

بررسی نقش رسانه های نوشتاری در تحریک احساسات سرمایه گذاران و ایجاد حباب قیمت سهام در بورس اوراق بهادار تهران

چشم انداز حسابداری و مدیریت (دوره دوم)
شماره ۱۹ / زمستان ۱۳۹۸ (جلد چهارم) / صص ۱۳۷-۱۵۰

کبری خانی گودرزی

دانشجوی کارشناسی ارشد حسابداری، موسسه آموزش عالی ناصر خسرو، ساوه، ایران. (نویسنده مسئول).
tahrsin@yahoo.com

زهرا تورنگ

دانشجوی کارشناسی ارشد حسابداری، موسسه آموزش عالی ناصر خسرو، ساوه، ایران.
toorangzahra@gmail.com

دکتر فرزین خوشکار

مدرس گروه حسابداری و مدیریت، موسسه آموزش عالی ناصر خسرو، ساوه، ایران.
f.khoshkar@hnhk.ac.ir

چکیده

پژوهش حاضر با موضوع بررسی نقش رسانه های نوشتاری در تحریک احساسات سرمایه گذاران و ایجاد حباب قیمت سهام در بورس اوراق بهادار تهران صورت پذیرفت. این پژوهش از نظر هدف، کاربردی می باشد و از نظر ماهیت گردآوری داده ها از نوع توصیفی پیمایشی می باشد. در این نوع تحقیق هدف بررسی توزیع ویژگی های یک جامعه است در پژوهش پیمایشی پارامترهای جامعه بررسی می شوند. جامعه آماری پژوهش حاضر شامل سرمایه گذاران شرکتهای سرمایه گذاری و کارگزاران بورس هستند و نمونه آماری شامل ۱۵۱ نفر از همین افراد می باشند که به صورت تصادفی ساده انتخاب شده اند. ابزار گردآوری داده در این پژوهش پرسشنامه محقق ساخته می باشد. این پرسشنامه از ادبیات تحقیق استخراج شده است. پرسشنامه شامل ۳۰ سوال می باشد که سوال ۱-۳ مربوط به فرضیه اول؛ سوالات ۴-۱۱ مربوط به فرضیه دوم؛ سوالات ۲۰-۱۲ مربوط به فرضیه سوم؛ سوالات ۲۴-۲۱ مربوط به فرضیه چهارم و سوالات ۳۰-۲۵ مربوط به فرضیه پنجم می باشد. نتایج نشان داد واژه های منفی رسانه های نوشتاری بر احساسات هیجانی سهام گذاران، احساسات هیجانی روی شاخص بازار؛ شاخص بازار روی رفتار سرمایه گذاران و در نهایت رفتار سرمایه گذاران روی ایجاد حباب قیمت سهام تاثیر مثبت و معناداری دارد.

واژگان کلیدی: رسانه های نوشتار، تحریک احساسات سرمایه گذاران، حباب قیمت سهام.

مقدمه

اطلاعات یک وسیله و ابزار راهبردی مهم در تصمیم گیری محسوب می شود و بدون شک کیفیت تصمیمات نیز به صحت، دقت و به هنگام بودن اطلاعاتی به کار گرفته شده در زمان تصمیم گیری بستگی دارد. در بازارهای مالی هم این امر از اهمیت ویژه ای برخوردار است به دلیل اینکه مبنای تصمیم گیری مشارکت کنندگان در بازارهای اوراق بهادار، اطلاعاتی است که بورس ها، ناشران اوراق بهادار پذیرفته شده در بورس، واسطه های مالی فعال در این بازارها، تحلیل گران مالی و مطبوعات منتشر میکنند (تهرانی، طالب نیا و جلیلی، ۱۳۸۵). در بازارهای مالی سرمایه گذاران به طور دائم با جریانی از اطلاعات و اخبار