



Shahid Bahonar
University of Kerman



Iranian E-Commerce Scientific
Association

The Effect of Behavioral Strains of Managers on Optimistic Tone of Financial Reporting

Elnaz Akbarlou^{ib*}

Mehdi Zeynali^{ib**}

Mehdi Alinezhad Sarokolaei^{ib***}

Rasool Baradaran Hasanzadeh^{ib****}

Abstract

Objective: Behavioral strains of managers, including optimism, overconfidence and short-sightedness, can overshadow their behavior and type of decisions in the organization while improving the company's financial performance. The tone of financial reporting is influenced by these behavioral characteristics. An optimistic tone in reporting is born of a kind of perceptual bias and distortion of facts that will make reporting less transparent to shareholders. When agency motives are present, the tone used by managers in explanatory reports can mislead the reader and be used strategically rather than for informational purposes. The purpose of this study is to investigate the effect of managers' behavioral aspects (optimism, overconfidence and short-sightedness) on the optimistic tone of financial reporting.

Methods: The present research method is applied in terms of implementation result, in terms of implementation process (or data type), in terms of quantitative content analysis. In quantitative content analysis, it is mostly limited to the appearance of the text and the counting of certain words or sentences. Content analysis is the analysis of speech, writing, speeches, interviews, films, images, the way words are pronounced, the tone used in words, speeches, political announcements, and the like. The statistical sample includes 115 companies listed on the Tehran Stock Exchange in the period 2012 to 2021. To measure the optimistic tone, the vocabulary frequency method was used. In order to test the research hypotheses, the multiple regression method with combined data was used.

Results: The results showed that managers' optimism and overconfidence have a significant effect on the optimistic tone of financial reporting. But management short-sightedness has no effect on the optimistic tone.

Conclusion: With the dramatic expansion of Iran's capital market in recent years, many people have been engaged in activities in this market, and many of these people are actually non-professionals, so they have less understanding about the company's explanatory reports, and on the other hand, the producers of annual reports are aware of this fact and This awareness in turn creates an incentive for producers to change their tone in order to impress them. Companies

Journal of Development and Capital, Vol. 7, No.2, 111-130.

* Ph.D. Candidate of Accounting, Tabriz Branch, Islamic Azad University, Tabriz, Iran. **Email:** Akbarlouelnaz@yahoo.com

** **Corresponding Author**, Assistant Professor of Accounting, Tabriz Branch, Islamic Azad University, Tabriz, Iran.

Email: zeynali@iaut.ac.ir.

*** Assistant Professor of Accounting, Tabriz Branch, Islamic Azad University, Tabriz, Iran. **Email:** Dr.m.alinezhad@iaut.ac.ir.

**** Associate Professor Accounting, Tabriz Branch, Islamic Azad University, Tabriz, Iran. **Email:** Baradaran313@iaut.ac.ir.

Submitted: 9 April 2022

Revised: 19 May 2022

Accepted: 7 June 2022

Published: 6 December 2022

Publisher: Faculty of Management, Economics, Shahid Bahonar University of Kerman.

DOI: 10.22103/jdc.2022.19273.1227

©The Authors.



Abstract

use more positive words in written messages to express a favorable image of their performance. Emerging foundations in financial economics focus on the personality traits of managers. Therefore, it is very important to know the behavioral patterns of managers. Overconfidence, optimism, and short-sightedness can be mentioned among the most important behavioral traits of managers that affect management performance and decisions, such as the tone of the board's activity report. The specific characteristics of managers beyond the specific economic factors of the companies affect the choices related to the financial reports and disclosures of the companies. Considering the existing limitations related to the choice of language and the difficulty of verifying the legitimacy of the language based on the existing facts, it seems that the tone is affected in a special way by the behavioral patterns of managers. As managers become more optimistic and confident, the optimistic tone of financial reporting increases. In other words, optimistic and confident managers use an optimistic tone in financial reporting because of their beliefs and opinions about future issues. The manager's specific optimism refers to his specific tendency to optimistically describe the company's performance in the form of an optimistic tone. Optimistic managers pay less information transparency due to their beliefs and opinions about the company's future issues. Optimistic people emphasize the use of positive words in the form of optimistic tone of financial reporting to focus on positive factors in the face of negative events. When the company has overconfident managers, the strategy of using a positive tone is more often used to mislead investors or hide bad news. Therefore, in order to realize his managerial attitude, he has an optimistic bias in providing information, which affects the quality of information and the tone of reporting. Since the behavior patterns of managers lead to their use of activities outside of accounting principles and foundations to show favorable financial performance in the short term and due to the lack of stability of this favorable financial performance in the long term, it is suggested to investors that when deciding to buy shares of the company in question, Pay special attention to its long-term financial performance. Legislators and accounting standard setters are suggested to design a specific framework for developing explanatory reports with specific words in developing new standards and laws. So that the freedom of action and authority of the management in the use of positive words in the form of unusual optimistic tone is prohibited so that the managers cannot deceive the users by using the optimistic tone opportunistically in the form of perception management.

Keywords: *Optimism, Overconfidence, Short-Sightedness, Optimistic Tone.*

Paper Type: *Research Paper.*

Citation: Akbarlou, E., Zeynali, M., Alinezhad Sarokolaei, M., & Baradaran Hasanzadeh, R. (2022). The effect of behavioral strains of managers on optimistic tone of financial reporting. *Journal of Development and Capital*, 7(2), 111-130 [In Persian].



تأثیر سویه‌های رفتاری مدیران بر لحن خوش‌بینانه گزارشگری مالی

الناز اکبرلو*^{1b}

مهدی زینالی**^{1b}

مهدی علی‌نژاد ساروکلائی***^{1b}

رسول برادران حسن‌زاده****^{1b}

چکیده

هدف: سویه‌های رفتاری مدیران از جمله خوش‌بینی، بیش‌اطمینانی و کوتاه‌بینی می‌تواند ضمن بهبود عملکرد مالی شرکت، رفتار و نوع تصمیمات آن‌ها را در سازمان تحت الشعاع قرار دهد. لحن گزارشگری مالی تحت تأثیر این ویژگی‌های رفتاری است. لحن خوش‌بینانه در گزارشگری زائیده نوعی سوگیری ادراکی و تحریف از واقعیت‌هاست که باعث خواهد شد، گزارشگری از شفافیت کمتری برای سهامداران برخوردار باشد. هدف پژوهش حاضر، بررسی تأثیر سویه‌های رفتاری مدیران (خوش‌بینی، بیش‌اطمینانی و کوتاه‌بینی) بر لحن خوش‌بینانه گزارشگری مالی است.

روش: روش پژوهش حاضر از منظر نتیجه اجرا، از نوع کاربردی، از منظر فرآیند اجرا (یا نوع داده‌ها)، از نوع تحلیل محتوای کمی است. نمونه آماری شامل ۱۱۵ شرکت پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران در فاصله زمانی ۱۳۹۰ تا ۱۳۹۹ است. برای اندازه‌گیری لحن خوش‌بینانه از روش فراوانی واژگان استفاده شد و به منظور آزمون فرضیه‌های پژوهش، روش رگرسیون چندگانه با داده‌های ترکیبی بکار رفت.

یافته‌ها: نتایج پژوهش نشان داد، خوش‌بینی و بیش‌اطمینانی مدیران بر لحن خوش‌بینانه گزارشگری مالی تأثیر معناداری دارد. اما کوتاه‌بینی مدیریت بر لحن خوش‌بینانه تأثیری ندارد.

نتیجه‌گیری: با افزایش خوش‌بینی و بیش‌اطمینانی مدیران، لحن خوش‌بینانه گزارشگری مالی بیشتر می‌شود. به عبارتی مدیران خوش‌بین و بیش‌اطمینان، به دلیل باورها و عقایدی که نسبت به مسائل آتی شرکت دارند، از لحن خوش‌بینانه در گزارشگری مالی استفاده می‌کنند.

واژه‌های کلیدی: خوش‌بینی، بیش‌اطمینانی، کوتاه‌بینی، لحن خوش‌بینانه.

نوع مقاله: پژوهشی.

استناد: اکبرلو، الناز؛ زینالی، مهدی؛ علی‌نژاد ساروکلائی، مهدی و برادران حسن‌زاده، رسول (۱۴۰۱). تأثیر سویه‌های رفتاری مدیران بر لحن خوش‌بینانه گزارشگری مالی. *مجله توسعه و سرمایه*، ۷(۲)، ۱۳۰-۱۱۱.

مجله توسعه و سرمایه، دوره هفتم، ش ۲، صص. ۱۳۰-۱۱۱.

* دانشجوی دکتری گروه حسابداری، واحد تبریز، دانشگاه آزاد اسلامی، تبریز، ایران. **رایانامه:** Akbarlouelnaz@yahoo.com

** نویسنده مسئول، استادیار گروه حسابداری، واحد تبریز، دانشگاه آزاد اسلامی، تبریز، ایران. **رایانامه:** zeynali@iaut.ac.ir

*** استادیار گروه حسابداری، واحد تبریز، دانشگاه آزاد اسلامی، تبریز، ایران. **رایانامه:** Dr.m.alinezhad@iaut.ac.ir

**** دانشیار گروه حسابداری، واحد تبریز، دانشگاه آزاد اسلامی، تبریز، ایران. **رایانامه:** Baradaran313@iaut.ac.ir

تاریخ دریافت: ۱۴۰۱/۱/۲۰ تاریخ بازنگری: ۱۴۰۱/۲/۲۹ تاریخ پذیرش: ۱۴۰۱/۳/۱۷ تاریخ انتشار برخط: ۱۴۰۱/۹/۱۵

ناشر: دانشکده مدیریت و اقتصاد، دانشگاه شهید باهنر کرمان.

DOI: 10.22103/jdc.2022.19273.1227

©The Authors.



