

Quarterly Scientific Journal of Human Resources &
Capital Studies

Online ISSN: 2783-3984

<http://ensani.ir/fa/article/journal/1568>

<http://civilica.com/1/87979/#>

<http://magiran.com/8116>

Examining the fallacy of the tone of expression in organizations and how to manage it

Zahra Mohammadpour

Specialized doctorate in public administration,
majoring in organizational behavior, lecturer at
Islamic Azad University, Chalus branch

Narges Alikhani Kushkak

Master's student in public administration, human
resource development, Islamic Azad University,
Chalus branch

Mahdiyeh Kiyakajuri

Master's student in public administration, human
resource development, Islamic Azad University,
Chalus branch

Date of receipt: 22/Nov/2022

Date of acceptance: 21/Dec/2022

Abstract

Understanding organizational behavior has never been as important for managers as it is today. In this regard, theories always help researchers as the most important research tool. so that by using them they can describe, explain and analyze social phenomena. The purpose of this research is to investigate the fallacy of tone of expression in organizations and how to manage it. Examining the concept of fallacy in related sources indicates that this concept is used in different meanings. Avoiding fallacies strengthens one's ability to create strong arguments. At what time and under the influence of what factors each person behaves and acts has made researchers to research and investigate for years. Therefore, in this research, we seek to know the fallacies of the tone of expression in organizations. What are they and how can they be managed?

Keywords: fallacy, tone of expression fallacy, organizations, management

بررسی مغالطه لحن بیان در سازمانها و چگونگی مدیریت آن

زهرا محمدپور

دکتری تخصصی مدیریت دولتی گرایش رفتار سازمانی، مدرس دانشگاه آزاد اسلامی، واحد چالوس

نرگس علیخانی کوشک

دانشجوی کارشناسی ارشد مدیریت دولتی، گرایش توسعه منابع انسانی، دانشگاه آزاد اسلامی، واحد چالوس

مهدیه کیاکجوری

دانشجوی کارشناسی ارشد مدیریت دولتی، گرایش توسعه منابع انسانی، دانشگاه آزاد اسلامی، واحد چالوس

تاریخ دریافت: ۱۴۰۱/۰۹/۰۱ تاریخ پذیرش: ۱۴۰۱/۰۹/۳۰

چکیده

درک رفتار سازمانی در هیچ زمانی مانند امروز برای مدیران مهم نبوده است. در این راستا همواره نظریات به عنوان مهمترین ابزار پژوهش، پژوهشگران را یاری می نماید؛ تا با به کارگیری آنها بتوانند پدیده های اجتماعی را مورد توصیف، تبیین و تحلیل قرار دهند. هدف پژوهش حاضر بررسی مغالطه لحن بیان در سازمانها و چگونگی مدیریت آن می باشد. بررسی مفهوم مغالطه در منابع مرتبط حاکی از آن است که این مفهوم در معانی متفاوتی مورد استفاده قرار می گیرد. اجتناب از مغالطه ها توانایی فرد را در ایجاد استدلال های قوی تقویت می کند. اینکه هر انسانی در چه زمانی و تحت تاثیر چه عواملی دست به رفتار و عمل میزند سالیان سال است که پژوهشگران را در جای جای دنیا به پژوهش و بررسی واداشته است. بنابراین در این پژوهش به دنبال آن هستیم که بدانیم مغالطه های لحن بیان در سازمانها چیستند و چطور میتوان آنها را مدیریت نمود.

کلیدواژه: مغالطه، مغالطه لحن بیان، سازمانها، مدیریت

مقدمه

همواره نظریات به عنوان مهمترین ابزار پژوهش، پژوهشگران را یاری می نماید؛ تا با به کارگیری آنها بتوانند پدیده های اجتماعی را مورد توصیف، تبیین و تحلیل قرار دهند. درک اینکه مغالطه ها چیست مهم است تا فرد بتواند آنها را یا در نوشتار خود یا دیگران تشخیص دهد. اجتناب از مغالطه ها توانایی فرد را در ایجاد استدلال های قوی تقویت می کند. ارزیابی اینکه یک استدلال مغالطه آمیز است ممکن است دشوار باشد، زیرا استدلال ها در امتداد صحت وجود دارند و استدلالی که دارای چندین مرحله است یا بخشهایی ممکن است دارای برخی بخشهای صوتی و برخی موارد مغالطه آمیز باشد. استدلال های مغالطه آمیز معمولاً ظاهر فریبنده ای دارند که استدلال های خوبی هستند. مغالطه های غیر رسمی ممکن است از نقاط ضعف عاطفی، فکری یا روانی مخاطب نیز بهره برداری کند. شناخت مغالطه ها می تواند مهارتهای استدلال را ایجاد کند تا پیوندهای ضعیف تر بین مقدمات و نتیجه گیری ها را برای تشخیص بهتر آنچه به نظر می رسد درست است، نشان دهد. با توجه به کلمه مغالطه این مطلب فهمیده می شود که مغالطه از غلط اخذ شده است و غلط هم به این معناست که مغاط، باطل را به صورت حق و حق را به صورت باطل معرفی کند و از احکام، بدون دلیل استفاده نماید. با توجه به این معنا و همچنین کاربردی که این صنعت در جامعه بشری دارد، لازم است به بررسی و تحقیق درباره این صنعت پرداخته شود. شهید مطهری در اینباره می گوید: دانستن فن مغالطه نظیر شناختن آفات و میکروب های مضر و سمومات است که از ان جهت لازم است تا انسان از آنها احتراز جوید، و اگر کسی خواست او را فریب داده یا مسموم کند، فریب نخورده و یا اگر مسموم شده است بتواند او را معالجه کند. برای همین در این پژوهش به دنبال آن هستیم که بدانیم مغالطه به چه معناست و در این بین مغالطه ی لحن بیان چیست؟ و از آنجا که در دنیای ماشینی زندگی میکنیم که سازمانها بخش عمده ای از آن را تشکیل می دهند لذا درصدد شناسایی مغالطه های لحن بیان در سازمانها بوده و در نهایت چگونگی مدیریت آن تا جلوی این مغالطه ها به عنوان یک آسیب سازمانی گرفته شود. برای مغالطه تعریف های متعددی ذکر شده است که جامع آنها این است که: مغالطه، قیاس فاسدی است که منتج به نتیجه صحیح نباشد و فساد آن یا از جهت ماده است یا صورت و یا هر دو. ابن رشد در تعریف مغالطه می گوید که همان طور که برخی مردم واقعا عابد هستند برخی به ظاهر عابد، ولی در واقع اهل ریا و خودنمایی؛ و همانطور که برخی از طلا و نقره ها واقعی هستند و چیزهایی وجود دارند که به نظر می رسد طلا و نقره اند، همچنین برخی قیاس ها واقعا قیاس اند و برخی شبیه قیاس؛ یعنی در حقیقت قیاس نیستند که آنها را مغالطه می نامیم. از این دو تعریفی که ذکر شد، یک تعریف عام تری وجود دارد و آن اینکه

انواع خطاها و آشفتگی هایی که کم و بیش مرتبط با خطای در استدلال است نیز به معنای وسیع کلمه، مغالطه نامیده می شود.

بنابراین وقتی بدانیم در سازمانها مغالطه به عنوان یکی از ابعاد رفتاری ادراکی نیروهای انسانی وجود دارد لذا مدیریت این رفتار بر مدیران حائز اهمیت خواهد بود.

فایول از صاحب نظران علم مدیریت می گوید مدیریت یعنی "پیش بینی فعالیت، برای نیل به هدفهای سازمان در آیند ه" (تاکید بر برنامه ریزی). چستربارنارد از دیگر پیشگامان علم مدیریت می گوید: "مدیریت یعنی همکاری دو یا چند نفر انسان برای نیل به هدف معین و مشخص" تاکید بر تعامل و هدف). مری پارکر فالت از پیشاهنگان مکتب ر وابط انسانی می گوید: "مدیریت عبارت است از هنر انجام دادن کارها به وسیله ی دیگران" تاکید بر همکاری و روابط انسانی). دکتر علی رضاییان از صاحب نظران ایرانی می گوید: مدیریت یعنی "مدیریت، فرایند به کارگیری موثر وک ارآمد منابع مادی و انسانی در برنامه ریزی، سازماندهی، بسیج منابع و امکانات، هدایت و کنترل است که برای دستیابی ب ه اهداف سازمانی و بر اساس نظام ارزشی مورد قبول، صورت می گیرد" استاد مطهری (ره) در کتاب مدیریت و رهبر ی در اسلام مدیریت را اینگونه تعریف کرده است: "مدیریت یعنی مجهز کردن نیروها، تحریک نیروها، آزاد کردن نی روهها و در عین حال کنترل نیروها و در مجرای صحیح انداختن آنها، سامان دادن، سازمان دادن و حرارت بخشیدن به آنها".

حال که به تعریفی کلی از مدیریت و مغالطه پرداختیم در ادامه به مبانی نظری در خصوص مغالطه و انواع آن در سازمانها خواهیم پرداخت .

