

第一章 緒論

第一節 研究背景

2008年3月19日，在全國選民緊盯著各大新聞台轉播總統大選最新開票現況的同時，更有826萬股民(台灣證券交易所)樂觀振奮的期待馬英九當選後六三三(經濟年成長率達6%、失業率降到3%、國民平均年所得達3萬美元)競選政見能夠實現，經濟能夠「馬上好」(陳永吉，2008)，磨刀霍霍地準備大筆資金進攻股市。財經新聞被當成體育事件一般，開盤前分析、盤中即時報導、盤後剖析預估次日行情(Malkiel,2004)。而在非股市交易時段中，財經新聞佔據新聞時段的比重也愈來愈高，有兩岸開放投資上限、財經政策如何抵抗全球性通膨等等利多消息向投資人傳遞，也促使投資人買股、買樓、買基金的理財行為更趨積極。財經新聞把投資氛圍吵得滾燙，不少投資人耳裡迴繞著香港命理大師李居明所言「金融股票，好景一定應驗在四、五月，八、九月及十一、十二月，其中九月及十二月，是水運帶動股票最瘋狂的。」(李居明，2008)，卻無視於全球經濟指標走弱、油價高漲所導致的通膨疑慮及投資策略專家的示警，一面倒的投注大量資金進軍股市。但新政府搶救經濟的「馬上好」政策不敵全球景氣下滑、消費力減低，不到百日變成了「馬上漸漸好」。在新政府上任百餘日後，台北股市更是從5月20日最高點9309，至11月21日重挫到3955點，幾近腰斬的跌掉了五千餘點，市值縮水9.82兆元，每位股民荷包縮水逾百萬元(白又仁，2008)。

在證券號子裡，投資人目不轉睛的看著電視牆上不停跳動著的數字外，也不時轉頭盯著另一架電視，電視裡播報著哪一檔股票出現大量買單急拉、賣單急殺，又有哪一檔上市櫃股公布了最新財報以及是否符合預期。財經新聞節目主持人電話連線分析師，即時提供個股量價變化，並請分析師剖析、建議，如果分析師在經過消息面、基本面、技術面等等多方解讀後，認為股價仍具有上漲空間，證券號子裡的投資人可能就馬上拿起手邊的電話打給營業員用市價追進購買該檔股票，如此追高殺低的戲碼不時在證券號子裡上演著。如果投資人具備健全的

投資知識架構，支持本身的投資決策進行長期投資，為何盤中交易時間仍需豎起耳朵聽股票市場最即時的變化，依賴消息面可能被局部放大或被刻意遺漏的財經新聞，看著股價起起落落而心神不寧？

一位公認為全球最成功的美國投資大師巴菲特(Warren Edward Buffett)曾說：「股價在絕望中落地，在悲觀中誕生，在歡樂中拉抬，在瘋狂中消逝。」(郭硯靈、潘方勇，2008)。他認為投資股票必須善用公開資訊，投資自己了解的產業，而不是盲目地從眾交易(Richard Simmons,1999)，也就是在提醒投資人不隨人云亦云，有智慧的投資股票，才能獲得長期理想的收益(李桐豪，2007)。但投資市場裡，只有少數的理性投資人視購買股票為長期投資，卻有極大多數的投資人每天在證券號子裡盯著電視螢幕，承擔極大的風險追逐股市當紅炸子雞、砍殺股價不停下跌的弱勢股，為的是滿足錙銖必較、追求短期獲利的心理，卻與巴菲特提倡長期持有所投資股票是背道而馳的。經濟不景氣、融資追繳令萬箭齊發、股民心崩潰、罵聲連連的同時，投資人是否可以檢視當時身處熱到不行的投資氛圍，究竟是財經新聞節目推波助瀾所造成的？還是投資人應該為自己從眾與盲目的投資決策負責任？

第二節 研究動機與目的

新聞媒體是社會大眾對社會知識的最主要來源(羅文輝，1995)，由於新聞媒體容量有限，各媒體對新聞價值的判斷與選擇不盡相同，經過採編播流程檢視、綜合考量後，兼顧可信賴、專業性、正確性、多元性、社會責任等面向(何墨儀，2006)，取捨、選擇部份新聞播送。在新聞數量多時，可能大事化小，而新聞數量少時卻可能小事做大(Kelley,1963)，看似微乎其微的新聞經過新聞人員個人主觀判斷的「新聞價值」(羅文輝，1995)，透過媒體大量傳遞後，卻可能被放大檢視，使閱聽眾更加留意、重視。財經新聞服務的對象是社會大眾，不僅涵蓋特定商業機構與專業人士，也包括對財經新聞有興趣的一般民眾(楊倩蓉，2008)。如

