

第二章 文獻探討

在進行文獻整理的同時，本研究先簡單針對在上午七時至下午十四時，於台北股市交易時間內，由電視台自製之財經新聞節目：非凡新聞台之「非凡Morning Call」、「非凡最前線」、非凡商業台之「非凡Morning Call」、「非凡搶先報」、年代MUCH台之「股市線上」、東森財經新聞台之「財經早餐」、「股動錢潮」等財經新聞節目之內容及現況進行分析，瞭解影響財經新聞可信度之因素及閱聽投資人對財經新聞可信度評估之概念。第一節就財經新聞節目之發展現況及閱聽投資人收視概況做一說明。第二節及第三節則回顧以往有關新聞可信度及財經新聞之研究意涵。第四節將針對財經新聞可信度及影響財經新聞可信度之因素進行分析。

第一節 財經新聞節目現況

財經新聞節目播出之新聞包羅萬象，觀察國內外財經新聞頻道大多以該國股市投資理財相關新聞及全球各地金融市場之交易資訊為主，搭配國際、當局財經政治及學者專家之分析評估，期望以即時、正確且全方位之財經新聞建構財經新聞節目之可信度。而瞭解財經新聞資訊與相關研究將有助於釐清財經新聞節目所提供之財經新聞本質，進而建構財經新聞可信度評估之理論架構。本節將針對台灣在上午七時至下午十四時包含台北股市交易時間內，由電視台自製之財經新聞節目內容及收視表現進行分析，瞭解各個財經新聞節目所提供之財經新聞節目內容與觀眾收視概況。

一、非凡新聞台－非凡 Morning Call、非凡最前線

非凡新聞台自 1997 年成立，為本土第一個專業的財經新聞網，以財經專業台的定位做出市場區隔。非凡新聞台每周一至周五上午七時至八時四十五分於

58 頻道播出「非凡 Morning Call」財經新聞節目，揭開一天財經新聞序幕，帶領觀眾掌握全方位財經資訊、解讀各大財經報紙內容及台股開盤前最新資訊、分析國際股市與台股及期貨連動觀察。早上八時四十五分至下午十四時播出「非凡最前線」，由陳韋如及鄧凱銘二位主持人搭檔，節目緊跟台股與期貨盤勢脈動分析、以最快的速度提供產業訊息與個股重大新聞，遇重要新聞則進行 SNG 連線，直擊新聞現場。

「非凡 Morning Call」上午七時之節目內容鎖定前一日美股表現、相關經濟數據及企業財報公布，接續前一日台股及當日各大財經報紙之重點新聞播報；八時至八時四十五分節目內容部份重覆播報七時之重大財經新聞，報導前一日美股表現、及日本、韓國股市開盤最新概況及權值股價表現、剖析各大財經報紙新聞對即將開盤的台北股市影響，為閱聽投資人提供當日台股之方向及操作策略等等。

八時四十五分，期貨開盤至九時現貨開盤前，「非凡最前線」播報期貨即時走勢，並透過期貨開盤後的表現，預測稍後即將開盤的台股走勢。八時五十五分左右，主播由各大財經報紙中挑選重大財經新聞，再次提醒閱聽投資人可能對股價造成影響之財經新聞。

九時台股開盤至十四時之台北股市交易時段中，主持人針對當時台股及期貨交易現況、強勢股、弱勢股、重大新聞，電話連線予分析師進行討論與請教，提供資訊做為閱聽投資人之投資決策參考；十三時三十分現貨交易結束後，再次聚焦最後十五分鐘的期貨交易，提醒觀眾應留意之期貨現況及操作策略，十三時四十五分後則彙整當日台股之重大財經、政治事件及強勢股、弱勢股最終表現，叮嚀閱聽投資人次日應留意之財經重點。

二、非凡商業台－非凡 Morning Call、非凡搶先報

非凡商業台每周一至周五之七時至八時播出由投顧公司購買製作的「早安華

爾街」，主持人張是榮邀請分析師楊國群、蔡中錚及黃漢城等人針對台股走勢及強弱勢股作分析。八時則聯播非凡新聞台之「非凡 Morning Call」，八時四十五分至十三時三十分則播出「非凡搶先報」之財經新聞節目。主持人有周俞君、侯婉筠、王慧文及曾鐘玉四位，節目內容與上述「非凡最前線」差異不大，不脫全球股市、台北股市及國際財經新聞重點報導，所提供之新聞及彙整資料與「非凡最前線」有部份重疊。主持人鎖定前一日美股表現、相關經濟數據及企業財報公布，及日本、韓國股市開盤最新概況、強弱勢股表現，再接續昨日台股及當日各大報之重點新聞播報。