مبانی نظری

نگاهی تاریخی به مفهوم مغالطه نشان می دهد که موضوع مغالطه در طول تاریخ، فلسفه و منطق از جایگاه خاصی برخوردار بوده است و از زمان های گذشته فیلسوفان به طرق مختلف به این موضوع پرداختند. سوفسطاییان از طریق گفتار بلند و با استفاده از مغالطه سعی می کردند تا ایده های مورد نظر را به شنوندگان خود تحمیل کنند (نقیب زاده، ۱۳۷۴). مع ذلک، بیشترین کاربرد این مفهوم نخست در حوزه منطق به عنوان روش اندیشه درست بوده و به دلیل بالا بودن کاربرد روش قیاس در این قلمرو به معرفتی بیشترین مغالطه ها در حوزه خطاهای موجود در سبک استدلال قیاسی دنبال می شده است (خندان، ۱۳۸۰). کانت در ابتدا می گوید: مغالطه یا

منطقی است یا استعلایی. مغالطه منطقی عبارت است از قیاسی که در آن یک خطای صوری منطقی وجود داشته باشد در اینجا کانت به مفهوم یا- به قول خودش ترجیحا- به قضیه من می اندیشم اشاره می کند که به نظر او پایه همه ی مغالطات چهارگانه ی عقل درخصوص نفس است. او می گوید: مفهوم یا قضیه من می اندیشم در شمار بقیه مفاهیم استعلایی است، هر چند لازم نیست که عنوانی مخصوص داشته باشد، مثل مفهوم جوهر، علت، وحدت و... زیرا اثر آن، وحدت بخشی به همه تصورات و مفاهیم به طور کلی و از جمله خود مفاهیم استعلایی است. این مفهوم هرچند از تجربه حاصل نیامده، ولی مشتمل بر موضوعی و محمولی است، یعنی در عالم تصور چیزی را به چیزی نسبت می دهد. موضوع آن من است، به منزله ی متعلق حس بیرونی که جسم نام دارد، و محمول آن اندیشه است. این من می اندیشم اساس روان شناسی عقلایی است. من می اندیشم یگانه زمینه روان شناسی عقلایی است و کل نظام آن باید از این اصل به دست آید(حکاک، ۱۳۸۸). همانطور که ملاحظه می شود به رغم اختلاف نظر درباره مفهوم مغالطه، در معنای عام، نویسندگان مفهوم مغالطه را متوجه خطا در سبک استدلال میدانند. به عبارت دیگر بررسی نظر متفکران مختلف در خصوص مفهوم مغالطه نشان می دهد که تقریباً همه آنها در باب مغالطه به مفهوم خطا در سبک استدلال اتفاق نظر دارند (شعبانی ورکی و همکاران، ۱۳۹۰). درک اینکه مغالطه ها چیست مهم است تا فرد بتواند آنها را یا در نوشتار خود یا دیگران تشخیص دهد. اجتناب از مغالطه ها توانایی فرد را در ایجاد استدلال های قوی تقویت می کند. ارزیابی اینکه یک استدلال مغالطه آمیز است ممکن است دشوار باشد، زیرا استدلال ها در امتداد صحت وجود دارند و استدلالی که دارای چندین مرحله است یا بخشهایی ممکن است دارای برخی بخشهای صوتی و برخی موارد مغالطه آمیز باشد (دلنسی، ۲۰۱۸).

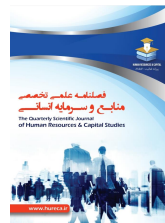
مغالطه استفاده از استدلال نامعتبر یا در غیر این صورت نادرست یا ((حرکت اشتباه)) (ون ایمرن، گارسن، مافلز، ۲۰۰۹). در ساخت یک استدلال است (گنسلر، ۲۰۱۰؛ وودز، ۲۰۰۲). یک استدلال مغالطه آمیز ممکن است یا به نظر رسیدن بهتر از آنچه واقعا است فریبنده باشد. برخی مغالطه ها عمدا برای دستکاری یا ترغیب یا فریب انجام می شود، در حالی که برخی دیگر به دلیل بی احتیاطی یا ناآگاهی، ناخواسته مرتکب می شوند. صحت استدلال های حقوقی به زمینه استدلال ها بستگی دارد (بوستامانته، دالمان، ۲۰۱۵). مغالطه در لغت به معنی سوق دادن شخص دیر و به غلط و نیز اشتباه کاری (خودفرد) است و در اصطلاح منطق، استدلالی است که واجد ارکان و شرایط استدلال به لحاظ ماده یا صورت و یا هر دو نباشند. مغالطه به معنی تعمد در به غلط اندازی دیگری با دو انگیزه می تواند تحقق یابد: ۱. انگیزه حق: گاه ممکن است شخص مغالط به غرضی صحیح،

دیگری را به اشتباه سوق دهد، به قصد امتحان مخاطب و یا به منظور تنبیه طرف مقابل برای اصرار نکردن او بر نظر اشتباه خود. در صورت اول به قیاس مغالطی ((امتحان)) و در صورت دوم به آن ((عناد)) می گویند. ۲. انگیزه باطل: گاهی مغالط با اهدافی نادرست، مانند ریا، برتری بر دیگران دست به مغالطه می زند. اساس شکل گرفتن چنین انگیزه ای این است که مغالط بخواهد قبل از آراسته شدن به حکمت و مقتضای عقل، خود را در جامه عالمان ظاهر کند. چنین افرادی چاره ای جز تمسک به انواع مغالطه ندارند تنها راه مقبولیت کلام ایشان در میان ظاهر بینان، استفاده از مغالطه و شهرت دروغین به علم و فرزاندگی است (منتظری مقدم، ۱۳۹۴). مغالطات معمولاً به ((رسمی)) و ((غیر رسمی)) تقسیم می شوند. یک مغالطه رسمی را می توان در یک سیستم منطقی استاندارد، مانند منطق گزاره ای، منظمی بیان کرد. در حالی که یک مغالطه غیر رسمی از یک اشتباه در استدلال غیر از شکل منطقی نامناس منشا گیرد (گارنر، ۱۹۹۷). استدلال های حاوی مغالطه های غیر رسمی ممکن است به طور رسمی معتبر باشند، اما همچنان مغالطه آمیز هستند (داودن، ۲۰۱۶).

تن، شاخصی برای سنجش لحن نوشتار است. مجموع لحن نوشتار شرکت به عنوان سطح عادی لحن نوشتار به علاوه سطح غیر عادی لحن نوشتار تفسیر می شود. پژوهشگران برای سنجش لحن نوشتار به علاوه سطح غیر عادی لحن نوشتار تفسیر می شود. پژوهشگران برای سنجش لحن نوشتار در گزارش های مدیران از روش های گوناگونی استفاده نموده اند. دو روش معمول برای تحلیل محتوا، یکی روش لغت نامه و دیگری روش آماری است (لی، ۲۰۱۰). از بین این دو روش، روش لغت نامه در تحقیقات مالی رایج تر است و کلمات را بر اساس قواعد از پیش تعریف شده در طبقات مختلف قرار می دهد. از طرف دیگر روش آماری متکی به تکنیک های آماری مانند اندازه گیری رابطه بین فراوانی کلید واژه های معین است (محسنی، رهنمای رودپشتی، ۱۳۹۸). لحن نوشتار یعنی استفاده از عبارات مثبت و منفی، در این نامه ها به نقطه عطفی برای درک شرکت تبدیل شده است (کرلسون و لامپتی، ۲۰۱۵).

مغالطه لحن بیان^۱ موقعی پیش می آید که لحن بیان یا جای تکیه (یا اکسان) معنای کلمه، جمله یا کل مفهومی را تغییر دهد. معادل های جایگزین مغالطه لحن بیان عبارتند از: مغالطه ی تکیه ی صدا، مغالطه ی اکسان، مغالطه ی عروض، بیان غلط انداز. جهت گیری های ما ممکن است باعث شوند ظرافت ها و لحن گفتاری افراد

¹ Accent Fallacy



را نادیده بگیریم. به حرف انسان های دیگر با دقت و نکته سنجانه گوش کنید و نتیجه گیری های سریع انجام ندهید (دامر، ۲۰۰۸).

موضوع صنعت مغالطه

موضوع این صنعت، محدود به شیء خاصی نیست بلکه همه آنچه که صنعت برهان و جدل به آن تعلق می گیرد را شامل می شود و مبادی صنعت مغالطه نیز مقابل مبادی صنعت برهان و جدل است؛ یعنی مبادی اش، شبیه مبادی آنهاست با این تفاوت که مبادی برهان و جدل، حقیقی هستند، اما مبادی این صنعت، ظاهری و غیر حقیقی است؛ و منشا شباهت ظاهری آنها ضعف نیروی تشخیص و قصور ذهنی است.

فواید صنعت مغالطه

- ۱- انسان دچار غلط نشود.
 - ۲- شخص دیگری با وی مغالطه نکند.
 - ۳- بتواند به وسیله این فن، مغالطه طرف را بی اثر سازد.
 - ۴- برای امتحان فرد، استعمال شود.
 - ۵- برای عداوت و دشمنی با طرف به کار رود.
- بنابراین می توان چنین گفت که فایده دانستن این فن مانند بهره ای است که پزشک از آموختن سموم و خواص آن می برد؛ چون پزشک می تواند بدین وسیله از آن سموم پرهیز کند و دیگران هم به احتراز از آن توصیه کند و کسی را که مسموم شده مداوا نماید.

آفات رهرو و طریق شناخت

برخی از مهم ترین عواملی که می توان پوینده راه معرفت را از رفتار درست باز دارد و از راه بیراه بکشاند عبارت است از:

۱- ساده انگاری و عافیت طلبی: باید دانست که حقیقت به آسانی به دست نمی آید، بنابراین عافیت طلبی با حقیقت جویی نمی سازد؛ رهروی که هنوز چند گامی در راه شناخت بر نداشته، خسته و کم حوصله می شود، هرگز به مقصد نخواهد رسید.

