

بررسی اثر تکرار اخبار منفی تخلف های مالی بر کاهش سطح رفتار اخلاقی حسابداران

علی خوزین^۱ * ابوالفضل مؤمنی یانسری^۲

تاریخ دریافت: ۹۶/۱۲/۲۷ تاریخ پذیرش: ۹۷/۰۷/۱۳

چکیده

توجه به مواردی که باعث ارتقاء رفتارهای اخلاقی در میان افراد می‌گردد بسیار با اهمیت است. هدف این پژوهش بررسی اثر تکرار اخبار منفی تخلفهای مالی بر کاهش سطح رفتار اخلاقی حسابداران بوده است. مطالعه حاضر از نوع پژوهش‌های کاربردی، پیگیری و نیمه آزمایشگاهی بوده و با توجه به اهداف پژوهش، طرح پژوهشی شبه آزمایشی شامل دو گروه آزمایش و کنترل هر یک به تعداد ۳۵ نفر کارکنان ارشد حسابداری یا مدیران مالی شرکت‌های تولیدی، در آن به کار گرفته شده است.داده‌های پژوهش در سال ۱۳۹۶ و با استفاده از پرسشنامه ساختاریافته و محقق ساخته جمع‌آوری گردید. نتیجه پژوهش نشان داده که تکرار اخبار منفی رسوایی و تخلف‌های حسابداری و مالی باعث کاهش سطح تصمیم‌گیری‌های اخلاقی حسابداران می‌گردد؛ زیرا میزان درصد پذیرش درخواست رفتار غیراخلاقی در میان کسانی که تحت تاثیر محرک اخبار منفی رسوایی‌های مالی بوده‌اند بیشتر از گروه دیگری بوده که تحت تاثیر این اخبار قرار نگرفته بوده‌اند. همچنین سابقه فعالیت‌های حرفة‌ای بر بهبود سطح تصمیم‌گیری اخلاقی افراد موثر بوده، در حالی که متغیرهای سن، جنسیت و میزان تحصیلات تاثیری بر سطح تصمیم‌گیری اخلاقی حسابداران نداشته است. شناسایی و مدیریت عواملی که باعث ایجاد ناهمگونی در تصمیم‌گیریهای اخلاقی می‌گردد به ارتقاء سطح تصمیم‌گیری اخلاقی حسابداران کمک فراوانی می‌نماید.

کلیدواژه‌ها: اخبار، اخلاق، تصمیم‌گیری، رسوایی، ناهمانگی شناختی.

^۱ استادیار، گروه حسابداری، واحد علی آباد کتول، دانشگاه آزاد اسلامی، واحد علی آباد کتول، ایران (تویینده مسئول) khozain@yahoo.com

^۲ مریم، موسسه آموزش عالی حکیم جرجانی، گروه حسابداری، گرگان

۱- مقدمه

اکنون در زمانی قرار داریم که آگاهی‌های عمومی در مورد اخلاقیات به طور مستمر در حال افزایش بوده و به طور همزمان کسب و کار بین‌المللی و چندملیتی نیز در حال همه‌گیر شدن است. این موارد ضمن افزودن بر اهمیت حسابداری، باعث شدن که بسیاری از متغیرین معتقد شوند که تاکنون موضوع اخلاق کسب و کار کمتر مورد توجه قرار گرفته‌اند (گومند و ورنر، ۲۰۰۹؛ تافت و وايت، ۲۰۰۷؛ شیهان و اشمیت، ۱۵۰). رسایی‌های اخیر مالی‌ای که در دهه‌های گذشته در سطح جهان خبرساز شده است، اعتبار و درستکاری حرفه حسابداری را با چالش‌های اساسی رویرو ساخته است. این رسایی‌ها تنها مختص کشور آمریکا نبوده و در بسیاری از کشورها رخ داده است (براون، استاکس و ویلدر، ۲۰۰۷). در کشور ایران نیز سوء رفتارهای مالی و حسابداری متعددی به وقوع پیوسته است. البته این بحران‌های اخلاقی^۱ باعث تدوین چندین قانون و نهاد در سطح بین‌المللی شده تا از این طریق بتوان اعتماد از میان رفته مردم را بازگردانید و البته اثربخشی فعالیت‌های حسابرسی را ارتقاء داد (عبدالمحمدی، ۲۰۰۵) با این وجود این روزها آمار اخبار ناراحت‌کننده در مورد تخلفات مالی افراد و شرکت‌ها در فضای رسانه‌ها رو به افزایش است.

از سوی دیگر خیلی وقت است که می‌دانیم محتوای احساسی اخبار، فیلم‌ها و برنامه‌های تلویزیونی می‌تواند بر سلامت روانی انسان‌ها تاثیر بگذارد. این تاثیرات مستقیم بر روحیه افراد اثر گذاشته و روحیه فرد هم بر جنبه‌های مختلف تفکر و رفتار وی اثر می‌گذارد. حتی اخبار و محتویات شبکه‌های اجتماعی موجب تغییر گرایش‌های سیاسی و مواجهه سیاسی شهروندان می‌گردد (چوبی و لی، ۲۰۱۵). اگر اخبار، تجربیات روحی منفی (مثل تخلفات مالی، اختلاس، دزدی، اضطراب، ناراحتی، عصبانیت و تنفر) را عنوان کند، این تجربیات بر تعبیر فرد از روابط‌های زندگی خودش، نوع خاطراتی که به یاد می‌آورد و میزان نگرانی برای مسائل روزمره زندگی اثر خواهد گذاشت. طی دهه‌های گذشته، پژوهش‌های بسیاری در حوزه مدیریت مالی انجام گرفته که اثر انتشار اخبار بر بازارهای مالی را مورد آزمون قرار داده‌اند (بیز و لات، ۲۰۱۱). این اخبار برخاسته از موضوعات و مراجع مختلفی بوده و چگونگی واکنش مخاطبین حوزه مالی و حسابداری به آنها، موضوع جالبی است که در این پژوهش به آن خواهیم پرداخت. واژگان بکار گرفته شده در انتقال یک خبر می‌تواند بر ضعف یا شدت تأثیرگذاری آن بیافزاید. (مشايخ و همکاران، ۱۳۹۲) شناسایی این اثرات، جوامع را قادر می‌سازد با خط مشی‌گذاری در خصوص

1 - ethical crisis

چگونگی اطلاع رسانی اتفاقات خوب و بد از هزینه های غیر مستقیم جنایات آینده اجتناب نموده و آن را کاهش دهند (پوتاوارا و روپنین، ۲۰۱۸).

اثر اخبار خوب و بد مربوط به مسائل مالی نیز همواره در فضای رسانه ها به صورت پرنگ و متواتر وجود دارد. کارکنان حوزه مالی و حسابداری به دلیل ماهیت فعالیت های حرفه ای شان دائمآ در معرض اتخاذ انواع تصمیم های مختلف، چالش برانگیز و وسوسه کننده هستند (رهنمای رود پشتی و همکاران، ۱۳۹۵). هنگامی که بخواهیم رفتار و تصمیم گیری های اشخاصی که برای مشارکت در اعمال غیر اخلاقی در شرکت ها تحت فشار قرار می گیرند را بررسی نماییم، بررسی مواردی که باعث برانگیختن رفتارهای غیر اخلاقی می شود، اهمیت پیدا می کند. با وجود ریسک بسیار زیاد، برخی افراد باز هم به اعمال غیر اخلاقی روی می آورند. همانند آنچه در شرکت های انرون، ورد کام و ... به وقوع پیوست (ریکرز و ساموئلسون، ۲۰۱۶). سوال اساسی که پیش می آید این است که چرا آنان چنین رفتارهای غیر اخلاقی را متوقف نکردند؟ افراد برای ورود به رفتارهای غیر اخلاقی و در عین حال حفظ هویت اخلاقی درونی و وجاهت کارهایشان به دنبال توجیه نمودن رفتارهای خود هستند. افراد با توجیه کردن اصول اخلاقی اعمالشان می توانند خودشان را از پیامدهای رفتارشان جدا سازند که بندورا (۱۹۹۹) به این مفهوم جداسازی کنترل درونی^۱ می گوید. روش های جداسازی به افراد امکان می دهدن، در عین حال که به معیارهای اخلاقی خود پایبنداند، رفتارهای غیر انسانی انجام دهند. فعال سازی گزینشی^۲ و جداسازی کنترل درونی^۳ به افراد امکان می دهدن برخلاف معیارهای اخلاقی خود رفتار کنند. درست به همان صورتی که به آنها امکان می دهدن در موقعیت های متفاوت، به صورت متفاوتی رفتار کنند (بندورا، ۱۹۹۹).

بسیاری از تخلفات شرکت ها از قبیل سرقت، گزارشگری متقلبانه، تقلب و غیره مربوط به رویه های مالی و حوزه حسابداری است، با این حال پژوهش های اندکی در خصوص دلایل بروز رفتارهای متقلبانه در زمینه حرفة حسابداری صورت گرفته است. این سلسله از پژوهش ها اغلب با استفاده از یکسری تصمیم های شاخص فرضی که در یک یا چند افته مطرح شده، شکل می گیرد تا بر اساس آن بتوانند، مراحل در گیری شدن افراد را در رفتارهای غیر اخلاقی بررسی کنند (ریکرز و ساموئلسون، ۲۰۱۶). در این راستا هدف این پژوهش بررسی این موضوع است که آیا انتشار و اطلاع از رفتارهای غیر اخلاقی رسوابی های مالی و تواتر اینگونه خبرهای منفی در جامعه منجر به کاهش سطح رفتارهای اخلاقی و آمدگی بیشتر حسابداران برای ورود به رفتارهای غیر اخلاقی از

1 - disengagement of internal control

2 - Selective activation and

3 - Internal control isolation

طریق توجیه رفتارهای غیراخلاقی می‌شود یا خیر؟ سوال تجربی این است که آیا انتشار مکرر اخبار منفی در مورد رفتارهای غیراخلاقی مالی می‌تواند باعث از بین رفت و قاهت و زشتی عمل غیراخلاقی شده بر هویت اخلاقی فرد غلبه کند؟ این مطالعه بر روی تاثیر اخبار منفی بر افزایش سطح تصمیم‌گیری‌های غیراخلاقی حسابداران تمرکز دارد؛ در حالیکه برخی پژوهش‌های قبلی بر روی رابطه تقلب افراد و رفتارهای غیراخلاقی با سایر ویژگی‌های روانی همراه با انگیزه‌های منفعات‌طلبانه شخصی تمرکز داشته‌اند. اگر بخواهیم تلاش‌ها برای زدودن رفتارهای غیراخلاقی، سرانجامی موفق داشته باشد باید درک و دانش افراد در این حوزه افزایش یابد.