八時四十五分期貨開盤至現貨開盤前，則邀請期貨分析師進行訪談，針對當日期貨開盤及交易現況作解析。九時現貨開盤至十三時三十分，主持人針對當下現貨及期貨交易現況、強勢股、弱勢股、重大新聞進行統計與整理，並隨時與不同的分析師進行電話連線，提供閱聽投資人看盤資料，作為觀盤、操盤的參考。

三、年代 MUCH 台—股市線上

與非凡新聞台同年成立的「年代生活產經台」，2000 年更名為「eranews 年代新聞台」節目內容擴大為財經及新聞的綜合頻道，並含有部份訪談型態之節目內容。爾後幾年，年代以即時新聞取代部份訪談節目時段，發展為綜合新聞頻道；原每周一至周五的股市交易盤中節目「股市線上」也移轉至家族頻道「年代 MUCH 台」播出。主持人有陳書賢、黃洛婷、李傳慧及曾為分析師之施銘德四位輪流搭檔，與上述二個財經新聞節目相差不遠，「股市線上」節目內容不脫全球股市、台北股市及國際財經新聞重點報導，並由具備證券相關經歷背景者所組成製作單位，針對個股及新聞製作短篇專題特別報導，使該節目內容更加精彩豐富。

「股市線上」節目自早上七時開播，主持人鎖定前一日美股表現、相關經濟數據及企業財報公布，及日本、韓國股市開盤最新概況、強弱勢股表現，再接續昨日台股及當日各大報之重點新聞播報。

八時四十五分期貨開盤至現貨開盤前，邀請期貨分析師進行訪談，針對當日期貨開盤及交易現況作解析，預測現貨開盤之行情；結束訪談之後，主持人再重新為閱聽投資人整理重點新聞，輔以標題及字卡呈現直至九點現貨開盤。

九時現貨開盤至十三時三十分，主持人針對當下現貨及期貨交易現況、強勢股、弱勢股、重大新聞電話連線分析師，進行討論與請教；十三時三十分之後，則聚焦期貨最後十五分鐘交易，提供閱聽投資人應留意之期貨現況及操作策略，十三時四十五分後則彙整當日台股之事件及強勢股、弱勢股最終表現加以解讀，提供明日觀眾應留意之重點。

四、東森財經新聞台—財經早餐、股動錢潮

2006 年復台成功的「東森新聞 S 台」，現已更名為「東森財經新聞台」，經營主軸為財經新聞及財經節目，每周一至周五上午七時至下午十四時於 57 頻道，播出財經新聞節目「財經早餐」、「股動錢潮」，操作模式屬性與非凡新聞台「非凡最前線」、非凡商業台之「非凡搶先報」、年代 MUCH 台「股市線上」相近，由主持人張雅芳、楊世光及沈品鈞三位輪流搭檔，提供盤前、盤中、及盤後股市交易資訊及解盤，並與分析師電話連線，針對台股表現及個股進行解析，為投資人整合製作重大財經議題內容，提供台股走勢分析及操作策略。

「財經早餐」七時之節目內容鎖定前一日美股表現、相關經濟數據及企業財報公布，接續當日各大報之重點新聞播報；八時播出由二位主持人搭配的「股動錢潮」，節目內容避免重覆播報七點之新聞，由曾為分析師之主持人楊世光針對美國四大指數及成份股進行技術面深入剖析，主持人張雅芳則針對當日各大財經報紙之財經新聞為閱聽投資人進行深度解讀及日本、韓國股市開盤最新概況；八時三十分以後，節目現場邀請分析師簡短針對前一日台股表現及看好看壞之族群進行解析，為閱聽投資人提供當日台股之方向及操作策略。