مقدمه

با گسترش چشم‌گیر بازار سرمایه ایران در سال‌های اخیر، افراد زیادی به فعالیت در این بازار مشغول گشته که بسیاری از این افراد در واقع افرادی غیر حرفه‌ای می‌باشند لذا درک کمتری درباره گزارش‌های توضیحی شرکت دارند و از طرفی، تهیه‌کنندگان گزارش‌های سالانه از این واقعیت آگاهی دارند و این آگاهی به نوبه خود انگیزه‌ای برای تهیه‌کنندگان به وجود می‌آورد که لحن خود را به منظور اثرگذاری بر آنها تغییر دهند. شرکت‌ها برای بیان تصویری مساعد از عملکرد خود، به استفاده بیشتر از واژگان مثبت در پیام‌های نوشتاری اقدام می‌کنند (ملونی و همکاران^۱، ۲۰۱۶). مدیران برای کاهش واکنش منفی بازار بیشتر از لحن خوش‌بینانه بهره می‌گیرند. یافته‌های هانگ و همکاران^۲ (۲۰۱۴) نیز نشان می‌دهد انگیزه شرکت‌های زیان‌ده این است که درک بازار را منحرف سازند، از این رو، آنها در مقایسه با شرکت‌های سودده، لحن مثبت‌تری را در گزارش‌های خود بر می‌گزینند. بر همین اساس دیویس و تاماسوییت^۳ (۲۰۱۲) نشان دادند مدیران در خصوص سودهای اقتصادی تمایل دارند به صورت راهبردی رفتار کرده و بیشتر از لحن خوش‌بینانه و کمتر از لحن بدبینانه استفاده کنند. پاجوستی^۴ و همکاران (۲۰۲۰) دریافتند زبان مثبت (در مقابل زبان خنثی) منجر به تأثیر چارچوبی مثبت می‌شود، به گونه‌ای که استفاده‌کنندگان صورت‌های مالی، عملکرد شرکت را بهتر از آنچه توسط ارقام مالی بیان شده است، ارزیابی می‌نمایند. نحوه ارائه شرح نوشتاری مندرج در این گزارش‌ها، تابع خواست و نظر مدیریت است (هنری و لیون، ۲۰۱۶). لحن خوش‌بینانه در گزارشگری زاینده نوعی سوگیری ادراکی و تحریف از واقعیت‌هاست که باعث خواهد شد تا گزارشگری از شفافیت کمتری برای سهامداران برخوردار باشد. فلسفه مکتب اقتصاد نئوکلاسیک بر اصل عقلایی رفتار کردن افراد و همچنین بنگاه‌ها در اقتصاد مبتنی است. در این میان اگر پدیده‌ای با این اصل ناسازگار باشد از آن به عنوان سوگیری یا تورش یاد می‌شود. نظریه مالی رفتاری که عموماً از آن به عنوان کاربرد روانشناسی در دانش مالی تعبیر می‌شود، اصل بنیادین اقتصاد نئوکلاسیک را به چالش کشیده و سعی دارد پدیده‌های روانشناختی انسان در کل بازار و در سطح فردی را شناسایی نماید. هسته مرکزی هر شرکت، مدیریت و تصمیم‌های آن است و سوبه‌های رفتاری دخیل در شخصیت مدیران موجب جهت‌دهی به تصمیم‌گیری آنان می‌شود (خواجوی و همکاران، ۱۳۹۵). مبانی نوظهور در اقتصاد مالی بر ویژگی‌های شخصیتی مدیران تمرکز دارد. از این رو شناخت سوبه‌های رفتاری مدیران از اهمیت فراوانی برخوردار است. از مهم‌ترین سوبه‌های رفتاری مدیران که عملکرد و تصمیم‌گیری‌های مدیریت همچون لحن گزارش فعالیت هیئت مدیره را تحت تأثیر قرار می‌دهد، می‌توان بیش‌اطمینانی، خوش‌بینی و کوتاه‌بینی را نام برد. ویژگی‌های خاص مدیران و رای عوامل اقتصادی خاص شرکت‌ها بر انتخاب‌های مرتبط با گزارش‌ها و افشاگری‌های مالی شرکت‌ها تأثیر می‌گذارند. با توجه به محدودیت‌های موجود و مرتبط با انتخاب زبان و دشواری تأیید مشروعیت زبان بر اساس واقعیت‌های موجود، به نظر می‌رسد که لحن به نحوی خاص از سوبه‌های رفتاری مدیران تأثیر می‌پذیرد (همبریک^۵، ۲۰۰۷). این پژوهش از چندین منظر به توسعه ادبیات پژوهش به ویژه در بستر بازار سرمایه ایران کمک می‌نماید. اول اینکه موجب بسط پژوهش‌های حوزه مالی رفتاری و تحلیل متنی و زبان‌شناختی گزارشگری می‌شود. دوم، دانش موجود

¹ Melloni

² Huang

³ Davis, Tama-Sweet

⁴ Pajuste

⁵ Henry, Leon

⁶ Hambrick

در یکی از زیر شاخه‌های مهم حوزه اطلاعات کیفی؛ یعنی لحن اطلاعات کیفی را عمق می‌بخشد. سوم، نتایج این مطالعه می‌تواند به سرمایه‌گذاران کمک کند تا اثرات عامل‌های مخرب روان‌شناختی را در حوزه مالی بهتر درک کنند.

مبانی نظری و پیشینه پژوهش

در چند سال اخیر، طیف جدیدی از پژوهش‌های حسابداری در حال شکل‌گیری و توسعه هستند که به ارزیابی تأثیر اطلاعات غیر عددی (توضیحی) و حتی شفاهی انعکاس یافته در گزارش‌های فعالیت هیئت مدیره پرداخته‌اند. این طیف از پژوهش‌ها به بررسی و ارزیابی تکنیک‌ها و رویکردهای زبان شناختی و نحوه استفاده از آن‌ها در اینگونه اطلاعات اشاره دارند. این بدنه جدید از پژوهش‌های حسابداری، در واقع نوعی دیگر از توجه به حسابداری به‌عنوان یک زبان با تأکید بر اطلاعات غیر عددی و توضیحی آن است (رهنمای رودپشتی و همکاران، ۱۳۹۱). یکی از ویژگی‌های مهم اطلاعات متنی گزارش‌های مالی، لحن است. لحن توسط نسبت واژه‌های مثبت و منفی که در گزارش‌های سالانه هیئت مدیره موجود است مشخص می‌شود، که می‌تواند شاخصی برای تغییر سطح خوش‌بینی یا بدبینی افشای گزارش باشد. یوتهاس^۱ و همکاران (۲۰۰۲) مدعی هستند لحن خوش‌بینانه زاییده تفکر و ادراک مدیران است که باعث افزایش سطح خطاهای اخلاقی در گزارشگری و شفافیت‌های اطلاعاتی می‌شود. بر همین اساس دیویس^۲ و تاماسوییت (۲۰۱۲)، نشان دادند مدیران در خصوص سودهای اقتصادی تمایل دارند که به صورت استراتژیک رفتار کرده و بیشتر از لحن زبان خوش‌بینانه و کمتر از لحن زبان بدبینانه استفاده نمایند. مدیریت انگیزه دارد با اعمال زبان کمتر بدبینانه، لحن نوشتار را در اعلامیه‌های فشرده سود، مدیریت نماید تا از این طریق واکنش قیمت سهام به اخبار منفی را به حداقل برساند. این دلیل بیان شده توسط دیویس و تاماسوییت (۲۰۱۲) مطابق است با هانگ^۳ و همکاران (۲۰۱۴) و تان^۴ و همکاران (۲۰۱۴)، که می‌گویند عملکرد مالی منفی می‌تواند با استفاده از لحن مثبت نوشتار، پنهان شود. هسته مرکزی هر شرکت، مدیریت و تصمیم‌های آن است و سویه‌های رفتاری دخیل در شخصیت مدیران موجب جهت‌دهی به تصمیم‌گیری آنان می‌شود (خواجوی و همکاران، ۱۳۹۵). شاید به همین دلیل پژوهشگران بر این باورند این احتمال وجود دارد تصمیم‌گیرندگان به طور کامل، تصمیم‌های عقلایی نگیرند. مبانی نوظهور در اقتصاد مالی بر ویژگی‌های شخصیتی مدیران تمرکز دارد (هاکبارس^۵، ۲۰۰۸). از مهم‌ترین سویه‌های رفتاری مدیران می‌توان خوش‌بینی، بیش‌اطمینانی و کوتاه‌بینی را نام برد که هر کدام می‌تواند بر لحن گزارشگری مالی تأثیرگذار باشد.

خوش‌بینی

خوش‌بینی یکی از انواع سوگیری‌های رفتاری است که در پژوهش‌های مالی رفتاری مدرن به خوبی مستند شده است (هیتون^۶، ۲۰۰۲). خوش‌بینی سبب می‌شود انسان دانش و مهارت خود را بیش از حد تخمین بزند و پیش‌بینی وی از احتمال وقوع پدیده‌ها خیلی افراطی یا خیلی تفریطی باشد (سلیمانی و گروه‌ای، ۱۳۹۶). براساس تئوری پله‌های ترقی، تجربیات و ارزش‌ها و شخصیت مدیران بر تصمیم‌گیری آن‌ها تأثیرگذار است. افراد در دنیای واقعی از هیجان‌ها و خطاهای شناختی متأثر می‌شوند و در بیشتر موارد، مدیران در تصمیم‌های خود از تأثیر تورش‌های رفتاری مصون نیستند. یکی از دلایل

¹ Yuthas

² Davis, Tama-Sweet

³ Huang

⁴ Tan

⁵ Hackbarth

⁶ Heaton

گزارش‌های خوش‌بینانه را می‌توان در اقتصاد و انگیزه‌های اقتصادی جستجو کرد (بشرا^۱ و همکاران، ۲۰۱۰). انگیزه‌های مالی مدیران باعث می‌گردد که آنان مزایای گزارشگری خوش‌بینانه را بیشتر از هزینه‌های آن ارزیابی کنند. انگیزه‌های مالی می‌توانند قراردادی و یا ضمنی باشند. در اغلب موارد، انگیزه‌های مالی منجر به گزارشگری خوش‌بینانه می‌شوند، زیرا این گزارش‌ها امکان افزایش ثروت و مطلوبیت را برای مدیران فراهم می‌آورند (پترونی^۲، ۱۹۹۲). فیشر و ویرچیا^۳ (۲۰۰۴)، با مطرح کردن این سؤال که چرا افشاهای مدیران دارای سوبه است، وجود خوش‌بینی ذاتی در مدیران را تأیید کردند. پاسخ آنها این بود که به عقیده مدیران، افشاهای آنها درست است، زیرا اگر مدیران معتقد بودند که دیدگاه‌های آنها خوش‌بینانه است، تلاشی در جهت مخفی کردن سوبه‌های خوش‌بینانه می‌نمودند. مطالعات دشمنخ^۴ و همکاران (۲۰۱۳) و کرونیست و همکاران^۵ (۲۰۱۲) شواهدی ارائه کردند که خوش‌بینی مدیران خواه چه از روی عمد یا غیرعمد باشد به احتمال زیادی منجر به تحریف‌های مغرضانه در گزارشگری مالی می‌شود که بر شفاف‌سازی اطلاعات مالی شرکت‌ها اثر می‌گذارد. در این خصوص دو دیدگاه وجود دارد. در دیدگاه اول مدیران شرکت‌ها تمایل دارند اطلاعات مالی را با لحن مثبت افشاء کنند که در این حالت اغلب با واکنش‌های مثبتی از سوی بازار مواجه می‌شوند. این گرایش و تمایل به شفاف‌سازی اطلاعات مالی به دلیل تعصبات بیش از حد مدیران به خود است که نسبت به پیش‌بینی رویدادهای آتی غیر منطقی عمل می‌کنند و سوگیری رفتاری از خود نشان می‌دهند. در دیدگاه دوم مدیران خوش‌بین به دلیل باورها و عقایدی که نسبت به مسائل آتی شرکت دارند احتمال دارد به شفافیت اطلاعاتی کمتری پردازند. پژوهش‌های انجام‌شده در علم روانشناسی حاکی از تمایل افراد خوش‌بین برای تمرکز کردن بر روی عوامل مثبت در مواجهه با وقایع منفی یا زیان‌های ناشی از قمار کردن است. این پژوهش‌ها امکان این امر را مطرح می‌سازند که تمایل قبلی فرد نسبت به خوش‌بینی بر ارزیابی او نسبت به وقایع جاری و نتایج ضمنی آنها برای عملکرد آتی شرکت تأثیر می‌گذارد و بنابراین بر انتخاب لحن فرد در توصیف وقایع در افشاگری‌های عمومی اثرگذار است. با توجه به شواهد ارائه شده در بالا، پیش‌بینی این است که خوش‌بینی خاص مدیر بر استفاده لحن خوش‌بینانه توسط مدیر در گزارش فعالیت هیئت مدیره تأثیر می‌گذارد. انتظار ما به ویژه آن است که خوش‌بینی مدیران در گزارش فعالیت هیئت مدیره متأثر از گرایش‌های خاص مدیر نسبت به خوش‌بینی باشد. به عبارت دیگر، یک عنصر خاص مدیر در لحن زبان مورد استفاده مدیر در گزارش‌های توضیحی حسابداری وجود دارد.

فرضیه اصلی اول: خوش‌بینی مدیران بر لحن خوش‌بینانه گزارشگری مالی تأثیر معناداری دارد.

فرضیه فرعی ۱: خوش‌بینی مدیران (سرمایه‌گذاری بیش از حد) بر لحن خوش‌بینانه گزارشگری مالی تأثیر معناداری دارد.

فرضیه فرعی ۲: خوش‌بینی مدیران (رشد بیش از حد) بر لحن خوش‌بینانه گزارشگری مالی تأثیر معناداری دارد.