۲- مبانی نظری و پیشینه پژوهش

تئوری‌های روانشناسی انگیزه‌ای و روانشناسی اجتماعی^۱، چارچوب نظری اساسی در پژوهش-های حسابداری رفتاری می‌باشند (رهنمای رودپشتی و همکاران، ۱۳۹۵). برای وارد شدن به مبانی نظری پژوهش، در ابتدا لازم است در خصوص «ناهمانگی شناختی»^۲ توضیحاتی ارائه شود. ناهمانگی شناختی، در دانش روان‌شناسی، نوعی استرس ذهنی یا ناهنجاری و احساس ناخوشایند است که بر اثر شرایطی همچون ایجاد (و القای) همزمان دو یا چند دیدگاه، عقیده، ارزش و یا اندیشه ناهمساز در یک فرد و توسط عوامل مختلفی از جمله رسانه‌ها بوجود می‌آید. ناهمانگی شناختی زمانی ایجاد می‌شود که از شخصی درخواست عملی بشود که با هویت اخلاقی او (خود را فردی خوب و اخلاقی می‌داند) متنجانس نباشد. به عنوان مثال اگر کسی برای دریافت پاداش، کاری انجام دهد که به نظرش غیر اخلاقی می‌آید، شناخت از غیراخلاقی بودن کار با شناخت از انجام دادن آن، ناهمانگی پیدا می‌کند. یکی از طرق کاهش این ناهمانگی برای او تغییر نگرش نسبت به جنبه اخلاقی آن عمل، یعنی متقاعد شدن او در این مورد است که این عمل خیلی غیراخلاقی نیست (Rikkerz و Samoëlsouen، ۲۰۱۶). عوامل و ویژگی-هایی هستند که از نادرست بودن وجهه یک رفتار غیراخلاقی در ذهن افراد کاسته و ورود فرد را به سمت تصمیم‌گیری غیراخلاقی تسهیل کرده و منطقی جلوه می‌دهد (Tauriz و Aronson، ۲۰۰۷). همچنین عوامل متعددی وجود دارد که از سطح احساس گناه در هنگام ارتکاب یک رفتار غیراخلاقی در افراد می‌کاهد. این عوامل ناشی از ایجاد توجیه در افراد است (Bandura، ۱۹۹۹).

Bandura (۱۹۹۹) هشت نوع توجیه که باعث درگیر شدن فرد در آعمالی که در حالت عادی وارد آن نمی‌شد را معرفی نموده است. این موارد شامل توجیه معنوی، برچسب فردی محترمانه، مقایسه سودمند، جایجاپی مسئولیت پذیری، پخش (انتشار) مسئولیت، بی‌توجهی یا تخریب

1 - Motivated psychology and Social psychology

2 - Cognitive dissonance

عواقب، از دست دادن صفات انسانی و نسبت دادن تقصیرها است. یکی از این موارد انتشار یا پخش مسئولیت است که در اثر تواتر اخبار منفی انتظار می‌رود که بر میزان آن افزوده گردد. باندورا (۱۹۹۹) معتقد است خبرهای خوب و بد توانایی بالایی در تاثیرگذاری بر روی حالت‌های روحی و روانی افراد دارد. اخبار منفی به راحتی روان افراد جامعه را تحت تاثیر می‌گذارند و آنها را متحریر و متشنجه می‌کند و فرد را به سمت تصمیم‌گیری‌های غیراخلاقی از مجرای توجیه می‌کشاند. توجیه این افراد از طریق انتشار یا لوث مسئولیت^۱ و این‌گونه خواهد بود که فرد اظهار می‌دارد که رفتارهای غیراخلاقی فraigیر شده و اکنون همه افراد جامعه درگیر رفتارهای غیراخلاقی هستند؛ پس من نیز می‌توانم وارد چنین رفتارهایی شده و بدین ترتیب فرد مجوز ارتکاب رفتارهای نادرست و اتخاذ تصمیم‌های غیراخلاقی را برای خود صادر می‌نماید.

پژوهش‌هایی که در حوزه اثر روانی اخبار بر روی تصمیم‌های اخلاقی کارکنان مالی و حسابداری و در فضای کسب و کار انجام شده باشند بسیار اندک بوده است. دیپهوس (۲۰۰۰) بیان می‌نماید که یکی از موارد اثرگذار بر اخلاق در جوامع رسانه‌ها هستند. رسانه‌ها تاثیر زیادی بر مواردی مانند عملکرد شرکت‌ها و رفتارهای مصرفی، سیاسی، اجتماعی، فرهنگی... در جوامع دارند. به طوری که شهرت رسانه‌ای حتی یکی از منابع ارزش آفرین برای سازمان به شمار می‌آید. رسانه‌ها نیز برای آنکه بیشتر مورد توجه قرار گیرند در صدد انتشار اخباری هستند که توجهات بیشتری را به سوی خود جلب نمایند. اخباری که بیشتر جلب توجه نمایند اغلب اخبار منفی مربوط به حوادث گوناگون هستند (شافارد و همکاران، ۲۰۱۶).

نحوه تاثیرگذاری اخبار رسانه‌ها بر انسان‌ها موضوعی پیچیده است. به عنوان نمونه یکی از تئوری‌های مطرح مربوط به اثر خُفته^۲ است. اثر خُفته پدیده‌ای روانی در رابطه با ترغیب کردن می‌باشد. این اثر منجر به افزایش تدریجی تأثیر یک پیام در طول زمان می‌گردد. زمانی که مردم به طور معمول در معرض پیامی که سعی در قانع کردن آنها دارد (مانند آگهی تلویزیونی) قرار می‌گیرند در ابتدا در برابر پذیرش آن مقاومت می‌کنند اما کم آنرا باور می‌کنند (کومکاله و آلباراسین، ۲۰۰۴). کلرا و همکاران (۲۰۰۷) بیان می‌دارند که حسابداری نقش کلیدی در پیشرفت اجتماعی و اقتصادی جوامع داشته و رعایت اصول اخلاقی و حرفة‌ای بر آن بسیار با اهمیت است. به عقیده کلرا و همکاران (۲۰۰۷) استانداردهای اخلاقی یک مشخصه حرفة حسابداری است و سوال مهم این است که چه عواملی بر تصمیم‌های اخلاقی حسابداران اثر می‌گذارد. ایشان اظهار می‌نمایند که پژوهش‌های گذشته نشان می‌دهند عوامل مانند جنسیت، سطح تحصیلات، مذهبی بودن و تجربه کاری ممکن است در توسعه استانداردهای اخلاقی فرد مربوط باشند. یافته‌های آنها

1 - diffusion responsibility

2 - The Sleeper Effect

نیز حاکی از آن بود که در استانداردهای اخلاقی فردی در میان افراد مختلف بر اساس جنسیت، سطح تحصیلات، دین دار بودن و تجربه کاری تفاوت وجود دارد.

لوپین و دیگران (۲۰۰۸) اظهار داشتند زمانی که خبری تکاندهنده وارد مغز انسان می‌شود، بدن شروع به تولید هورمون‌های استرس می‌کند. این هورمون‌ها با ورود به مغز حوادث منفی و استرس‌زا را تحت کنترل قرار می‌دهند. به گفته‌ی این واکنش استرسی در زن‌ها نسبت به مردّها بیشتر به چشم می‌خورد. گفته‌ی می‌شود زن‌ها جزئیات اخبار منفی را بیشتر از جزئیات اخبار معمولی به خاطر می‌سپارند و تاثیر اخبار منفی بر اساس جنسیت متفاوت بوده و بر زنان بیشتر است. لوپین این امر را ناشی از غریزه زن‌ها برای حفاظت از بچه‌هایشان و نیز احساساتی بودن آن‌ها می‌داند. اخبار ناراحت‌کننده محرك بسیاری از اتفاقات منفی درون بدن انسان است و روح و روان را تحت تأثیر قرار می‌دهد. مخصوصان پیشنهاد کرده‌اند به منظور محافظت از خود، باید تا جایی که امکان دارد از دیدن این اخبار جلوگیری شود.

دیویس و همکاران (۲۰۱۱) در پژوهش خود نشان دادند که مدیران با استفاده از زبان و واژه‌ها سعی دارند تا انتظارات خود از آینده شرکت را در قالب اطلاعات معتبری انعکاس داده و سرمایه‌گذاران نیز به این علائم واکنش نشان می‌دهند. آنها همچنین اشاره دارند که میزان استفاده از یک اخبار خوشبینانه می‌تواند در پیش‌بینی عملکرد آتی شرکت تأثیرگذار باشد.

ارنستائیتی و دیگران (۲۰۱۲) در مطالعه خود به این نتیجه رسیدند که هر چه در بین جوانان علاقه به رسانه‌های خبری و بحث در مورد رسانه‌ها با والدین و دوستان بیشتر باشد، افراد علاقه بیشتری به مشارکت مدنی و شهروندی و انجام رفتارهای اخلاقی‌تر دارند و رسانه‌ها و انواع اخبار بر نوع کنش افراد و تصمیم‌گیری‌هایشان موثر است. در این پژوهش اثر تعدیلی جنسیت نیز مورد توجه قرار گرفت و مشاهده شد که پسرها مباحثه‌های بیشتری در مورد رسانه‌های خبری دارند؛ اما مشارکت مدنی آتی در میان دختران بیشتر است.

چن و همکاران (۲۰۱۲) برای اندازه‌گیری اثر اخباری که از طریق سیکینگ آلفا منتشر می‌شد؛ از نسبت واژه‌های منفی به کل واژگان بکار رفته در اخبار سیکینگ آلفا استفاده کردند. نتایج حاکی از آن بود که یک رابطه منفی معنادار (هم به لحاظ آماری و هم به لحاظ اقتصادی) بین به کارگیری واژه‌ها و اخبار منفی و بازده سهام برقرار بوده است. آنان به کمک تحلیل رگرسیونی به این نتیجه دست یافتند که اگر نسبت واژه‌های منفی به میزان ۱ درصد افزایش باید آنگاه بازده غیرعادی سهام در روز انتشار اخبار مذکور به میزان ۰/۲۸۹ درصد کاهش می‌یابد. مسئله شرکت امیولکس اهمیت اینترنت و شبکه‌های اجتماعی به عنوان یک کانال ارتباطی را بهتر مشخص می‌کند. زمانی که خبر کذب کاهش سود و استعفای مدیر عامل این شرکت از سوی افراد ناشناس

در سطح وب گزارش شد؛ سهام امیولکس به میزان ۶۲ درصد کاهش یافت. در پی این رویداد، کمیسیون بورس اوراق بهادار امریکا به سرعت اقدام به توقیف مرتكبین نمود (داس و چن، ۲۰۰۷) به هر حال قضاوت در رابطه با اینکه انواع رسانه‌های جمعی، اطلاعات مربوطی را ابلاغ می‌کنند یا خیر و اینکه آیا سرمایه‌گذاران به رسانه‌های جمعی به عنوان ابزاری مفید گرایش دارند، کمی توأم با ابهام است (چن و همکاران، ۲۰۱۲).