果財經新聞從業人員針對財經新聞之播送，進行個人主觀的取捨、選擇，是否會陷入 Kelly 所言，大事化小抑或小事做大，而影響財經新聞可信度？

每每看到財經新聞節目主持人播報個股的即時新聞，或分析師提及看好的個股，影響到當時股價及成交量的變化，不免令人憂心，若財經新聞節目所提供的資訊是被刻意的操弄，造成閱聽投資人改變其投資決策，對個股追進或砍殺，閱聽投資人豈不成為有心人士的俎上肉？而對於社會大眾而言，財經新聞是投資決策的參考工具之一；瞭解投資人需要的財經新聞及何種財經新聞是投資人認為可信任的提供專業報導，則是財經新聞經營策略及永續經營的基本依據(何墨儀，2006)。投資人蒐集財經新聞之能力、資源、時間有限，財經新聞提供財經問題探討、經濟情勢分析、企業經營方針、產銷策略等資訊(楊倩蓉，2008)，省卻投資人蒐集財經新聞之時間、勞力，卻也可能影響投資人之投資決策，所以財經新聞可信度是值得被關切及商榷的。

Derr(1983)認為資訊需求是指一個人內在的認知與外在環境接觸後，造成疑惑和不確定感時，所產的一種心理需求(轉引自張樹人，2006)。投資人在投資決策中有財經新聞的需求，便試圖尋求獲得資訊的管道，而電視最大的好處在於投資人不用太費力的在眾多資訊中尋找，財經新聞節目提供了相關資訊，即時的「說」給投資人聽，是最方便簡易的資訊來源(何墨儀，2006)。Westley & Severin(1964)發現，當閱聽人偏好使用某種媒介，則他對此媒介可信度的評價就高(轉引自蒯光武，1989)。不論台灣或美國的研究都顯示，電視媒體不僅是民眾最常使用的媒體，也是民眾最相信的媒體(羅文輝、陳世敏，1993；Major & Atwood,1997；羅文輝，2004)。當投資人意識到財經知識不足以應付處理投資決策時，便需要財經新聞節目來解除疑惑，幫助判斷投資決策(張樹人，2006)，財經新聞節目的需求於是產生。也由於財經新聞的提供可能影響投資決策，因此財經新聞有正確報導財經新聞的責任。

大多數的研究將媒介使用與可信度的關連焦點放在電視與報紙等不同媒介

間之比較，且針對「新聞可信度」之研究多以一般綜合新聞為主，以財經新聞節目與投資決策為探討主軸之研究相當有限。有鑑於全台 125 個頻道中財經頻道所占的比率高達 7.2%(行政院新聞局，2008)，在股市交易時間內，投資人對財經新聞節目有即時、大量的需求，幫助判斷投資決策，但目前並無管道可以幫助投資人建立標準，協助投資人評判財經新聞節目可信度(何墨儀，2006)。因此，財經新聞節目所提供之資訊，是否會因當日盤面或個股走勢等等的因素，影響其可信度？而即時提供的財經新聞及盤勢分析，是否會對閱聽投資人之投資決策產生影響？本研究將針對目前由電視台自製的財經新聞節目－非凡新聞台「非凡 Morning Call」、「非凡最前線」、非凡商業台「非凡 Morning Call」、「非凡搶先報」、年代 MUCH 台「股市線上」及東森財經新台「財經早餐」、「股動錢潮」等盤前及盤中節目進行研究，分析上述財經新聞節目之內容，瞭解社會大眾如何評估財經新聞可信度及標準為何，以達到財經新聞節目是否影響閱聽投資人之投資決策之研究目的。主要研究問題如下：

- 一、 財經新聞節目之內容為何？
- 二、 投資人如何評估財經新聞節目可信度？
- 三、 影響財經新聞節目可信度的因素有哪些？
- 四、 財經新聞節目可信度是否會影響投資人之投資決策？