要做到無偏見，至少你本身需要有一些專業素養，至少要對自己所報導的東西要很瞭解，你不能隨便抓一個簡單的東西就去解釋一些複雜的事情。（傅修平）

是否能被信任是道德的標準之一，但此與正確性面向有關，錯誤的訊息當然不被信任；另外，是否能被信任亦與「是否願為錯誤更正或致歉」（社會責任面向）有關，如果明知訊息是錯誤的而不承認，則可信度就會受到影響。

什麼狀況會不被信任，很明顯就是做假，舉個簡單的例子，像「罄竹難書」這件事情，某位部長就硬做了一些解釋，如果是這樣的一個情況，他在我心目中被信任的程度就會降低。（傅修平）

是否正直也與道德有關，正直的從業人員不會受到外在利益因素的影響，而違背本身應固守的道德標準；對應報導的事實也不會因為受到阻礙而有所遲疑。是否誠實與是否正直都與道德有關，有專家學者認為道德、誠實與正直的概念是重覆的，應綜合討論，道德應包含誠實與正直。

道德、誠實、正直我認為是一樣的東西，當我們在講說我們要秉持一個道德的標準，誠實、正直這些事情都是其中的判準，道德應該包含誠實、正直。（傅修平）

亦有專家認為道德具有許多面向，基本條件之一就是謹守「守門人」的份際；把不正確的資訊刪除是一種道德，但是否有能力判斷是否應該刪除，則與「專業性」有關；道德本身具有許多意涵，不同意涵彼此之間也會交互影響。

一個媒體能不能被信任，就是他有沒有倫理道德，他有沒有故意要去怎麼樣。（吳惠林）

財經頻道當然有道德的問題，你牽涉到是別人的財產耶，別人的投

資決策。媒體在線上的角色，一個就是採訪新聞、寫作、或是帶回新聞素材的記者，一個是編輯，基本上他們都是守門人，在這種情況下如果你不能守住你應該守住的份際的話，在新聞倫理上來講你就是失職，所以他一定要守這個東西。那他有很多種方法，你把不正確的資訊刪除可能是一種方法，那你記者本身或編輯或這個媒體本身有這個專業能力判斷這個事情確實是錯的。道德是很多面向的，有些人認為道德是謹守份際，這也是一種道德，有些人認為你要去幫助別人也是一種道德，有些人認為是內化的態度，有些人認為道德的意涵裡面的一些判準彼此之間是可以互相影響的。(傅修平)

雖然有專家學者認為道德應包含誠實與正直，但部份專家學者在評比重要性時，給分卻不盡相同。如前所述，道德本身具有許多意涵，許多意涵與其它指標具有重疊性，例如：「是否誠實」（可信賴性面向）、「是否正直」（可信賴性面向）、「不涉及內線交易」（社會責任面向）、「所報導的財經資訊沒有錯誤」（正確性面向）等。因此本研究將道德此指標刪除，其內涵以條列方式以其它指標陳述。

不誇張亦與道德有關，例如目前電視新聞普遍的使用「獨家」這個字眼，使可信度下降；有專家認為財經節目基本特質是提供資訊，因此應維持基本的嚴肅性，使內容可信。

報紙頭條，電視媒體發佈了這個消息卻打「獨家」，對你這個台的感覺就是欺騙。明明不是真正的獨家，就不要冠獨家，有看到報紙的人就覺得你誇張，沒有可信度。主持人不需要去矯情，主持很客觀、很好，價值就會浮現。財經節目可以輕鬆，基本上要維持一個度數的嚴肅，這就是可信度。華衛以前做過一個猜謎的遊戲，股票、證券、財經這種節目不能用來玩遊戲的，全世界財經節目不能玩遊戲，觀眾會迷惑，看你半天到底是談真的還是談假的？看了半天還是懷疑那我乾脆不要看。(金焱)

3. 事實與評論區分的重要性

新聞記者與播報人員在陳述一個事件時，應該是把事實說清楚，如果需要對事件有所評論，應該引用專家學者的看法和意見，使觀眾清楚瞭解事件和評論的區別。

評論跟事實一定要分開，事件是說它的背景，這個到底是怎麼一回事，新聞播報人員是負責把整個事件陳述清楚。評論就涉及判斷，

為什麼會造成這種樣子，這樣子會有什麼影響，這就是引導觀眾，讓觀眾去做一個價值判斷。你報導的人在什麼職業，職業倫理，你不要去加以忘斷，除非你是一個評論員的角色。(吳惠林)

記者做久了會以為自己是專家，其實把自己的角色搞錯了。評論家就是評論家，是專業、有高道德標準，高深的專家。記者可以報導事實，但不可以發表自己的意見。只能說根據某某人的看法，他認為如何。評論只能借助外面專家的意見，引用別人的看法。引用專家當然不能引用風評不好，有問題的專家。(金焱)