به طور مشابه با مطالعه جینو و همکاران (۲۰۱۳)، در پژوهش حاضر، رفتار غیراخلاقی بر اساس میزان علاقه شخص به گزارشدهی نادرست اندازه‌گیری می‌شود. این شاخص ارتباط بیشتری با رفتار غیراخلاقی در میان حسابداران شرکت‌های بزرگ دارد و شرایط مشابه با آنچه کارکنان شرکت‌های بزرگ در مواجهه با گزارشگری نادرست تجربه می‌کنند را منعکس می‌کند. در این روش اندازه‌گیری به جای تمرکز بر روی منافع شخصی مستقیم، همانند جبو و همکاران (۲۰۱۳)، از روش اندازه‌گیری میزان بهمندی غیرمستقیم شخص یا مؤسسه استفاده نموده‌اند. چنین روشنی احساس وفاداری فرد به دیگران را برانگیخته و باعث کاهش اثر احساس گناه می‌شود (همانطور که در مطالعه مورفی (۲۰۱۲) و میهو و مورفی (۲۰۱۴) استفاده شده است). بر این اساس، از رویکردی که طبق آن میزان وفاداری به سازمان یا پذیرش درخواست موفق را می‌سنجد استفاده شده است. این وضعیت یکی از رایج‌ترین شرایط در وقوع تقلبات و تخلفات گزارشگری مالی است. میهو و مورفی (۲۰۱۴) نیز در پژوهش خود به روی این موضوع که چگونه فرایند توجیه کردن، باعث تغییر احساسات عاطفی می‌شود مطالعه نمودند.

بهاناتچاریا و هولدر (۲۰۱۵) در پژوهش خود با بررسی ۲۹ کشور طی سالهای ۱۹۸۰ تا ۲۰۰۷ نشان دادند که آزادی سیاسی و آزادی رسانه ابزارهای مفیدی برای مبارزه با فساد سیاسی و اقتصادی هستند. انتشار اخبار رسوایی‌های مالی باعث در نظر گرفتن تمهداتی برای جلوگیری از وقوع آنها می‌گردد.

به اعتقاد چویی و لی (۲۰۱۵) اخبار شبکه‌های اجتماعی بر عقاید و نوع تصمیم‌گیری سیاسی افراد تاثیر گذاشته و در جوامع گوناگون ناهمگونی و اختلافات سیاسی بین افراد را زیاد کرده و حتی باعث مواجه سیاسی شهروندان با یکدیگر می‌شود و به این ترتیب سطح توسعه رفتارهای اخلاقی را در جامعه می‌کاهد.

شافراد و همکاران (۲۰۱۶) اظهار نمودند که اخبار تعجب‌انگیز، اختلاف‌انگیز و اخبار منفی توجه و مخاطبین بیشتری را به سوی خود جلب می‌نماید و البته پیامدهای منفی بیشتری بر تصمیم‌گیری و رفتار افراد به همراه دارد. این اثر در مورد اخبار مربوط به عملکرد مالی، کارکنان و مدیریت و مسائل سازمانی به صورت مشابه و به همین شکل بوده است. بنابراین رسانه‌ها تمایل بیشتری برای انتشار این نوع اخبار از خود نشان می‌دهند.

البته رسانه‌ها بر حسب منافع خود برشی خبرها را مخفی و برشی را پررنگ می‌کنند و رفتارهای سوگراینه‌ای از خود نشان می‌دهند (گارسیاپیرسا و همکاران، ۲۰۱۷). معمولاً مقاعدکنندگی اطلاعات به تدریج بعد از یک بازه زمانی مشخص، کاهش می‌یابد. اغلب این اطلاعات با نشانه‌هایی چون اعتبار منبع و اخلاقیات مرتبط هستند. برشی از این نشانه‌ها مثبت هستند اما برشی نیز منفی هستند. پیام‌هایی که با نشانه‌های مثبت همراه هستند معمولاً به طور سریع و آسان توسط مردم پذیرفته می‌شوند و به آن اعتقاد پیدا می‌کنند. اما پیام‌هایی که با نشانه‌های منفی (نشانه‌های ناپسند) همراه هستند به طور مشکوک دیده می‌شوند و حتی گاهی اوقات جدی گرفته نمی‌شوند. اما در مطالعات بسیاری دیده شده است که با وجود انکار اولیه پیام، مردم در طول زمان مقاعد می‌شوند که در نتیجه منجر به افزایش پذیرش آن پیام می‌گردد. این پدیده مقاعد شدن با تأخیر، اثر خفته نامیده می‌شود (آلباراسین و همکاران، ۲۰۱۷). معمولاً مقاعدکنندگی اطلاعات به تدریج بعد از یک بازه زمانی مشخص، کاهش می‌یابد. اما برای این که اثر خفته بروز کند باید خود پیام مقاعد کننده و قابل باور باشد (کومکاله و آلباراسین، ۲۰۰۴). انتشار اخبار منفی یکی از راه‌هایی است که رسانه‌ها افراد جامعه را در التهاب، تشنج و غفلت قرار می‌دهند. این اخبار می‌تواند تفکر منطقی را از فرد سلب کند و بر ذهنیت فرد نسبت به مسائل اجتماعی و سازمان اثرات نامناسبی بگذارد و آنها را به سمت تصمیم‌گیری‌هایی که بر خلاف منافع واقعی سازمان و جامعه بوده و غیراخلاقی است ترغیب نماید (گارسیاپیرسا و همکاران، ۲۰۱۷). پالوک و همکاران (۲۰۱۷) ادعا می‌نمایند که یکی از روش‌های ملتهد کردن جامعه انتشار اخبار منفی در بین افراد جامعه است. این در حالی است که افراد با شنیدن اخبار و اتفاقات مثبت به سمت مسیر سلامتی متمایل می‌شوند و حالت تدافعی به خود می‌گیرند و محکم‌تر و قوی‌تر در مسیر پیشرفت خود قدم بر می‌دارند. اخبار خوب می‌تواند با برنامه‌های زندگی افراد چه در سطح خرد و کلان ارتباط برقرار کند. به طوری که فرد می‌تواند با مطالعه یا شنیدن خبرهای خوب برای زندگی خود برنامه‌ریزی مناسبی را انجام دهد. خبرهای مثبت مانند یک نیروی مضاعف در زندگی عمل می‌کند و باعث می‌شود که افراد در مسیر زندگی بهتر فکر کنند و انتخاب کنند. این در حالتی است که اخبار منفی دقیقاً تاثیر عکس دارد و باعث عملکرد اشتباه مغز و اخلاق در انجام وظایف حیاتی آن می‌گردد و فرد را به تصمیم‌گیری غلط و می‌دارد (پالوک و همکاران، ۲۰۱۷). نتیجه پژوهش پالوک و همکاران (۲۰۱۷) نشان داده که پخش اخبار مربوط به بحران‌های اخلاقی در رسانه‌ها می‌تواند به جای تقویت نگرانی‌های اخلاقی، به افسردگی افراد و گرایش به سمت تصمیم‌های غیراخلاقی بیانجامد.

گارسیاپریز و همکاران (۲۰۱۷) نشان دادند که رسانه‌های مختلف بر حسب قرارداد بین آنها و منبع خبر رفتار می‌کنند و اخبار را به نفع طرف قرارداد خود جهت می‌دهند. آنها برای

حداکثرسازی منافع خود و نگهداری رابطه بلندمدت با منبع خبر، ممکن است برخی اخبار را مخفی و برخی اخبار را پررنگ و پر تکرار ارائه دهند. چنین رفتارهایی بر الگوی تصمیم‌گیری و رفتاری مخاطبین هم تاثیرگذار خواهد بود.

پرایس و سان (۲۰۱۷) به بررسی تاثیر مسئولیت‌پذیری اجتماعی و عدم مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکت‌ها بر ارزش شرکت‌ها در کشور آمریکا پرداختند. در واقع تاکید آنها بر عملکرد خوب و عملکرد بد اجتماعی بوده است. نتیجه این پژوهش نشان داد که اثرات عملکرد بد یا همان عدم مسئولیت‌پذیری اجتماعی، پایدارتر از عملکرد خوب یا مسئولیت‌پذیری اجتماعی بوده است. نتیجه این پژوهش نشان داد که اخبار بد منتشر شده در مورد عملکرد اجتماعی شرکت‌ها دارای تاثیرات منفی بیشتری است.

پوتوارا و روپون (۲۰۱۸) به بررسی اثر اخبار تکان دهنده بر عملکرد ناهمانگی شناختی پرداختند. نتایج نشان داد که اخبار بد و تکان دهنده باعث کاهش عملکرد اخلاقی دانشجویان شده و این تاثیر برای دانشجویان مرد در مقایسه با دانشجویان زن بیشتر بوده است.

جانگ و کیم (۲۰۱۸) به بررسی تاثیر اخبار جعلی آنلاین در تصمیم‌گیری‌های افراد در امریکا و دیگر کشورها پرداخته‌اند. نتیجه پژوهش آنها نشان داد که در ایالات متحده، گرایش شدیدی به اثر شخص سوم وجود دارد. به این معنا که افراد معتقد بودند که اخبار جعلی تاثیرات بیشتری بر سایر افراد در مقایسه با خودشان دارد. به این ترتیب فرد کمتر از خود و تصمیم‌هایش در مواجهه با اخبار منفی محافظت می‌نماید. نتایج پژوهش بر افزایش سطح تحصیلات و سواد رسانه‌ای افراد و تنظیم مقررات رسانه‌ای تاکید می‌نماید.

بنابراین با توجه به نتایج پژوهش‌های فوق‌الذکر می‌توان ادعا نمود که خبرهای خوب و بد ابتدا بر حالت‌های روحی و روانی افراد و در مرحله بعد بر نحوه تصمیم‌گیری‌های آنها تاثیرگذار است که منجر به شکل‌گیری پژوهش حاضر شد. همچنین شایان ذکر است که در خصوص پژوهش حاضر تاکنون پژوهش مشابه داخلی به انجام نرسیده است.

۳- فرضیه‌های پژوهش

با توجه به مبانی نظری و پیشنهاد پژوهش پیش‌بینی می‌شود که تواتر اخبار منفی تخلفات مالی باعث گردد که مقاومت افراد در مقابل درخواست برای انجام تصمیم‌گیری‌های غیراخلاقی کاهش یابد. این رویکرد دلایل مختلفی دارد. یکی اینکه اخبار ناشی از تصمیم‌های غیراخلاقی باعث کاهش صورت غیراخلاقی رفتار می‌گردد. دیگری آنکه ترس و احساس گناه افراد ناشی از ورود به رفتارهای غیراخلاقی کاسته می‌شود. سرانجام آنکه که فرد هویت اخلاقی خود را اینگونه توجیه می‌کند که رفتارهای غیراخلاقی همه‌گیر شده و اکنون همه افراد درگیر چنین رفتارهایی

بوده و تصمیم‌های غیراخلاقی اتخاذ می‌کند و بدین ترتیب فرد خود را برای انجام رفتارهای غیراخلاقی و انجام چنین تصمیم‌گیری‌هایی توجیه می‌نماید. بنابراین سوال اصلی پژوهش این است که «آیا پخش خبرهای مربوط به تخلفات، اختلاس‌ها و رفتارهای غیراخلاقی مالی و حسابداری باعث می‌گردد که افراد جسارت بیشتری در ارتکاب تصمیم‌گیری‌های غیراخلاقی پیدا کنند؟ و آیا اساساً گسترش انجام رفتارهای غیراخلاقی خود زمینه‌ساز و ترغیب کننده سایر افراد برای انجام رفتارهای غیراخلاقی بیشتر است یا خیر؟ بنابراین فرضیه این پژوهش به شرح زیر پیشنهاد شده است:

فرضیه اصلی پژوهش: تکرار اخبار منفی تخلفهای مالی باعث افزایش تصمیم‌گیری‌های غیراخلاقی حسابداران می‌گردد.