بیش اطمینانی

بیش اطمینانی، یکی از مهم‌ترین مفاهیم مالی رفتاری مدرن به شمار می‌رود که اساس آن موضوعات روان‌شناختی است. از دید روان‌شناسان، فردی دارای ویژگی‌های رفتاری فرااطمینانی است که به دقتی بودن اطلاعات و دانش خود اطمینان

¹ Beyer

² Petroni

³ Fisher & Verrecchia

⁴ Deshmukh

⁵ Crongvist

دارد، در صورتیکه ممکن است در واقعیت اینگونه نباشد (خوش طینت و نادى قمى، ۱۳۸۸). وجود این خصیصه در مدیران، موجب تخمین بیش از حد دانش و توانایی آنها در ایجاد بازده و جریان‌های نقدی آتی (آکتاس و همکاران، ۲۰۱۷) و نادیده گرفتن مهارت رقبا (زائو و زیبارت، ۲۰۱۷) می‌شود. بیش اعتمادی یکی از جدی‌ترین تورش‌های رفتاری که تصمیم‌های مالی مدیران را تحت تأثیر قرار می‌دهد و یکی از ویژگی‌های شخصیتی است که می‌تواند به صورت ارباب رفتاری و داشتن اعتقادات غیرواقعی (مثبت) در رابطه با هر جنبه از یک پیشامد در شرایط عدم اطمینان تعریف شود (حساس یگانه و همکاران، ۱۳۹۴). شراند و زچمن^۳ (۲۰۱۱) عنوان کردند بیش اطمینانی مدیران از عملکرد خود، تحریف در صورت‌های مالی را در پی خواهد داشت. این تحریف می‌تواند از روی عمد یا غیرعمدی باشد. مریور^۴ (۲۰۱۶) نشان داد هنگامیکه شرکت از مدیران بیش اطمینان برخوردار است، راهبرد به کارگیری لحن مثبت برای گمراهی سرمایه‌گذاران یا پنهان‌سازی اخبار بد بیشتر استفاده می‌شود. از آنجایی که مدیران دارای اعتماد به نفس بالا، تمایل به دست بالا گرفتن توانایی خود دارند، لذا نتیجه عملکرد خود را بیش از حد ارزیابی می‌کنند و احتمال وقایع تصادفی را دست کم می‌گیرند. از این رو به منظور تحقق نگرش مدیریتی خود، در ارائه اطلاعات از سوگیری خوش‌بینانه برخوردار بوده که بر کیفیت اطلاعات و لحن گزارشگری اثر می‌گذارد. مدیران بیش اطمینان از طریق مدیریت لحن گزارشگری تلاش می‌کنند، نوع انتقال اطلاعات و ادراک سرمایه‌گذاران از محیط اطلاعاتی شرکت را کنترل نمایند (گارسیا و همکاران، ۲۰۱۸). شفایت^۶ (۲۰۱۹) نشان می‌دهد مدیران بیش اطمینان در شرکت‌ها تمایل بیشتری به استفاده از واژه‌های مثبت در گزارش‌های توضیحی نسبت به سایر مدیران شرکت‌ها دارند. می‌توان انتظار داشت مدیران بیش اطمینان با برآورد بالای توانایی خود و دریافت پاداش از هیئت مدیره از لحن مثبت و خوش‌بینانه در گزارش‌های خود استفاده کنند.

فرضیه اصلی دوم: بیش اطمینانی مدیران بر لحن خوش‌بینانه گزارشگری مالی تأثیر معناداری دارد.

فرضیه فرعی ۱: بیش اطمینانی مدیران (نسبت بدهی به حقوق مالکانه) بر لحن خوش‌بینانه گزارشگری مالی تأثیر معناداری دارد.

فرضیه فرعی ۲: بیش اطمینانی مدیران (نسبت هزینه‌های سرمایه‌ای دارایی‌های ثابت) بر لحن خوش‌بینانه گزارشگری مالی تأثیر معناداری دارد.

کوتاه‌بینی

اصطلاح کوتاه‌بینی، نخستین بار توسط لویت^۷ با عنوان کوتاه‌بینی بازاریابی مطرح شد. کوتاه‌بینی در بازاریابی، در آغاز به صورت نوعی کوتاه نظری شرکت یا محدودیت توجه به فعالیت‌های فرعی تجارت تعریف می‌شد. حوزه حسابداری نیز، کوتاه‌بینی را فعالیت مالی کوتاه‌مدت و به بیان دیگر، کوتاه نگر معرفی کرده است (لاورتی، ۱۹۹۶). کوتاه‌بینی شرحی از یک شکل سوگیری یا گرایش است که محدودیتی جدی و مهم برای توجه به گزینه‌ها و پیشنهادها در انتخاب و تصمیم‌گیری ایجاد می‌کند (دس و پیکن، ۱۹۹۹). فعالیت‌های کوتاه‌بینانه دارای نتایج موقت مطلوبی هستند و پیامدهای

¹ Aktas

² Zhao, Ziebart

³ Schrand, Zechman

⁴ Merrienboer

⁵ Garcia

⁶ Shafayat

⁷ Levitt

⁸ Laverty

⁹ Dess, Picken

منفی آن در بلندمدت نمایان می‌شود؛ زیرا بازارهای سرمایه قادر به درک صحیح پیامدهای کوتاه‌بینانه در زمان وقوع نیستند. مدیرکوتاه‌بین به دلیل انتخاب استراتژی زمانی به فعالیت‌های مالی کوتاه‌مدت روی می‌آورد. این دیدگاه شخصی مدیریت باعث کاهش سطح افشای اطلاعات می‌شود، زیرا به اعتقاد مدیر کوتاه‌بین شفاف‌سازی اطلاعات باعث قربانی شدن اهداف کوتاه‌مدت می‌شود. بدین ترتیب، رفتار کوتاه‌بینانه مدیران باعث می‌شود که به استفاده از لحن خوش‌بینانه در گزارشگری مالی در جهت رسیدن به اهداف کوتاه‌مدت روی آورده و به مدیریت ادراک استفاده‌کنندگان از گزارش‌های توضیحی حسابداری پردازند.

فرضیه سوم: کوتاه‌بینی مدیران بر لحن خوش‌بینانه گزارشگری مالی تأثیر معناداری دارد.

آیونینگ و هاریمووان^۱ (۲۰۲۱) به بررسی لحن منفی و خوانایی در بحث گزارش‌های تجزیه و تحلیل مدیریت و اثر آن بر هزینه بدهی پرداختند. این مطالعه ارتباط بین استراتژی افشای متنی شرکت و هزینه بدهی را با نگاه به لحن و خوانایی گزارش‌های مالی را بررسی و یافته‌های آنها نشان داد هر دو لحن منفی و سطح خوانایی ضعیف با هزینه بدهی ارتباط مثبت دارند. همچنین **شفایت^۲ (۲۰۱۹)** در پژوهشی به بررسی تأثیر اطمینان بیش‌ازحد مدیرعامل بر لحن گزارش سالانه شرکت‌های آمریکایی در بازه زمانی ۱۹۹۳ تا ۲۰۱۶ پرداختند. نتایج پژوهش نشان داد مدیران عامل دارای اطمینان بیش از حد کمتر از لحن بدبینانه یا منفی در گزارش‌های سالانه استفاده می‌کنند. در این ارتباط **بوچ هولز و همکاران^۳ (۲۰۱۸)** به بررسی رابطه بین خودشیفتگی مدیرعامل و لحن خوش‌بینانه غیرعادی شرکت‌های آمریکایی در بازه زمانی ۱۹۹۲ تا ۲۰۱۲ پرداختند. نتایج پژوهش آنها نشان داد خودشیفتگی مدیرعامل با لحن خوش‌بینانه غیرعادی ارتباط مثبت و معناداری دارد و نیز، **اکبرلو و همکاران (۱۴۰۰)** به بررسی رابطه بین خودشیفتگی مدیران و لحن خوش‌بینانه گزارشگری مالی: نقش تعدیلی مدیریت سود پرداختند. نتایج حاصل از پژوهش نشان می‌دهد، خودشیفتگی مدیران بر لحن خوش‌بینانه گزارشگری مالی تأثیر مثبت و معناداری دارد. به عبارتی مدیران خودشیفته به گزارش‌های مالی تنظیم یافته با لحن خوش‌بینانه، به چشم فرصتی برای فرونشاندن اشت‌های سیری‌ناپذیر خود برای ارتقاء شخصی خودشان نگاه می‌کنند. **رضایی و همکاران (۱۳۹۹)** نقش الیناسیون رفتاری در تقویت لحن خوش‌بینانه گزارشگری مالی بر اساس نظریه نشانه‌شناسی سمبولوژی را بررسی کردند. نتایج پژوهش نشان داد، الیناسیون رفتاری در حساب‌رسان داخلی بر لحن خوش‌بینانه گزارشگری مالی شرکت‌های بورس اوراق بهادار تهران تأثیر مثبت و معناداری دارد. **زارع بهنمیری و همکاران (۱۳۹۸)** به بررسی قدرت مدیران و لحن اعلان سود پرداختند. نتایج آزمون نشان داد قدرت مدیران با معیار توانایی مدیریت و چرخش مدیریت با لحن اعلان سود مدیران رابطه مثبت و معناداری دارد. **پورکریم و همکاران (۱۳۹۸)** به بررسی تأثیر حاکمیت شرکتی بر لحن گزارشگری مالی پرداختند. نتایج حاصل از پژوهش نشان می‌دهد، هر چقدر حاکمیت شرکتی قوی‌تر باشد، لحن بدبینانه در گزارشگری مالی بیشتر خواهد بود. به عبارتی حاکمیت شرکتی قوی‌تر، موجب جلوگیری از فرصت‌طلبی مدیرانی می‌شود که از طریق لحن، به مدیریت ادراک استفاده‌کنندگان می‌پردازند. **حیدری فراهانی و همکاران (۱۳۹۸)** به بررسی تأثیر سوبه‌های رفتاری مدیریت بر درماندگی مالی پرداختند. یافته‌های حاصل از پژوهش نشان داد که بیش‌اطمینانی و خودشیفتگی تأثیر مثبت و معناداری بر درماندگی مالی دارد.

¹ Ayuningtyas, Harymawan

³ Buchholz

² Shafayat

روش پژوهش

روش پژوهش حاضر از منظر نتیجه اجرا، از نوع کاربردی، از منظر فرآیند اجرا (یا نوع داده‌ها)، از نوع تحلیل محتوای کمی است. در تحلیل محتوای کمی، بیشتر به ظاهر متن و شمارش کلمات یا جملات خاصی اکتفا می‌شود. تحلیل محتوای عبارت است از تحلیل گفتار، نوشتار، سخنرانی‌ها، مصاحبه‌ها، فیلم، تصاویر، نحوه ادای کلمات، لحن بکارگرفته در کلام، خطابه‌ها، اعلامیه‌های سیاسی و نظیر اینها (دیانتی دیلمی، ۱۳۹۷). داده‌های موردنیاز برای آزمون فرضیه‌ها، از صورت‌های مالی حسابرسی شده شرکت‌ها در نرم‌افزار ره‌آورد نوین و سایت کدال استخراج و پس از آماده‌سازی داده‌ها در نرم‌افزار اکسل، تجزیه و تحلیل و برآورد مدل‌ها و آزمون فرضیه‌های پژوهش با استفاده از نرم‌افزارهای 8 eviews انجام شده است.

جامعه و نمونه پژوهش

جامعه آماری این پژوهش، شرکت‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران در فاصله زمانی ۱۳۹۰ تا ۱۳۹۹ است. نمونه آماری بایستی از ویژگی‌ها و شرایط زیر برخوردار باشد:

- الف) شرکت‌های سرمایه‌گذاری، بیمه، بانک‌ها و مؤسسات تأمین مالی در این پژوهش مورد بررسی قرار نمی‌گیرند.
 ب) شرکت‌ها برای دوره زمانی ۱۳۹۰ الی ۱۳۹۹ سال مالی خود را تغییر نداده باشند.
 ج) سال مالی شرکت‌ها منتهی به ۲۹ اسفند باشد تا داده‌های حسابداری شرکت‌های مختلف با یکدیگر قابل مقایسه شوند.