二、專業性

雖然張雅芳(2005)對財經節目的研究中，並未發現此一面向，且此面向之重要性在其它研究中並未有一致性的結論，然專業性面向為 Hovland 及其研究團隊對於可信度研究的另一項重要結論之一。

1. 從業人員的財經專業知識及訓練

Gaziano & McGrath (1986) 的研究中「記者有否良好訓練」指標，與本研究德菲調查結果中，專業性面向重要性排名第一的「新聞記者是否受到良好訓練並具備財經專業知識」指標不謀而合。

記者訓練是很重要的，對新聞的敏感性、人脈、歸納能力很重要。譬如說說們現在訂出來一個題目，但專家不認同，有時不見得是專家學者對，記者到底要不要有經驗，要有多少經驗，經驗太多也是有麻煩。但你的社會責任是什麼，你做一個新聞，當然要以客觀公正的立場去做，不要被人利用，絕對不要你不殺伯仁，伯仁因你而死。不要你做了一個新聞，雖然那個新聞不是錯，但如果不良影響，就情願不去做，這很難，又牽涉到主觀判斷，這是就要考量，事實是什麼。(金焱)

節目主持人的專業表現需要適度拿捏，過度的專業會給人不客觀的形象，專業性不足則造成節目內容實質上的不客觀。

主持人權威對可信度有需要，但歸結到最後，還是主持人的專業。主持人的專業、權威、公正性，基本上還是受新聞專業基本理念的規模，不能為了表現自己的專業，去壓榨來賓。主持人的專業是需

要，但不能太表達自己的意見，要公正客觀。（金焱）

節目製作人員是否受到良好訓練並具備財經專業知識，實質上亦是影響財經頻道可信度的表現，有學者認為，製作人員須對財經頻道的可信度負擔部份責任。

對於專業知識的瞭解、公平性這些東西，我反而會對製作的部份要求。（湯允一）

有專家學者認為在財經頻道中每個關卡都很重要，以確保所提供的資訊都是正確的。

主持人、主播、製作人員和記者的專業都很重要，整個財經台傳遞資訊給觀眾的流程每個關卡都是相對重要的，他們的地位我不認為可以這樣做比較，也因此我認為在這個工作流程的每個角色都應該受過很好的訓練，新聞的訓練和財經的訓練都要，如果一定要區別重要性的話，從收視率的角度來講，當然主持人最重要，現在在財經資訊的處理流程中誰最重要，我覺得每個環節都很重要，缺一不可。（傅修平）

以美國四大電視網晚間新聞主播來說，除了長相以外，其實人家是對於那個人後面所代表的整個形象，包括可信度、信賴等，背後可能有很大的關係。（湯允一）

許多專家學者在評鑑頻道的可信度時，認為財經頻道的從業人員都應受過良好訓練並具備專業財經知識。因此本研究將「主持人、主播、節目製作人員及記者是否受過良好訓練並具備專業財經知識」等四項指標合併為「財經頻道從業人員是否受過良好訓練並具備專業財經知識」一項指標。

在德菲問卷的指標中關於「有處理財經資訊的專業能力」的重要性，專家學者小組高度一致的共識認為此標非常重要。但在深度訪談中，有學者專家認為此指標與前述「財經頻道從業人員是否受過良好訓練並具備專業財經知識」，因此在本研究中予以刪除。

2. 速度並非財經資訊的絕對標準

專家學者小組高度一致的共識認為，「財經頻道的從業人員是否能迅速掌握訊息」此標非常重要。儘管如此，「迅速掌握訊仍必須有一項前題，即「正確」，部份專家學者認為，如果正確與迅速有所抵觸時，仍應以正確為先；但例外狀

況是，財經資訊牽涉到股市盤中交易，在股市開盤時間內，即時的新聞不管正確與否，同樣會影響到股市投資人交易狀況，因此必須能夠即時提供；就長期來看，提供正確而迅速的資訊，才是財經頻道建立可信度的要務。

正確跟快來比正確比較重要，有人需要很快的財經資訊，如果是當沖客的話，那也就無所謂正不正確了，就是要快；因為在影響行情的那個當口是這個訊息出來了，而不是這個訊息正不正確，我舉個簡單的例子，如果有謠傳總統被暗殺了，不管它正不正確，股市一定立刻下來，大家都先跑先贏，所以這個要快，沒話講；可是如果你把時間拉長，那就無所謂，就一定要正確。(傅修平)