۲- پیروی از هوی و هوس: برای رسیدن به حقیقت لازم است در ضمن جستجو بررسی کاملاً بی طرف بود و تنها به ادله و مدارک استناد نمود؛ زیرا اگر انسان بی طرفی خود را نسبت به نفی یا اثبات مطلبی حفظ نکند میل نفسانی اش به یک سو باشد، خواه ناخواه بدون اینکه متوجه باشد فکرش به سمت میل و خواهش نفسانی اش متمایل خواهد شد، گرفتاری به دام هوس ها خواهش ها سبب می شود تا پوینده راه به جای آنکه متوجه حقیقت باشد، چشم و دلش متوجه هوس و میل خود باشد، چنین رهروی در واقع دل به حقیقت نبسته است بلکه بیش از علاقه به حقیقت به سلیقه ها منافع خود علاقه دارد. او حقیقت را به شرطی دوست دارد که با آنچه دلخواه اوست منطبق باشد، اما حقیقت جز با حقیقت منطبق نمی شود، این سخن مشهور است که حب و بغض چشم انسان را بر حقایق می بندد.

خشم و شهوت مرد را احول ز استقامت روح را مبدل کند.

(جلال الدین مولوی، مثنوی معنوی، دفتر اول، بیت ۲۳۳)

۳- خود باختگی در مقابل قدرت ها، شهرت ها، شعارها و ... قدرت و شهرت ممکن است چشمان محقق را از بیان حقایق باز دارد و جرات رد پاسخ های باطل را از او بگیرد یا حتی مجالی نیابد تا بیاندهد و بطلان آنها را دریابد. خود باختگی در برابر صاحبان اندیشه های گذشته طوق تقلید را بر گردن محقق می افکند و قدرت ابتکار را از او سلب می کند و سبب می شود تا همان اندیشه های اشخاص پرآوازه را برگردد. خود باختگی در برابر عناوین و اصطلاحات و شعارها مانند خود باختگی در مقابل اشخاص، زیان آور است، بسیاری افراد وقتی می شنوند فلان ادعا علمی یا فلان اندیشه جدید و مترقی است، قدرت انتقاد از آنها گرفته می شود.

۴- پیروی کورورانه از عادت و سنن: اکتفا به آنچه دیگران پیش از ما یافته اند و بی عیب و نقص دانستن عقاید گذشتگان، به معنای مرگ برای تحقیق کردن و توقف کامل علوم است؛ چنانکه قرآن در این ارتباط می فرماید: و اذا قیل لهم اتبعو ما انزل الله بل تتبع ما الفینا علیه آباءنا او لو کان آباوهم لا یعقلون شیئا و لا یهدون (سوره بقره، آیه ۱۷۰) (و چون به آنان گفته می شود از آنچه خدا نازل کرده است پیروی کنید، می گویند نه، بلکه از چیزی

که پدران خود را بر آن یافته ایم، پیروی میکنیم. آیا هر چند پدرانشان چیزی درک نمیکرده و به راه صواب نمی رفته اند(باز هم در خور پیروی هستند).

۵- جدا نکردن جنبه های گوناگون از هم: غفلت از پیچیدگی و چندگانگی یک پدیده سبب می شود تا ما را راهی را که ممکن است فقط برای شناخت یکی از جنبه های آن درست و مناسب باشد، برای چند جنبه مختلف مناسب بدانیم و به همین دلیل به نتیجه برسیم علاوه بر این ممکن است حقیقت بودن یک جنبه، ما را از باطل بودن جنبه های دیگر همان مساله غافل سازد و همچنین ممکن است حقیقت یک امری چند بعدی را تنها در یک بعد آن محدود سازیم.

۶- خیال پردازی به جای استدلال و تکیه بر ظن گمان به جای علم و یقین: بسیاری از اشتباهات ناشی از تشبیهات بی دلیل و تمثیل های غلط است. نشان دادن تشبیه و تمثیل به جای استدلال، شیوه خطرناک و ضلالت باری است که رهرو راه شناخت باید از آن پرهیز کند(طالع زاری، ۱۳۸۴).

پیشینه پژوهش

آقانوری(۱۳۹۵) در پژوهشی با عنوان: مغالطه ها ، مصادره ها و چالش های کاذب مواع اصلیه در پژوهش های حوزه ی ادبیات پایداری به این نتیجه دست یافت که مغالطه یعنی استدلالی که با وجود داشتن ظاهری درست ، در واقع نادرست است و حتی با وجود درستی مقدمات نمیتوان به نتیجه ی آن دست یافت .وی در این پژوهش به دو گروه آسیب اصلی دست یافت . آسیبهای جزئی و آسیبهای کلی. آقانوری پانزده مغالطه ی اصلی را باعث بروز آسیب اصلی در ادبیات پایداری شناسایی نمود که سبب ایجاد بعضی جریان های کاذب ، موازی کاری ، تکرار ، سزقت ادبی می شوند که در صورت بی توجهی به آنها ، دامنه دارتر خواهد شد و نتیجه خدشه وارد شدن به اعتبار علمی پژوهش ها است . وی توجه به مغالطه های رایج در تحقیقات ، مبارزه با مصادره های شایع و تلاش برای دامن زدن به چالش ها و جریان های کاذب را از مهمترین اقدامات برای رفع مواع تحقیقی ادبیات پایداری دانست .حکاک، (۱۳۸۸) در پژوهشی با عنوان: مغالطات عقل محض در نظر کانت این چنین مطرح میکند که در نظر کانت معرفت مشتمل بر ماده ای و صورتی است . ماده ی آن از طریق حس به دست می آید و صورت را ، ما در دو مرحله ادراک حسی و فهم بدان می بخشیم : در مرحله ادراک حسی ، مکان و زمان را ، و در مرحله فهم دوازده مقوله را . و آنچه از این رهگذر می شناسیم ، پدیدار است نه شی فی نفسه . اما عقل ما به اقتضای طبیعت خود ، پارا از حوره ی پدیدار بیرون می نهد و تصوراتی را می سازد که در واقع توهمند .

یکی از این تصورات، تصور نفس است. عقل می خواهد با چهار استدلال مغالطی، چهار مطلب را در خصوص نفس اثبات کند: جوهریت، بساطت، شخصیت و تمایزش از ماده (نفس وجودی یقینی دارد و ماده وجودی مشکوک). ریشه ی همه این مغالطات این است که من می اندیشم یا من که در نظر کانت یک شرط پیشینی و صوری شناخت است، یکی شی عینی و یکی متعلق معرفت شناخته می شود. در ضمن کانت در مغالطه ی چهارم با طرح نظریه ایده آلیسم استعلایی به مخالفت با ایده آلیسم به معنی متعارف آن میپردازد و تصورات موجود ذهن را به معنی خاصی بیرون می داند.

با مرور مبانی نظری پشتیبان مدیریت نوشتار و مدیریت سود مشخص می شود، وجه مشترک هر دو رفتار، قصد و نیت مدیریت برای شکل دهی و یا متاثر ساختن ادراک استفاده کنندگان نسبت به اطلاعات بنیادی شرکت است (برای مثال، کارلسون و لامپتی، ۲۰۱۵). کارلسون و لامپتی (۲۰۱۵) نشان می دهد مدیریت نوشتار برای گمراه کردن سرمایه گذاران نسبت به اطلاعات بنیادی شرکت ها مورد استفاده قرار می گیرد. همچنین مدیریت نوشتار موجب تسهیل انگیزه های مدیریت در پوشش اطلاعات بنیادی ضعیف شرکت شده و به عنوان مکمل مدیریت سود استفاده می شود. رودرفورد (۲۰۰۵) توضیح می دهد که انتخاب های ادیبانه (فصاحت و بلاغت) مانند ویژگی های واژگان، انتخاب کلمات، فراوانی استفاده و پیچیدگی واژگان بر درک توصیف های حسابداری تاثیر می گذارد. علاوه بر آن وی نتیجه می گیرد که معمولا نامه مدیریت به سهامداران، بدون در نظر گرفتن نتایج مالی، بار مثبت دارد. هانگ و همکاران (۲۰۱۴) مدیریت نوشتار را به این صورت تعریف می کنند: انتخاب سطح لحن نوشتار در متن های کیفی به گونه ای که با اطلاعات کمی همزمان منطبق نیست. بر اساس استدلال هانگ و همکاران (۲۰۱۴) استفاده از فصاحت و بلاغت در توصیف، برای درک اطلاعات کمی حائز اهمیت است. با این وجود، هنگامی که انگیزه های نمایندگی وجود دارند، کلام می تواند خواننده را فریب دهد و بنابراین به طور راهبردی استفاده شود و نه با هدف اطلاع رسانی.

شعبانی ورکی و همکاران (۱۳۹۰)، پژوهشی انجام دادند با عنوان: طبقه بندی مغالطه های اسکات و پژوهش های تربیتی در ایران که به اهمیت پژوهش های تربیتی در بهبود عملکرد سازمانهایی همچون مدارس صحنه گذاشته اند و بر این باورند که توجه به مسائل روش شناختی پژوهش، شیوه نتیجه گیری از یافته های پژوهش و نحوه بکارگیری عملی آنها در زمینه های مختلف آموزشی و تربیتی میتواند مهم باشد. در این میان دیوید اسکات یکی از متفکرانی است که تلاش نمود تا دسته بندی مشخصی از مغالطه های قابل وقوع در پژوهش های تربیتی ارائه

نماید البته باید توجه داشت که این مغالطه ها از نگاه اسکات در پژوهش هایی رخ می دهد که از الگوهای ریاضی استفاده می کنند ، اما در این مقاله ، با توجه به دیدگاه رئالیسم استعلایی و منطق پارا ریاضیات ، موضوع مغالطه در همه پژوهش ها مد نظر قرار گرفت . بنابراین دیدگاه ، تصریح می شود که در همه مشاهده ها خطاهایی وجود دارد و بنابراین همه نظریه ها قابل تجدید نظر هستند . به عبارت دیگر ، طرفداران این نظریه به شناخت قطعی واقعیت مظنون هستند و به نحوی انتقادی به آن می نگرند. در این دیدگاه اعتقاد بر این است که همه مشاهدات واجد بار نظری هستند و دانشمندان بالذات تحت تاثیر تجربه های فرهنگی و جهان بینی خود قرار دارند و عمل آنها با تورش و سوگیری همراه است .