در این پژوهش متغیرهای جنسیت، سن، تحصیلات و سابقه شغلی به عنوان متغیرهای کنترل مورد بررسی قرار گرفته‌اند. به عقیده پوتوارا و روپون (۲۰۱۸)، ارنتائیتی و دیگران (۲۰۱۲)، لوپین و دیگران (۲۰۰۸) و کلرا و همکاران (۲۰۰۷) تاثیر اخبار منفی بر اساس جنسیت متفاوت بوده است. همچنین ارنتائیتی و دیگران (۲۰۱۲) نشان دادند که سن افراد بر میزان تاثیرپذیری از اخبار رسانه‌ها موثر بوده است. یافته‌های جانگ و کیم (۲۰۱۸) و کلرا و همکاران (۲۰۰۷) نیز حاکی از اثر عواملی مانند سطح تحصیلات و تجربه کاری در توسعه استانداردهای اخلاقی افراد می‌باشد.

۴- روش‌شناسی پژوهش

این پژوهش از نوع پژوهش‌های کاربردی، پیگیری^۱ و نیمه آزمایشگاهی است و با توجه به اهداف پژوهش، طرح پژوهشی شبه آزمایشی در این مطالعه به کار گرفته شده است. می‌توان مطالعات پی‌گیری را یکی از انواع پژوهش دانست. این نوع پژوهش افراد را پس از آنکه تحت تاثیر یک محرك قرار گرفتند، مورد مطالعه قرار می‌دهد. هدف این نوع مطالعه این است که مشخص کند تأثیر محرك یا دوره خاص بر افراد چه بوده است. طرح این پژوهش بر اساس روش نیمه آزمایشگاهی، شامل دو گروه آزمایش (به تعداد ۳۵ نفر) و کنترل (به تعداد ۳۵ نفر) است. این افراد کارکنان حسابداری یا مدیران مالی شرکت‌های مختلف بوده‌اند که به صورت تصادفی انتخاب شده‌اند. از هر دو گروه پیش آزمون که به طور عمده در خصوص میزان پذیرش درخواست‌های غیراخلاقی در حوزه مالی و حسابداری بوده است، گرفته شده است. در مرحله بعد گروه آزمایش در معرض محرك آزمایشی که همان اخبار متعدد در مورد انواع رسوایی‌ها و اختلاس‌های مختلف

1 - Follow up

بود قرار گرفتند. در مرحله آخر مجدد دو گروه مورد آزمون (تا حد زیادی مشابه پیش آزمون) قرار گرفتند و نتایج با هم مقایسه شد.

جدول ۱- طرح پیش آزمون و پس آزمون با گروه کنترل و استفاده از گزینش تصادفی

گروه	پیش آزمون	متغیر مستقل (محرك)	پس آزمون
آزمایش	T1	اخبار متعدد انواع تخلفات و اختلاس ها	T2
کنترل	T1	-	T2

این آزمون ها در نیمسال اول سال تحصیلی ۱۳۹۶-۱۳۹۷ انجام شده اند و توسط آزمون های ترکیبی محقق ساخته و استاندارد در قالب سه افته تصمیم گیری اخلاقی برای پیش آزمون و سه افته تصمیم گیری اخلاقی برای پس آزمون بوده است. آن قسمت از پرسشنامه که در آن تصمیم گیری اخلاقی سنجیده شده برگرفته از مقالات لاتین و استاندارد بوده ولی آن قسمت که مربوط به محرك و اخبار سوء استفاده های مالی بوده توسط محقق طراحی شده است. گروه کنترل به شیوه عادی و بدون اینکه در معرض اخبار قرار بگیرند به این آزمون ها پاسخ دادند؛ در حالیکه افراد گروه آزمایش پس از پیش آزمون در معرض اطلاع از ۲۷ خبر اختلاس و تخلفات مالی و حسابداری قرار گرفته و سپس در ادامه به سه افته مربوط به پس آزمون پاسخ دادند.

این افراد از اهداف پژوهش وجود گروه دیگر بی اطلاع بوده اند و هیچ ارتباطی بین آنها وجود نداشته است. نمونه از میان افراد در دسترس و داوطلب انتخاب و به صورت تصادفی در دو گروه کنترل و آزمایشی قرار گرفته و اقدام به انجام پیش آزمون، قرار گرفتن در معرض محرك و در نهایت انجام پس آزمون برای آنها شده است. برای اطمینان بیشتر از روایی ابزار سنجش در کشور ایران از نظر محتوایی، افته های مورد استفاده که برگرفته از مقاله های ریکرز و ساموئلسون (۲۰۱۶) و لاوه و ریکرز (۲۰۱۲) بوده اند در معرض اظهار انتظار صاحب نظران مربوطه نیز قرار گرفته و اصلاح لازم در آنها به عمل آمد. همچنین ضریب آلفای کرونباخ پیش آزمون و پس آزمون به ترتیب ۰/۷۹۶ و ۰/۷۰۶ بوده که نشان از پایایی و قابلیت اعتماد پرسشنامه پژوهش بوده است. فرضیه های پژوهش با استفاده از روش تحلیل کوواریانس و به کمک نرم افزار SPSS نسخه ۲۰ آزمون شده اند.

۵- یافته های پژوهش

برای تحلیل توصیفی متغیرها، تعداد افراد نمونه در دو گروه کنترل به تعداد ۳۵ نفر و گروه آزمایش به تعداد ۳۵ نفر به صورت تصادفی توزیع شده اند. بر اساس روش پژوهش نیمه آزمایشگاهی و آزمون آماری مورد استفاده، این میزان نمونه از کفاایت لازم برخوردار می باشد. بر اساس جدول ۲، قابل مشاهده است که ۴۷ درصد از شرکت کنندگان در این پژوهش بین ۲۵ تا ۳۵ سال و ۲۶ درصد بین ۳۶ تا ۴۵ سال سن داشته و ۵۳ درصد دارای مدرک کارشناسی ارشد ۴۳ درصد دارای

مدرک کارشناسی بوده‌اند. همچنین ۳۶ درصد دارای ۱۰ تا ۲۰ سال و ۳۴ درصد آنها بین ۵ تا ۱۰ سال دارای سابقه حرفه‌ای می‌باشند. بنابراین عمدۀ افراد شرکت‌کنندۀ در این پژوهش تقریباً جوان و از طرفی دارای سوابق حرفه‌ای و مدرک تحصیلی قابل قبول بوده‌اند.

جدول ۲- مشخصات توصیفی افراد مشارکت کننده در پژوهش

جنسیت	تعداد (درصد)	سن (سال)	تعداد (درصد)	تعداد (درصد)
مرد	(۶۴) ۴۵	کمتر از ۲۵	(۴۵) ۱۳	(۱۹)
زن	(۳۶) ۲۵	۲۵ تا ۳۵	(۴۷) ۳۳	(۲۷)
		۳۶ تا ۴۵	(۲۶) ۱۸	(۸)
		بیشتر از ۴۵		
تحصیلات	تعداد (درصد)	سابقه (سال)	تعداد (درصد)	تعداد (درصد)
کاردانی	(۰) ۰	کمتر از ۵	(۱۷) ۱۲	(۱۹)
کارشناسی	(۴۳) ۳۰	۱۰ تا ۵	(۳۴) ۲۴	(۴۷)
کارشناسی ارشد	(۵۳) ۳۷	۲۰ تا ۱۰	(۳۶) ۲۵	(۲۶)
دکتری	(۴) ۳	بیشتر از ۲۰	(۱۳) ۹	(۸)

به منظور مشخص کردن نوع آزمون مورد استفاده برای بررسی آماری فرضیه پژوهش، ابتدا به بررسی نرمال یا غیرنرمال بودن داده‌های مربوط به فرضیه‌ها از طریق آزمون کولموگراف-اسمیرنوف پرداخته شد و سپس با استفاده از نتایج این آزمون از روش آماری مناسب استفاده گردید. نتایج آزمون کولموگراف-اسمیرنوف در جدول شماره ۳ ارائه شده است.

جدول ۳: آزمون کولموگراف-اسمیرنوف

سال مالی	Z آماره	سطح معناداری	نتایج آزمون
پیش آزمون	۰/۸۱۳	۰/۵۲۳	توزيع داده‌ها نرمال است
پس آزمون	۱/۱۶۴	۰/۱۳۳	توزيع داده‌ها نرمال است

طابق نتایج مندرج در جدول شماره ۳ و با توجه به اینکه سطح معناداری برای هر دو آزمون بیشتر از ۵ درصد است، نتیجه‌گیری می‌شود که توزیع داده‌ها در همه سال‌ها نرمال است. با استفاده از آزمون لوین فرض همگونی واریانس‌ها بررسی شد که آماره آن ۰/۴۷۶ و بزرگتر از ۵ درصد بوده و بنابراین فرض همگونی واریانس‌ها برقرار بوده و می‌توان ادعا نمود واریانس گروه‌ها از تجانس برخوردار هستند. میانگین و انحراف استاندارد نمرات یادگیری و سایر داده‌های توصیفی برای دو گروه آزمایش و کنترل در دو مرحله زمانی پیش آزمون و پس آزمون در جدول ۴ گزارش شده است.

جدول ۴- شاخص های آمار توصیفی برای ارزیابی دو گروه آزمایش و کنترل

بیشترین مقدار	کمترین مقدار	انحراف معیار	میانگین	تعداد		
.۵۳	.	.۰/۱۰۲	.۰/۲۱۰	۳۵	آزمایش	پیش آزمون
.۰/۴۳	.	.۰/۰۸۹	.۰/۱۹۵	۳۵	کنترل	
.۵۳	.	.۰/۰۹۵	.۰/۲۰۳	۷۰	جمع	
.۰/۶۰	.۰/۱۰	.۰/۱۰۵	.۰/۲۷۲	۳۵	آزمایش	پس آزمون
.۰/۴۰	.	.۰/۰۷۹	.۰/۲۰۶	۳۵	کنترل	
.۰/۶۰	.	.۰/۰۹۸	.۰/۲۳۹	۷۰	جمع	

طبق نتایج جدول ۴ در گروه آزمایشی میانگین نمرات از ۰/۲۱ (انحراف معیار ۰/۱۰۲) در پیش آزمون به ۰/۰/۲۷ (انحراف معیار ۰/۱۰۵) در پس آزمون افزایش یافته است. به طور مشابه در گروه کنترل نیز میانگین نمرات از ۰/۱۹۵ (انحراف معیار ۰/۰۸۹) در پیش آزمون به ۰/۰/۲۰۶ (انحراف معیار ۰/۰/۷۹) در پس آزمون تغییر کرده است. در پیش آزمون، نمرات گروه آزمایشی با اختلاف کمی از نمرات گروه کنترل بیشتر بوده است؛ اما در پس آزمون، نمرات گروه آزمایشی با اختلاف بیشتری (در مقایسه با پیش آزمون) از نمرات گروه کنترل بیشتر است. در جدول ۴ قابل مشاهده است که افزایش نمرات پس آزمون در مقایسه با پیش آزمون در گروه آزمایشی (۶/۲ درصد) از گروه کنترل (۱/۱ درصد) بیشتر بوده است.