3. 財經資訊的管理流程受到重視

雖然「財經頻道財經新聞的處理流程是否嚴謹」此指標非常重要，但受訪者也承認，通常一般人很難窺探財經頻道的新聞處理流程是否嚴謹，僅能從結果觀之，就閱聽眾來說，要設法瞭解一個財經頻道的處理流程是否嚴謹，從而決定該財經頻道的可信度，的確非常困難。

很重要，但通常我們看不到，我們看到就是主播播出來了，我看到你新聞專題的製作，但是你處理的流程到底是否嚴謹我們看不出來。我只能從結果來看，看你是否常出錯；你是不是報導或解釋不清楚；或是你選這個議題根本跟大家沒關係之類的；我只能從這些來看。從結果來看，結果論。它對可信度的影響並不是立即明顯的，他不是外顯的，你要知道是困難的，所以只能從結果來看。當然從結果來看，有時候是難判斷的，因為它對閱聽眾來講負擔太重了吧，我還要再去花腦袋去想，這到底處理得好不好，你這個到底怎麼樣，那個太累了，我想一般人不會那麼用功吧。(傅修平)

4. 議題的選擇、追蹤、處理能力都很重要

時間有限，而資訊無限，如果能為閱聽眾有效篩選重要的財經議題，則較可獲得閱聽眾的信賴。

財經議題那麼多，我們的時間又那麼少，你一定要告訴我重點，這在任何媒體都是一樣，周刊也是，這個禮拜發生多少事情，為什麼你會選擇這個東西？同樣的，你在每節新聞裡面，你就只有固定的則數可以播報，那你怎麼去篩揀，怎麼去替我們的閱聽人去找到對他有意義、有價值的資訊？(傅修平)

能夠處理有深度的議題，代表該財經頻道具有專業能力，在知識的程度上受到肯定，因此能夠被認為具有可信度。

這是重要的，因為我們報導的不是只有事件，可能我們要處理一些複雜的情況，要處理一些知識的東西，所以這個東西是必要的。一個財經頻道能夠處理比較有深度的議題就能被認為是比較可信的頻道，我是這麼認為。舉個例子來講，譬如說 M1a 跟 M1b 之間的關係是怎麼樣，如果這個財經頻道能夠解釋得非常清楚，那我可能就會認為說，這個台我可能要多花點時間在這上面，因為他講述的東西是厲害的。(傅修平)

財經議題對投資或經濟活動通常有著長遠的影響，受訪者認為，一個財經頻道如果能長期而穩定的提供有品質的內容，則會被認為是具有可信度的頻道。

持續追蹤財經議題本身就是一件重要的事情，所以財經頻道有沒有做這件事情就變成人家對你能否信任一個很重要的觀感。你不是放了一個炮就跑了。如果你持續關注，我也會認為你這家財經頻道是有一個穩定的提供內容的品質，你一直持續深化去做這些事情。例如說像商業周刊去年三月時做了金磚四國這個議題，對投資業界跟對財經議題有興趣的觀眾中間引起了一個很大的迴響，一直到現在，昨天我才看到中時電子報上有一個馬凱老師寫的新書，他的書名就叫做超越金磚，連這個東西都還有人在用它，它已經引起這麼大的迴響，顯然他對於讀者未來不管是投資或是他的經濟活動，都會有長遠的影響。從一個媒體的角度，你怎麼可能不去持續追蹤這件事情。(傅修平)

5. 看不見的專業：頭腦冷靜與經驗

冷靜應是從媒體的工作人員必備的條件之一，唯有冷靜後之判斷，才能減少偏誤；財經頻道從業人員所涉及的工作內容許多都與閱聽眾的投資收益有關，因此更應較其它種類媒體冷靜，才能降低誤判，提升可信度。冷靜亦為內隱的特質，閱聽眾不易從表面瞭解，因此財經頻道必須要能自律，以提升可信度。

新聞工作頭腦一定要冷靜，但有時很難。李雙全的案子剛開始時，地檢署被罵得很慘，但後來又證明他們並沒有錯。如果你能公正客觀、不跟人瞎起鬨，能冷靜，就會比較可信。前一陣子卡債問題很嚴重，金融股跌得很兇，我們就會問分析師金融股的買點到了沒，雖然電視分析師並不一定看得很準，但雜誌我們方向就抓得很好。

果然沒幾天外資就下場去買。這牽涉到冷靜的問題，你們愈瘋的時候我們要愈冷靜，愈低迷的時候我們就要給人希望。股票市場常悲觀的時候更悲觀、樂觀時更樂觀。(金焱)

這是沒錯的，這是最基本的。頭腦冷靜也看不出來，所以我們在看財經頻道是否可信，有些東西是內隱的，有些是外顯的；內隱的這一塊我覺得就是自己要自律，財經頻道從業人員跟整個組織他必須要自律。(傅修平)