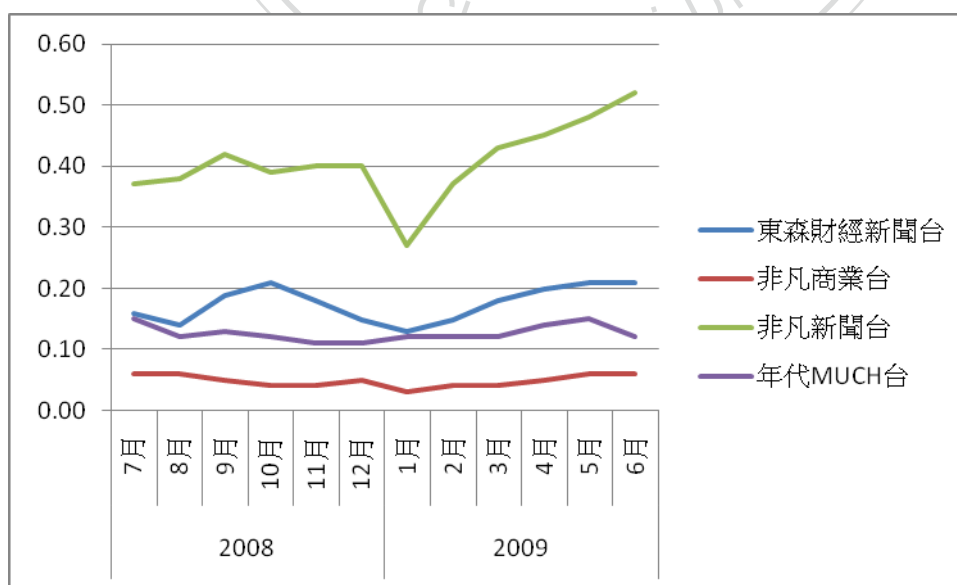
八時四十五分期貨開盤至現貨開盤前，主持人電話連線期貨分析師，針對當

日期貨開盤及交易現況作解析，預測現貨開盤之行情；結束電話連線後，主持人再重新為閱聽投資人整理、播報重點新聞，輔以標題及字卡呈現直至九點現貨開盤。九時台股開盤至十三時三十分交易時段中，主持人針對當下現貨及期貨交易現況、強勢股、弱勢股、重大新聞分別電話連線予不同的分析師，與分析師進行討論與請教；十三時三十分現貨收盤至十三時四十五分聚焦期貨交易，主持人則提供應留意之期貨現況及操作策略，十三時四十五分後則彙整當日台股之事件及強勢族群、弱勢族群、尾盤量價特殊表現股之概況，提供明日閱聽投資人應留意之重點。

五、財經新聞節目收視率分析

分析上述四個盤前及盤中財經新聞節目頻道內容，皆以台北股市搭配國際股市為主要的節目內容呈現及報導，差異性不大。經取得台灣 AGB 尼爾森媒體研究所以個人收視紀錄器進行收視調查資料，在 2008 年 7 月 1 日至 2009 年 6 月 30 日止，上午七時至下午十四時，四歲以上之個人所有電視頻道每小時平均收視率可繪製成下圖：

圖 2-1：2008 年 7 月 1 日至 2009 年 6 月 30 日財經新聞節目平均每月收視率概況



(資料來源：AGB 尼爾森媒體研究)

由圖 2-1 可知四個財經新聞節目頻道收視率之差異，「非凡新聞台」明顯領先其他三個頻道甚多，且由 2008 年收視率暫居第一及第二之「非凡新聞台」與「東森財經新聞台」二個財經新聞節目頻道收視率顯示，發生重大政經大事件之月份收視率皆明顯提升 (eg: 2009 年 3 月至 6 月台股出量急漲挑戰 7000 點大關)，不難發現當重要金融事件發生時，投資人對財經新聞之需求明顯提高，便尋求財經新聞節目提供相關參考資訊，以協助判斷投資決策。且比較四個財經新聞節目頻道收視率，「非凡新聞台」明顯超越其他三個財經新聞節目，可能對一般閱聽投資人而言，「非凡新聞台」節目內容之質與量，已成股市中影響力最大之財經新聞節目，而成為閱聽投資人首選。

第二節 新聞可信度

大眾傳播事業發達、傳播科技日新月異，傳播媒介儼然成為民眾日常生活中獲取資訊所不可或缺的管道(曠湘霞, 1985)。傳播學者 Schramm(1957)提出大眾傳播社會責任理論，「強調新聞傳播事業必須負起責任，維護公益、揭示真理，並對事、物作出公正、持平的闡釋，才有助於奠定自由社會的根基」(程之行，1995:9-22)。McQuail(1994)的媒體研究中發現，「媒體」是一種力量的來源，是閱聽人與現實社會的中介。也因為傳播媒介對社會之影響力長久深遠，其所提供資訊之「品質」更顯重要。

Kohring & Jörg Matthes(2007:231)進行有關新聞媒介信賴的研究中認為，信任是維護社會秩序與凝聚社會的重要基礎，因此新聞媒介的可信任程度在現代社會裡扮演著重要的角色。台灣於一九八七年解嚴後，各類媒體大量增多，具爭議性報導逐漸取代以往平實的報導風格佔據主流版面，使得媒體之可信度逐漸受到質疑(見

<http://zh.wikipedia.org/w/index.php?title=%E8%87%BA%E7%81%A3%E5%AA%92%E9%AB%94%E4%BA%82%E8%B1%A1&variant=zh-tw#.E8.83.8C.E6.99.AF>)。由於新聞

媒體是社會大眾對社會知識的最主要來源(羅文輝，1995)，若新聞媒介無法取得閱聽人之信任，甚至使閱聽人懷疑其潛在功能，不僅會影響其銷數或收視率，更會使得閱聽人無法相信媒體所提供的資訊(羅文輝，2007)。本研究為瞭解財經新聞可信度與投資決策影響之因素，相關文獻將首先介紹可信度的意涵，隨後分析可信度相關之面向。