در این پژوهش برای اطمینان از اینکه تفاوت دو گروه ناشی از محرك می باشد اقدام پیش آزمون نیز می گردد و از تحلیل آنکوا (ANCOVA^۱) استفاده می گردد. آنالیز کوواریانس یا آنکوا، نوعی آنالیز و تحلیل آنوا می باشد و هر گاه در آنالیز واریانس بخواهیم اثر متغیرهای مداخله گر را به روش های آماری حذف کنیم تا نتایج با دقت بیشتری به دست آید از آنالیز کوواریانس استفاده می شود. در حقیقت آنکوا مدل ادغام شده آنوا و همچنین رگرسیونی برای متغیرهای پیوسته است. تحلیل کوواریانس مناسبترین آزمون آماری برای طرح پیش آزمون آماری برای طرح پیش آزمون و پس آزمون دو گروهی است (علی آبادی و صمدی، ۱۳۹۴).

^۱ - Analysis of covariance

جدول ۵- تحلیل آزمون ANCOVA برای متغیر سطح توسعه تصمیم‌گیری اخلاقی

متغیر وابسته: نمره پس آزمون	منبع متغیر	مجموع مربعات آزادی	درجه آزادی	میانگین مربعات آماره F	Sig	مجدور ایتا					
						Mdl اصلاح شده	جدا کردن	گروه(متغیر مستقل)	جنسیت	سن	
۰/۶۵۸	۰/۰۰۰	۱۰/۱۵۸	۰/۰۴۰	۱۱	۰/۴۳۸						
۰/۳۷۱	۰/۰۰۰	۳۴/۲۸۱	۰/۱۳۴	۱	۰/۱۳۴						
۰/۲۰۴	۰/۰۰۰	۱۴/۸۲۴	۰/۰۵۸	۱	۰/۰۵۸						
۰/۰۰۷	۰/۵۲۱	۰/۴۱۷	۰/۰۰۲	۱	۰/۰۰۲						
۰/۰۳۰	۰/۶۲۴	۰/۵۹۱	۰/۰۰۲	۳	۰/۰۰۷						
۰/۰۰۹	۰/۷۶۳	۰/۲۷۲	۰/۰۰۱	۲	۰/۰۰۲						
۰/۲۱۴	۰/۰۰۳	۵/۲۷۰	۰/۰۲۱	۳	۰/۰۶۲						
۰/۳۸۰	۰/۰۰۰	۳۵/۶۰۰	۰/۱۴۰	۱	۰/۱۴۰						
			۰/۰۰۴	۵۸	۰/۲۲۷						
				۷۰	۴/۶۶۹						
				۶۹	۰/۶۶۵						
۰/۶۵۸	۰/۵۹۳	ضریب تعیین تعديل شده:	۰/۵۹۳								

نتایج تحلیل کواریانس در جدول های ۵ و ۶ نشان می دهد که تفاوت معنی داری در سطح اطمینان ۹۵ درصد بین سطح تصمیم‌گیری اخلاقی آزمایشی و گروه کنترل ($F=14/824$) و $p=0/000$ وجود دارد. بر اساس جدول ۴ میانگین نمره پس آزمون در گروه آزمایشی (۰/۲۷) که در معرض اطلاع از موارد متعددی اخبار سوء رفتارهای مالی و اختلاس بوده اند از میانگین نمره گروه کنترل (۰/۲۱) که تحت تاثیر محركی نبوده اند، بیشتر بوده است. بنابراین فرضیه پژوهش تایید شده و می توان این گونه بیان کرد که تواتر اخبار منفی تخلف های مالی باعث افزایش تصمیم‌گیری های غیراخلاقی حسابداران می گردد زیرا میزان درصد پذیرش درخواست رفتار غیراخلاقی در میان کسانی که تحت تاثیر اخبار منفی تخلفات مالی بوده اند بیشتر از گروه دیگر بوده است.

جدول ۶- گروه و متغیر وابسته: نمره تصمیم‌گیری اخلاقی

فاصله اطمینان ۹۵ درصد	انحراف معیار	میانگین	گروه
کران بالا			
۰/۲۵۶	۰/۱۸۷	۰/۰۱۷	گروه کنترل
۰/۳۲۵	۰/۲۴۸	۰/۰۱۹	گروه آزمایش

در مورد تاثیر جنسیت بر تصمیم‌گیری غیراخلاقی، بر اساس نتایج ارائه شده در جدول‌های ۵ و ۷ (آماره F برابر با $0/417$ و مقدار معنی‌داری برابر با $0/521$) نمی‌توان ادعا نمود که جنسیت در تصمیم‌گیری غیراخلاقی افراد موثر بوده است. در جدول ۷ نشان داده شده که میانگین نمره تصمیم‌گیری غیراخلاقی در میان مرد ها $0/249$ و در میان زن ها $0/266$ و کمتر از مرد ها بوده است؛ اما این اختلاف معنی‌دار نبوده است.

جدول ۷- جنسیت و متغیر وابسته: نمره تصمیم‌گیری اخلاقی

فاصله اطمینان ۹۵ درصد		انحراف معیار	میانگین	جنسیت
کران بالا	کران پایین			
$0/292$	$0/227$	$0/016$	$0/260$	مرد
$0/289$	$0/208$	$0/020$	$0/249$	زن

در مورد تاثیر سن بر تصمیم‌گیری غیراخلاقی، بر اساس نتایج ارائه شده در جدول‌های ۵ و ۸ (آماره F برابر با $0/591$ و مقدار معنی‌داری برابر با $0/624$) نمی‌توان ادعا نمود که سن افراد در تصمیم‌گیری غیراخلاقی افراد موثر بوده است؛ هر چند در جدول ۸ حاکی از آن است که میانگین نمره تصمیم‌گیری غیراخلاقی در میان افراد بین ۲۵ تا ۳۵ سال به میزان $0/24$ و همه گروه‌های سنی دیگر کمتر و در میان افراد بیشتر از ۴۵ سال در حدود $0/28$ و از سایر گروه‌های سنی بیشتر بوده است؛ اما این اختلاف‌ها معنی‌دار نیست.

جدول ۸- سن و متغیر وابسته: نمره تصمیم‌گیری اخلاقی

فاصله اطمینان ۹۵ درصد		انحراف معیار	میانگین	سن
کران بالا	کران پایین			
$0/305$	$0/202$	$0/026$	$0/254$	کمتر از ۲۵
$0/283$	$0/197$	$0/021$	$0/240$	۳۵ تا ۲۵
$0/278$	$0/208$	$0/017$	$0/243$	۴۵ تا ۳۶
$0/242$	$0/217$	$0/031$	$0/280$	بیشتر از ۴۵

در خصوص تاثیر تحصیلات بر تصمیم‌گیری غیراخلاقی، بر اساس نتایج ارائه شده در جدول‌های ۵ و ۹ (آماره F برابر با $0/272$ و مقدار معنی‌داری برابر با $0/763$) نمی‌توان ادعا نمود که تحصیلات افراد در تصمیم‌گیری غیراخلاقی افراد موثر بوده است؛ هر چند در جدول ۹ حاکی از آن است که میانگین نمره تصمیم‌گیری غیراخلاقی در میان افراد با تحصیلات کارشناسی به میزان $0/273$ و از همه گروه‌های دیگر بیشتر و در میان افراد با سطح تحصیلات کارشناسی در حدود $0/242$ و از سایر گروه‌های دیگر کمتر می‌باشد؛ اما این اختلاف‌ها از لحاظ آماری معنی‌دار نیست.

جدول ۹- تحصیلات و متغیر وابسته: نمره تصمیم‌گیری اخلاقی

فاصله اطمینان ۹۵ درصد		انحراف معیار	میانگین	تحصیلات
کران بالا	کران پایین			
۰/۲۶۹	۰/۲۱۵	۰/۰۱۳	۰/۲۴۲	کارشناسی
۰/۲۷۴	۰/۲۲۱	۰/۰۱۳	۰/۲۴۷	کارشناسی ارشد
۰/۳۵۷	۰/۱۸۹	۰/۰۴۲	۰/۲۷۳	دکتری

بر اساس نتایج ارائه شده در جدول ۵ و ۱۰ قابل درک است که سابقه فعالیتهای حرفه‌ای (آماره F برابر با ۵/۲۷۰ و مقدار معنی‌داری برابر با ۰/۰۰۳) بر سطح بر تصمیم‌گیری غیراخلاقی افراد موثر است. همانطور که در جدول ۱۰ نشان داده شده با افزایش سابقه فعالیتهای حرفه‌ای از سطح تصمیم‌گیری غیراخلاقی افراد کاسته شده و افراد به صورت اخلاقی‌تری تصمیم‌گیری می‌نمایند. برای افراد کمتر از ۵ سال سابقه، درصد درگیر شدن در تصمیم‌های غیراخلاقی ۰/۳۲۵ و این مقدار برای گروه‌های با سابقه بیشتر به تدریج کاهش یافته و برای افراد با سابقه بیش از ۲۰ سال به ۰/۲۰۲ رسیده است.

جدول ۱۰- سابقه و متغیر وابسته: نمره تصمیم‌گیری اخلاقی

فاصله اطمینان ۹۵ درصد		انحراف معیار	میانگین	سابقه
کران بالا	کران پایین			
۰/۳۷۶	۰/۲۴۷	۰/۰۲۶	۰/۳۲۵	کمتر از ۵ سال
۰/۲۹۵	۰/۲۲۰	۰/۰۱۹	۰/۲۵۷	۵ تا ۱۰ سال
۰/۲۶۸	۰/۱۹۶	۰/۰۱۸	۰/۲۳۲	۱۰ تا ۲۰ سال
۰/۲۶۱	۰/۱۴۲	۰/۰۳۰	۰/۲۰۲	بیشتر از ۲۰ سال

۶- نتیجه‌گیری و بحث

به نظر می‌رسد که سطح آگاهی‌های اخلاقی و بحث‌های پیرامون اخلاق حسابداری در سطح جامعه رو به افزایش است؛ با این حال این آگاهی‌ها چنان گسترشده نیست. مثلاً به اندازه میزان ضرورت شناخته شده عملکرد حسابداری برای جامعه نیست؛ به این معنی که شاید همگان به ضرورت وجود حسابداری در کسب و کار واقع باشند و برای تعالی آن به صورت جدی و نهادینه تلاش می‌کنند، ولی تلاش کمتری برای ارتقاء سطح اخلاق حرفه‌ای حسابداران صورت می‌گیرد (کلرا و همکاران، ۲۰۰۷). در هنگامهای که انتظارات جامعه رو به رشد است و کسب و کار، هر روزه پیچیده‌تر می‌شود، منابعی که برای حل مشکلات اخلاقی و حرفه‌ای وجود دارد بسیار اندک است؛ و این نگرانی وجود دارد که در وضعیت حاضر، ظرفیت اخلاقی اندکی در حرفه

حسابداری برای دست و پنجه نرم کردن با چالش‌های اخلاقی وجود داشته باشد. با وجود ادعای حقوقی فراوان علیه حرفه حسابداری و حجم بسیار زیاد عملکردهای اجتماعی و سیاسی حسابداری، بسیاری از حسابداران و فعالان این حرفه نه تنها فهم مناسبی از اصول و فلسفه پشتوانه اخلاق‌گرایی ندارند؛ بلکه مهم‌تر از آن مهارت‌های کافی اخلاقی که آنها را برای تفسیر مجموعه حقوق و ارزش‌ها توانا سازد، را نیز ندارند (Rykrz و Samowitzson، ۲۰۱۶).