有專家學者認為有經驗並不一定限於製作財經節目及新聞的經驗，如果具有其它領域的背景，而能帶進財經頻道，使得財經節目及新聞的製作更能讓閱聽眾吸收則更有益處。

我覺得就不限於製作財經節目了，它這個基本上是一個呈現的方式，如果你有其它的背景，我反而覺得你可以帶一些創意進來，可以讓財經新聞的播報是更有趣的，財經新聞的呈現是更多元的，我反而覺得這部份倒還好。(傅修平)

6. 其他財經專家參與帶給財經頻道專業的形象

有學者專家認為，如果財經頻道的報導或內容呈現有其他財經專家參與，該頻道所呈現的資訊則能降低偏頗的程度。

我認為你除了要去培養這些財經專業能力之外，它的外在的體系是很龐大的，你應該要善用這些社會資源，最重要的是他可以帶來多元的效果，也就是說不至於會產生偏頗，或偏頗的程度會比較少。(傅修平)

三、正確性

過去可信度的研究中，「正確」大多為其中題項之一 (Jacobson, 1969; Gaziano & McGrath, 1986; Meyer, 1988; Berlo, Lemert, & Mertz, 1970; 羅文輝, 2003)；然張雅芳 (2005) 在對財經節目可信度進行研究時發現，訊息正確為財經節目的面向之一；本研究經德菲調查後發現，正確性面向共有 9 個題項，受訪專家學者亦一致對之深表認同。

1. 正確不只是無錯誤，正確解讀、精確陳述與掌握要點都是必要條件

財經資訊沒有錯誤的重要性無庸置疑，甚至其它某些指標亦以正確為前題，

事實上許多受訪專家認為新聞就是要快，但正確比快更重要。

通常我對它有一個基本的信任之後，我不太嚴格的去檢驗它報導的東西，除非它哪一次出了大錯，那我可能就把它打到留校察看，抱持著懷疑的態度看一陣子，看沒有再出什麼錯，可能它的評等又慢慢回升了。信任度有可能會被破壞，一夕之間崩潰，但是也有可能是會被修復的，但是它需要時間累積，但是我們不管是做生意或其它事情，時間也是成本，所以才說信任度不能亂來，不能搞壞。(傅修平)

快跟正確，正確比較重要。快不一定能讓人感到信任，現在這個社會假消息很多。(吳惠林)

財經頻道可信度是很廣泛的精神上的規範，很難用教條或數據去切割，但你的觀眾會去評斷，如果你的新聞老是錯，觀眾就不會接受你。

以前有人認為「經濟日報登的才算數」，快才叫新聞，但正確比快還重要，搶快常會出錯，過去工商時報與經濟日報的競爭，經濟就贏在正確。(金焱)

受訪專家認為如果可以把訊息詳細說明清楚，的確會增加可信度，但前題是不能出錯。另外有專家認為能夠將財經資訊通俗化也符合精確陳述、掌握要點之義，但通俗化與專業有關，報導資訊的人必須能將深奧的財經資訊轉化為一般人能夠瞭解的知識。

精確陳述是你選擇了這個題材之後，怎麼樣可以把它說得淋漓盡致，那是不一樣的層次。通常我對它有一個基本的信任之後，我不太嚴格的去檢驗它報導的東西。(傅修平)

財經頻道要做到各種產業、各種關係。要做到把深奧的財經知識轉化給一般人可以瞭解的知識，把它通俗化。就是你自己要清楚，要自己知道自己在講什麼，也就是符合精確陳述、掌握要點。(吳惠林)

此外，專家學者小組一致認為財經頻道應提供正確解讀分析財經資訊；解讀與分析並非由報導者所提供，財經頻道本身應善加利用許多好的外部資源，並有賴本身具備的專業知識判斷篩選，在頻道中提供正確解讀與分析的財經資訊。

正確解讀分析財經資訊，解讀不是報導資訊的人要做的，財經頻道的人只是提供訊息，但提供訊息的人要對所報導的訊息來源是怎麼

樣的概念要有。(吳惠林)

對需要資訊的專業人士來說，無效的資訊太多反而成爲一種負擔，如果有能力篩選出重要的資訊呈現，將有助於提升對頻道的被信賴程度。

掌握要點是選擇，你幫我過濾資訊，我現在就很期望你告訴我，我每天只要知道這十個事情，你就可以飛黃騰達、生活、事業都顧得很好，我現在很希望這樣子，每天要看一大堆東西快煩死了，這是蠻疲憊的一件事。(傅修平)

2. 經過求證及驗證過的資訊才能呈現，並且要標示所提供資訊的來源

專家學者對「對所報導的財經資訊都經過求證」此項指標均一致肯定其重要性，認爲沒有求證就容易出錯，該指標的確是影響可信度的因素之一。

這是一定要做的，只要是新聞媒體都應該求證，只是看你有沒有去做而已，求證不一定是向人求證，有時候是從週邊的東西去比對。(傅修平)

