

عنوان مقاله:

مطبوعات و رسانه ها: واسطه گره های نوین اطلاعات در بازارهای سرمایه

محل انتشار:

فصلنامه حسابداری و منافع اجتماعی، دوره 7، شماره 2 (سال: 1396)

تعداد صفحات اصل مقاله: 18

نویسندگان:

محمدرضا وطن پرست - استادیار، گروه حسابداری، واحد رشت، دانشگاه آزاد اسلامی، رشت،

ساسان مهرانی - دانشیار حسابداری، دانشگاه تهران،

خلاصه مقاله:

در این مقاله به مرور کلی نقش مطبوعات و رسانه ها در بازارهای مالی پرداخته می شود. بررسی نقش رسانه ها و شناسایی انگیزه های آنها برای پوشش های خبری می تواند تاثیر مهمی بر فرایند تصمیم گیری داشته باشد. رسانه ها با افزایش شفافیت خبرها می توانند کاهش هزینه کسب اطلاعات برای معامله گرها و تاثیر بهتر اطلاعات در قیمت های سهام را منجر شوند. انتشار گسترده اطلاعات مهم حسابداری باید منجر به افزایش شفافیت خبرها شود که نتیجه آن کاهش هزینه کسب اطلاعات برای معامله گرها و تاثیر بهتر اطلاعات در قیمت ها خواهد بود. بنابراین، بررسی حلقه ارتباطی بین مدیران و سرمایه گذارها می تواند برای تبیین نوع رفتار سرمایه گذاران مفید واقع شود. مطبوعات تجاری بازارهای سرمایه را با دو روش جداگانه تحت تاثیر قرار می دهند. اول، به عنوان اشاعه دهنده اطلاعات شرکت ها بهتر از هر منبع دیگری عمل کنند. دوم، می توانند به عنوان ایجادکننده اطلاعات از طریق تولید اطلاعات جدید برای کنش گران بازار سرمایه نقش مهمی ایفا نمایند.

کلمات کلیدی:

پوشش رسانه ای، اطلاعات حسابداری، ارزشگذاری، ایجادکنندگی اطلاعات، انتشاردهندگی اطلاعات

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/884716>