د) کلیه اطلاعات موردنیاز شرکت، خصوصاً گزارش‌های هیئت مدیره در دسترس باشد.

جدول ۱. مراحل و نحوه انتخاب داده شرکت‌های نمونه

تعداد شرکت	شرح
۴۷۱	تعداد کل شرکت‌های عضو بورس اوراق بهادار در پایان سال ۱۳۹۹
۸۵	شرکت‌های سرمایه‌گذاری، بیمه، بانک‌ها و واسطه‌گری‌های مالی و مؤسسات تأمین مالی
۶۹	شرکت‌هایی که در طی دوره مورد بررسی (۱۳۹۰-۱۳۹۹) تغییر سال مالی داده‌اند
۱۲۷	شرکت‌هایی که سال مالی آن‌ها منتهی به پایان اسفند ماه نیست.
۷۵	شرکت‌هایی که اطلاعات آنها بصورت کامل وجود نداشته است.
(۳۵۶)	تعداد کل شرکت‌هایی که حذف شدند
۱۱۵	تعداد شرکت‌های عضو نمونه

پس از اعمال شرایط یادشده، تعداد ۱۱۵ شرکت (۱۱۵۰ سال-شرکت) به‌عنوان نمونه آماری جهت آزمون پژوهش انتخاب شدند.

متغیرهای پژوهش و نحوه اندازه‌گیری آنها

متغیر وابسته: متغیر وابسته در این پژوهش، لحن خوش‌بینانه گزارشگری مالی است. در پژوهش حاضر از گزارش سالانه هیئت مدیره درباره فعالیت و وضع عمومی شرکت به‌عنوان مجرای ارتباطی مدیریت با سهامداران استفاده شده است. تجزیه و تحلیل ما نیازمند استفاده از ابزار لحن خوش‌بینانه و بدبینانه در گزارش‌های سالانه هیئت مدیره درباره فعالیت و وضع عمومی شرکت است. در این پژوهش جهت تعیین لغات مثبت و منفی از فهرست واژگان ایجاد شده پله و همکاران (۱۳۹۸) استفاده گردیده است؛ چرا که این واژگان از گزارش‌های فعالیت هیئت مدیره شرکت‌های فعال در بازار

سرمایه ایران اقتباس گردیده و بر پایه واژه‌ها و کلمات بومی تهیه شده و تمامی اشکال کلمه را در نظر گرفته است. به همین منظور اقدام به مطالعه گزارش‌های سالانه هیئت مدیره نموده و با شمارش تعداد واژه‌های بدبینانه، خوش‌بینانه و کل واژه‌های هر گزارش استخراج شده است. سپس تعداد واژه‌های بدبینانه و خوش‌بینانه در هر گزارش را به‌طور جداگانه بر تعداد کل واژه‌ها تقسیم نموده و نسبت‌هایی بدست آمده است. طبق روش **فلدمن و همکاران**^۱ (۲۰۱۰)، **داویس و تاماسوییت**^۲ (۲۰۱۲) در گزارش‌های توضیحی حسابداری، هرچقدر نسبت واژه‌های خوش‌بینانه بر تعداد کل واژه‌ها، بیشتر از نسبت واژه‌های بدبینانه بر کل واژه‌ها باشد لحن گزارش، خوش‌بینانه خواهد بود و برعکس.

$$\text{لحن} = \frac{\text{واژه های منفی} - \text{واژه مثبت های}}{\text{مجموع واژه مثبت های و منفی}}$$

متغیر مستقل: سوبه‌های رفتاری مدیران به عنوان متغیر مستقل پژوهش بوده که شامل خوش‌بینی، بیش‌اطمینانی و کوتاه‌بینی است.

خوش‌بینی: از طریق مجموع ارقام اختصاص یافته به هر یک از دو عامل سرمایه‌گذاری بیش از حد و رشد بیش از حد بدست می‌آید:

الف. سرمایه‌گذاری بیش از حد: سرمایه‌گذاری بیش از حد در دارایی‌ها به پیروی از مطالعه **شراند و زچمن**^۳ (۲۰۱۲) از باقیمانده‌های مدل رگرسیونی رشد دارایی‌ها بر رشد فروش بر مبنای سال-صنعت و به‌شرح ذیل محاسبه می‌شود:

$$AG_{it} = \beta_0 + \beta_1 SG_{it} + \varepsilon_{it} \quad (۱)$$

SG_{it} : رشد فروش در پایان دوره مالی t برای شرکت i ; AG_{it} : رشد دارایی‌ها در پایان دوره مالی t برای شرکت i ; ε_{it} : باقیمانده‌های رگرسیونی در پایان دوره مالی t برای شرکت i که مقدار مثبت این باقیمانده‌ها بیانگر سرمایه‌گذاری بیش از حد در دارایی‌ها یک و مقدار منفی این باقیمانده‌ها بیانگر سرمایه‌گذاری کمتر از حد در دارایی‌ها صفر است. نحوه محاسبه رشد فروش و رشد دارایی‌ها به شرح رابطه زیر است:

$$\begin{aligned} SG_{it} &= (S_{it} - S_{it-1}) / S_{it-1} \\ AG_{it} &= (TA_{it} - TA_{it-1}) / TA_{it-1} \end{aligned} \quad (۲)$$

ب. رشد بیش از حد: برای محاسبه این معیار به پیروی از مطالعات **شراند و زچمن** (۲۰۱۲)، **برجویی** (۱۳۹۳)، و **نیکبخت و همکاران** (۱۳۹۶) از تفاوت رشد واقعی با رشد قابل تحمل شرکت استفاده شده است. رشد واقعی، همان رشد فروش است که از تغییر در فروش سالانه شرکت نسبت به فروش سال قبل به‌دست می‌آید. رشد قابل تحمل نیز از تغییرات سالانه ارزش بازار حقوق مالکانه به‌دست می‌آید. در نتیجه، اگر رشد واقعی بزرگ‌تر از رشد قابل تحمل باشد، نشان دهنده خوش‌بینی است (یک) و در غیر اینصورت (صفر) خواهد بود.

بیش‌اطمینانی: از طریق دو عامل نسبت بدهی به حقوق مالکانه و نسبت هزینه‌های سرمایه‌ای دارایی‌های ثابت محاسبه می‌شود.

¹ Feldman

³ Schrand, Zechman

² Davis, Tama--Sweet

الف. نسبت بدهی به حقوق مالکانه: این نسبت برابر است با بدهی بلندمدت تقسیم بر ارزش بازار شرکت. حالتی که نسبت بدهی به حقوق مالکانه شرکت بزرگ تر از میانه نسبت صنعت باشد، نشان دهنده اطمینان بیش از حد است.

ب. نسبت هزینه‌های سرمایه‌ای دارایی‌های ثابت:

جمع دارایی‌ها در ابتدای دوره / {دارایی‌های ثابت پایان دوره - دارایی‌های ثابت ابتدای دوره} + استهلاک انباشته {
حالتی که نسبت مذکور برای شرکت بزرگ تر از میانه نسبت صنعت باشد، نشان دهنده اطمینان بیش از حد برای مدیر است.

کوتاه‌بینی: برای اندازه‌گیری مقدار کوتاه‌بینی مدیر از مدل‌های پژوهش اندرسون و سیائو^۱ (۱۹۸۲) استفاده شد. در پژوهش آنها شرکت‌های که به طور همزمان بازدهی بیش از حد مورد انتظار و هزینه بازار یابی و تحقیق و توسعه کمتر از حد طبیعی را گزارش می‌کنند، به احتمال زیاد مشمول ویژگی مدیریت کوتاه‌بینانه خواهند بود. برای شناسایی و تعیین شرکت‌های کوتاه‌بین ابتدا لازم است سطح مورد انتظار بازده دارایی‌ها، هزینه بازار یابی و هزینه تحقیق و توسعه را برای هر شرکت در هر دوره زمانی با مدل‌های زیر برآورد می‌شود:

$$ROA_{i,t} = \beta_0 + \beta_1 ROA_{i,t-1} + \varepsilon \quad (۳)$$

$$Mktg_{i,t} = \beta_0 + \beta_1 Mktg_{i,t-1} + \varepsilon \quad (۴)$$

$$R\&D_{i,t} = \beta_0 + \beta_1 R\&D_{i,t-1} + \varepsilon \quad (۵)$$

که در آن:

$ROA_{i,t}$: بازده دارایی‌ها؛ $Mktg_{i,t}$: هزینه بازاریابی؛ $R\&D_{i,t}$: هزینه تحقیق و توسعه. پس از محاسبه مقادیر برآوردی بازده دارایی‌ها، هزینه بازاریابی و هزینه تحقیق و توسعه با استفاده از مدل‌های فوق، مقادیر پیش‌بینی شده حاصل از مدل با مقادیر واقعی محاسبه می‌شوند. سپس با توجه به خطای‌های پیش‌بینی شده این سه مدل در چهار گروه به شرح مندرج در جدول زیر قرار می‌گیرند:

جدول ۲. خطای‌های پیش‌بینی شده

گروه ۱	گروه ۲	گروه ۳	گروه ۴
اختلاف بازده دارایی پیش‌بینی شده با واقعی (مثبت)	اختلاف بازده دارایی پیش‌بینی شده با واقعی (مثبت)	اختلاف بازده دارایی پیش‌بینی شده با واقعی (مثبت)	اختلاف بازده دارایی پیش‌بینی شده با واقعی (منفی)
اختلاف هزینه بازاریابی و تحقیق و توسعه پیش‌بینی شده با واقعی (منفی)	بازاریابی یا تحقیق و توسعه (منفی)	اختلاف هزینه بازاریابی و تحقیق و توسعه پیش‌بینی شده با واقعی (مثبت)	---

منبع: اندرسون و سیائو (۱۹۸۲)

پس از طبقه‌بندی گروه‌های فوق، گروه ۱ به عنوان شرکت‌های دارای مدیریت کوتاه‌بینانه در نظر گرفته خواهد شد. زیرا، شرکت‌های این گروه دارای عملکرد مالی مثبت و هزینه بازاریابی و تحقیق و توسعه آنها کاهش یافته است. بدین ترتیب، در این پژوهش اندازه‌گیری متغیر کوتاه‌بینانه به صورت مجازی (۱ و ۰) است. اگر شرکت‌های در طبقه یک قرار گرفتند عدد ۱ را اختیار می‌کنند در غیر این صورت عدد ۰ در نظر گرفته شده است.

¹ Anderson, Hsiao

متغیرهای کنترلی

اندازه شرکت ($\text{LogA}_{i,t}$): شرکت‌های بزرگ معمولاً عملیات گسترده و پیچیده‌تری داشته و انتظار می‌رود که گزارش‌های مالی پیچیده و طولانی‌تری در مقایسه با سایر شرکت‌ها ارائه نمایند. لذا شرکت‌های بزرگ بیشتر از لحن بدبینانه در گزارشگری مالی استفاده می‌کنند (هاسان^۱، ۲۰۱۷). اندازه شرکت از طریق لگاریتم طبیعی کل دارایی‌های شرکت بدست می‌آید (بادآور نهندی و حشمت، ۱۳۹۷).

فرصت‌های رشد ($\text{MBV}_{i,t}$): طبق مطالعه دیویس و تاماسویت^۲ (۲۰۱۲) مدیران تمایل دارند اطلاعات مربوط به عملکرد مطلوب شرکت را پیش از گزارش سالانه ارائه دهند. ملاحظات فوق‌الذکر برای شرکت‌های با رشد بالا که نیازمند به تقویت پتانسیل رشد هستند، مشهودتر است و بنابراین تمایلی به افشای اطلاعات نامطلوب یا بدبینانه نخواهند داشت، لذا شرکت‌های با رشد بالا عمدتاً از لحن خوش‌بینانه در گزارشگری مالی استفاده می‌کنند. که از طریق نسبت ارزش بازار حقوق صاحبان سهام به ارزش دفتری محاسبه می‌شود (هاو و همکاران^۳، ۲۰۰۵).