一、可信度：概念與意涵

因為「可信度」是新聞媒介最重要的資產，故新聞媒介的「可信度」始終是學術界與實務界共同關切的話題(羅文輝，1993)。最早對媒介可信度進行研究的是五〇年代以Carl I. Hovland為首的耶魯學派，Hovland, Janis & Kelley (1953:20)認為閱聽人對傳播者的信任態度，與傳播者的知識(knowledge)、智力(intelligence)及誠意(sincerity)有關。

在「可信度」的概念提出之後，便有許多學者對於「可信度」一詞給予定義。Berlo, Lemert & Mertz(1970:1)認為「可信度」是傳播者取信於他人的特質，也是訊息接收者對訊息來源之判斷與理解。Singletary(1976)認為「可信度」是相信的程度 (believability)。DeVITO(1986)認為「可信度」就是說服的品質(quality of persuasiveness) (轉引自梁維國，2000)。Tubbs & Moss(1987:293)則認為「可信度」是相信某人的言論及作為的意願(our willingness to trust what another person says or does)。O' Keffe(1992:130-131)認為「可信度」係訊息接受者對傳播者可相信程度 (believability)的評估，是一種「認知的可信度」(perceived credibility)(轉引自羅文輝，2004)。

由於學者們對於「可信度」的內涵定義不一，專家學者便試圖尋找「可信度」的各種不同面向，以及測量媒介「可信度」各面向的因素(覃逸萍，1992)。

二、新聞可信度的面向

國外在新聞媒體可信度的研究中，主要針對不同媒體有三個取向：比較不同媒體可信度、探討媒體可信度面向及分析影響媒體可信度之因素(羅文輝、陳世敏，1993)。爾後探討「可信度」的研究中，除了以媒體為研究主軸外，又擴大至訊息產製及閱聽人等四個面向(Ganahl,1994)：媒體機構(media institution)、訊息特性(message characteristics or media practices)、閱聽人特性與態度因素(audience characteristics & attitudinal factors)及情境因素(situational considerations) (轉引自葉恆芬，2000)。

在五〇年代，Hovland, Janis & Kelley(1953:21)等人認為閱聽人可能相信傳播者有傳播訊息之能力，唯若不能有效、明確地傳播訊息，可能會影響閱聽人對傳播訊息信任之程度，因此提出「可信度」(credibility)是以傳播者(communicator)的專門知識(expertness)及可靠性(trustworthiness)所組成二個面向概念後，帶動許多後續研究分析可信度之面向。例如Whitehead (1968:63)從閱聽人評估傳播者的研究中，發展出影響「新聞來源可信度」的因素有：值得信賴(trustworthy)、能力(competence)、動力(dynamism)及客觀性(objectivity)等，這四個可信度面向，分別由下列題項建構而成：

- 1、值得信賴：測量題項包括公平(fair)、優良的發言人(good speaker)、可尊敬的(respectful)、優良(good)、正確(right)、誠實(honest)、可信任(trustworthy)、忠誠以對(loyal to listeners)、令人欽佩(admirable)、正直(just)、耐心(patient)、準確(correct)、誠懇(sincere)、簡單明瞭(straightforward)、可信賴(reliable)、價值(valuable)、無私(unselfish)、佳(nice)、美德(virtuous)、善意(has good will)、沈著(calm)、道德觀(moral)、坦白(frunk)、友善(friendly)。
- 2、能力：測量題項包括專業(professional)、經驗(experienced)、具專業模式(has professional manner)、權威(authoritative)、有遠見(has foresight)。
- 3、動力：測量題項包括活力(energetic)、積極(aggresive)、機動性(active)、膽大

(bold)、果斷 (decisive)、有自信(proud)。

4、客觀性：測量題項包括不偏頗(open-minded)、客觀(objective)、公正(impartial)。

Berlo, Lemert & Mertz(1970:573)在「新聞可信度」研究中認為「新聞可信度」應納入閱聽人對資訊來源之感知觀察，他們並發現新聞可信度包含「安全性」(safety)、「資格」(qualification)和「動力」(dynamism)三個面向，用來測量這些面向的題項如下：