تان و همکاران (۲۰۱۴) استدلال نمودند که اثر احساسی زبان ، با نحوه استفاده از کلمات مثبت و منفی ارتباط دارد . با ثابت نگه داشتن محتوای اطلاعات ، آنها بررسی کردند که آیا مدیریت نوشتار برای تاثیر گذاشتن بر درک سرمایه گذاران استفاده می شود .بر خلاف مطالعات دیگر در زمینه مدیریت نوشتار ، تان و همکاران (۲۰۱۴) همزانی اثر احساسی زبان و قابلیت خواندن اعلامیه های فشرده سود را بررسی نمودند . آنها استدلال نمودند که اثر احساسی زبان یک اثر پیکربندی صفات است . در این شرایط ، ادراک افراد پیرامون اقلام یکسان ، با توجه به میزانی که آن اقلام به صورت مثبت یا منفی توصیف می شوند ، تغییر می کند . با توجه به پیکربندی صفات ، آنها دریافتند که زبان مثبت (در مقابل زبان خنثی) منجر به تاثیر چارچوبی مثبت می شود ، به گونه ای که شرکت کنندگان در تحقیق صرف نظر از میزان مهارت سرمایه گذار ، عملکرد شرکت را بهتر از آنچه توسط ارقام مالی بیان شده است ، ارزیابی می کنند . آنها دریافتند هنگامی که قابلیت خواندن پایین است ، از نظر سرمایه گذاران ماهرتر ، لحن مثبت نوشتار باور پذیری کمتری دارد . در نتیجه قضاوتهای آنها در خصوص سود در مقایسه با اطلاعات بنیادی شرکت پایین تر خواهد بود . آنها چنین نتیجه میگیرند که علت سودهای کمتر تخمین زده شده ، اثر معکوس استفاده از زبان مثبت است . در مطالعات گذشته نامه مدیر ارشد اجرایی یا اسناد مشابه آن مانند بحث و تحلیل های مدیریت ، به عنوان یک بخش ارتباطی مهم در گزارش سالانه تشریح شده ، و در خصوص تاثیر آن بر سرمایه گذاران و دیگر استفاده کنندگان گزارش سالانه بحث شده است (برای مثال ، آبراهامسون و امیر ، ۱۹۹۶؛ آمرنیک و کریگ ، ۲۰۰۷ ؛ پاتلی و پدرینی ، ۲۰۱۴). از طریق نامه مدیر ارشد اجرایی ، مدیریت اجازه می یابد عقاید ارزش ها و دیدگاه های خود را برای سهامداران بیان کند ، بنابراین این نامه پیشی در خصوص انگیزش و قصد مدیران ارشد اجرایی ارائه می دهد (میرزائی و همکاران، ۱۳۹۹).

هیلی و واهلن (۱۹۹۹) مدیریت سود را به این صورت تعریف می کنند: شرایطی که مدیریت از فرصت قضاوت برای فریب سهامداران درباره اطلاعات بنیادی شرکت یا تأثیر بر دستاوردهای قراردادی سوء استفاده می نماید. استانداردهای حسابداری برای سازگاری با محیط های حسابداری مختلف ایجاد می شوند از این رو عنصر قضاوت ضروری است (هیلی و واهلن، ۱۹۹۹). بورگستالر و همکاران (۲۰۰۶) توضیح می دهند که در نهایت این مدیریت است که می تواند محتوای اطلاعاتی بیشتر و یا کمتر سود را وابسته به استفاده از اطلاعات نگهداری شده به صورت خصوصی شکل دهد. رحمانی و اربابی بهار (۱۳۹۳) آنجایی که تهیه صورتهای مالی به عهده مدیریت واحد تجاری است مدیریت ممکن است به دلایل مختلف اقدام به مدیریت سود کند. مدیریت سود بر محتوای اطلاعاتی سود گزارش شده تأثیر می گذارد. کردستانی و تاتلی (۱۳۹۳)، مدیریت سود هم خوب است هم بد، اگرچه مدیریت سود کم میتواند محتوای اطلاعات حسابداری را بهبود بخشد رفتار فرصت طلبانه با دستکاری سود قابلیت اتکای اطلاعات را کاهش داده و کیفیت سود را خراب میکند. کریمی و رهنمای رودپشتی (۱۳۹۴)، مدیریت سود کارا برخلاف مدیریت سود فرصت طلبانه موجب کاهش عدم تقارن اطلاعاتی میشود. از این منظر، مدیریت سود پدیده های سودمند برای استفاده کنندگان بیرونی اطلاعات محسوب میشود در مدیریت سود از نوع کارا هدف افزایش مطلوبیت سهامداران و استفاده کنندگان صورتهای مالی است .

بر اساس هانگ و همکاران (۲۰۱۴) میتوان از مدیریت نوشتار به عنوان ابزاری برای مخفی کردن اطلاعات بنیادی شرکت استفاده کرد . آنها مدیریت نوشتار را به عنوان لحن غیر عادی نوشتار ، یعنی سطح لحنی غیر همسان با اطلاعات بنیادی شرکت می دانند . همچنین آنها استدلال نمودند لحن غیرعادی نوشتار می تواند به صورت فرصت طلبانه ای برای بهبود فهم گزارش های مالی و در نتیجه گمراه کردن سرمایه گذاران با استفاده از کلمات مثبت برای مخفی کردن عملکرد ضعیف شرکت به کار گرفته شود . این موضوع می تواند یک وضعیت دشوار ایجاد کند . زیرا استفاده کنندگان از گزارش های سالانه ادراک کمتر دقیقی درباره شرکت دارند . تهیه کنندگان گزارش های سالانه از این واقعیت آگاهی دارند که نامه مدیر ارشد اجرایی رایج ترین بخش خواننده شده است (کورتیس ، ۱۹۹۸) و این آگاهی به نوبه خود انگیزه ای برای تهیه کنندگان به جود می آورد که لحن نوشتار خود را به منظور تغییر درک و بدون ارائه کردن داده های نادرست ، مدیریت کنند . توماس (۱۹۹۷) دیدگاه خود را در مورد مشکلات مربوط به نامه های مدیران اینگونه بیان می کند : نامه های مدیران ، پیشنهاد می دهد ، مطلبی را می رساند ، اما دروغ نمی گوید از این رو می توان نتیجه گرفت مدیرانی که برای دستکاری ادراک استفاده

کنندگان دارای انگیزه هستند، می توانند بین ارائه اطلاعات با حالت منفی یا مثبت انتخاب نمایند (رهنمای رودپشتی، محسنی، ۱۳۹۷).

مهرداری و همکاران (۱۴۰۰) پژوهشی انجام دادند با عنوان: تاثیر لحن محافظه کارانه مدیریت در افشای ریسک بر ریزش قیمت سهام: رویکرد زبان شناختی مبتنی بر لحن افشای اخبار. در شرکتهایی که لحن زبان مدیریت د افشای ریسک های شرکت، محافظه کارانه است برای افشای اخبار خوب مرتبط با ریسک، تاثیر پذیری بیشتری لازم بوده و برای افشای اخبار بد ریسک، استاندارد پایین تری از تاثیر پذیری لازم است و این می تواند احتمال انباشت اخبار منفی در این شرکتها را پایین آورده و خطر ریزش قیمت سهام را کاهش دهد. یافته ها نشان می دهد که محافظه کاری در افشای ریسک به واسطه الزام بهتایید پذیری نامتقارن برای افشای اخبار خوب و بد ریسک، خطر ریزش قیمت سهام را کاهش می دهد. همچنین در شرایطی که عدم تقارن اطلاعاتی بالا باشد نقش محافظه کاری در افشای ریسک در محدود کردن انگیزه های مدیران برای انباشت اخبار منفی و جلوگیری از ریزش قیمت سهام افزایش پیدا میکند.