開發金事件時，某台發出消息，官方派林宗勇當董事長，辜家不同意，要搶經營權，因此股票要跌；但我們看法不一樣。新聞本身出去要去求證，去問有經驗的人。辜家購入的成本較高，如果要放棄經營權殺股票，股票瞬間下跌，企業界爲求利潤恐怕不會如此操作。第二天開發股價跌，第三天又漲回來，以此推斷有可能是觀眾被誤導。記者發此消息有可能並非故意，但觀眾有可能因此被害。這個新聞很明顯是報錯，沒有經驗，沒有找專家去求證。(金淼)

提供資料來源對受眾而言，某種程度代表其正確性的感受程度，引用可信度高的來源，出錯率低，可信度受到影響的程度也低，同時，具有這樣特質的資訊來源也間接提升了本身的可信度。

提供資訊來源對可信度重要，如果你常找一些阿里不達的人做爲你的消息來源，我就認爲你不夠專業，像報導半導體的新聞，我如果採訪到張忠謀，跟我引述的是作業的員工，那你覺得哪一家的可信度高，當然是採訪到張忠謀的那個財經頻道，我比較會認爲說，你是在這個行業裡面，可能我信你會比較多。(傅修平)

要跑的資訊，資訊源一定要標示。有一次X X社記者來罵我們，他發佈了一個消息但是與事實有出入，我們引用，結果X X社被觀眾

罵慘了，記者還來抱怨我們為何要引用。我們引用的一些資訊要引用可信度高的來源，而且要標示來源。（金淼）

一定要提供資料來源，不同的來源信用度是不一樣的，例如競爭力調查，國內隨便一個調查公司跟 IMD 來提供，不一樣啊。如果你的財經資料是從有可信的機構出來，就比較有可信度。（吳惠林）

在深度訪談中，受訪對象一致認為本項指標與上項指標「對所報導的財經資訊都經過求證」，事實上財經資訊亦包涵財經數據，故綜合此兩項指標，改為「所報導之財經資訊都經過求證或驗證」。

3. 對財經資訊陳述的過程，前後不一致，降低可信度

受訪者認為，財經頻道報導的一致性應前後一致，對同一個事件或議題，不應該今天持正面看法，明天確呈負面看法，如此會造成觀眾認知混淆；如果同一事件或議題同時有正面及負面解讀，應於第一時間同時呈現；即多方並陳的觀點應同時予以揭露，才不致於影響可信度的觀感。

對財經資訊陳述的過程前後具有一致性，這表示說你犯錯的機率比較少，你修正的可能性比較低。這跟有沒有錯誤不一樣，有沒有錯是指我有沒有犯錯，一致性是指一開始我就可以找到對的東西，然後我解讀他的東西是一以貫之的態度跟方法，這樣我才能對比。財經資訊本身就是具有一貫性的，像通貨膨脹，你不要今天跟我講通貨膨脹很糟糕，會造成大家生活壓力，明天又告訴我這只是經濟成長一個良性的徵兆而已，那就表示說你判斷有問題，我就開始懷疑說這兩個判斷到底哪一個是對的；再進一步說，你以後說的東西我不一定要相信你了，因為在你口中說出來同一個東西有幾種可能性。這跟多元或多方並陳並不會有所抵觸，如果你一次就告訴我說通貨膨脹會造成這幾種可能性那沒問題，我反而會覺得說你幫我把好多個角度都想到了，很好；你如果是今天講一樣，明天又講一樣，那我就會把它當做是同一件事情拿來對比，就會變成前後不一致，我就會覺得你怎麼又變了，那感覺是不一樣的。（傅修平）

四、多元性

多元性在可信度的研究中，並非共同一致的可信度面向，而僅在財經節目可信度中發現此一面向（張雅芳，2005），睽諸財經資訊的特性，可發現多元性的

確是財經頻道特有的可信度面向之一，而本研究進行德菲調查的結果，也認為多元性為財經頻道可信度面向之一，並包涵四項指標。茲將訪談結果說明如下：

1. 國際化在財經資訊可信度具重要性

受訪專家認為，國際化的資訊呈現相較於一般新聞媒體，對財經頻道尤其重要，在全球資金、資源流動的市場來說，國與國之間的疆界幾以不復存在，取而代之的是全球體系，因此國際化的財經資訊對財經頻道可信度相當重要。

國際化的視野這也很重要，我們現在這種脫離不了全球體系。(傅修平)