هدف این مطالعه درک بهتر رفتار حسابداران در وضعیتی است که به طور دائم و مکرر از اخبار مربوط به سوءاستفاده و رسایی‌های مالی اطلاع پیدا می‌نمایند. اخبار منفی اثرات اجتماعی داشته و می‌تواند به آسیب‌های اجتماعی، اقتصادی و تخریب فرهنگی بینجامد. اخبار منفی در زمینه اقتصادی با ایجاد تنש‌های روانی و ذهنی موجب آسیب به اقتصاد کشور شده و از بین رفتن اعتماد عمومی بین مردم، کاهش سرمایه اجتماعی را در پی خواهد داشت (پالوک و همکاران، ۲۰۱۷). سقوط مسئولیت‌های فردی در سطوح مختلف سازمان نشان‌دهنده شیوع کمرنگ شدن ارزش‌های اخلاقی در سطح جامعه و سازمان‌های مختلف است. به طور مشابه با نتیجه پژوهش‌هایی مانند شافراد و همکاران (۲۰۱۶) و چوبی و لی (۲۰۱۵) در این پژوهش نیز تأیید فرضیه پژوهش نشان داده که تواتر اخبار منفی تخلف‌های مالی باعث افزایش تصمیم‌گیری‌های غیراخلاقی حسابداران می‌گردد زیرا میزان درصد پذیرش درخواست رفتار غیراخلاقی در میان کسانی که تحت تاثیر اخبار منفی رسایی‌های مالی بوده‌اند بیشتر از گروه دیگری بوده که تحت تاثیر این اخبار قرار نگرفته بوده‌اند.

الاخبار نامید کننده مربوط به تخلفات مالی شرکت‌ها و سازمان‌ها در زمرة اخبار بد اجتماعی قرار می‌گیرند. چنین مواردی باعث می‌شود تا نگرانی افراد در سازمان به جای تفکر در خصوص انجام امور به بهترین شکل همراه با رویکردهای اخلاقی به سمت نگرانی‌های اقتصادی و سیاسی تغییر جهت دهد (چوبی و لی، ۲۰۱۵). اخبار منفی در افراد ایجاد نالمنی کرده و مقاومت آنها را تنگناهای اخلاقی در مقابل درخواست‌های غیراخلاقی کم می‌نماید. اخبار بد با تغییر ساختار روانی فرد توان ایستادگی مقابل اقدامات غیراخلاقی را می‌کاهد. چنین موارد باعث افزایش احساس نامیدی و نالمنی شده و از اشتیاق فرد برای مشارکت در دستیابی به اهداف سازمان و اجتماع خواهد کاست. در حالت افراطی فرد چسبندگی به اخبار بد پیدا کرده و وسوسات‌گونه به دنبال اخبار بد می‌رود و تاثیرپذیری خود از اخبار خوب را هم از دست می‌دهد (لوپین و دیگران، ۲۰۰۸). هنگامی که فرد در معرض اخبار متعدد نابسامانی‌های مالی قرار می‌گیرد دچار پدیده تقسیم مسئولیت یا لوث مسئولیت می‌گردد. به این معنی که به این اعتقاد می‌رسد که اکنون همه افراد جامعه یا سازمان درگیر مسائل و رفتارهای غیراخلاقی هستند. از آنجاییکه تصمیم‌گیری برای انجام یک عمل غیراخلاقی به طور گروهی آسان‌تر از تصمیم‌گیری درباره انجام یک عمل به

طور فردی است، فرد با عذاب و جدان کمتری وارد یک تصمیم‌گیری غیراخلاقی می‌شود (باندورا، ۱۹۹۹).

همچنین نتایج پژوهش حاضر همانند کلرا و همکاران (۲۰۰۷) نشان داد که سابقه فعالیت‌های حرفة‌ای بر سطح تصمیم‌گیری غیراخلاقی افراد موثر است و با افزایش میزان سابقه فعالیت‌های حرفة‌ای، افراد به صورت اخلاقی‌تری تصمیم‌گیری می‌نمایند. در حالی که برخلاف پژوهش‌های قبلی صورت گرفته توسط پوتوارا و روپون (۲۰۱۸)، ارنثائیتی و دیگران (۲۰۱۲) و کلرا و همکاران (۲۰۰۷) متغیرهای سن، جنسیت و میزان تحصیلات تاثیری بر سطح تصمیم‌گیری حسابداران نداشته است.

اگر عواملی که باعث ایجاد ناهمگونی در تصمیم‌گیری‌های اخلاقی و تاثیر بر آنها می‌شود شناسایی گردد می‌توان با مدیریت بهتر آنها و انجام اصلاحات لازم، سطح تصمیم‌گیری اخلاقی را ارتقاء داد. به عنوان نمونه بر اساس نتیجه این پژوهش، می‌بایست افراد خود را در معرض اخبار منفی تخلف‌های مالی قرار ندهند و یا از انتشار اینگونه اخبار جلوگیری شود و یا اساساً ترتیبی اتخاذ گردد که اینگونه تخلف‌ها صورت نگیرد، زیرا اخبار انتشار یافته از آنها خود می‌تواند موجب سهولت در ارتکاب تخلف‌های بعدی توسط سایرین گردد.

در این پژوهش افراد تنها تحت تاثیر اخبار مربوط به اختلاس‌ها و رسوایی‌های مالی بودند و از فرجام افراد مجرم خبری به ایشان مخابر نشد؛ بنابراین در پژوهش‌های آتی این نکته می‌تواند مورد توجه قرار گیرد که آیا افرادیکه از فرجام و مجازات مجرمان خبردار می‌شوند، خودشان بیشتر یا کمتر وارد تصمیم‌گیری‌های اخلاقی می‌شوند یا خیر.

همچنین پژوهش‌های آتی می‌تواند برای افزایش درک در خصوص اقدامات مورد نیاز برای کاهش کمرنگ شدن ارزش‌های اخلاقی، عاطفه ترس منفی و کنترل منبع پایین و برای جلوگیری از اثرات این ویژگی‌ها در اتخاذ تصمیم‌های غیراخلاقی گسترش یابد.

در خصوص محدودیت این پژوهش باید ذکر نمود که برخی افراد ممکن است بخواهند تصمیم‌های خود را بیشتر از واقع اخلاقی نشان دهند؛ و یا ویژگی‌های روانی و شرایط مختلف محیطی، تصمیم‌گیری آنها را تحت تاثیر قرار دهد. محدودیت دیگر این است که به هر حال همه افراد تا حدودی تحت تاثیر گونه‌هایی از اخبار سوء استفاده‌های مالی و غیرمالی به جز آنچه در پرسشنامه در اختیار آنها گذاشته شده بود، قرار دارند. همچنین سایر ویژگی‌های افراد مانند سابقه رفتارهای غیر اخلاقی، شهرت افراد، خود شیفتگی و ... در این پژوهش مورد توجه قرار نگرفته است.

- ۷ - بیوست

بِسْمِ اللّٰهِ الرَّحْمٰنِ الرَّحِيْمِ

ضمن قدردانی از اینکه با وجود مشغله فراوان مدتی از وقت گرانبهای خود را به تکمیل پرسشنامه پیوست اختصاص می‌دهید؛ به استحضار می‌رساند پاسخ‌های ارزنده شما می‌تواند پژوهشگر را در نتیجه هر چه بeter پژوهش یاری نماید. لذا امید است با استفاده از نظرات شما راه کارهای جدید و مطلوبی در زمینه موضوع پژوهش را ارائه گردد. پیش‌تر از همکاری شما سپاسگزاری می‌شود.

سؤالات قسمت اول

- ۱- رئیس که دوست صمیمی شما نیز می باشد، از شما می خواهد تا از طریق درخواست اسناد و
مدارک زیاد و بیش از حد (به این معنی که برای شکایت از افراد درخواست سند و مدرک مستدل
و غیره گردد تا مانع شکایت افراد شویم) و سایر روش های قانونی به طور موقت، مانع شکایت
کارکنان از وی شوید. برای دوست شما یک ترفیع خوب در نظر گرفته شده و پیشرفت او می تواند
نهفتم شما هم باشد. چقدر احتمال دارد این کار را انجام دهید؟

١٠٠ ٩٠ ٨٠ ٧٠ ٦٠ ٥٠ ٤٠ ٣٠ ٢٠ ١٠ %

- ۲- به عنوان حسابدار اصلی شرکت، از شما خواسته می‌شود که در راه بیشتر نشان دادن سود با آنها همکاری نمایید. از شما خواسته می‌شود تا برآورد مخارج مربوط به خدمات پس از فروش محصول، هزینه‌های گارانتی و منسخه شدن محصول را موقتاً به سطحی پایین تر از آنچه که یاوه، داراید مناسب است، تخمین بزنند. حقدار، احتمال، دارد این کار را انجام دهد؟

- ۳- سربرست مستقیم شما تا حد زیادی به سود هدف که منجر به پاداش زیادی برای وی می شود نزدیک شده است. برای کمک به دستیابی به این سطح از سود، او از شما می خواهد که هزینه هایی خاص را به تعویق بیندازید و به سال بعد منتقل کنید. به عنوان مثال، به عنوان مدیر بازاریابی، تبلیغات عادی و روزانه در مورد محصولات شرکت و تبلیغات از طریق رادیو و روزنامه ادامه داده، سه هفته آخر سال، به تعوهه سیندا بد تا شرکت متهمان این هزینه ها نشود. لسته این:

درخواست باعث کاهش فروش شرکت در اوایل سال جدید می‌گردد. چقدر احتمال دارد این کار را انجام دهید؟

٪ ۱۰۰ ۹۰ ۸۰ ۷۰ ۶۰ ۵۰ ۴۰ ۳۰ ۲۰ ۱۰٪ .

تا چه میزان از موارد زیر اطلاع دارید:

در شهریور ۱۳۹۰ مقامات و رسانه‌های از کشف اختلاسی بزرگ در بانک‌های ایران خبر دادند که فردی توانست مبلغ ۳ هزار میلیارد تومان یا ۲۸۰۰ میلیارد تومان را از شبکه‌های بانکی ایران به سرقت ببرد. در این اختلاس ۷ بانک دخیل بوده‌اند و رقم اختلاس در سال ۸۸ کمتر از ۸۰ میلیارد تومان، در سال ۸۹ حدود ۸۰۰ میلیارد تومان و در سال ۹۰ نیز ۲۸۰۰ میلیارد تومان بوده‌است. این اختلاس که از طریق بانک صادرات ایران انجام و کشف شده‌است.

٪ ۱۰۰ ۹۰ ۸۰ ۷۰ ۶۰ ۵۰ ۴۰ ۳۰ ۲۰ ۱۰٪ .

اختلاس و ارتشای میلیارדי در استانداری تهران: در این اختلاس ۱۱ میلیارد ریال از وجود استانداری تهران به حساب فردی فرصت‌طلب واریز شده بود.

٪ ۱۰۰ ۹۰ ۸۰ ۷۰ ۶۰ ۵۰ ۴۰ ۳۰ ۲۰ ۱۰٪ .