- 1、安全性：測量題項包括心胸開放/心胸狹隘(open-minded/closed-minded)、正直/不正直(just/unjust)、誠實/不誠實(honest/dishonest)、無偏見/有偏見(unbiased/biased)、合理/不合理 (reasonable/unreasonable)、令人欽佩/可鄙(admirable/contemptible)、平靜/煩燥(calm/ upset)、客觀/主觀(objective/subjective)、誠實/不真誠 (sincere/ insincere)、無私/自私(unselfish/selfish)、可信任/不可信(trustworthy/untrustworthy)、正確/錯誤(right/wrong)、有耐心/不耐煩 (patient/impatient)、好/壞 (good/bad)、同情/冷酷(sympathetic/unsympathetic)、正確/錯誤(correct/incorrect)、穩定/不穩定(stable/unstable)、不頑固/頑固(not stubborn/ stubborn)、謙虛/誇大其辭(modest/boastful)、仁慈/殘忍(kind/cruel)、合理/無理性(rational/irrational)、尊重/不尊敬(respect/disrespect)、親切/粗糙(gracious/crude)、可信/不可信(believable/unbelievable)、可靠/不可靠 (reliable/unreliable)、有聲譽/聲名狼藉(reputable/disreputable)、可依賴/不可依賴(dependable/ undependable)、友好/不友好 (friendly/unfriendly)、可感受/不能感受(sensible/not sensible)、負責任/無責任感 (responsible/ irresponsible)、合乎邏輯/不合邏輯(logical/illogical)、思考/不假思索(thoughtful/thoughtless)、實際/不實際(realistic/unrealistic)、體諒/不妥協(understandable/uncomprehendable)、實際/不實際 (practical/impractical)、原創/陳腐(original/hackneyed)、清楚/不清楚 (clear/unclear)、一致/不一致(consistent/inconsistent)

2、資格：測量題項包括訓練/未受訓練(trained/untrained)、有經驗/無經驗(experienced/ inexperienced)、權威/缺乏威權(authoritative/ unauthoritative)、熟練/不熟練(skilled/unskilled)、被告知/未被告知(informed/ uninformed)、重要/不重要(important/ unimportant)、教育/沒受教育(educated/uneducated)、專家/缺乏知識(expert/ignorant)、有能力/不能勝任(competent/incompetent)、知識淵博/無知的(knowledgeable/unknowledgeable)、有能力/無能力(capable/ incapable)、強而有力/無力(powerful/powerless)、嚴肅/說笑(serious/joking)、有目的/漫無目的(purposeful/aimless)、聰明/無知(intelligent/ unintelligent)、關切/不關切(concerned/unconcerned)、成功/不成功(successful/unsuccessful)、有興趣的/不感興趣的(interested/disinterested)、學術性/非學術(scholarly/ unscholarly)、有效/無效(effective/ineffective)、有效率/無效率(efficient/inefficient)、有野心/無野心(ambitious/unambitious)、有價值/沒有價值(valuable/worthless)、強/弱(strong/weak)、深刻/表面(profound/superficial)、細心/粗心(careful/careless)、說服/無說服力(persuasive/unpersuasive)、組織/雜亂(organized/ disorganized)、整齊/混亂(orderly/disorderly)、肯定/不確定(certain/uncertain)、聰明/愚蠢(wise/ foolish)。

3、動力：測量題項包括直率/保留(frunk/reserved)、快速/緩慢(fast/slow)、充滿活力/疲倦(energetic/tired)、外向/內向(extroverted/introverted)、大膽/膽小(bold/timid)、主動/被動(active/passive)、積極/溫順(aggressive/meek)、果斷/優柔寡斷(decisive/indecisive)、多采多姿/枯燥(colorful/dull)、自信/不確信(confident/unsure)、親密/遙遠(intimate/remote)。

Jacobson(1969)依據Lemert等人提出之可信度面向，運用語義量表，以因素分析法，將「可信度」分為四個面向：真實性(authenticity)、客觀性(objectivity)、動力(dynamism)及慰藉(respite)，他們測量這四個面向的題項如下：(盧鴻毅，1992；梁維國，2000)。

- 1、真實性：可信賴/不可信賴(trustworthy/untrustworthy)、正確/不正確
(accurate/inaccurate)、專家/無知(expert/ignorant)、心胸開放/心胸狹隘
(open-minded/closed-minded)。
- 2、客觀性：偏見/無偏見(unbiased/biased)、非個人/個人(impersonal/ personal)。
- 3、動力：多采多姿/黯淡(colorful/colorless)、重要/不重要(important/ unimportant)、
簡單/困難(easy/difficult)、大膽/膽小(bold/timid)。
- 4、慰藉：輕鬆/緊張(relaxed/tense)、愉快/不愉快(pleasant/unpleasant)。

