

# 環球金融風暴 財經傳媒有責？



本港大多數的媒體財經平台都是以發放最新市場價位行情、市場走勢、公司消息、股評人意見及炒股貼士為主。  
(資料圖片)

近期有不少人指責，傳媒是造成環球金融風暴的主要元兇之一。也有學者專家指出，傳媒在金融危機發生前一直鼓吹炒風，未有發揮制度監察和危機「預警」功能，事後又只有如「熱鍋螞蟻」和「火上加油」，作誇張失實的報道，甚至置身事外，缺乏自我批判完善能力。

究竟這些指責是否公允？或只是一些直覺的假象？明顯地，一些對傳媒的批評可能過分苛刻，也有少部分媒體真的正直不倚、克盡己職。但這些意見批評仍值得傳媒界反思和「補過」。

## 財經媒體打造橫財夢

香港股市散戶投資者知識不足，主要靠個人直覺經驗和貼士消息作炒賣，未能真正瞭解股市的原理和投資者自己的權利與義務。

根據幾年前筆者在浸大「公司管治研究中心」，替註冊財務策劃師協會進行的一項調查，香港投資者利用媒體消息，多於利用一手公司資料作研究分析作投資決定。

香港是金融中心，資訊特別發達，有多種收費或免費報章、雜誌、電視、電台、手機及互聯網等媒體訊息平台，提供各式各樣財經消息。除了二份財經報章及其他的投資雜誌外，綜合報章財經版過去十年也有飛躍發展，由最初只有一、二頁發展到十多頁，甚至自成一疊。除了有線電視，NOW TV 和無綫等收費電視成立專線財經台，二家免費電視頻道也加設每天直播財經節目，財經傳媒人才一時成為市場爭奪對象。

目前，本港大多數的媒體財經平台都是以發放最新市場價位行情、市場走勢、公司消息、股評人意見及炒股貼士（如止賺位或止蝕位）為主，主要對象為短線炒家，內容流於表面化，甚至有助長炒風之嫌。相對來說，較少着重基本價值分析及

投資者教育功能，特別在上市公司的營運狀況、管治水平、管理層質素、策略、風險及前景因素等方面，都缺乏深入獨立研究分析。

財經媒體股評欄一般投散戶所好，為他們製造一些橫財夢，免費提供投資或買賣股價貼士。近年的「打電話問貼士」節目也特別流行。事實上，投資一家持續增長的公司生意怎會有所謂「止賺位」？筆者一直不明白為可媒體要花那麼多資源篇幅（甚至屬於大眾的公共電波）來迎合這一小撮小炒家？究竟這類內容對提升市場效率質素和實質經濟有何幫助？

## 股評人獨立性成疑

媒體股評人的獨立性近年也受關注。至於對股評人的監管，證監會只能直接監管持牌分析員，要求他們在專欄或節目內交代個人利益資料和自己買賣是否與所推薦一致。但對非持牌股評人，為了尊重媒體言論自由，證監會無法監管，只依賴股評人自律及媒體管理層作出監察。

近年市場流行所謂 IR (Investors Relations, 即投資者關係)，但不少上市公司把 PR (Public Relations, 即公關) 包裝為 IR，其高層主動與傳媒人打好關係，出錢贊助個別節目或專欄，有意或無意嘗試影響編採人員或股評人的報道。

事實上，我們一直認為財經媒體有監管企業和保障或教育大眾投資者的使命。財經資訊產品與一般消費品不同，從業員有維護公眾利益的社會責任和專業良知，而非只是為了收視率和盈利。

香港的財經媒體必須盡快轉型，除了滿足用戶的資訊需求外，也要提升他們的智慧和獨立判斷力，以能有效選擇和運用有關資訊。

## 預警失效 報道表面

有人認為金融危機的徵兆及警號早已出現，但一直未見傳媒大聲疾呼作預警。媒體對金融危機醞釀過程中的資訊報道，反應緩慢，甚至遲鈍，沒有發揮好「看門狗」的警報職責。但究竟是因為傳媒缺乏最先進金融運作的知識，或是因為傳媒迷失了方向？

在美國，傳媒的既得利益也是導致其失職的原因之一。在金融海嘯出現前幾年，報章雜誌最重要的廣告收入來源就是樓盤、信用卡及再融資公司，加上傳媒為自利積極鼓吹消費享樂主義，容易令人借貸過度。媒體變成地產商與金融機構的市場營銷工具。

很多媒體減少了時事深入偵查報道的篇幅，而改為增加股市新聞、理財消息及生活時尚 (life-style) 專版。

一些財經傳媒記者喜愛接近和追捧一些商場大亨、金融界名人及理財成功的人士，喜歡參加商界名人的飲宴招待，尊崇而非監察這些企業機構與人物，也是道至傳媒失職的原因。

為了不要得失偶像人物或廣告商，一些傳媒編輯也不鼓勵記者偵查分析某些企業。一些記者工作於多媒體的環境內，一身兼多職，還哪有時間精力撰寫反思性分析性的報告？

在危機出現後，大多傳媒急於大幅負面報道，好像這場災難是突然間爆發出來的；報道大多流於表面事件徵象而欠缺深度分析（像另類的八卦雜誌），表現出不認識這個危機的前因及後果似的，甚至不知道自己成為危機或問題的一部分。

近年，一些財經記者缺乏基本會計金融知識（特別是如 CDO 等複雜衍生工具），很容易將企業新聞稿或高層的回覆當作真實資料，或只是一知半解，未能及時提出疑問。

在危機發生後，小部份傳媒甚至有「趁火打劫」之嫌。為了解決自身銷路與廣告收入問題，對經濟危機作火上加油的誇張報道。雖然也給政府前所未有的強大壓力，督促其迅速提出有效紓困方案，但結果引發了社會大眾更加恐慌，以致經濟進一步惡化，令媒體自己經營更加困難。

在金融海嘯爆發後，歐美一些獨立新聞及評論網站已逐漸扮演了監察和批評傳統傳媒的角色，檢討傳統傳媒在金融危機事件中的功過。愈來愈多新聞機構以互聯網作為主要的資訊發放渠道，網上新媒體監察傳統傳媒的功能正在日益彰顯，開始成為監察傳統傳媒的第五種權力 (the fifth estate)。由於具備公開和即時互動功能，未來相信這個發展會變成新趨勢，但由誰來監管這個新媒體的第五權，又變成另一個關注點。

## 傳媒應反思補過

正如 *Plunder* (掠奪) 一書的作者 Schechter 最近回顧危機並指出：「這是一個金融系統的失敗、監管的失敗及傳媒的失敗。但眾人都只提前兩者而忽略最後者」。

是次金融海嘯，不少傳媒忽視了協助公眾偵察環境、了解市場實況的功能。一些傳媒人甚至可能受人利用，冒險出力卻一無所得。當傳媒將自己從具有監督與改進市場功能的角色變為市場工具，人們對傳媒的信任將會消失。

為了「補過」，財經媒體應在此時刻提供社會大眾最充分客觀、公正、翔實、具查證基礎、有深度和平衡的報道分析，捍衛最基本的新聞道德價值。

何順文 澳門大學副校長兼教授  
李元莎 美國威斯康辛大學商學院助理教授



當傳媒把自己從具有監督與改進市場功能的角色變為市場工具，人們對傳媒的信任將消失。  
(資料圖片)