سن شرکت ($\text{AGE}_{i,t}$): در رابطه با سن شرکت انتظار می‌رود که شرکت‌های با قدمت بیشتر، احتمالاً لحن گزارشگری واقع‌گرایانه‌تری خواهند داشت (لو و همکاران^۴، ۲۰۱۷). از طریق سال آخری که شرکت در دوره پژوهش در بورس حضور داشته منهای سال ورود شرکت به بورس.

بازده سهام ($R_{i,t}$): که همان بازده سالانه سهام است که طبق مدل زیر اندازه‌گیری خواهد شد:

$$RET_{i,t} = \frac{[P_t(1 + \alpha + \beta) - (P_{t-1} + C\alpha) + \text{DPS}]}{P_{t-1} + C\alpha} \quad (6)$$

که در آن:

P_t : قیمت پایان سال سهم؛ α : درصد افزایش سرمایه از محل آورده نقدی و مطالبات؛ β : درصد افزایش سرمایه از محل اندوخته‌ها و سود سهمی؛ C : مبلغ پذیره نویسی سهام (معمولاً ۱۰۰۰ ریالی)؛ P_{t-1} : قیمت ابتدای سال سهم؛ DPS : سود نقدی هر سهم.

در نهایت با پیروی از پژوهش‌های شفایات^۵ (۲۰۱۹) و بوچ هولز^۶ و همکاران (۲۰۱۸) به منظور آزمون فرضیه‌های پژوهش، از مدل‌های زیر استفاده شد:

$$\text{OPT-Tone}_{it} = \alpha_0 + \alpha_1 \text{Optimism}_{i,t} + \alpha_2 \text{Return}_{it} + \alpha_3 \text{Size}_{it} + \alpha_4 \text{BTM}_{it} + \alpha_5 \text{Age}_{it} + \text{Industry} + \text{Year} + \varepsilon_{it} \quad (7)$$

$$\text{OPT-Tone}_{it} = \alpha_0 + \alpha_1 \text{Overcon}_{i,t} + \alpha_2 \text{Return}_{it} + \alpha_3 \text{Size}_{it} + \alpha_4 \text{BTM}_{it} + \alpha_5 \text{Age}_{it} + \text{Industry} + \text{Year} + \varepsilon_{it} \quad (8)$$

$$\text{OPT-Tone}_{it} = \alpha_0 + \alpha_1 \text{Myopia}_{i,t} + \alpha_2 \text{Return}_{it} + \alpha_3 \text{Size}_{it} + \alpha_4 \text{BTM}_{it} + \alpha_5 \text{Age}_{it} + \text{Industry} + \text{Year} + \varepsilon_{it} \quad (9)$$

که در آن:

$\text{Optimism}_{i,t}$: خوش‌بینی مدیریت؛ $\text{Overcon}_{i,t}$: بیش‌اطمینانی مدیریت؛ $\text{Myopia}_{i,t}$: کوتاه‌بینی مدیریت؛ $\ln A_{i,t}$: اندازه شرکت؛ $\text{MBV}_{i,t}$: فرصت‌های رشد؛ $\text{AGE}_{i,t}$: سن شرکت؛ $R_{i,t}$: بازده سهام

¹ Hasan

² Davis, Tama-Sweet

³ Haw

⁴ Lo

⁵ Shafayat

⁶ Buchholz

نتایج پژوهش

آمار توصیفی

طبق جدول ۳ با مقایسه اعداد آمار توصیفی (به ویژه فاصله میانگین، انحراف معیار، بیشینه و کمینه) مربوط به متغیر اطمینان بیش از حد (میانگین ۰/۸۹۸)، مشاهده می شود کمتر از نیمی از مدیران شرکت های مد نظر دارای اطمینان بیش از حد در تصمیمات خود هستند. در این بین، شاخص خوش بینی با میانگین ۱/۰۰۰ بیانگر آن است که در حدود نیمی از مدیران در هنگام تصمیم گیری های خود به ویژه برنامه های آتی، به نتایج پیش بینی شده و برآوردها خوش بین هستند. از سویی، شاخص کوتاه بینی مدیران با میانگین ۰/۴۵۴ بازگو کننده آن است که در حدود ۴۵ درصد از مدیران، دچار سوپه کوتاه نگری هستند. میانگین متغیر لحن خوش بینانه گزارشگری مالی برابر با (۰/۴۶۹) است و بیانگر آن است که در نمونه مورد بررسی بر روی شرکت های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار نسبت استفاده از واژگان خوش بینانه به کل واژگان در گزارش فعالیت های هیئت مدیره به طور میانگین حدود ۴۷٪ است. آمار توصیفی مربوط به بیشینه لحن خوش بینانه عدد (۱) بیانگر آن است که در نمونه مورد بررسی گزارشی بوده که فقط از واژگان خوش بینانه استفاده کرده و به هیچ عنوان واژه بدبینانه بکار نرفته است.

جدول ۳. آماره های توصیفی متغیرهای پژوهش

متغیر	آماره	میانگین	میان	انحراف معیار	بیشینه	کمینه
لحن	۰/۴۶۹	۰/۵۱۹	۰/۴۹۹	۱/۰۰۰	۰/۰۲۰	
خوش بینی مدیریت	۱/۰۰۰	۱/۰۰۰	۰/۷۲۶	۲/۰۰۰	۰/۰۰۰	
اطمینان بیش از حد	۰/۸۹۸	۱/۰۰۰	۰/۸۴۱	۲/۰۰۰	۰/۰۰۰	
کوتاه بینی مدیریت	۰/۴۵۴	۰/۰۰۰	۰/۴۷۸	۱/۰۰۰	۰/۰۰۰	
بازده شرکت	۰/۶۸۳	۰/۱۷۶	۰/۶۴۳	۸/۰۷۷	-۰/۷۱۷	
اندازه شرکت	۱۵/۶۱۲	۱۴/۹۶۰	۱/۷۹۳	۲۰/۶۱۶	۱۱/۱۳۲	
نسبت رشد	۰/۵۹۵	۰/۵۲۵	۰/۶۸۴	۴/۱۳۱	-۱/۸۴۳	
عمر شرکت	۳/۹۱۴	۳/۷۹۰	۰/۴۲۱	۴/۲۰۴	۲/۳۰۲	

منبع: یافته های تحقیق

آزمون فرضیه های پژوهش

آزمون فرضیه اصلی اول - فرعی ۱

فرضیه فرعی ۱: خوش بینی مدیران (سرمایه گذاری بیش از حد) بر لحن خوش بینانه گزارشگری مالی تأثیر معناداری دارد.

در جدول ۴ نتایج حاصل از آزمون فرضیه اصلی اول-فرعی ۱ ارائه شده است. با توجه به مقدار آماره LR (حداکثر لگاریتم تابع راستنمایی) مندرج در جدول ۳، در سطح کلیه شرکت ها، که برابر با ۸۸/۲۸۶ است، بیانگر معنادار بودن الگو در سطح ۹۹ درصد است. افزون بر این، با توجه به مقدار آماره H-L (هاسمر-لمشو) ارائه شده در جدول ۳ در سطح کلیه شرکت ها که برابر با ۲/۷۵۲ است، می توان گفت متغیر مستقل (خوش بینی مدیریت- سرمایه گذاری بیش از حد) الگو قدرت توضیح دهنده گی متغیر وابسته (لحن خوش بینانه) را دارا است. مقدار R مک فادن برابر با ۰/۲۲۹ است؛ بنابراین، با

توجه به این مقدار می‌توان ۲۲/۹ درصد از تغییرات متغیر وابسته (لحن خوش‌بینانه) را به وسیله متغیرهای مستقل (خوش‌بینی مدیریت - سرمایه‌گذاری بیش از حد) و کنترلی (بازده شرکت، اندازه شرکت، نسبت رشد، عمر شرکت) پیش‌بینی کرد. هم‌چنین، آماره PE که نشان‌دهنده درصد صحت پیش‌بینی مدل است؛ با بیان ۶۵/۱۹ درصد احتمال برابری متغیر وابسته با عدد یک و ۵۵/۷۸ درصد برابری امید ریاضی مشاهدات با مقدار صفر و یک، بیانگر صحت پیش‌بینی مدل است. در نتیجه، طبق جدول ۳، سطح معناداری مربوط به متغیر شاخص اول خوش‌بینی مدیریت نشان‌دهنده آن است که خوش‌بینی مدیران (سرمایه‌گذاری بیش از حد) بر لحن خوش‌بینانه گزارشگری مالی تأثیر معناداری دارد. به عبارتی، با توجه به ضرائب الگو، به هر اندازه که شیب شاخص خوش‌بینی مدیریت - سرمایه‌گذاری بیش از حد به سمت اعداد مثبت حرکت نماید (به عبارتی بزرگتر شود)؛ انتظار می‌رود به میزان لحن خوش‌بینانه مدیران افزوده شود. براساس نتایج فرضیه اول پژوهش، مدیران خوش‌بین به دلیل باورها و عقایدی که نسبت به مسائل آتی شرکت دارند به شفافیت اطلاعاتی کمتری می‌پردازند، لذا مدیران خوش‌بین برای تمرکز کردن بر روی عوامل مثبت در مواجهه با وقایع منفی، بیشتر از لحن خوش‌بینانه استفاده می‌کنند.

جدول ۴. خلاصه نتایج آزمون فرضیه اصلی اول - فرعی ۱

متغیر وابسته: لحن خوش‌بینانه				
متغیر	ضرائب	خطای استاندارد	آماره Z	سطح معناداری
خوش‌بینی مدیریت (سرمایه‌گذاری بیش از حد)	۰/۲۱۴	۰/۰۶۷	۳/۱۹۶	۰/۰۰۲
بازده شرکت	۰/۰۴۱	۰/۰۱۵	۲/۷۷۳	۰/۰۰۵
اندازه شرکت	۰/۱۹۴	۰/۰۶۱	۳/۱۹۹	۰/۰۰۱
نسبت رشد	۰/۱۷۵	۰/۱۲۱	۱/۴۴۹	۰/۱۴۷
عمر شرکت	۰/۱۰۳	۰/۲۱۳	۰/۴۸۴	۰/۶۲۸
متغیر ساختگی صنعت			در نظر گرفته شده است	
متغیر ساختگی سال			در نظر گرفته شده است	
مقدار ثابت	-۲/۲۱۷	۱/۲۲۲	۱/۸۱۴	۰/۰۶۹
R مک فادن	H-L آماره	سطح معناداری H-L	آماره LR	سطح معناداری LR
۰/۲۲۹	۲/۷۵۲	۰/۹۴۸	۸۸/۲۸۶	۰/۰۰۰
PE [P(Dep=1) ≤ C, P(Dep=1) > C]		PE [E(Dep=0), E(Dep=1)]		
۶۵/۱۹		۵۵/۷۸		

منبع: یافته‌های تحقیق

آزمون فرضیه اصلی اول - فرعی ۲

فرضیه فرعی ۲: خوش‌بینی مدیران (رشد بیش از حد) بر لحن خوش‌بینانه گزارشگری مالی تأثیر معناداری دارد. در جدول ۵ نتایج حاصل از آزمون فرضیه سوم - فرعی دوم ارائه شده است. با توجه به مقدار آماره LR (حداکثر لگاریتم تابع راستمایی) مندرج در جدول ۴، در سطح کلیه شرکت‌ها، که برابر با ۹۱/۰۰۵ است، بیانگر معنادار بودن الگو در سطح ۹۹ درصد است. افزون‌براین، با توجه به مقدار آماره H-L (هااسمر - لمشو) ارائه شده در جدول ۴ در سطح کلیه شرکت‌ها که برابر با ۴/۴۴۱ است، می‌توان گفت متغیر مستقل (خوش‌بینی مدیریت - رشد بیش از حد) الگو قدرت توضیح‌دهندگی متغیر وابسته (لحن خوش‌بینانه) را دارا است. مقدار R مک فادن برابر با ۰/۲۵۳ است؛ بنابراین، با توجه به

این مقدار می‌توان ۲۵/۳ درصد از تغییرات متغیر وابسته (لحن خوش بینانه) را به وسیله متغیرهای مستقل (خوش بینی مدیریت - رشد بیش از حد) و کنترلی (بازده شرکت، اندازه شرکت، نسبت رشد، عمر شرکت) پیش بینی کرد. هم چنین، آماره PE که نشان دهنده درصد صحت پیش بینی مدل است؛ با بیان ۶۹/۵۰ درصد احتمال برابری متغیر وابسته با عدد یک و ۶۰/۳۰ درصد برابری امید ریاضی مشاهدات با مقدار صفر و یک، بیانگر صحت پیش بینی مدل است. در نتیجه، طبق جدول ۴، سطح معناداری مربوط به متغیر شاخص دوم خوش بینی مدیریت نشان دهنده آن است که خوش بینی مدیران (رشد بیش از حد) بر لحن خوش بینانه گزارشگری مالی تأثیر معناداری دارد. به عبارتی، با توجه به ضرائب الگو، به هر اندازه که شیب شاخص خوش بینی مدیریت - رشد بیش از حد به سمت اعداد مثبت حرکت نماید (به عبارتی بزرگتر شود)؛ انتظار می‌رود به میزان لحن خوش بینانه مدیران افزوده شود.