اختلاس ۵/۴ میلیارد ریالی در دانشگاه هنر اصفهان: طی یک سال و نیم اخیر دانشگاه‌های تهران، زنجان و اصفهان نیز با مساله اختلاس دست به گریبان بوده‌اند. به گونه‌ای که در دانشگاه هنر اصفهان، راننده رئیس دانشگاه که یک کارمند ساده بیش نبوده و هیچ مسؤولیت دیگری نداشته، موفق شده با روشی نه چندان پیچیده، بیش از ۶۵۰ میلیون تومان از پول‌های این دانشگاه را اختلاس کند و متواتر شود. در این نمونه نیز مساله جعل پایه و اساس اختلاس بوده است. چک با امضای جعلی از طرف شعبه بانک ملی مرتبط با دانشگاه نقد می‌شود و به همین راحتی یک اختلاس میلیونی دیگر شکل می‌گیرد.

٪ ۱۰۰ ۹۰ ۸۰ ۷۰ ۶۰ ۵۰ ۴۰ ۳۰ ۲۰ ۱۰٪ .

اختلاس شش میلیارد ریالی در بانک شعبه سیاهکل: وقتی بزرگان در شهرهای بزرگ اختلاس‌های چند صد میلیارد تومانی می‌کنند، فرصت‌طلبان هم در شهرهای کوچک بیکار نمی‌نشینند و از فرصت‌های پیش آمده کمال استفاده را می‌کنند. نمونه آن در شهر سیاهکل است که کارمند یکی از بانک‌ها ۶۵۹ میلیون تومان اختلاس و برداشت از حساب مشتریان را انجام می‌هد.

٪ ۱۰۰ ۹۰ ۸۰ ۷۰ ۶۰ ۵۰ ۴۰ ۳۰ ۲۰ ۱۰٪ .

اختلاس میلیاردی در استان خوزستان: اما در خوزستان هم یک کارمند بانک برای جلوگیری از ورشکستگی دست به اختلاس حدود ۰۰۴ میلیاردی زد. این فرد علاوه بر صندوقداری، مسؤولیت فعالیت امور اعتباری شعبه خود و سیستم تسهیلات را نیز در اختیار داشته که به راحتی موفق

به انجام این اختلاس شده است متهم در حال ساختن دو پروژه ۱۰ واحدی در اهواز بوده که برای جلوگیری از ورشکستگی از اسفند ۱۳۸۹ اختلاس خود را آغاز کرده بود.
 %. ۱۰ ۱۰ ۲۰ ۳۰ ۴۰ ۵۰ ۶۰ ۷۰ ۸۰ ۹۰ ۱۰۰

اختلاس میلیاردی برای خرید گوسفندها: فردی به عنوان کارمند بانک شعبه شهرستان بن و سپس شهرستان فرخشهر اشتغال داشته و برخلاف قوانین و مقررات و با سوءاستفاده از موقعیت شغلی، طی چندین مرحله و با انجام اعمال غیرقانونی در سیستم بانکی، مبالغی از مشتریان تحت عنوان فروش اوراق مشارکت و افتتاح سپرده اخذ و با تعیین سود برای اوراق و اسناد فرضی با درج مهر بانک به مشتریان رسیده است که این وجوده در حسابهای بانک معنکس نشده است.

%. ۱۰ ۱۰ ۲۰ ۳۰ ۴۰ ۵۰ ۶۰ ۷۰ ۸۰ ۹۰ ۱۰۰

اختلاس میلیونی از طریق وام ازدواج: شش نفر از کارمندان و افراد دلال با تشکیل باندی از طریق دریافت و صدور وام ازدواج به اختلاس میلیونی از طریق یکی از بانکهای پاکدشت اقدام کردن. این افراد در پوشش صدور وام ازدواج اقدام به تشکیل پرونده جهت دریافت وام برای ۲۵ نفر از افراد کرده و با این روش تاکنون مبالغ کلانی را اختلاس کرده‌اند.

%. ۱۰ ۱۰ ۲۰ ۳۰ ۴۰ ۵۰ ۶۰ ۷۰ ۸۰ ۹۰ ۱۰۰

اختلاس چندصدمیلیونی از بازیکنان لیگ برتر: این بار فردی در کسوت یک ممیز دارایی اقدام به کلاهبرداری میلیونی از گروهی از فوتبالیست‌ها کرده است. از آنجایی که فوتبالیست‌ها به پرداخت مالیات حساس هستند، فرد یادشده با آگاهی از این موضوع از هر بازیکن یک تیم لیگ برتری مبالغی سنگین دریافت و از آنها سوءاستفاده مالی کرده است.

%. ۱۰ ۱۰ ۲۰ ۳۰ ۴۰ ۵۰ ۶۰ ۷۰ ۸۰ ۹۰ ۱۰۰

موضوع اختلاس ۱۳۹۰ میلیارد ریالی از بانک ملی در استان هرمزگان:

%. ۱۰ ۱۰ ۲۰ ۳۰ ۴۰ ۵۰ ۶۰ ۷۰ ۸۰ ۹۰ ۱۰۰

اختلاس ۴۶ میلیاردی در بانک تجارت: بانک تجارت نیز از جمله دیگر بانکهایی بود که با معضل اختلاس دست به گریبان شد. یک متهم زن توانسته بود بیش از ۲۷ میلیارد ریال از این بانک اختلاس کند. وی کارمند بانک تجارت بوده که با سوءاستفاده از موقعیت شغلی خود و با دخل و تصرف غیرمجاز در حساب مشتریان اقدام به اختلاس کرده است. از سوی دیگر در این مورد دو متهم دیگر نیز با ارقام ۱۳ و شش میلیارد ریالی وجود دارند که آنها نیز از کارمندان همین بانک بوده‌اند.

%. ۱۰ ۹۰ ۸۰ ۷۰ ۶۰ ۵۰ ۴۰ ۳۰ ۲۰ ۱۰ %.

اختلاس‌های میلیاردی در چهار بانک: اختلاس در بانک‌های ملی، سپه، رفاه کارگران و ملت داده است. مبلغ ۹۰۰ هزار و ۸۰۰ دلار آمریکا در بانک ملی، تحصیل ۱۹۶ میلیارد مال نامشروع از بانک سپه و اختلاس یکی از کارمندان رسمی بانک رفاه کارگران و کلاهبرداری یکصد و ۴۴ میلیارد ریالی از بانک‌های ملی و ملت با هم مجموع این اختلاس‌ها را تشکیل می‌دهد. مجموعاً رقم این اختلاس‌ها به بیش از ۳۵۰ میلیارد ریال می‌رسد.

٪ ۱۰ ۲۰ ۳۰ ۴۰ ۵۰ ۶۰ ۷۰ ۸۰ ۹۰ ۱۰۰

اختلاس در بانک ایران و وزوئلا: اختلاس در ایران فقط گریبان بانک‌های ایرانی را نگرفت. بانک ایران و وزوئلا هم از جمله بانک‌هایی بود که از فروردین سال گذشته به این سو با معضل اختلاس روبه‌رو شد. مدیر عامل جدید بانک توسعه صادرات خبر این اختلاس را در نشست خبری خود داد. وی با بیان اینکه فعالیت‌های بانک ایران و وزوئلا به دلیل همکاری نکدن سیستم بانکی مبتنی بر پشتونه آمریکایی فقط محدود به پروژه‌هایی شده است که ایرانی‌ها در آنجا حضور دارند، گفت: اخیراً در بازرگانی که از شعبه بانک ایران و وزوئلا از سوی هیات ایرانی به عمل آمد، مشخص شد که رییس شعبه وزوئلا بانک رقم ۲۰ هزار دلار از متابع بانک را برداشت کرده است.

٪ ۱۰ ۲۰ ۳۰ ۴۰ ۵۰ ۶۰ ۷۰ ۸۰ ۹۰ ۱۰۰

اختلاس ۷۳ میلیاردی کارمند بانک صادرات ایران که گلوبال و بویراحمد به مبلغ ۷۳ میلیارد ریال. این فرد مسؤولیت صندوق شعبه را بر عهده داشته و در اقدامی ابتکاری، به صورت تلفنی از دایره خزانه بانک تقاضای وجه نقد برای این شعبه‌ها را می‌کرد و دایره خزانه بانک نیز وجه درخواستی را به همراه سند حسابداری به خود وی تحويل می‌داد. متهم ضمن اینکه اسناد حسابداری را در دفتر و سیستم رایانه‌ای ثبت نمی‌کرد، وجه ارسالی از خزانه را مورد استفاده شخصی قرار می‌داد.

٪ ۱۰ ۲۰ ۳۰ ۴۰ ۵۰ ۶۰ ۷۰ ۸۰ ۹۰ ۱۰۰

اختلاس در سفارت ایران در پاریس به مبلغ ۶۰۰ هزار یوروی:

٪ ۱۰ ۲۰ ۳۰ ۴۰ ۵۰ ۶۰ ۷۰ ۸۰ ۹۰ ۱۰۰

اختلاس ۸۴ میلیون درهمی از بانک ایرانی در دویی از طریق جعل اوراق بازرگانی:

٪ ۱۰ ۲۰ ۳۰ ۴۰ ۵۰ ۶۰ ۷۰ ۸۰ ۹۰ ۱۰۰

شبکه اختلاس در دانشگاه تهران:

٪ ۱۰ ۹۰ ۸۰ ۷۰ ۶۰ ۵۰ ۴۰ ۳۰ ۲۰ ۱۰ ۰

اختلاس مشترک از بانک تجارت و ایران خودرو به مبلغ هشت میلیارد و ۳۴ میلیون ریال و کلاهبرداری نماینده ایران خودرو به مبلغ شش میلیارد و ۲۱۶ میلیون ریال در محل دادگستری استان زنجان بود.

٪. ۱۰ ۲۰ ۳۰ ۴۰ ۵۰ ۶۰ ۷۰ ۸۰ ۹۰ ۱۰۰

اختلاس در دانشگاه علوم پزشکی زنجان بمبلغ پنج میلیارد ریالی توسط یکی از کارکنان امور مالی این دانشگاه بود.

٪. ۱۰ ۲۰ ۳۰ ۴۰ ۵۰ ۶۰ ۷۰ ۸۰ ۹۰ ۱۰۰

اختلاس سه میلیاردی کارمند یک بانک در اصفهان به مبلغ بیش از سه میلیارد و ۷۰۰ میلیون ریال وجه نقد از سیستم بانکی این استان:

٪. ۱۰ ۲۰ ۳۰ ۴۰ ۵۰ ۶۰ ۷۰ ۸۰ ۹۰ ۱۰۰

اختلاس در سازمان بهینه سازی سوخت به هفت نفر به مبلغ میلیاردها ریال:

٪. ۱۰ ۲۰ ۳۰ ۴۰ ۵۰ ۶۰ ۷۰ ۸۰ ۹۰ ۱۰۰

اختلاس از یک اداره از سوی سرایدار با استفاده از مهرها و سربرگ های این شرکت

٪. ۱۰ ۲۰ ۳۰ ۴۰ ۵۰ ۶۰ ۷۰ ۸۰ ۹۰ ۱۰۰

اختلاس سه میلیاردی از هدفمند کردن یارانه ها: سه نفر با وارد کردن اطلاعات کاملا جعلی، تعدادی از خانوارهای خودساخته، اقدام به اختلاس کرده اند. گفته می شود این افراد از این طریق حدود ۳۰۰ میلیون تومان پول به جیب زده بودند.