کلاتورثی و جونز (۲۰۰۶) در ادامه و در توضیح ارائه فرصت طلبانه توصیف های حسابداری می افزایند، این موضوع می تواند برای افراد طبیعی قلمداد شود که به بهترین شکل خود را نشان دهند. هرچند در مورد گزارشگری مالی، اگر مدیریت به عمد اطلاعات بنیادی شرکت را نادرست ارائه دهد، این نوع تفکر با بنیادی های زیر بنایی مالی مانند دیدگاه صحیح و منصفانه در تضاد خواهد بود. کلات و رثی و جونز (۲۰۰۶)، چنین استدلال می کنند که وجود رویکردهای حاکم بر عملکردهای شرکت از منظر اینکه منافع سهامداران را در اولویت قرار می دهند یا در جهت منافع حزبی یا اقلیتی حرکت میکنند، تعیین کننده نوع اخباری از که به بازار سرمایه مخابره می نمایند. به عبارت بهتر اگر مدیریت و ساختار حاکمیتی شرکت در جهت منافع حقوق سهامداران حرکت کنند، تلاش دارند تا ضمن انعکاس اخبار مثبت، منفی را نیز به موقع به سهامداران اطلاع دهند تا جریان روان و سیال اطلاعات برای تصمیم گیری ایجاد شود. کلارک (۱۹۹۷) دریافت که معمولاً شرکت هایی که دچار عدم تقارن اطلاعاتی زیادی هستند تلاش می کنند با ارائه اخبار غالباً مبالغه آمیز و به دور از واقعیت به ذهنیت سهامداران نفوذ نمایند و آنها را در مسیر که مدنظر شرکت است هدایت نمایند. بر این مبنا کلات و رثی و جونز (۲۰۰۳) با تاکید بر اصطلاح لحن گزارشگری، آن را معیاری تعیین کننده برای شرکت ها در پاسخگویی به سرمایه گذاران و انتخاب رویه های گزارشگری خود مطرح کردند. به طور کلی، استفاده از گونه های زیانسناسی همچون لحن خوش بینانه و بدبینانه را مدیران در گزارش های کیفی و تشریحی و حتی شفاهی به

عنوان شکلی از ادراک هدفدار، عمدی و آگاهانه به منظور دستکاری و ایجاد انحراف در ادراک به کار می‌گیرند (پورکریم و همکاران، ۱۳۹۷). تفاوت لحن خوشبینانه و لحن بدبینانه در گزارشگری مالی شرکت‌ها مبتنی بر عملکردهای مالی است. به عبارت دیگر اگر عملکردهای مالی شرکتها شفاف باشد، احتمال استفاده لحن بدبینانه بیشتر از و این موضوع می‌تواند نشان دهنده گزارشگری مالی متهورانه باشد، اما اگر عملکردهای مالی شرکتها با تحریف و عدم بیان صادقانه همراه باشد، احتمالاً از لحن خوش بینانه تر برای افشای گزارشگری مالی خود استفاده می‌کنند (میرعلی و همکاران، ۱۳۹۷).

بانان فردوسیان و آزاده دل (۱۳۹۹) پژوهشی انجام دادند با عنوان: بررسی مقایسه ای تاثیر خطاهای شناختی، مکانیسم های دفاعی و اصول مغالطه در شکل گیری ادراک. سوگیری شناختی الگوی سیستماتیک انحراف از هنجار یا عقلانیت در قضاوت است. افراد از درک خود از ورودی واقعیت ذهنی خاص خود را ایجاد می‌کنند. واقعیت ساخت یک فرد نه ورودی عینی ممکن است رفتار او را در جهان حکم کند. بنابراین، تعصبات شناختی ممکن است گاهی منجر به تحریف ادراکی، قضاوت نادرست، تفسیر غیر منطقی یا آنچه به طور گسترده غیر منطقی نامیده می‌شود شود. بر اساس یافته های پژوهش تطابق چشمگیری بین این مفاهیم از نظر منشا، مکانیسم اثر در تجزیه و تحلیل اطلاعات و نتیجه حاصل از تاثیر آنها بر اطلاعات وجود دارد. همچنین می‌توان دریافت که مغالطه به عنوان نمود رفتاری ادراک است.

مدیریت مغالطه لحن بیان در سازمانها

مدیریت مدیریت برداشت

کانگ و همکاران^۱ (۲۰۱۲) معتقدند: در محیط های شغلی امروزی که در آنها امکان استخدام بلند مدت برای همه وجود ندارد، کارکنانی که می‌خواهند مسیر های شغلی خود را با موفقیت طی کنند و آن را مدیریت نمایند، باید تلاش کنند علاوه بر انجام دادن صحیح وظایف رسمی شان، از نظر همکاران و مدیران خود نیز افرادی شایسته به نظر برسند (دامغانیان، یزدانی زیارت، ۱۳۹۵، ۲۸). ادراکات، تصورات و برداشت ها اهمیت زیادی در سازمانها دارند و مدیریت آنها بخش اساسی زندگی سازمانی و عامل حیاتی برای برقراری ارتباطات سازمانی موثر است؛ به طوری که می‌توان گفت یکی از راه های شناخت کامل زندگی سازمانی شناخت مدیریت تصویر

¹ Kang

پردازای است. اینکه متقاضیان استخدام هنگام مصاحبه می کوشند تصویر مثبتی از خود در ذهن مصاحبه گر ایجاد کنند و یا اینکه مدیران (کارکنان) می خواهند تصویر درستی از خودشان در ذهن کارکنان (مدیران) بوجود آورند ؛ و یا شرکتی که تلاش می کند تصویر مثبتی از کیفیت و تخصص گرایبی خود در ذهن مشتریان ایجاد کند ، برخی از کاربردهای مدیریت تصویر پردازای در سازمان ها هستند (اسپوکر^۱ ، ۲۰۰۷ ، ۷) . براساس تئوری حفاظت از منابع ، افراد تلاش می کنند برای حفاظت از منابع و منافع خود در سازمان فشارهای شغلی را کاهش داده و نتایج را افزایش دهند . تحقیقات مختلف نشان داده اند که استفاده از فنون مدیریت تصویر پردازای ذهنی می تواند نقش مهمی در کاهش فشارهای شغلی داشته باشد و کارکنان را از استرس محافظت کند و یا اینکه ساز و کارهای انطباق با شرایط استرس زا را برای آنها تسهیل نماید (دامغانیان ، یزدانی زیارت ، ۱۳۹۵ ، ۳۲) . انگیزه های مختلفی وجود دارد که افراد به مدیریت تصویر پردازای ذهنی می پردازند : اول اینکه آنها می خواهند جایگاه خود را در سلسله مراتب اجتماعی معین کنند تا براساس آن بتوانند برداشت های دیگران درباره آنها را تحت تاثیر قرار دهند . دوم اینکه مدیریت تصویر پردازای توسعه هویت ها و ویژگی های مطلوب را تسهیل می کند و منجر به دریافت منابع با ارزش از سوی دیگران برای افزایش منزلت اجتماعی و مصون ماندن از زیان های بالقوه و احتمالی میشود (سگو^۲ و همکاران ، ۲۰۱۳) .

افراد می توانند از دو نوع استراتژی کلامی و غیر کلامی برای مدیریت تصویر پردازای ذهنی استفاده کنند . برخی از استراتژی های غیر کلامی عبارتند از : حالات چهره ، وضعیت بدن و فاصله بین فردی . استراتژی های کلامی که در قالب خود اظهاری و عبارات کلامی نشان داده می شوند. استراتژی های مدیریت تصویر پردازای را چهار استراتژی خود اظهاری ، خود تطبیقی ، پاسخ مثبت و خود شیرینی می دانند .

خود اظهاری اشاره به فرایند ایجاد ویژگی های ظاهری مثبت و مطلوب از خود در نگاه دیگران دارد .

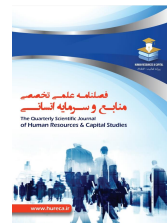
خود تطبیقی اشاره به توانایی برای تطبیق رفتار خود با عوامل وضعیتی بیرونی دارد .

پاسخ مثبت ؛ یعنی تمایل به ارائه ی عمدی یک تصویر غیر واقعی از خود برای دیگران از طریق گفتن جملات مثبت درباره خود

خود شیرینی ؛ یعنی افزایش جذابیت های خود در نگاه دیگران (روزنفلد و همکارانش ، ۲۰۰۳) .

¹ Schokker

² Segev



مدیریت تصویر پردازی فرایندی است که افراد، سازمان و شرکتها سعی می کنند تا ادراکات و تصورات دیگران درباره آنها را کنترل کرده و تحت تاثیر قرار دهند و تصویر مثبتی از خود در ذهن آنها ایجاد نمایند. انگیزه های مختلفی وجود دارد که افراد به مدیریت تصویر پردازی ذهنی می پردازند؛ اول اینکه آنها میخواهند جایگاه خود را در سلسله مراتب اجتماعی معین کنند تا براساس آن بتوانند برداشت های دیگران درباره آنها را تحت تاثیر قرار دهند، دوم اینکه مدیریت تصویر پردازی توسعه هویت ها و ویژگی های مطلوب را تسهیل می کند و منجر به دریافت منابع با ارزش از سوی دیگران برای افزایش منزلت اجتماعی و مصون ماندن از زیان های بالقوه و احتمالی میشود.

مدیریت مدیریت نوشتار

مدیریت نوشتار می تواند برای دستکاری ادراک استفاده کنندگان نسبت به شرکت استفاده شود و این موضوع، عدم تقارن اطلاعاتی را موجب می شود. مشابه با هدف مدیریت نوشتار، اقلام تعهدی می تواند به صورت فرصت طلبانه ای به منظور دستکاری ادراک استفاده کنندگان نسبت به اطلاعات بنیادی شرکت مدیریت شود. از این رو مدیران می توانند از طریق نامه مدیر اشد اجرایی، از مدیریت نوشتار استفاده کنند تا به صورت بالقوه مدیریت سود را پنهان نمایند و از این طریق استفاده کنندگان از اطلاعات بنیادی شرکت را به اشتباه بیاندازند (کارلسون و لامپتی، ۲۰۱۵).