جدول ۵. خلاصه نتایج آزمون فرضیه اصلی اول - فرعی دوم

متغیر وابسته: لحن خوش بینانه				
متغیر	ضرائب	خطای استاندارد	آماره Z	سطح معناداری
خوش بینی مدیریت (رشد بیش از حد)	۰/۱۵۸	۰/۰۸۱	-۱/۹۷۰	۰/۰۴۹**
بازده شرکت	-۰/۱۰۵	۰/۰۴۶	-۲/۲۶۰	۰/۰۲۴**
اندازه شرکت	۰/۲۶۷	۰/۱۳۶	۱/۹۶۵	۰/۰۴۹**
نسبت رشد	۰/۲۴۷	۰/۱۹۳	۱/۲۸۲	۰/۲۰۰
عمر شرکت	-۰/۰۲۴	۰/۰۵۴	-۰/۴۵۸	۰/۶۴۶
متغیر ساختگی صنعت			در نظر گرفته شده است	
متغیر ساختگی سال			در نظر گرفته شده است	
مقدار ثابت	۰/۰۷۵	۰/۱۰۵	۰/۷۱۷	۰/۴۷۳
R مک فادن	آماره H-L	سطح معناداری H-L	آماره LR	سطح معناداری LR
۰/۲۵۳	۴/۴۴۱	۰/۷۱۱	۹۱/۰۰۵	۰/۰۰۰
PE [P(Dep=1) <= C, P(Dep=1) > C]		PE [E(Dep=0), E(Dep=1)]		
۶۹/۵۰		۶۰/۳۰		

منبع: یافته‌های تحقیق

آزمون فرضیه اصلی دوم - فرعی ۱

فرضیه فرعی ۱: اطمینان بیش از حد مدیران (نسبت بدهی به حقوق مالکانه) بر لحن خوش بینانه گزارشگری مالی تأثیر معناداری دارد.

در جدول ۶ نتایج حاصل از آزمون فرضیه دوم - فرعی اول ارائه شده است. با توجه به مقدار آماره LR (حداکثر لگاریتم تابع راستنمایی) مندرج در جدول ۵، در سطح کلیه شرکت‌ها، که برابر با ۱۲۰/۸۹۴ است، بیانگر معنادار بودن الگو در سطح ۹۹ درصد است. افزون بر این، با توجه به مقدار آماره H-L (هاسمر - لمشو) ارائه شده در جدول ۵ در سطح کلیه شرکت‌ها که برابر با ۴/۸۶۹ است، می‌توان گفت متغیر مستقل (اطمینان بیش از حد - نسبت بدهی به حقوق مالکانه) الگو قدرت توضیح دهنده متغیر وابسته (لحن خوش بینانه) را دارا است. مقدار R مک فادن برابر با ۰/۲۴۰ است؛ بنابراین، با توجه به این مقدار می‌توان ۲۴ درصد از تغییرات متغیر وابسته (لحن خوش بینانه) را به وسیله متغیرهای مستقل (اطمینان بیش از حد - نسبت بدهی به حقوق مالکانه) و کنترلی (بازده شرکت، اندازه شرکت، نسبت رشد، عمر شرکت) پیش بینی کرد.

هم‌چنین، آماره PE که نشان‌دهنده درصد صحت پیش‌بینی مدل است؛ با بیان ۶۷/۹۷ درصد احتمال برابری متغیر وابسته با عدد یک و ۵۹/۸۷ درصد برابری امید ریاضی مشاهدات با مقدار صفر و یک، بیانگر صحت پیش‌بینی مدل است. در نتیجه، طبق جدول ۵ سطح معناداری مربوط به متغیر شاخص اول اطمینان بیش از حد نشان‌دهنده آن است که اطمینان بیش از حد مدیران (نسبت بدهی به حقوق مالکانه) بر لحن خوش‌بینانه گزارشگری مالی تأثیر معناداری دارد. به عبارتی، با توجه به ضرائب الگو، به هر اندازه که شیب شاخص اطمینان بیش از حد - نسبت بدهی به حقوق مالکانه - به سمت اعداد مثبت حرکت نماید (به عبارتی بزرگتر شود)؛ انتظار می‌رود به میزان لحن خوش‌بینانه مدیران افزوده شود. طبق نتایج فرضیه اصلی دوم، هنگامی که شرکت از مدیران بیش‌اطمینان برخوردار است، راهبرد به کارگیری لحن مثبت برای گمراهی سرمایه‌گذاران یا پنهان‌سازی اخبار بد بیشتر استفاده می‌شود، لذا مدیران بیش‌اطمینان در شرکت‌ها تمایل بیشتری به استفاده از واژه‌های مثبت در گزارش‌های توضیحی نسبت به سایر مدیران شرکت‌ها دارند.

جدول ۶. خلاصه نتایج آزمون فرضیه اصلی دوم - فرعی ۱

متغیر وابسته: لحن خوش‌بینانه				
متغیر	ضرائب	خطای استاندارد	آماره Z	سطح معناداری
اطمینان بیش از حد (نسبت بدهی به حقوق مالکانه)	۰/۰۴۳	۰/۰۱۹	۲/۲۷۷	۰/۰۲۳
بازده شرکت	۰/۴۸۸	۰/۲۰۱	۲/۴۳۴	۰/۰۱۵
اندازه شرکت	۰/۸۱۹	۰/۳۸۴	۲/۱۳۵	۰/۰۳۲
نسبت رشد	۰/۳۰۳	۰/۱۵۲	۱/۹۹۹	۰/۰۴۵
عمر شرکت	۰/۱۲۱	۰/۲۲۶	۰/۵۳۷	۰/۵۹۲
متغیر ساختگی صنعت		در نظر گرفته شده است		
متغیر ساختگی سال		در نظر گرفته شده است		
مقدار ثابت	۱/۹۵۱	۱/۵۴۸	۱/۲۵۹	۰/۲۰۷
R مک فادن	آماره H-L	سطح معناداری H-L	آماره LR	سطح معناداری LR
۰/۲۴۰	۴/۸۶۹	۰/۷۷۱	۱۲۰/۸۹۴	۰/۰۰۰
PE [P(Dep=1) <= C, P(Dep=1) > C]		PE [E(Dep=0), E(Dep=1)]		
۶۷/۹۷		۵۹/۸۷		

منبع: یافته‌های تحقیق

آزمون فرضیه اصلی دوم - فرعی ۲

فرضیه فرعی ۲: اطمینان بیش از حد مدیران (نسبت هزینه‌های سرمایه‌ای دارایی‌های ثابت) بر لحن خوش‌بینانه گزارشگری مالی تأثیر معناداری دارد.

در جدول ۷ نتایج حاصل از آزمون فرضیه دوم - فرعی دوم ارائه شده است. با توجه به مقدار آماره LR (حداکثر لگاریتم تابع راستنمایی) مندرج در جدول ۶، در سطح کلیه شرکت‌ها، که برابر با ۹۹/۲۰۱ است، بیانگر معنادار بودن الگو در سطح ۹۹ درصد است. افزون‌براین، با توجه به مقدار آماره H-L (هاسمر-لمشو) ارائه شده در جدول ۶ در سطح کلیه شرکت‌ها که برابر با ۴/۵۱۶ است، می‌توان گفت متغیر مستقل (اطمینان بیش از حد - نسبت هزینه‌های سرمایه‌ای دارایی‌های ثابت) الگو قدرت توضیح‌دهندگی متغیر وابسته (لحن خوش‌بینانه) را دارا است. مقدار R مک فادن برابر با ۰/۲۱۴ است؛ بنابراین، با توجه به این مقدار می‌توان ۲۱٪ از تغییرات متغیر وابسته (لحن خوش‌بینانه) را به وسیله متغیرهای مستقل (اطمینان بیش از

حد- نسبت هزینه‌های سرمایه‌ای دارایی‌های ثابت) و کنترلی (بازده شرکت، اندازه شرکت، نسبت رشد، عمر شرکت) پیش‌بینی کرد. هم‌چنین، آماره PE که نشان‌دهنده درصد صحت پیش‌بینی مدل است؛ با بیان ۶۴/۲۵ درصد احتمال برابری متغیر وابسته با عدد یک و ۵۷/۹۵ درصد برابری امید ریاضی مشاهدات با مقدار صفر و یک، بیانگر صحت پیش‌بینی مدل است. در نتیجه، طبق جدول ۶، سطح معناداری مربوط به متغیر شاخص دوم اطمینان بیش از حد نشان‌دهنده آن است که اطمینان بیش از حد مدیران (نسبت هزینه‌های سرمایه‌ای دارایی‌های ثابت) بر لحن خوش‌بینانه گزارشگری مالی تأثیر معناداری دارد. به عبارتی، با توجه به ضرائب الگو، به هر اندازه که شیب شاخص اطمینان بیش از حد- نسبت هزینه‌های سرمایه‌ای دارایی‌های ثابت به سمت اعداد مثبت حرکت نماید (به عبارتی بزرگتر شود)؛ انتظار می‌رود به میزان لحن خوش‌بینانه مدیران افزوده شود.

جدول ۷. خلاصه نتایج آزمون فرضیه دوم اصلی-فرعی ۲

متغیر وابسته: لحن خوشبینانه				
متغیر	ضرائب	خطای استاندارد	آماره Z	سطح معناداری
اطمینان بیش از حد (نسبت هزینه‌های سرمایه‌ای دارایی‌های ثابت)	۸/۴۸۰	۴/۲۵۱	۱/۹۹۴	۰/۰۴۲
بازده شرکت	۲/۴۵۷	۰/۸۳۷	۲/۹۳۳	۰/۰۰۳
اندازه شرکت	۰/۰۰۸	۰/۰۱۱	۰/۷۴۲	۰/۴۵۷
نسبت رشد	۲/۹۰۴	۱/۰۲۶	۲/۸۲۹	۰/۰۰۴
عمر شرکت	۰/۰۶۴	۰/۰۶۳	۱/۰۰۳	۰/۳۱۶
متغیر ساختگی صنعت			در نظر گرفته شده است	
متغیر ساختگی سال			در نظر گرفته شده است	
مقدار ثابت	-۰/۳۷۱	۱/۴۷۸	-۰/۲۵۱	۰/۸۰۱
R مک فادن	آماره H-L	سطح معناداری H-L	آماره LR	سطح معناداری LR
۰/۲۱۴	۴/۵۱۶	۰/۶۹۲	۹۹/۲۰۱	۰/۰۰۰
PE [P(Dep=1) ≤ C, P(Dep=1) > C]		PE [E(Dep=0), E(Dep=1)]		
۶۴/۲۵		۵۷/۹۵		

منبع: یافته‌های تحقیق

آزمون فرضیه سوم

فرضیه سوم: کوتاه‌بینی مدیران بر لحن خوش‌بینانه گزارشگری مالی تأثیر معناداری دارد.