2. 多方比對各種財經資訊

多方比對財經資訊與多方並陳類似，但較多檢核的意味。財經資訊的來源也不同，解讀的方式與角度或有出入，如果能夠多方比對，盡量呈現正確的資訊內容，使閱聽眾更能夠以茲判斷所處的經濟或投資環境，對財經頻道的可信度亦有助益。

多方比對各種財經資訊，跟多方並陳有點相同，但有一點檢核的意思。譬如說我要引述某個媒體的報導，我應該多看幾篇那個時候其它媒體的報導，看它是不是正確；如果出入太大，我就可能不能採用了。你很難每一個報導都多方比對各種財經資訊，但像剛才說的，就是結果論，你沒有做這些事情的話，你出來的結果就是比別人單調，你出錯的機會就是會大。(傅修平)

3. 資料來源與各方意見觀點的多元性

資料來源並非多就是好，仍需要財經頻道的從業人員以專業判斷，其來源是否為可信度高的資料來源，否則會影響財經頻道本身的可信度。

要跑的資訊，資訊源一定要標示。有一次中央社記者來罵我們，他發佈了一個消息但是與事實有出入，我們引用，結果XX社被觀眾罵慘了，記者還來抱怨我們為何要引用。我們引用的一些資訊要引用可信度高的來源，而且要標示來源。(金淼)

多元觀點的呈現仍需要專業的判斷及客觀的態度去呈現，才能增加財經頻道的可信度。

如果你有很多來源，相對你比較認真，假設資訊是多多益善，前題

是這些資訊來源是正確，多當然好。

如果同一事件，兩個不同的機構講法相差很多，事先要經過篩選，客觀的報導還是要有專業才會知道什麼是客觀，篩選不見得會變成主觀。(吳惠林)

評論只能借助外面專家的意見，引用別人的看法。引用專家當然不能引用風評不好，有問題的專家。(金焱)

五、社會責任

在許多國外的可信度的研究中，社會責任是可信度的面向之一 (Gaziano & McGrath, 1986; McCroskey, 1966; Meyer, 1988)；但也有部份研究不支持「社會責任」為可信度中單獨一個面向 (West, 1994; 羅文輝, 1993)。在深度訪談過程中，有學者認為媒體具備社會責任是不容置疑的，然媒體的社會責任是否屬於可信度的面向之一，則可能視個人觀點不同而有不同的看法。

然本研究經德菲調查結果顯示，社會責任為財經頻道可信度的重要面向之一，且有兩個題項在所有題項中的重要性分數最高，分別為「從業人員不涉及股票內線交易」及「經營者以大眾利益為考量」。顯示財經頻道在社會責任所受到的期待非常高，有可能是財經頻道與大眾利益是切身相關的，而過去財經頻道受到不良業者影響，可信度讓社會大眾倍感不安所致。茲將社會責任面向的訪談結果說明如下。

1. 財經頻道可信度的絕對標準：從業人員不涉及股票內線交易

「從業人員不涉及股票內線交易」此指標重要性的平均數同時也是本研究中分數最高的指標。不涉及股票內線交易雖然是法律的最低層次要求，同時也是道德層面的最高要求，受訪者亦一致認為不涉及股票內線交易非常重要。

從業人員不涉及股票內線交易，這是屬於道德層次的東西。(傅修平)

不涉及內線交易就到法的層面了，如果人不自愛，就沒辦法。如果大家對自己有信心，我自己買我自己的，有什麼關係？在資訊不對稱的狀況下去交易，就是貪。(吳惠林)

我們的來賓也有可能在那裡玩花樣，這是我們很難控制的。我們可以控制我們自己的主持人、製作人員，但來賓呢？如果你做分析師

跟作手掛勾，在設計出貨、哄抬之後把股票賣掉，害觀眾賠錢，我們一定不再請這樣的分析師。（金淼）

2. 經營者以大眾利益為考量與收視率是一體兩面

以大眾利益為考量就經營者本身來說，其實是與收視率密不可分的，如果財經頻道帶給觀眾的是會讓其獲利的結果，觀眾當然會聚集，因此財經頻道經營者與閱聽眾基本上都對此點共識一致殆無疑義。

社會責任除了要提供正確的資訊，並不是包你賺錢，而是要以大眾利益為前題。我們做節目的目的當然是希望觀眾賺錢，但我們更在意不要讓觀眾賠錢，你不要害我的觀眾。純就利益的觀點來說，如果觀眾看我們的節目賺錢，他當然會來看，我們的收視率會好；如果看了讓他賠錢，他當然不會再來看我們節目；我們的社會責任跟我們的收視率是息息相關的，我們一定要護著他們，我們才有回報，我們一定要儘量不讓觀眾賠錢。（金淼）