فصاحت و بلاغت استفاده شده در توصیف ها برای درک اطلاعات کمی حائز اهمیت است. با این وجود هنگامی که انگیزه های نمایندگی وجود دارد، کلام استفاده شده در متن های توصیفی می تواند خواننده را فریب داده و به صورت راهبردی و نه برای اهداف اطلاع رسانی استفاده شود. مدیریت نوشتار یا مدیریت لحن نوشتار عبارت است از انتخاب لحن نوشتار در متن های کیفی به گونه ای که با اطلاعات کمی همراه آن منطبق نباشد. مدیریت نوشتار می تواند با اهدافی مشابه مدیریت سود به نحوه فرصت طلبانه و به منظور دستکاری ادراک استفاده کنندگان از اطلاعات بنیادی شرکت استفاده شود. مدیریت نوشتار علاوه بر این که به باور پذیر شدن ارقام کمک می کند، قادر است از طریق انتقال بار مثبت، بر ادراک استفاده کنندگان موثر باشد. بر اساس استدلال هانگ و همکاران (۲۰۱۴)، استفاده از فصاحت و بلاغت در توصیف برای درک اطلاعات کمی حائز اهمیت است. با این وجود هنگامی که انگیزه های نمایندگی وجود دارند کلام می تواند خواننده را فریب دهد و بنابراین به طور راهبردی استفاده شود و نه با هدف اطلاع رسانی. لحن نوشتار در گزارش هیئت مدیره درباره فعالیت و

وضع عمومی شرکت با عملکرد مالی یا همان سودآوری و نیز اندازه شرکت ارتباط دارد و این رابطه نشان می‌دهد سطح له نوشتار در گزارش‌های هیئت مدیره هم راستا با وضعیت سودآوری شرکت افزایش می‌یابد بنابراین می‌شود اینطور نتیجه گرفت که عملکرد جاری سازمان‌ها عاملی مهم و تعیین کننده در استفاده از زبان مثبت در مقابل منفی می‌باشد. به عبارت دیگر لحن نوشتار در گزارش‌ها بر اساس کمیاب زیاد بودن سود سازمانها مدیریت می‌شود و هر چقدر سازمان دارای سود بیشتری باشد از کلمات مثبت بیشتری در مقابل کلمات منفی در گزارش‌های خود استفاده می‌کند و در یک چنین شرایطی مدیر در تلاش است تا ضمن تأثیرگذاری بر ادراک استفاده‌کنندگان از طریق بار معنایی مثبت عملکرد مطلوب سازمان را به مدیریت خوب خود نسبت دهد.

مدیریت سوگیری شناختی

ادراک فرایندی است که هر کسی با آن که نداشت ها و برداشت هایی را که از پیرامون خود دارد دسته بندی و شناسایی میکند و به این روش به آنها معنی میدهد؛ ولی، ادراک می‌تواند از رویدادهای دیدنی بسیار جدا و دور باشد. در بیشتر نمونه‌ها مردم از یک چیز برداشت‌های گوناگونی دارند. می‌توان گفت که رفتار مردم به روش ادراک، داشت یا برداشت آنها و ۹ رویداد بستگی دارد. آگاهی از معنا و اهمیت محرکی حسی، به ویژه که توسط تجربیات، دانش، افکار و هیجانات فرد تعدیل می‌شود (سادوک، سادوک و روییز، ۱۳۹۹).

ویژگی‌های عمده یک سوگیری شناختی

۱. همیشه در انحراف از واقعیت بروز پیدا می‌کند (سینگ، ۲۰۱۲) /
۲. به طور سازمان یافته در گروهی از افراد جامعه رخ می‌دهد و نه توسط فقط یک نفر.
۳. اجتناب از آن بسیار دشوار است حتی اگر به افراد گفته شود.
۴. در این حالت مسیر تصمیم‌گیری کاملاً متمایز از مسیر درست پردازش اطلاعات در مغز است (پل، ۲۰۱۶).

۱. تفکر همه یا هیچ: تفکر سیاه و سفید یا دو قطبی یا تفکر دو بخشی نیز نامیده می‌شود؛ در این حالت شما یک موقعیت را به جای در نظر گرفتن بر روی یک پیوستار فقط در دو دسته مجزا می‌بینید. مثلاً در یک چنین مواقعی مدیر باید مراقب این خطای شناختی باشد زیرا امکان دارد کارمندان به این نتیجه برسند که

اگر موفق نباشند پس یعنی شکست خورده‌اند یعنی همان تفکر همه یا هیچ که بایستی مدیران با درایت جلوی این خطای شناختی را بگیرند.

۲. فاجعه انگاری که پیشگویی نیز نامیده می شود؛ در این حالت شما آینده را بدون آن که پیامدهای محتمل تر دیگر را در نظر بگیرید منفی پیش بینی میکنید مدیران بایستی در سازمان ها حواسشان به مقوله پیشگویی های منفی از جانب خود و همکارانشان باشند مثلاً امکان دارد مدیر در ذهن خود به این تصور برسد که به قدری آشفته خواهد بود که اصلاً کارایی نخواهد داشت و این یک خطای شناختی میباشد که بایستی با تفکر عمیق بر روی آن جلوی آن را گرفت.

۳. مردود شمردن یا بی توجهی به نقاط مثبت: در این حالت شما به طور غیر منطقی به خود می گوید که تجربیات و کردار و صفات مثبت ارزشی ندارد اگر سازمانی دچار بی توجهی به نقاط مثبت شود باید مدیران پروسه آموزشی و انگیزشی درستی را جهت جلوگیری از این خطای شناختی تدارک دیده زیرا امکان دارد کارمند ها با خود زمزمه کنند که مثلاً پروژه‌ای را به خوبی انجام داده‌اند ولی معنایش این نیست که آنها با کفایت هستند و این مقوله را بر پایه شان شانس خود بود در حالی که چنین نیست و باید بدانند که بسیاری از نقاط مثبت در وجود همه آنها وجود دارد که می توانند به بهترین نحو ممکن از آن استفاده نمایند

۴. استدلال هیجانی: شما به دلیل احساس و عملاً باورش دیدی که نسبت به یک موضوع دارید فکر میکنید که باید درست باشد و شواهدی که علیه آن وجود دارند را کم اهمیت یا نادیده می انگارید. مواقعی که کارکنان یک سازمان دچار استدلال هیجانی میشوند مدیران بایستی نقاط مثبت آنان را و بهره‌وری و کارایی آنان را گوشزد نموده تا آنها بدانند وقتی کاری را به خوبی انجام میدهند احساس موفقیت داشته باشند نه اینکه صرفاً انجام کارهای بسیار خوب را بر پایه نام موفقیت خود بنویسند.

۵. برچسب زدن: شما یک برچسب کلی و ثابت به خود و دیگران میزنید بدون اینکه در نظر بگیرید از لحاظ منطقی شواهد به یک نتیجه فاجعه‌بار منتهی نمی شوند. امکان دارد کارمندان در قبال یکدیگر چنین برخورد کنند و خود را یک بازنده بدانند چون همکارشان اصلاً خوب نیست و این یک نوع برچسب زدن در سازمان ها به شمار می آید که مدیران بایستی به نقاط مثبت و جزئیات هویت انسان ها اشاره کنند تا آنها را از برچسب کلی زدن به خود یا دیگران باز دارند.

۶. بزرگ نمایی/کوچک نمایی: زمانی که خودتان شخصی دیگر یا یک موقعیت را ارزیابی می‌کنید به طور غیر منطقی نکات منفی را بزرگ کرده و یا نکات مثبت را کمتر از حد واقعی قلمداد می‌کنید مثلاً گرفتن نتیجه متوسط در ارزیابی ثابت می‌کند که من چقدر ناب هستم کسب نمرات بالا بدین معنی نیست که من باهوش هستم در یک چنین موقعی مدیران بایستی ارزیابی عملیات را به صورت کاملاً شفاف و در یک برنامه کاملاً منسجم در اختیار کارکنان خود قرار دهند تا کارکنان نسبت به آن معیار خود را مورد ارزیابی قرار دهند و دچار بزرگنمایی و کوچک نمایی نشوند.
۷. فیلتر ذهنی: فیلتر ذهنی که به آن انتزاع انتخابی نیز می‌گویند یعنی شما به جای آنکه تصویر کلی را ببینید به یک نکته منفی جزئی بیش از اندازه توجه می‌کنید. مثلاً ممکن است کارمندی در ارزیابی امتیاز پایینی گرفته باشد و آن را اینگونه معنی کند که اصلاً کارایی مطلوبی ندارد در حالی که امتیاز پایین گرفتن در بخشی از ارزیابی به معنای نادیده گرفتن کارایی یا اثربخشی آن کارمند در نقاط مختلف سازمانی نمی‌باشد و کارمندان باید به این حجم از اطلاعات ارزیابی در خصوص خودشان و چگونگی امتیاز گرفتن آگاهی پیدا نمایند.
۸. ذهن خوانی: شما اعتقاد دارید که میدانید دیگران چه فکری میکنند و سایر گزینه‌های محتمل تر را در نظر نمی‌گیرید مثلاً او فکر می‌کند که من حتی ابتدایی ترین چیزها درباره این پروژه را نمیدانم در یک چنین موقعی بایستی مدیران به کارکنان خود گوشزد کنند که بدون هیچ نوع قضاوت ذهنی در خصوص خودشان کارکردشان و عملکردشان در سازمان به فعالیت بپردازند.
۹. تعمیم افراطی: شما به یک نتیجه گیری منفی گسترده می‌رسید که به مراتب فراتر از موقعیت فعلی است مثلاً چون من در جلسه راحت نبودم در خود نمی‌بینم که دوستی پیدا کنم. در یک چنین موقعی کارکنان یا پرسنل یک سازمان یکی از مولفه‌ها را به قدری بزرگنمایی جلوه می‌دهند که مانع از دیدن مولفه‌ها خواهد شد بنابراین پیشنهاد می‌شود که بدون قضاوت ذهنی و بدون نتیجه گیری منفی گسترده نسبت عملکرد خود بنگرند
۱۰. شخصی سازی: شما بدون در نظر گرفتن توضیحات معقول تر درباره رفتار دیگران اعتقاد دارید که آنها به خاطر وجود شما رفتار منفی دارند مثلاً همکارم بهمین گستاخی کرد چون من مرتکب اشتباهی شده بودم یعنی در یک چنین موقعی کارکنان هر آنچه در سازمان رخ می‌دهد به صورت منفی به خودشان استناد می‌دهند و احساس می‌کنند که باعث و بانی آن اتفاق شخص خودشان