در جدول ۸ نتایج حاصل از آزمون فرضیه چهارم ارائه شده است. با توجه به مقدار آماره LR (حداکثر لگاریتم تابع راستنمایی) مندرج در جدول ۷، در سطح کلیه شرکت‌ها، که برابر با ۸۸/۲۸۶ است، بیانگر معنادار بودن الگو در سطح ۹۹ درصد است. افزون‌براین، با توجه به مقدار آماره H-L (هاسمر-لمشو) ارائه شده در جدول ۷ در سطح کلیه شرکت‌ها که برابر با ۲/۷۵۲ است، می‌توان گفت متغیر مستقل (کوتاه‌بینی مدیریت) الگو قدرت توضیح‌دهندگی متغیر وابسته (لحن خوش‌بینانه) را دارا است. مقدار R مک فادن برابر با ۰/۲۲۹ است؛ بنابراین، با توجه به این مقدار می‌توان ۲۲/۹ درصد از تغییرات متغیر وابسته (لحن خوش‌بینانه) را به وسیله متغیرهای مستقل (کوتاه‌بینی مدیریت) و کنترلی (بازده شرکت، اندازه شرکت، نسبت رشد، عمر شرکت) پیش‌بینی کرد. هم‌چنین، آماره PE که نشان‌دهنده درصد صحت پیش‌بینی مدل است؛

با بیان ۶۵/۱۹ درصد احتمال برابری متغیر وابسته با عدد یک و ۵۵/۷۸ درصد برابری امید ریاضی مشاهدات با مقدار صفر و یک، بیانگر صحت پیش‌بینی مدل است. در نتیجه، طبق جدول ۷، سطح معناداری مربوط به متغیر شاخص کوتاه‌بینی مدیریت نشان‌دهنده آن است که کوتاه‌بینی مدیران بر لحن خوش‌بینانه گزارشگری مالی تأثیر معناداری ندارد.

جدول ۸. خلاصه نتایج آزمون فرضیه چهارم

متغیر وابسته: لحن خوش‌بینانه				
متغیر	ضرائب	خطای استاندارد	آماره Z	سطح معناداری
کوتاه‌بینی مدیریت	۰/۱۰۵	۰/۰۴۶	۲/۲۶۰	۰/۷۴
بازده شرکت	۰/۶۳۳	۰/۳۱۱	۲/۰۳۶	۰/۰۴۲
اندازه شرکت	۰/۵۶۸	۰/۲۳۲	۲/۴۴۷	۰/۰۱۴
نسبت رشد	۰/۰۲۵	۰/۱۰۴	۰/۲۴۱	۰/۸۰۹
عمر شرکت	۰/۱۵۷	۰/۱۸۱	۰/۸۷۰	۰/۳۸۴
متغیر ساختگی صنعت	در نظر گرفته شده است			
متغیر ساختگی سال	در نظر گرفته شده است			
مقدار ثابت	-۰/۴۸۷	۱/۰۲۷	-۰/۴۷۵	۰/۶۳۴
R مک فادن	آماره H-L	سطح معناداری H-L	آماره LR	سطح معناداری LR
۰/۲۱۹	۷/۵۶۲	۰/۴۷۷	۸۳/۶۳۴	۰/۰۰۰
PE [P(Dep=1) ≤ C, P(Dep=1) > C]		PE [E(Dep=0), E(Dep=1)]		
۶۵/۳۳		۵۵/۴۳		

منبع: یافته‌های تحقیق

نتیجه‌گیری و پیشنهادهای پژوهش

هنگامی که انگیزه‌های نمایندگی وجود دارد، لحن استفاده شده توسط مدیران در گزارش‌های توضیحی می‌تواند خواننده را فریب داده و بصورت راهبردی و نه برای اهداف اطلاع‌رسانی استفاده شود. لحن غیر عادی می‌تواند توسط مدیران دارای سوبه رفتاری بصورت فرصت طلبانه‌ای برای بهبود فهم گزارش‌های مالی و در نتیجه گمراه کردن سرمایه‌گذاران با استفاده از کلمات مثبت در قالب لحن خوش‌بینانه برای مخفی کردن عملکرد ضعیف شرکت به کار گرفته شود. پژوهش حاضر با هدف بررسی تأثیر سوبه‌های رفتاری مدیران بر لحن خوش‌بینانه گزارشگری مالی، جنبه دیگری از اطلاعات کیفی ارائه شده توسط مدیران را مورد توجه قرار داد و به همین منظور اقدام به تدوین سه فرضیه اصلی گردید. نتایج حاصل از فرضیه اصلی اول پژوهش نشان داد، خوش‌بینی مدیران بر لحن خوش‌بینانه گزارشگری مالی تأثیر معناداری دارد. خوش‌بینی خاص مدیر، به تمایل خاص وی نسبت به توصیف خوش‌بینانه عملکرد شرکت در قالب لحن خوش‌بینانه اشاره دارد. مدیران خوش‌بین به دلیل باورها و عقایدی که نسبت به مسائل آتی شرکت دارند به شفافیت اطلاعاتی کمتری می‌پردازند. افراد خوش‌بین برای تمرکز کردن بر روی عوامل مثبت در مواجهه با وقایع منفی، به استفاده از واژگان مثبت در قالب لحن خوش‌بینانه گزارشگری مالی تأکید دارند.

نتایج حاصل از فرضیه اصلی دوم پژوهش نشان داد، بیش‌اطمینانی مدیران بر لحن خوش‌بینانه گزارشگری مالی تأثیر معناداری دارد. هنگامی که شرکت از مدیران بیش‌اطمینان برخوردار است، راهبرد به کارگیری لحن مثبت برای گمراهی

سرمایه‌گذاران یا پنهان‌سازی اخبار بد بیشتر استفاده می‌شود. از این رو به منظور تحقق نگرش مدیریتی خود، در ارائه اطلاعات از سوگیری خوش‌بینانه برخوردار بوده که بر کیفیت اطلاعات و لحن گزارشگری اثر می‌گذارد. نتیجه فرضیه سوم پژوهش نشان داد، کوتاه‌بینی مدیریت بر لحن خوش‌بینانه گزارشگری مالی تأثیری ندارد. به سرمایه‌گذاران و سهام‌داران پیشنهاد می‌شود در تصمیمات سرمایه‌گذاری خود، لحن گزارش‌های مالی را نیز مورد تحلیل قرار دهند. در صورت مشاهده خوش‌بینانه بودن لحن گزارش، بررسی‌های بیشتری در خصوص محتوای گزارش‌ها نسبت به اعمال مدیریت ادراک توسط مدیران داشته باشند و از طرفی سوگیری رفتاری مدیران را هم مدنظر داشته باشند که احتمال اینکه مدیران شرکت مد نظر، مدیرانی خوش‌بین یا بیش‌اطمینان بوده باشند که منجر به خوش‌بینانه شدن لحن گزارشگری مالی شده‌اند.

از آنجا که سویه‌های رفتاری مدیران منجر به استفاده آنان از فعالیت‌های خارج از اصول و مبانی حسابداری برای نمایش عملکرد مالی مطلوب در کوتاه‌مدت می‌شود و به دلیل عدم ثبات این عملکرد مالی مطلوب در بلندمدت، به سرمایه‌گذاران پیشنهاد می‌شود هنگام تصمیم‌گیری برای خرید سهام موردنظر به عملکرد مالی بلندمدت آن توجه ویژه‌ای داشته باشند. یک پیشنهاد در زمینه آگاهی بخشی به سرمایه‌گذاران غیر حرفه‌ای اخطار احتیاطی است. **کونگ^۱ و همکاران (۲۰۱۸)** بر مبنای تئوری متقاعدسازی این نظریه را مطرح کردند که اخطار احتیاطی سبب می‌شود سرمایه‌گذاران حس کنند که انتخاب لحن خاص در افشای شرکت ممکن است یک تاکتیک متقاعدسازی باشد، یعنی با هدف پیشبرد انگیزه‌ها و علائق مدیران و با نیت استراتژیک مورد استفاده قرار گرفته باشد. همچنین به نهادهای قانون‌گذار و استاندارد‌گذاران حسابداری پیشنهاد می‌شود در تدوین استانداردها و قوانین جدید، چارچوب مشخصی برای تدوین گزارش‌های توضیحی با واژگان مشخص طراحی نمایند. بطوریکه آزادی عمل و اختیارات مدیریت در استفاده از واژگان مثبت در قالب لحن خوش‌بینانه غیرعادی را ممنوع نموده تا اینکه مدیران نتوانند با استفاده از لحن خوش‌بینانه بطور فرصت‌طلبانه در قالب مدیریت ادراک، استفاده کنندگان را فریب دهند. به پژوهشگران آتی پیشنهاد می‌شود تأثیر سویه‌های رفتاری مدیران بر گونه‌های مختلف زبان‌شناسی (ساخت زبان و صراحت زبان) را مورد بررسی قرار دهند.

تقدیر و تشکر

بدینوسیله از معاونت محترم تحقیقات و فناوری دانشگاه آزاد اسلامی واحد تبریز به خاطر حمایت معنوی در اجرای پژوهش حاضر سپاسگزاری می‌شود. همچنین از آقای دکتر محمد پورکریم، جهت همکاری در این تحقیق تشکر و قدردانی می‌شود.

منابع

اکبرلو، الناز؛ زینالی، مهدی؛ علی‌نژاد ساروکلاهی، مهدی و برادران حسن زاده، رسول (۱۴۰۰). بررسی رابطه بین خودشیفتگی مدیران و لحن خوش‌بینانه گزارشگری مالی: نقش تعدیلی مدیریت سود. *مطالعات تجربی حسابداری مالی*، ۱۸(۷۲)، ۱۷۲-۱۶۹.

بادآور نهندی، یونس و حشمت، نسا (۱۳۹۷). اثر ساز و کارهای حاکمیت شرکتی بر ارتباط بین توانایی مدیران و ایجاد ارزش برای سهامداران. *حسابداری مدیریت*، ۱(۳۸)، ۱۰۸-۹۳.