相較前述先進針對新聞可信度之研究，Singletary(1976:318)的研究，更擴大指出影響新聞可信度因素之六大面向：

- 1、知識性(knowledgeability)：測量題項包括知識淵博(knowledgeable)、受過教育
(educated)、聰明(intelligent)、不俗的品味(good sense)、消息靈通(informed)、解
釋(interpretive)、洞察力(insight)、內心渴望事實的深度(eager for truth. depth of
mind)、誠實(honest)、公正(fair)、精確(exact)。
- 2、吸引力(attraction)：測量題項包括引人發笑的(amusing)、令人愉快(enjoyable)、
幽默(humorous)、令人愉快(pleasant)、優雅(personable)、溫暖(warm)、修飾
(groomed)、整潔(neat)、多功能(versatile)、好的聲音(good voice)。
- 3、值得信賴(trustworthiness)：測量題項包括可信任(trustworthy)、誠實(truthful)、
可靠(reliable)、徹底(thorough)、客觀(objective)、合理(reasonable)、可感受
(sensible)、心胸開放(open-minded)。
- 4、清晰(articulation)：測量題項包括明瞭(clarity)、清楚(clear)、前後一致(coherent)、
可溝通 (communicable)、廣泛(comprehensive)、可信(credible)。
- 5、敵對性(hostility)：測量題項包括挑戰(defiant)、諷刺(satirical)、譏諷(sardonic)。
- 6、穩定性(stability)：測量題項包括非感情(un-emotional)、不激進(non-radical)、非
歇斯底理的(never hysterical)、無爭論(non-controversial)。

Gaziano & McGrath(1986)與 ASNE(The American Society of Newspaper Editors)進

行的研究發現「新聞可信度」具有二個面向：報導可信(credibility)與社會關切(social concerns)，其中「報導可信」包含十二個題項，「社會關切」則包含三個題項：

- 1、報導可信：測量題項包括是否公平(is fair or unfair)、是否有偏見(is biased or unbiased)、是否報導完整(tell the whole story or doesn't tell the whole story)、是否正確(is accurate or inaccurate)、是否侵犯個人隱私(invades or respects people's privacy)、是否顧及閱聽眾之利益(does or doesn't watch after reader's privacy)、是否關心社會福祉(is or isn't concerned about the community's well-being)、是否意見與事實分開(does or doesn't separate fact & opinion)、是否值得信任(can or can't be trusted)、是否關心大眾利益或公司獲利(is concerned about the public interest or concerned about making profits)、是否夾帶個人意見(is factual or opinionated)、訓練純熟或無經驗的記者(has well-trained or poorly trained reporters)。
- 2、社會關切：測量題項包括是否在乎閱聽人看法(cares or doesn't care what audience thinks)、是否煽情(sensationalizes or doesn't sensationalize)、是否道德(is normal or immoral)。

Meyer(1988)修正 Gaziano & McGrath 的測量指標，認為排除社會關切之面向後，仍可測出媒體可信度，便依據 ASNE 之測量指標為基礎，提出測得「新聞可信度」之題項有下列五個：

- 1、公正或不公正(fair or unfair)。
- 2、無偏見或有偏見(unbiased/biased)。
- 3、報導完整或報導不完整(tell or doesn't tell the whole story)。
- 4、正確或不正確(accurate/inaccurate)。
- 5、能被信任或不能被信任(can be trusted/can't be trusted)。

此指標被後續研究認為是測量「新聞可信度」的最佳指標(West,1994:161)。

羅文輝(1993)則根據 Gaziano & McGrath(1986)及 Meyer(1988)的研究發現，將

「可信度」視為具有「報導可信度」(credibility)及「社會關切」(social concerns)二個面向之概念，認為測量新聞可信度有以下題項：

- 1、報導可信度：包括可靠程度、正確程度、客觀程度、公正程度、詳細完整、不偏頗的程度、不誇張的程度、值得信賴的程度。
- 2、社會關切：包括關心大眾利益、重視國家利益、關心社會福利、重視大眾意見、尊重隱私、維護大眾知的權利、推動社會改革、維護社會公義。

針對新聞可信度之多項研究，多以消息來源如何影響新聞可信度為概念，但較少留意到傳播媒體的可信度，Schweiger(2000)則將「訊息可信度」之來源依據分為六個層次如下：

表2-1:Schweiger訊息可信度參考標的分類

第一層	內容呈現者(presenter)	主播、評論者。
第二層	消息來源與參與者(source/actor)	消息來源。
第三層	編輯單位(editorial units)	節目、文章。
第四層	媒介產品(media product)	電視台、報社、網站。
第五層	媒介次系統(subsystem of media type)	頻道、小型報社。
第六層	媒介種類(media type)	電視、報紙、網路。

此六個層次之可信度具有不同的影響題項，研究發現某層次的可信度亦會受其它層次可信度之影響(Schweiger,2000:40)。

近代研究者認知到新聞可信度的重要性並非在於「何謂可信度？」，而是在於「觀眾如何評估可信度？」。因此 Kohring & Jörg Matthes(2007:231)針對新聞媒介可信度之研究發現，新聞可信度的發展規模與效果是多維的，其閱聽人對新聞媒介之可信度有四項基本特質：