٪. ۱۰ ۲۰ ۳۰ ۴۰ ۵۰ ۶۰ ۷۰ ۸۰ ۹۰ ۱۰۰

۱۵۰۰ میلیارد ریال اختلاس در یک تعاوونی مسکن توسط مدیرعامل و اعضای هیات مدیره وقت بیش از ۱۵۰ میلیارد تومان

٪. ۱۰ ۲۰ ۳۰ ۴۰ ۵۰ ۶۰ ۷۰ ۸۰ ۹۰ ۱۰۰

اختلاس هزار میلیاردی در مسکن مهر در استان قزوین:

٪. ۱۰ ۲۰ ۳۰ ۴۰ ۵۰ ۶۰ ۷۰ ۸۰ ۹۰ ۱۰۰

اختلاس هزار میلیاردی مدیرعامل مجتمع پتروشیمی ایلام:

٪. ۱۰ ۲۰ ۳۰ ۴۰ ۵۰ ۶۰ ۷۰ ۸۰ ۹۰ ۱۰۰

اختلاس ۳۵ میلیاردی در ایران خودرو از طریق فروش ۳۵۰ ماشین:

٪. ۱۰ ۲۰ ۳۰ ۴۰ ۵۰ ۶۰ ۷۰ ۸۰ ۹۰ ۱۰۰

اختلاس ۴۰ میلیاردی ریالی در صندوق قرض الحسنہ کشاورزان بابل

٪. ۱۰ ۲۰ ۳۰ ۴۰ ۵۰ ۶۰ ۷۰ ۸۰ ۹۰ ۱۰۰

حال کمی استراحت کنید و پس از چند دقیقه به سوالات باقیمانده پاسخ دهید:

الف- مدیرتان از شما می خواهد تا عمدًا اسناد مربوط به شکایت مشتریان در مورد بی ادبی و گستاخی برخی کارکنان را از بایگانی خارج کنید. مدیرتان این شکایتها را بی اهمیت و مایه رنجش زیادی، می داند. چقدر احتمال دارد این کار را انجام دهید؟

٪۱۰ ۲۰ ۳۰ ۴۰ ۵۰ ۶۰ ۷۰ ۸۰ ۹۰ ۱۰۰

ب- موضوعی بسیار مهم برای ادامه حیات مدیره شرکت رخ داده است و اکنون شرکت به دنبال تامین مالی جدید می باشد. یکی از افراد بسیار نزدیک به مدیر عامل شرکت از دفتر مدیر عامل با شما تماس گرفته است. سود کم شرکت می تواند دریافت وام را به مخاطره اندادته و یا هزینه بهره زیادی را به شرکت تحمیل نماید. او از شما می خواهد بدون هیچ اما و اگری، هر کاری که برای رسیدن به سود موردنظر لازم است را انجام دهید و اضافه می کند «ما روی شما حساب می کنیم». مدیران ارشد به شما می گوید تنها راه برای انجام این دستور این است که از طریق تخمين کمتر از واقع حسابداری مانند مطالبات مشکوک الوصول، هزینه استهلاک، ذخیره مربوط به نقص و تضمین محصولات، گارانتی کالا و ... سود شرکت را مدیریت کنید. به شما گفته شده که حسابرس مستقل این موضوع را کشف نخواهد کرد. چقدر احتمال دارد که شما این درخواست را قبول کنید؟

٪۱۰ ۲۰ ۳۰ ۴۰ ۵۰ ۶۰ ۷۰ ۸۰ ۹۰ ۱۰۰

ج- شرکت به طور حیاتی نیاز دارد که سود جاری خود را بالا نشان دهد زیر سهامدارانی وجود دارند که با انتصاف مجدد اعضاء هیئت مدیره و مدیر عامل شرکت مخالف هستند. به شما گفته شده که از آنجاییکه ممکن است در این رقابت برنده نباشیم می بایست برخی طرح های سرمایه-گذاری را به تاخیر بیاندازیم. نقش شما این است که در قسمت خود به مدت شش ماه و با هدف بالا نشان دادن سود جاری، انجام برخی «هزینه های اختیاری» مانند تبلیغات و هزینه های تحقیق و توسعه را به تعویق بیاندازید تا به این ترتیب برخی هزینه ها از سال جاری به سال بعد منتقل شوند. چقدر احتمال دارد که شما این درخواست را قبول کنید؟

٪۱۰ ۲۰ ۳۰ ۴۰ ۵۰ ۶۰ ۷۰ ۸۰ ۹۰ ۱۰۰

منابع

- رهنمای روپشتی، فریدون؛ خردیار، سینا و ایمنی، محسن (۱۳۹۵). ریشه‌ی تاریخی جریان پژوهش‌ها در حسابداری مدیریت رفتاری (تغوری‌ها و روش‌های پژوهش). *فصلنامه دستاوردهای حسابداری ارزشی و رفتاری*، دوره ۱، شماره ۱، صص ۲۵-۵۵.
- علی آبادی، خدیجه و صمدی، سید علی (۱۳۹۴). تحلیل داده‌های روانشناسی با برنامه SPSS. *مشایخ، شهناز؛ حدیدی فرد، شهره و پژمان، سرور* (۱۳۹۲). تأثیر اخبار و مراجع خبری بر بازار سرمایه، پژوهش حسابداری، سال دوم، شماره ۸، صص ۵۷-۷۲.
- Abdolmohammadi, M.J. 2005. Intellectual capital disclosure and market capitalization", *Journal of Intellectual Capital*, 6 (3): 397-416.
- Albarracín, D., Kumkale, G.T., and P. Poyner-Del Vento. 2017. How people can become persuaded by weak messages presented by credible communicators: Not all sleeper effects are created equal, *Journal of Experimental Social Psychology*, 68: 171-180.
- Bandura, A. 1999. Moral disengagement in the perpetration of inhumanities. *Personality and Social Psychology Review*, 3(3): 193–209. http://dx.doi.org/10.1207/s15327957pspr0303_3.
- Bhattacharyya, S., and R. Hodler. 2015. Media freedom and democracy in the fight against corruption, *European Journal of Political Economy*, 39: 13-24.
- Brown, P. A., Stocks, M. H., and W. M. Wilder. 2007. Ethical Exemplification and the AICPA Code of Professional Conduct: An Empirical Investigation of Auditor and Public Perceptions. *Journal of Business Ethics*, 71: 39-71.
- Chen, H. , P. De, Y. Hu, and B. H. Hwang. 2012. Customers as advisors: The role of social media in financial markets. Working Paper. www.ssrn.com.
- Choi, J., & J.K. Lee. 2015. Investigating the effects of news sharing and political interest on social media network heterogeneity, *Computers in Human Behavior*, 44: 258-266.
- Das, S. R. , and M. Y. Chen. 2007. Yahoo! For Amazon: Sentiment extraction from small talk on the web. *Management Science*, 53(9): 1375. 1388.
- Davis, A. K., Piger, J. M., and L. M. Sedor. 2011. Beyond the numbers: Measuring the information content of earnings press release language. Working Paper. www.ssrn.com.
- Deephouse, D. L. 2000. Media reputation as a strategic resource: an integration of mass communication and resource-based theories. *Journal of Management*, 26(6): 1091–1112

- Erentaitė, R., Žukauskienė, R., Beyers, W., and R. Pilkauskaitė-Valickienėa. 2012. Is news media related to civic engagement? The effects of interest in and discussions about the news media on current and future civic engagement of adolescents, *Journal of Adolescence*, 35 (3): 587-597.
- Garcia-Piresa, A.j., Kind, H.J., and L. Sørgard. 2017. The effects of strategic news sources on media coverage, *Information Economics and Policy*, 41: 28-35.
- Gino, F., Ayal, S., and D. Ariely. 2013. Self-serving altruism? The lure of unethical actions that benefit others. *Journal of Economic Behavior and Organization*, 93: 285–292. <http://dx.doi.org/10.1016/j.jebo.2013.04.005>.
- Gosenpud, J., and J. Werner. 2009. A moral development unit for business courses. *Developments in Business Simulation and Experiential Learning*, 36: 10–15.
- Jang, S.M., and J.K. Kim. 2018. Third person effects of fake news: Fake news regulation and media literacy interventions, *Computers in Human Behavior*, 80: 295–302.
- Kellera, A.C., Smith, K.T.L., and M. Smith. 2007. Do gender, educational level, religiosity, and work experience affect the ethical decision-making of U.S. accountants?, *Critical Perspectives on Accounting*, 18(3): 299-314.
- Kumkale, G. T., and D. Albarracín (2004). The Sleeper Effect in Persuasion: A Meta-Analytic Review. *Psychological Bulletin*, 130(1): 143-172.
- Lowe, D. J., and P. M. J. Reckers. 2012. An examination of the contribution of dispositional affect on ethical lapses. *Journal of Business Ethics*, 111(2), 179–193. <http://dx.doi.org/10.1007/s10551-011-1200-7>.
- Lupien, S.J., McEwen, B.S., Gunnar, M.R., and C. Heim. 2009. Effects of stress throughout the lifespan on the brain, behaviour and cognition, *Nature Reviews Neuroscience*, 10(6): 434–445.
- Mayhew, B. W., and P.R. Murphy. 2014. The impact of authority on reporting behavior, rationalization and affect. *Contemporary Accounting Research*, 31(2): 420–443.<http://dx.doi.org/10.1111/1911-3846.12037>.
- Murphy, P. R. 2012. Attitude, Machiavellianism and the rationalization of misreporting. *Accounting, Organizations and Society*, 37(4): 242–259. <http://dx.doi.org/10.1016/j.aos.2012.04.002>.
- Paluck, E.L., Shafir, E., and S.J. Wu. 2017. Ignoring alarming news brings indifference: Learning about the world and the self, *Cognition*, 167: 160-171
- Poutvaara, P., and O. Ropponen. 2018. Shocking news and cognitive performance, *European Journal of Political Economy*, 51: 93-106.

- Price, J.M., and W. Sun. 2017. Doing good and doing bad: The impact of corporate social responsibility and irresponsibility on firm performance, *Journal of Business Research*, 80:82-97.
- Reckers, P., and M. Samuelson. 2016. Toward resolving the debate surrounding slippery slope versus licensing behavior: The importance of individual differences in accounting ethical decision making, *Advances in Accounting*, 34: 1-16. DOI: 10.1016/j.adiac.2016.07.003
- Schafraad, P., van Zoonen, W., and P. Verhoeven. 2016. The news value of Dutch corporate press releases as a predictor of corporate agenda building power, *Public Relations Review*, 42 (3): 451-458.
- Sheehan, N.T., and J. A. Schmidt. 2015. Preparing accounting students for ethical decision making: Developing individual codes of conduct based on personal values, *Journal of Accounting Education*, 33 (3): 183-197.
- Taft, S. H., and J. White. (2007). Ethics education: Using inductive reasoning to develop individual, group, organizational, and global perspectives. *Journal of Management Education*, 31(5): 614-646.
- Tavris, C., & E. Aronson. 2007. Mistakes were made (but not by me): Why we justify foolish beliefs, bad decisions, and hurtful acts (1st ed.). Orlando, Fla: Harcourt.