- برجویی، آذر (۱۳۹۳). اطمینان بیش از حد مدیریت و سیاست تقسیم سود در شرکت‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران. *پایان‌نامه کارشناسی ارشد گروه حسابداری، شیراز، دانشگاه شیراز.*
- پله، مولود، ایزدی نیا، ناصر و امیری، هادی (۱۳۹۸). بررسی تأثیر لحن گزارش‌های فعالیت هیئت‌مدیره بر عملکرد آتی شرکت‌ها مبتنی بر دو دیدگاه علامت‌دهی و رفتار فرصت‌طلبانه مدیران. *دوفصلنامه حسابداری ارزشی و رفتاری، ۴(۸)، ۲۳-۱.*
- پورکریم، محمد؛ جبارزاده کنگرلویی، سعید؛ بحری‌ثالث، جمال و قلاوندی، حسن (۱۳۹۸). تأثیر حاکمیت شرکتی بر لحن گزارشگری مالی. *دوفصلنامه حسابداری ارزشی و رفتاری، ۸(۴)، ۶۹-۳۳.*
- حساس یگانه، یحیی؛ حسنی القار، مسعود و مرفوع، محمد (۱۳۹۴). بیش اطمینانی مدیریت و حق الزحمه حسابرسی. *بررسی‌های حسابداری و حسابرسی، ۳(۲۲)، ۳۶۳-۳۸۴.*
- حیدری فراهانی، مهدیه؛ غیور، فرزاد و منصورفر، غلامرضا (۱۳۹۸). تأثیر سوبه‌های رفتاری مدیریت بر درماندگی مالی. *پژوهش‌های حسابداری مالی، ۱۱(۳)، ۱۱۷-۱۳۴.*
- خواجوری، شکراله؛ دهقانی سعدی، علی اصغر و گرامی شیرازی، فرزاد (۱۳۹۵). تأثیر خودشیفتگی مدیران بر مدیریت سود و عملکرد مالی. *پیشرفت‌های حسابداری، ۲(۸)، ۱۴۹-۱۲۳.*
- خوش طینت، محسن و نادى قمى، وللى الله (۱۳۸۸). چارچوب رابطه رفتار اطمینان بیش از حد سرمایه‌گذاران با بازده سهام. *مطالعات تجربی حسابداری مالی، ۷(۲۵)، ۸۶-۵۳.*
- دیانتی دیلمی، زهرا (۱۳۹۷). روش تحقیق کیفی و کمی در حسابداری همراه با نرم‌افزار SPSS. تهران: انتشارات عدالت نوین.
- رضایی، مریم؛ عبدلی، محمدرضا و ولیان، حسن (۱۳۹۹). نقش الیناسیون رفتاری در تقویت لحن خوشبینانه گزارشگری مالی بر اساس نظریه نشانه‌شناسی سمبولوژی. *مطالعات رفتاری در مدیریت، ۱۱(۲۲)، ۸۱-۱.*
- رهنمای رودپشتی، فریدون؛ نیکومرام، هاشم و نونهال نهر، علی‌اکبر (۱۳۹۱). ارزیابی تأثیر رویکردهای قضاوتی و شناختی زبان در گزارش‌های توضیحی حسابداری. *بررسی‌های حسابداری و حسابرسی، ۲(۱)، ۷۲-۴۷.*
- زارع بهنمیری، محمدجواد؛ حیدری سورشجانی، زهرا و جود کی چگینی، زهرا (۱۳۹۸). قدرت مدیران و لحن اعلان سود با تأکید بر نقش نظارت هیئت‌مدیره. *فصلنامه حسابداری مالی، ۱(۴۴)، ۱۴۳-۱۱۹.*
- سلیمانی امیری، غلامرضا و گروه‌ای، پگاه (۱۳۹۶). بررسی اثر اطمینان بیش از حد مدیریت بر ریسک سیستماتیک و غیرسیستماتیک، *پیشرفت‌های حسابداری، ۲(۹)، ۱۲۴-۹۹.*
- نیک‌بخت، محمدرضا؛ دهقانی سعدی، علی اصغر و قوهستانی، سمانه (۱۳۹۶). بررسی اثرگذاری قابلیت‌های مدیران بر اطمینان بیش از حد و نگرش در انتخاب راهبرد. *مجله پیشرفت‌های حسابداری، ۹(۲)، ۱۷۸-۱۵۱.*

References

- Akbarlou, E., Zeynali, M., Alinezhad Sarokolaei, M., & Baradaran Hassan Zadeh, R. (2022). Investigating the relationship between managers' narcissism and the optimistic tone of financial reporting: The adjusting role of earnings management. *Empirical Studies in Financial Accounting*, 18(72), 169-192 [In Persian].
- Aktas, N., Louca, C., & Petmezas, H. (2017). CEO overconfidence and the value of corporate cash holdings. Available in: https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=2692324.
- Anderson, T.W., & Hsiao, C. (1982). Formulation and estimation of dynamic modes using panel data. *Journal of Econometrics*, 18(1), 47-82.
- Ayuningtyas, E., & Harymawan, I. (2021). Negative tone and readability in management discussion and analysis reports: Impact on the cost of debt. *Jurnal Manajemen Teori dan Terapan*, 14(2), 129-146.
- Badavar Nahandi, Y., & Heshmat, N. (2018). The impact of corporate governance's mechanisms on the relationship of managerial ability and created shareholders value. *Management Accounting*, 1(38), 93-108 [In Persian].

- Barjouyi, A. (2014). Excessive management confidence and dividend policy in companies listed on the Tehran Stock Exchange. *Master Thesis*, Shiraz University [In Persian].
- Beyer, A., Cohen, D. A., Lys, T. Z., & Walther, B. R. (2010). The financial reporting environment: Review of the recent literature. *Journal of accounting and economics*, 50(2-3), 296-343.
- Buchholz, F., Jaeschke, R., Lopatta, K., & Maas, K. (2018). The use of optimistic tone by narcissistic CEOs. *Auditing & Accountability Journal*, 31(2), 531-562.
- Cronqvist, H. F., Makhija, A., & Yonker, S. (2012). Behavioral Consistency in Corporate Finance: CEO Personal and Corporate Leverage. *Journal of Financial Economics*, 103(1), 20-40.
- Davis, A.K., & Tama-Sweet, I. (2012). Managers use of language across alternative disclosure outlets: Earnings press releases versus MD&A. *Contemporary Accounting Research*, 29(3), 804-837.
- Deshmukh, S., Goel, A.M., & Howe, K.M. (2013). CEO Overconfidence and dividend policy. *Working Paper*, 1-22.
- Dess, G.G., & Picken, J.C. (1999). Creating competitive (dis)advantage: Learning from Food Lion's freefall. *Academy of Management Executive*, 13(3), 97-111.
- Dianati Deylami, Z. (2019). Qualitative and quantitative research methods in accounting with SPSS software. Tehran: Edalat Novin publication [In Persian].
- Feldman, R., Govindaraj, S., Livnat, J., & Segal, B. (2010). Managements tone change: Ost earnings announcement drift and accruals. *Review of Accounting Studies*, 15(4), 915-953.
- Fischer, P., & Verrecchia, R. (2004). Disclosure bias. *Journal of Accounting and Economics*, 38(1), 50-223.
- Garcia, O., Beatriz, G., Cristina, S., & Guillamon, E. (2018). Optimistic disclosure tone and CEO career concerns. Available in: <http://dx.doi.org/10.2139/ssrn.3160100>.
- Hackbarth, D. (2008). Managerial traits and capital structure decisions. *Journal of Financial and Quantitative Analysis*, 43(4), 843-882.
- Hambrick, D.C. (2007). Upper echelons theory: An update. *Academy of Management Review*, 32(2), 334-343.
- Hasan, M.M. (2017). Managerial ability, annual report readability and disclosure tone (April 23, 2017). Available at SSRN: <https://ssrn.com/abstract=2957135>.
- Hasas Yeganeh, Y., Hasani Algha, M., & Marfou, M. (2015). Managerial overconfidence and audit fees. *Accounting and Auditing Review*, 3(22), 363-384 [In Persian].
- Haw, X., Teoh, S. H., & Zhang, Y. (2005). Tone management. *Working paper*, 7812, 1-33.
- Henry, E., & Leone, A.J. (2016). Measuring qualitative information in capital markets research: Comparison of alternative methodologies to measure disclosure tone. *The Accounting Review*, 91(1), 153-178.
- Heydary Farahany, M., Ghayour, F., & Mansourfar, Gh. (2019). The effect of management behavioral strains on financial distress. *Journal of Financial Accounting Research*, 11(3), 117-134 [In Persian].
- Huang, X., Teoh, S., & Zhang, Y. (2014). Tone management. *The Accounting Review*, 89(3), 1083-1113.
- Kang, T., Park, D.H., & Han, I. (2018). Beyond the numbers: The effect of 10-K tone on firms' performance predictions using text analytics. *Telematics and Informatics*, 35(2), 370-381.
- Khajavi, Sh., Dehghani Sa'di, A.A., & Gerami Shirazi, F. (2017). CEO narcissism impacts on earnings management and financial performance. *The Journal of Accounting Advances*, 2(8), 123-149, [In Persian].
- Khoshtinat, M., & Nadi Gbomi, V. (2009). The framework of relation of investors overconfidence behavior with stock return. *Empirical Studies in Financial Accounting*, 7(25), 53-86 [In Persian].
- Laverty, K.J. (1996). Economic short-termism the debate, the unresolved issues, and the implications for management practice and research. *Academy of Management Review*, 21(3), 825-860.
- Lo, K., Ramos, F., & Rogo, R. (2017). Earnings management and annual report readability. *Journal of Accounting and Economics*, 63(1), 1-25.
- Melloni, G., Stacchezzini, R., & Lai, A. (2016). The tone of business model disclosure: an impression management analysis of the integrated reports. *Journal of Management & Governance*, 20(2), 295-320.
- Merrienboer, G. (2016). The impact of CEO overconfidence on managerial financial reporting. *Erasmus Universiteit Rotterdam*

- Nikbakht, M., Dehgani, A.A., & Gohestani, S. (2018). Investigating the effects of managerial ability on overconfidence and attitude of managers in choosing corporation's strategy. *Journal of Accounting Advances*, 9(2), 151-178 [In Persian].
- Pajuste, A., Poriote, E., & Novickis, R. (2020). Management reporting complexity and earnings management: Evidence from the Baltic markets. *Baltic Journal of Management*, 15(1), 47-69.
- Peleh, M., Izadina, N., & Amiri, H. (2020). The effect of tone in board's activity reports on future performance based on signaling and opportunistic approach. *Iranian Journal of Behavioral & Valued Accounting*, 4(8), 1-23 [In Persian].
- Petroni, K.R. (1992). Optimistic reporting in the property-casualty insurance industry. *Journal of Accounting and Economics*, 15(4), 485-508.
- Pourkarim, M., Jabbarzadeh Kangarlouei, S., Bahri Sales, J., & Galavandi, H. (2020). The impact of corporate governance on tone of financial reporting. *Valued and Behavioral Accountings Achievements*, 8(4), 33-62 [In Persian].
- Rahnamay Roodposhti, F., Nikoomaram, H., & Nonahal Nahr, A.A. (2012). Evaluating the effects of language judgmental and cognitive approaches in accounting narratives. *Accounting and Auditing Review*, 2(1), 47-72 [In Persian].
- Rezaei, M., Abdoli, M.R., & Valian, H. (2021). The role of behavioral elimination in enhancing the optimistic tone of financial reporting based on semiological theory of behavior. *Behavioral Studies in Management*, 11(22), 1-18 [In Persian].
- Schrand, C.M., & Zechman, S.L.C. (2012). Executive overconfidence and the slippery slope to financial misreporting. *Journal of Accounting and Economics*, 53(1-2), 311-329.
- Schrand, C.M., & Zechman, S.L.C. (2011). Executive overconfidence and the slippery slope to financial misreporting. *Journal of Accounting and Economics*, 53(1&2), 311-329.
- Shafayat, H. (2019). CEO over confidence and tone of annual report. *Master Thesis*, Saskatoon: University of Saskatchewan.
- Soleimany Amiri, Gh., & Gerveie, P. (2017). The impact of managerial overconfidence on systematic and unsystematic risk. *The Journal of Accounting Advances*, 2(9), 99-124 [In Persian].
- Tan, H., Wang, E., & Zhou, B. (2014). When the use of positive language backfires: The joint effect on tone, readability, and investor sophistication on earnings judgment. *Journal of Accounting Research*, 52(1), 273-302.
- Yuthas, K., Rogers, R., & Dillard, J.F. (2002). Communicative action and corporate annual reports. *Journal of Business Ethics*, 41(2), 141-157.
- Zare Bahnamiri, M.J., Heidary Surshjani, Z., & Joudaki Chegeni, Z. (2020). CEO power and earnings announcement tone with emphasis on the role of board oversight. *Quarterly Financial Accounting Journal*, 11(44), 119-143 [In Persian].
- Zhao, Q., & Ziebart, D. (2017). Consequences of CEO Overconfidence. *Accounting and Finance Research*, 6(2), 94-113.