- 1、相信選擇的題材 (trust in the selectivity of topics)。
- 2、相信選擇的事實(trust in the selectivity of facts)。
- 3、相信描述的正確性(trust in the accuracy of depictions)。

4、相信新聞的評估(trust in journalistic assessment)。

有關新聞可信度之研究，通常使用語義區分技術，或以研究者主觀認定某些可能的因素，加上受訪者之意見，找出最重要的影響題項。這些研究題項在不同的場合對不同的對象所作的調查，都可能產生不同的面向(West,1994)。也因此學者群對「新聞可信度」的核心面向未能產生一致性的概念(Kohring & Jörg Matthes, 2007:231)。由於不同的研究所使用的題項不同、研究之間並無可以比較的基礎、不同的研究方法測得的結果概念不明，也因此構成不同的新聞可信度面向。

財經新聞的複雜度相當高，閱聽人對其可信的關注焦點也與個人利益息息相關，而評估財經新聞可信度更須具備某種程度之專業(何墨儀，2006)。本文隨後將深入探討財經新聞之意涵及其可信度。

第三節 財經新聞之意涵

「財經新聞」的分類方式很多，一般來說，財經新聞最常被稱為「經濟新聞」(economic news)及「財經新聞」(financial news) 二種(黃怡鈞，2005)。

Encyclopedia of Library and Information Science(Bouazza,1986)認為「財經新聞」是由商業(business)及經濟(economics)構成，可分為下列主題(轉引自何墨儀，2006)：

- 1、一般經濟(general economics)。
- 2、商業條件與統計資訊(business conditions and statistics)：含地區(regional)、國內(national)、國際(international)。
- 3、景氣循環及趨勢(business cycles and trends)。
- 4、金融(money, credit and banking)。
- 5、財政及賦稅制度(public finance and fiscal policy)。
- 6、企業財務(business and corporate finance)。
- 7、投資管道與資本市場(investment and security markets)。
- 8、企業管理(business administration)。

- 9、與商業相關之法規(government regulation of business)。
- 10、產業研究(industry studies)。
- 11、勞工經濟(labor economics)。
- 12、國際經濟(international economics)。
- 13、國際貿易(balance of trade and payment)。
- 14、國內外經濟概況(foreign area economic conditions)。

戴華山(1988)認為財經指的是「財稅」與「經濟」，凡是人們生活中的食、衣、住、行、育、樂等項目，均與財經有密切關係，因此財經新聞在人們生活中，佔有重要的地位，與人們生活密不可分。

周一玲(2001:12-15)認為「財經新聞」包羅萬象，國內財經內容除了「財經新聞」外，內容幾乎與股市有密切關連性，因此將其分類為下列六個面向：

- 1、基本面：全球經濟情勢、產業發展與競爭、企業營運與獲利狀況。
- 2、技術面：股價之變動與規律性。如K線、均線、月線等。
- 3、消息面：正是所謂的「利多」、「利空」，此類消息透過傳播，無論真假，皆會影響股價波動。
- 4、資金面：市場資金充裕及流動概況。
- 5、籌碼面：股市中融資、融券等資訊。
- 6、政治面：政府政策的執行與國際關係情勢。

在少數界定財經新聞研究中，方怡文、周慶祥(1999:16)將「涉及財政、經濟與各項商業行為有關的活動」，統稱為「財經新聞」，並認為報導「財經新聞」應具備之下列要素：

- 1、熟悉單位之職掌：清楚知道各單位負責業務之內容，才不會問錯人或問錯問題。
- 2、具備專業知識：擁有專業知識，才能看懂新聞稿、分辨重要性及精確報導。
- 3、橫向聯繫的觀念：財經新聞常是相互牽連、互有影響，需對新聞方向有點、

線、面的敏銳判斷。

4、觸類旁通：能夠對財經新聞及公布數據加聯想或猜測。

5、融會貫通：對財經專有名詞融會貫通，再口語化寫成新聞稿，以利閱聽人解讀及判斷。

王小波(2005)對財經新聞的定義分為狹義與廣義二種：在銀行、保險、證券等市場發生的新聞屬於狹義之財經新聞；從金融、資本市場的角度報導經濟活動與現象則屬廣義的財經新聞。

綜合以上財經新聞之定義，可以說財經新聞是與人們生活有關的「財稅」與「經濟」等活動，由媒體採訪、整理、編輯報導的新聞資訊。為避免掛一漏萬，舉凡商業、經濟、財務、股市等相關新聞報導，在本研究中均視為財經新聞。也由於財經新聞包含領域廣泛，且國內財經內容幾乎與股市有密切的關連性，因此本研究將分析對象設定為非凡新聞台之「非凡Morning Call」、「非凡最前線」、非凡商業台之「非凡Morning Call」、「非凡搶先報」、年代MUCH台之「股市線上」、東森財經新聞台之「財經早餐」、「股動錢潮」等，分析其節目內容。