است در حالی که بسیاری از عوامل دست به دست همدیگر می دهند تا اتفاقی در سازمان رخ دهد در یک چنین مواقعی کارکنان بایستی با دیدی وسیع تر و بدون پیش پرداخت ذهنی به مسائل نگاه کنند

۱۱. عبارت باید و اجبارا: شما یک عقیده راسخ و ثابت دارید که هم خودتان و هم دیگران باید بر طبق آن عمل کنید و برآورده نشدن این انتظارات از نظر شما بیش از حد واقعی آن بد و نادرست است مثلاً این وحشتناک است که من اشتباه کردم من همیشه باید بیشترین سعیم را بکنم در یک چنین مواقعی چون کارکنان و پرسنل سازمان خودشان را در یک کلیشه ای قرار می دهند که اگر خارج از آن کلیشه اتفاقی بیفتد آن را به خودشان نسبت می دهند بنابراین نیازمند آن است که خارج از چارچوب کلیشه ها حرکت کنند و ذهن خود را همیشه برای یاد گرفتن مسائل نو و جدید باز نگاه دارند

۱۲. دید تونلی: شما فقط جنبه های منفی یک موقعیت را می بینید در سازمانها افرادی هستند که به جای دیدن نقاط مثبت یا بهره‌وری و کارایی های اثربخش تنها به نقاط منفی آن مسئله نگاه می کنند و نه تنها خودشان می توانند در کارشان موفق شوند که با این منفی نگری باعث اثر سو بر دیگران نیز می شوند مثلاً معلم پسر من نمی تواند هیچ کاری را درست انجام دهد او در تدریس ضعیف بی تفاوت و ایرادگیری از در یک چنین مواقعی هم پسر را از درس خواندن بی انگیزه می کند و هم معلم و هویت او را با دید منفی به زیر سوال می برد در نتیجه مهم است که برای سنجش یک مساله از ابعاد مختلف به آن مساله نگاه شود.

مدیریت مدیریت سود

اصل سود)) یا ((اصل بیشترین خوشبختی)) که فایده گرایی از آن استفاده می کند، عمل درست را عملی می داند که موجب بیشترین خوشی یا خوشبختی برای بیشترین تعداد افراد شود و بر این اساس، عملی نادرست است که موجب کاهش خوشبختی و افزایش ناخشنودی یا رنج گردد (جفری^۱، ۱۹۹۸). سودگرایی در معنای اصطلاحی آن به دسته ای از نظریه های غایت گرایانه مبتنی بر «اصل سود» اطلاق می شود که امروزه تقریرها و تنسیق های متفاوت و متعددی از آن ارائه شده است؛ به مجموعه این نظریه ها، با اندکی تسامح، سودگرایی اطلاق می شود و

¹ Geoferry

البته در عرف و ادبیات فیلسوفان اخلاق، از این واژه بیشتر نظریه سودگرایانه بنتام و میل به ذهن متبادر می شود. هرچند رگه هایی از تفکر لذت گرایانه و سودگرایانه را در افکار و اندیشه های فیلسوفان عهد باستان می توان یافت (کراسپ و چاپل^۱، ۱۹۹۸)، بی طرفی، یکی از شاخصه های سودگرایی اخلاقی به شمار می رود و به این معنا است که عامل اخلاقی باید بی طرفانه تنها به دنبال محاسبه و سنجش سود و لذت ها و بیشینه کردن خیرات و سود جمعی باشد و به هیچ رو، در مقام اجرای اصل سود، به روابط و علقه های شخصی خود مجال دخالت ندهد. به تعبیر صریح بنتام، «هر فردی تنها یک نفر به حساب می آید نه بیشتر» (میل^۲، ۲۰۰۱). نظریه های اخلاقی جدید که عمدتاً ناظر به الزام اخلاقی اند (و سودگرایی یکی از آنهاست) اخلاق مسئله سودگرایی یک نظریه اخلاقی فاعل محور نیست؛ به این معنا که به منش و شکوفایی شخصیت و رشد معنوی و کمال و تعالی روحی عامل اخلاقی بی اعتنا و بی توجه است، و تنها به پیامدهای عمل نظر می کند. بر مبنای سودگرایی فرقی نمی کند که یک عمل از چه کسی و در چه شرایطی و با چه شیوه ای سرزند، تنها سود و لذت و پیامدهای مثبت و منفی که از آن پدید می آید مهم و مطمح نظرند. سودگرا، در پی پاسخ گفتن به این پرسش نیست که انسان خوب چه انسانی است و تنها به حسن فعلی نظر دارد؛ از این رو نیت و انگیزه فردی و حسن و قبح فاعلی چندان جایگاهی در نظریه سودگرایی ندارد. در نظر بگیرید موقعیت دو نفر (الف و ب) را که هر دو به فرصت و موقعیت ویژه ای دست یافته اند و می توانند میلیاردها ریال پول نقد را بدون هیچ مشکل و مشقتی بریابند؛ یکی از این (الف)، وسوسه می شود تا به سرقت مبادرت کند، اما سرانجام بر هوای نفسش غلبه می کند و دست از سرقت می شوید، اما دیگری (ب) به دلیل برخورداری از ملکه تقوی و ورع حتی فکر دستبرد به مال دیگری به ذهنش خطور نمی کند، بدین ترتیب، اگر چه نفر اول (الف) از اراده ی ستودنی و قدرت کنترل هواهای سرکش نفسانی برخوردار است، اما بی شک نفر دوم (ب) انسانی اخلاقی تر و متعالی تر است، حال آنکه بر مبنای سودگرایی (که در فرایند ارزشگذاری اعمال نقشی برای نیت ها و انگیزه ها قائل نیست) تفاوت و امتیازی میان این دو نیست. اگر آدمی از سر بغض و کینه و یا عدوات و با نیتی پلید هم به عملی دست یازد و تصادفاً نتایج و پیامدهای خوبی به همراه آورد، باز هم بر مبنای سودگرایی عمل او اخلاقی، پسندیده و درست تلقی می شود. بنابراین، نادیده انگاشتن نقش مهم و محوری نیت در افعال اخلاقی، یکی از نقاط ضعف اساسی سودگرایی اخلاقی است (هریس، ۱۹۹۲).

¹Crisp &chappell, 1998

² Mill, 2001

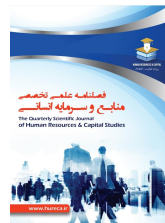
طرفداران اخلاق فضیلت مدار، با تأکید بر تکامل روحی و معنوی و سعادت عامل اخلاقی، و با محور قرار دادن این پرسش که «چگونه انسانی باید بود و چگونه باید زیست؟» نظریه های پیامدگرایانه و به ویژه سودگرایی را مورد نقد قرار داده و مخدوش دانسته اند. به باور فضیلت گرایان، توجه به منش و سرشت و سجیه انسانی، و تخلق به ملکات فاضله و فضایل اخلاقی، باید مدارئ محور اخلاق قرار گیرند و تمام نظریه هایی که به شاخصه ها و شاکله شخصیتی و سجایای درونی آدمی بی اعتنا هستند یکسره به خطا رفته اند، و سودگرایی یکی از نمونه های بارز نظریه هایی از این دست است که با تأکید صرف بر نتایج، به انگیزه ها و نیت ها و تمایلات ذاتی بشر برای متعالی بودن و والا و وارسته شدن بی توجه است. بر همین اساس، برخی فضیلت گرایان معاصر، همچون ادموند پینکافس، سمت و سوی انتقاد را متوجه همه نظریه های ناظر به الزام دانسته و معتقدند محورند، و تنها بر حل معضلات و مسائل اخلاقی تأکید و تمرکز دارند، بی آنکه به منش و ملکات درونی آدمی توجهی نشان دهند، (گویی) شأن را صرفاً حل مسائل و معضلات اخلاقی می دانند (پینکافس، ۱۳۸۲).

بر مبنای چنین نگرشی در نهایت اخلاق به مباحث و مجادلات خشک و بی روح حقوقی شباهت پیدا می کند. به عبارت دیگر، در سودگرایی اخلاقی، هویت، منش و شخصیت عامل اخلاقی هیچ مداخلیتی در ارزشگذاری های اخلاقی نخواهد داشت و تنها امر مهم و معیار تحصیل بهترین نتیجه و تأمین بالاترین میزان خوشی و سعادت است. افزون بر این، سودگرایان از نقش بالا و بسزای الگوها و اسوه های اخلاقی، و انسان های وارسته در پرورش و تربیت اخلاقی آدمیان نیز غافل مانده اند و هیچ توجهی به پیروی از الگوهای اخلاقی در گزینش مسیر زندگی و ترقی و تعالی معنوی ندارند و این نیز البته پیامد نگرش پیامدگرایانه است که با توجه و تأکید بر حسن و قبح فعلی و نتایج عمل، حسن فاعلی را از نظر دور داشته است (ارشدی و همکاران، ۱۳۹۴).