另外，維護大眾知的權利是新聞學的教條，受訪專家學者也認為此為影響財經頻道可信度的基本條件，尤其在有媒體報導與政治或法律界線不明的事件發生之時，帶給觀眾的感知更相形重要。

維護大眾知的權利，一定要的，這是我們的使命。舉例來說：之前美國有記者因為交待了他的消息來源，被大家所譴責，如果你挺得住我就會比較信賴你，認為你一定會不惜任何代價幫我找到我想要的東西；如果法官嚇你一下，你就交待了…我會懷疑你以後還能不能提供足夠的資訊。（傅修平）

3. 「願為錯誤更正並致歉」不應淪為口號

「願為錯誤更正並致歉」的前題是發生錯誤，就正確性來說，這的確會降低財經頻道的可信度；但發生錯誤後的舉措可能會讓可信度更低，或是能夠回溫，端看財經頻道是否會為原先所發生的錯誤更正並致歉。

願為錯誤更正並致歉，不要常常錯誤，表示你平常都很粗心，應該要平常就很慎重，這樣大錯就不會有。（吳惠林）

這是很應該要做的事情，錯了就認了，認了就道歉；這一定是會影響可信度，但問題是你為什麼要有認錯這件事情，就是因為你錯誤被人家抓到了，你出錯了還不道歉不是被大家罵死了。（傅修平）

4. 製作有深度、不譁眾取寵的節目，並融入人文關懷

許多媒體產生亂象可能是肇因於為提升收視率，因此製作方向趨於譁眾取寵。但閱聽眾對一般頻道較以娛樂為取向，對財經頻道則因為較為專業需求取向，因此對深度節目的需求會導致閱聽眾對財經頻道可信度的觀感。

有深度、有品質、談話性的節目不是不能做，要真正能夠談事情，主持人很重要，要讓大家進入情況，針對某一個東西，讓閱聽眾能夠領悟。(吳惠林)

像李泰安的新聞是譁眾取寵的內容，你大做，我就不相信你，我覺得你不够專業，你整天只會搞那些五四三的，你為什麼不花點力氣去研究一下，五年之後到底台灣的經濟規劃是什麼樣子。我們最新一期的雜誌我看到一則報導，2008 兩兆雙星計劃走完後，台灣就沒有總體經濟規劃了，前途一片茫茫，像這種新聞財經頻道就應該要報導。(傅修平)

雖然有部份專家學者認為人文關懷的報導對財經頻道並不一定能夠發揮影響可信度的功能，但實際在財經頻道或財經媒體已嘗試製作相關的節目或內容，以提供形象的方式建立財經頻道可信度。

前一陣子有些燒炭自殺的，有些是做股票的，我們就請主持人在節目上向觀眾呼籲，有些高風險的投資工具不是一般人玩的，像期指的賺賠很大，要提醒觀眾，這就是我們的社會責任。(金淼)

人文關懷人家並不會認為這跟財經頻道有什麼關係，你可以報導產業人物。天災人禍或是土地炒作很厲害，你可以讓大家都來思考一下，到底出了什麼問題，賺那麼多錢到底要幹什麼。(吳惠林)

我們最初認為我們是商業周刊，因此我們要做商業或財經的內容給我們的讀者；後來改變成說，我知道有這麼一群人，他們的商業背景是比較濃厚的，這群人有很多需求，其中一個大宗就是商業財經資訊的報導，但是他還是有其它的需求，所以我們就引進了很多不同的題目，舉例來說，我們做過「上山找希望」、這種所謂職場、心靈療傷系、個人成長、個人工作態度的這種題目，所以你可以看到他已經倒過來，站在讀者那一方去想事情；所以這類的議題為什麼不能做，這一群人其實是有社會關懷動機的人，只是沒有一個管道能夠讓他把他的關懷表達出來，我們提供了這些事情。一個財經頻道做了人文關懷的節目會在可信度上增加它的評價嗎？我想可

能不是可信度，而是在對他尊敬的這一塊，我不知道是不是愈尊敬它會愈相信。雖然現實狀況中有些人我很尊敬，但我不一定相信他，可能是他的人格特質讓我覺得我不能相信。（傅修平）

社會責任範圍很廣，媒體可能選擇性的去接觸或承擔，有專家學者認為，願意去做，不論多寡，即可增加可信度的評價；如果媒體願意製作有口碑卻不一定有收視率的節目，就會被認為是願意承擔社會所期望的責任，也因此能提升財經頻道的可信度。

願意承擔社會所期望的責任，這有點模糊，所謂社會大眾期望的責任是什麼責任？但是他願意負責任也就不錯了。觀眾期望財經頻道有什麼樣的責任，我覺得還是一樣，媒體面對的是多元的閱聽眾，看你要哪一群。像文茜小妹大、文茜的世界週報，收視率不高，但就有那麼一群人會看，我覺得它是好節目嗎，我覺得不錯，但從收視率看又不一定。你這家電視台要做選擇，我到底要不要這個節目，我到底要服務的是誰。還是有些人是有理想性的，到時候就是要檢驗這種支持的力道能不能讓他維持下去。（傅修平）