第四節 財經新聞可信度及影響財經新聞可信度之因素

一、財經新聞可信度

財經新聞包含領域廣泛，且與投資、財稅、經濟資訊及各種商業活動等等之金錢交易、人們生活理財息息相關(戴華山，1988；方怡文、周慶祥，1999)，相關之報導不容歪曲，甚至連數字、標點都不得疏忽(楊士仁，1989)，因此也引起國內逐漸開始出現以財經新聞為標的的研究。陳淑美(1992)認為財經新聞的內容，不僅要求證消息的正確性、時效性，更須兼顧資訊的累積、後續發展的預測與追蹤，不僅提供閱聽人時事變化、金融波動、產業動向之參考依據，更是政策訂定的重要參考指標。

二、財經新聞可信度之面向及影響財經新聞可信度因素

在新聞可信度研究面向中，各研究因對象、時間、地點的不同，呈現之題項稍有不同，唯「公平」、「正確」、「誠實」、「可信賴」等題項見諸於許多研究中(Whitehead,1968；Berlo, Lemert & Mertz,1970；Gaziano & McGrath,1986；羅文輝，1993)，這些題項也在傳統的可信度研究中，成為評量的標準。

國內針對財經領域與可信度評估關連性的研究很少，張雅芳(2005)以 Meyer (1988)「新聞可信度」研究之五個題項：公正或不公正、無偏見或有偏見、報導完整或報導不完整、正確或不正確、能被信任或不能被信任為基礎，其針對電視財經節目與投顧分析師作為標的發現，影響財經節目可信度的因素有：訊息正確多元、利益迴避、公正客觀與觀眾互動等四項。

而同樣針對國內財經新聞節目可信度之研究中，何墨儀(2006)根據Whitehead (1968)從閱聽人評估傳播者的研究中，發展出影響「新聞來源可信度」四個面向：值得信賴、能力、動力及客觀性等面向，研究財經頻道可信度，獲得可信賴性、專業性、正確性、多元性及社會責任等五個面向。

本研究將依據 Meyer(1988)在閱聽人評估傳播者可信度研究發展出影響「新聞可信度」的五個面向：公正與否(fair or unfair)、是否有偏見(unbiased/biased)、完整報導與否(tell or doesn't tell the whole story)、正確與否(accurate/inaccurate)、是否可被信任(can be trusted/can't be trusted)等，深入探究「財經新聞可信度」之面向及影響「財經新聞可信度」之因素。

根據 Meyer(1988)研究發現「正確與否」及「被信任與否」會對「新聞可信度」產生影響。而財經新聞之報導是否正確、從業人員是否能夠針對財經新聞進行求證、掌握要點、精確陳述、誠實不誇大，產製具有價值的報導，使閱聽眾獲得可信任的財經新聞，「可被信任」在財經新聞可信度面向中占有舉足輕重的角色。因此本研究將「可被信任」此面向列為研究財經新聞可信度之第一面向。

影響財經新聞的相關因素甚多(王洪鈞，2000)，方怡文、周慶祥(1999)認為財

經新聞內容應以專業為主體，因此報導「財經新聞」應具備「專業水準」面向。由具備專業資格、權威者提供資訊，經過受過良好訓練、具備財經專業知識且累積處理財經新聞能力及經驗的新聞從業人員，將艱深難懂的財務資訊，運用簡潔的用字譴詞，使閱聽眾獲得具「專業水準」的財經新聞。因此本研究「專業水準」此面向列為研究財經新聞可信度之第二面向。

此外，考量財經新聞之複雜性及專業性，能夠提供即時、迅速且具備國際化視野，有遠見、深度之財經新聞予閱聽人，亦為Meyer(1988)認為新聞可信度應具備「完整報導」之面向，因此本研究針對財經新聞之「報導迅速、內容多元」列為財經新聞可信度之第三個面向。

由於新聞媒體是社會大眾對社會知識的最主要來源(羅文輝，1995)，新聞可信度具備社會所期望的條件特質，財經新聞更應重視第四個面向「社會責任」，維護大眾知的權利、以大眾利益為考量、不涉及股票內線交易，提供客觀、公正、不偏頗的報導。

綜上所述，本研究將財經新聞節目可信度概念定義為「可被信任」、「專業水準」、「報導迅速、內容多元」及「社會責任」等四個面向，後續研究將針對上述面向及重要性進行財經新聞節目之內容分析及深度訪談，以瞭解財經新聞節目可信度之評估因素是否對投資決策產生影響。