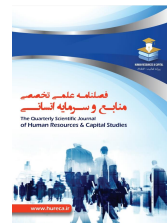
منابع

- آقانوری، نعیمه (۱۳۹۵)، مغالطه ها ، مصادره ها و چالش های کاذب ، موانع اصلی در پژوهش های حوزه ادبیات پایداری، فصلنامه علمی-پژوهشی ، نقد ادبی س ۹ ش ۳۶۷-۳۹.
- ارشدی، محمدحسین؛ کاوندی، سحر؛ جاهد، محسن (۱۳۹۴) تحلیل و بررسی فایده گرایی عمل محور اسمازت، حکمت و فلسفه ، دوره ۱۱، شماره ۳، پیاپی ۴۳، صص ۴۳ تا ۷۰.
- بانان فردوسیان ، محمد ، آزاده دل ، فاطمه (۱۳۹۹)، بررسی مقایسه ای تاثیر خطاهای شناختی ، مکانیسم های دفاعی و اصول مغالطه در شکل گیری ادراک ، ششمین کنفرانس بین المللی پژوهش های نویت در حوزه علوم تربیتی و روانشناسی و مطالعات اجتماعی ایران .
- پورکریم ، محمد ، جبارزاده کنگرلویی، سعید ، بحری ثالث ، جمال ، قلاوندی ، حسن (۱۳۹۷). تاثیر مدیریت سود بر لحن گزارشگری مالی در نظام حسابداری ایران ، پژوهش های حسابداری مالی ، ۱۰(۳):۲۱-۴۴.
- جلال الدین مولوی، مثنوی معنوی، دفتر اول، بیت ۲۳۳
- حکاک، سید محمد(۱۳۸۸)، مغالطات عقل محض در نظر کانت ، فلسفه دین ، سال ششم، شماره دوم، صفحه ۱۵۹-۱۴۳.
- خندان ، سید علی اصغر (۱۳۸۰)، مغالطات . قم : انتشارات دفتر تبلیغات اسلامی (بوستان کتاب قم).
- دامغانیان ، حسین ، یزدانی زیارت ، محمد ، ۱۳۹۵ ، پیش بینی کننده های وضعی و شخصی رفتارهای مدیریت تصویر پردازی ذهنی در سازمان ، فصلنامه علمی-پژوهشی مطالعات مدیریت (بهبود و تحول)، سال بیست و پنجم ، شماره ۸۰ ، ۲۷ تا ۴۶.
- رهنمای رودپشتی ، فریدون ، محسنی ، عبدالرضا (۱۳۹۷)، مدیریت ، مدیریت نوشتار و مدیریت سود ، پژوهش های تجربی حسابداری ، سال هشتم ، شماره ۳ ، ۲۱-۵۱.
- سادوک ، بنجامین، سادوک، ویرجینیا، روئیز، پدرو(۱۳۹۹). خلاصه روانپزشکی کاپلان و سادوک جلد اول ، ترجمه فرزین رضاعی ، تهران ، انتشارات ارجمند.
- شعبانی ورکی، بختیار ، باغگلی ، حسین ؛ حسین قلی زاده ، رضوان ؛ عالی ، مرضیه ، خالق خواه ، علی (۱۳۹۰)، طبقه بندی مغالطه های اسکات و پژوهش های تربیتی در ایران ، ارزیابی روش شناختی

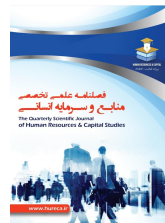
- پژوهش های منتظر شده در نشریات معتبر علوم تربیتی و روان شناسی ایران ، پژوهش نامه مبانی تعلیم و تربیت ، ۱ (۱) ، ۴۹-۷۴.
- طالع زاری، مهدی (۱۳۸۴)، عبور از دام مغالطه. فلسفه و کلام، نشریه حکمت رضوی، شماره ۱۰ و ۱۱، ۸۰-۷۱.
 - کردستانی، غلامرضا، تاتلی، رشید (۱۳۹۳)، شناسایی رویکردهای کارا و فرصت طلبانه ی مدیریت سود در سطوح کیفیت سود، فصلنامه بررسی های حسابداری و حسابرسی، ۲۱ (۳): ۳۱۲-۲۹۳.
 - کریمی، کیانا، رهنمای رودپشتی، فریدون (۱۳۹۴)، تورش های رفتاری و انگیزه های مدیریت سود. فصلنامه علمی و پژوهشی دانش حسابداری و حسابرسی مدیریت، ۴ (۱۳): ۳۱-۱۵.
 - محسنی، عبدالرضا، رهنمای رودپشتی، فریدون (۱۳۹۸)، عملکرد مالی و کارکردهای مدیریت لحن نوشتار در گزارشگری مالی، پژوهش های تجربی حسابداری، سال نهم، شماره ۱، ۳۴-۲۷.
 - مهادی، رامین؛ بادآور نهندی، یونس؛ زینالی، مهدی؛ برادران حسن زاده، رسول (۱۴۰۰)، تاثیر لحن محافظه کارانه مدیریت در افشای ریسک بر ریزش قیمت سهام: رویکرد زبان شناختی مبتنی بر لحن افشای اخبار، نشریه علمی دانش مالی تحلیل اوراق بهادار، سال چهاردهم، شماره پنجاه ام.
 - منتظری مقدم، محمود (۱۳۹۴)، منطق ۱. قم: حوزه علمیه قم مرکز مدیریت.
 - میرزائی، سعیده، عبدلی، محمدرضا، کوشکی جهرمی، علیرضا، بررسی تاثیر لحن بدبینانه گزارشگری مالی بر گزارشگری مالی متهورانه: حفاظت از حقوق سهامداران، فصلنامه علمی مطالعات تجربی حسابداری مالی - شماره ۶۵، بهار ۱۳۹۹.
 - میرعلی، مهدیه، غلامی مقدم، فائزه، حصارزاده، رضا (۱۳۹۷). بررسی رابطه لحن گزارشگری مالی با عملکرد آتی شرکت و بازده بازار، دانش حسابداری مالی، ۵ (۳): ۹۸-۸۱.
 - نقیب زاده، میرعبدالحسین (۱۳۷۴)، نگاهیه فلسفه آموزش و پرورش، تهران: انتشارات طهوری.



-
- Abrahamson, E., Amir, E. (1996). The information content of the president's letter to shareholders. *Journal of business finance and accounting*: 23(8), 1157-1182.
 - Amernic, J., and Craig, R. (2007). Guidelines for CEO-speak: editing the language of corporate leadership. *Strategy and leadership*: 35(3), 25-31.
 - Burgstahler, D.C.Hail, L.Leuz, C. (2006). The importance of reporting incentives: earnings management in European private and public firms. *The accounting review*: 81(5), 983-1016
 - Bustamante, Thomas, Dahlman, Christian, Eds (2015). argument types and fallacies in legal argumentation. Heidelberg: Springer International Publishing. P.x.ISBN 978-3-319-16147-1.
 - Carlsson, S., Lamti.R. (2015). Tone management and earnings management. School of business, economics and Law, Gothenburg university master degree project No.2015:18.
 - Clatworthy, M. and Jones, M. (2006). Differential patterns of textual characteristics and company performance in the chairman's statement, *accounting, auditing and accountability journal*, 19(4):493-511.
 - Curtis, J.k (1998). Annual report readability variability: tests of the obfuscation hypothesis. *accounting, auditing and accountability journal*: 11(4).459-472.
 - Damer, T. Edward (2009), *Attacking Faulty reasoning: a practical guide to fallacy-free arguments* (6th ed.), Belmont, California: Wadsworth, P. 52, ISBN 978-0-495-09506-4.
 - Delancy, Craig (2018). evaluation arguments distinguishing between reasonable and fallacious tactics. *oswego.edu*. self-published.
 - Dowden, Bradley (2016). Fallacy internet encyclopedia of philosophy.
 - Gars, Rudy (1997). *Informal fallacies*. Northern Kentucky University. Retrieved 2013-09-10.



- Gensler, Harry J. (2010) The A to Z of logic. Rowman & littlefield. p.74. ISBN 9780810875968.
- Healy, P., wahlen, W. (1999). A review of earning management literature and its implications for standard setting. Accounting horizons: 13(4), 365-383.
- Huang X., Teoh, S., Zhang, Y. (2014). tone management. The accounting review: 89(3), 1083-1113.
- Li, F. (2010). The Information Content of forward-looking statements in corporate filings-a native Bayesian machine learning approach. Journal of accounting research, 48(5), 1049-1102.
- Patelli, L., Pedrini, and M. (2014) .is the optimism in CEOs letters to shareholders sincere? Impression management versus communicative Action Curing the Economic Crisis. Journal of Business thesis: 124, 19-34.
- Rahmani, A., Arabi-Bahar, Z. (2014). the association between book –tax difference and earnings management. Journal of empirical research in accounting: 3(12), 61-83(in Persian).
- Rutherford. A (2005). Genre Analysis of corporate annual report narratives: A Communication: 42(4), 349-378.
- Tan, H., Wang, E., and Zhou, B. (2014) .when the use of positive language backfires: the joint effect on tone, readability, and investor sophistication on earnings judgements. journal of accounting research: 52(1), 273-302.
- Thomas, J. (1997). discourse in the marketplace: the making of meaning in annual reports. Journal of business communication: 34 (1), 47-66.
- Van Eameren, Frans, Garssen, Bart, Meuffels, Bert (2009). fallacies and judgments of reasonableness empirical research concerning the pragma-



فصلنامه علمی منابع و سرمایه انسانی، دوره ۲، شماره ۳، پائیز ۱۴۰۱
ISSN : 2783-3984

بررسی مغالطه لحن بیان در سازمانها و چگونگی مدیریت آن
کدمقاله: HRC-2212-1078

dialectical discussion rules. Dordrecht: springer. doi:10.1007/978-90-481-2614-9. ISBN 978-90-481-2613-2.

- Woods, John (2004). who cares the Fallacies? The death of argument. Applied logic series. 32. pp. 3-23. doi:10.1007/978-1-402002712.