第二節 小結

本章針對德菲法的調查結果，以深度訪談的方式，與德菲法專家小組中的四位專家學者進行討論。四位專家學者分別是財經頻道業界的金淼先生、財經產業界的傅修平先生、財經學者吳惠林先生及傳播學者湯允一先生。深度訪談的主要問題是針對每一指標之適切性、重要性及對可信度的影響就各自領域做深入的討論及評估。

在可信賴性面向部份，專家學者認為除了在內容上需平衡報導、多方並陳以及中立之外，事實與評論區分不可混為一談亦為另一個可信度的重點；另外道德也是可信度的必要條件。

財經事件與一般新聞事件不同的地方在於，一個事件的發生可能有複雜的背景，更可能造成不同層面或輕或重的影響，媒體在陳述時自應並納各方說法，以中立的態度力求平衡報導。此外媒體並非一終極審判的單位，因此事實與評論應予分開，如需要對財經事件有所評論時，應引用專家學者的看法，使觀眾清楚瞭解事實與評論的區別。此外，專家學者認為道德亦為可信度的重要條件，如誠實、客觀、無偏見、能否被信任、正直等；有時道德與社會責任有關，不過社會責任偏向於財經頻道與外界直接關連的部份，而道德則與從業人員本身的特質有關。

在專業性面向部份，從業人員的財經專業知識及訓練是可信度重要的條件之一，在財經頻道中，從主播、記者、主持人到製作人員等，只要涉及內容資訊的搜集、重製、呈現過程，每個關卡的從業人員專業性都必須獲得一定程度的保證，才能確保財經頻道所展現的專業性。

其次，專家學者也認為，事實上許多專業性特質的呈現並不是外顯而是內隱的，例如財經資訊的管理流程，並不容易讓觀眾輕易判斷，然而頻道本身在管理流程上的嚴加把關，才能降低錯誤的發生，使專業性能夠呈現，切不可因求快而犧牲管理流程；而有專家學者強調，有些專業與管理流程一般，觀眾或外人很難加以判斷，譬如說冷靜的頭腦與豐富的經驗，如能具備此種特質，則亦較能夠呈現專業性的形象。此外，廣納財經專業的參與者，較能夠帶給頻道專業的形象，也能降低資訊的偏頗程度。

在正確性面向部份，專家學者指出，正確不只是沒有錯誤，正確解讀、精確陳述與掌握要點都是可信度的必要條件。在正確與快速的選擇下，專家學者建議正確比快更重要，切不可因快速的需求而犧牲資訊的正確性。而在選擇題材之後，如何能把深奧的財經知識以通俗化的方式轉化給一般觀眾瞭解，則必須借助於正確解讀、精確陳述與掌握要點等原則；其中正確解讀則應透過外界的專家學者，而非頻道內部人員的解讀與分析。

另外，如果所報導的資訊是由其它的資訊來源所提供，專家建議仍必須將資訊來源確實呈現，並且須經過驗證或求證；如果未經過此程序，有時會呈現錯誤的資訊，或造成前後不一致的狀況，則財經頻道的可信度將大受影響。

在全球體系下，多元性的觀點在財經頻道的領域也受到重視，財經資訊的多元性包括國際化、多方比對不同來源的資訊，並廣納不同意見觀點。多元化除了能涵括不同觀點、不同領域的意見，陳述不同層面及複雜的觀點之外，更能因多元呈現而降低單一資訊源錯誤的風險。

在德菲法中評分較高的選項，如「從業人員不涉及股票內線交易」或「經營者應以大眾利益為考量」等，在深度訪談中並非專家學者強調的重點，有專家學者提到，上述的題項應為財經頻道可信度的絕對指標，是道德的基本標準。就「以大眾利益為考量」的題項來說，此標準事實上是與財經頻道的收視率與經營切身相關的，是一體的兩面，萬不可偏廢。

至於財經頻道的節目品質，在現今媒體亂象頻傳的當道，專家學者們則對此多所期待；在訪談中，財經學者認為在複雜的政經環境中，媒體應對環境現況以人文關懷的角度出發做深度的節目報導，財經業者以本身的媒體經驗認為，財經

頻道不一定是只能提供商業的報導，對商業財經有興趣的觀眾究竟是生活在人的世界，財經頻道如能站在觀眾的角度出發，不完全以商業利益的收視率為考量，則可跳脫俗套，以人文關懷製作更多與財經相關的深度報導。