



ارائه شده توسط:

سایت ترجمه فا

مرجع جدیدترین مقالات ترجمه شده

از نشریات معتبر

توضیحاتی در مورد اداره شرکت غیر انطباقی: تحلیل بلاغی

چکیده

یک عنصر اصلی بسیاری از کدهای حاکمیت شرکتی، سیستم " انطباق یا توضیح "¹ است، که به موجب آن شرکت‌هایی که با کدهای حاکمیت شرکتی مطابقت ندارند نیاز است تا توضیحاتی را برای هر آیت‌م غیر انطباق ارائه دهند. این مقاله گونه‌شناسی را برای توضیح استراتژی‌های بلاغی که شرکت‌ها برای متقاعد کردن مخاطبان خود در مورد نیاز به توضیح به جای انطباق استفاده می‌کنند، بسط داده شده است. با استفاده از رویکرد تحلیل محتوای معنایی، این گونه‌شناسی برای تحلیل توضیحات در مورد عدم مطابقت با قانون های حاکمیت شرکتی بریتانیا اعمال می‌شود. این نمونه شامل توضیحات غیر انطباقی از ۱۰۰ شرکت FTSE در طول دو دوره از (تاریخ ۲۰۰۴ / ۰۵ و ۲۰۱۱ / ۱۲) است. این دوره‌ها در پی تغییرات اساسی در کد سال 2003 بریتانیا و کد ۲۰۱۰ انتخاب شدند. ۶۳ (43) (2004/05) با 2011/12 داخل براکت گذاشته شده است) کمپانی وجود داند که با یک و یا چند اصل از قوانین گذشته تطابق ندارند و 146 (71) توضیح برای این عدم تطابق وجود دارد.

استراتژی‌های بلاغی کلیدی که در توضیحات غیر انطباق شناسایی می‌شوند عبارتند از: " به حداقل رساندن احساسات منفی " (آسیب چندان جدی نیست) ، استفاده از " کلمات دوپهلوی " که نا تطابقی را کم رنگ می‌کند و " تعالی " هستند. تحقیقات نشان می‌دهد که استفاده رو به افزایشی از استراتژی‌های بلاغی در توضیحات غیر انطباق در سال 2011 / ۱۲ در مقایسه با ۲۰۰۴ / ۰۵ دیده می‌شود و استراتژی‌ها به نظر می‌رسند که به سمت تفسیر گمراه‌کننده به جای منطق‌های متقاعد کننده معنادار گرایش پیدا می‌کنند. استفاده از چنین استراتژی‌هایی ممکن است منجر به

عدم اطمینان در بازار شود یا به خود سیستم " انطباق یا توضیح " آسیب بزند . توضیحات معتبر برای کار سیستم "تطابق یا توضیح " حیاتی هستند . درک استفاده از بلاغت می تواند در ارزیابی این توضیحات مفید باشد.

۱. مقدمه

سیستم " انطباق یا توضیح " براساس انعطاف پذیری رویکرد " یک اندازه برای هر سائیزی تطابق دارد " است . تحت سیستم " تطابق "، شرکت هایی که از مقررات حاکمیت شرکتی پیروی نمی کنند نیاز است تا توضیحاتی را ارائه دهند . سیستم " انطباق یا توضیح " انعطاف پذیری (رابرتس ، ۲۰۱۲ ، فصل ۹) و یا به گفته ولدمن و ویلموت (2016) "بازاندیشی" ، بهبود خود سازماندهی از عملکرد تنظیمی را برای شرکت ها معرفی می کند. همانطور که هکسی و ون ایس (۲۰۱۰) مشاهده کردند، توضیح دهی چیزی بیشتر از افشای غیر مطابقتی است که نشان می دهد که کدهای قانون نرم آلمان تنها نیازمند افشای غیر تطابقی بدون انگیزه، در مقایسه با کشور هایی مثل هلند و بریتانیا هستند که نیازمند افشا به همراه توضیح است. توضیحات امر کلیدی در سیستم های " تطابق و توضیح هستند" و بنابراین ارزش بررزی دقیقی را دارند. هرچند، سیستم به تنهایی به خوبی توضیحات برای شرکت ها ارائه داده می شود.

جدول 1	
بسط تاریخی سیستم " تطابق یا توضیح "	
منبع	توصیف سیستم
گزارش کدبری (1992، پاراگراف 3.8)	بیان می کند که آیا تطابقی با کد های وجود دارد و دلیلی برای این عدم تطابقت موجود است (13 پاراگراف) اما حوزه های عدم تطابق باید به عهده گرفته شوند ...
گزارش گرین بری (1995، ص. 13)	بیان کلی در مورد تطابق آن ها که بیاید همیچنی توضیح دهنده و توجیه کننده هر حوزه از عدم تطابق باشد

<p>شرکت ها باید برای مرور و توضیح سیاست های حاکمیت خود شامل هر شرایط خاص که در نگرش آن ها توجیه کننده جدایی آن ها از بهترین اصول کلی پذیرفته شده که شرکت نیاز است یا تأیید کند که با مفاد قوانی همهنگ است و یا در کجا هایی ناهماهنگ است و دلیل و توضیح بیاورد، آماده باشند. دوباره این مسئولیت سهامداران و دیگران است که صحت و درستس اطلاعات را ارزیابی کنند.</p>	<p>هامپل (1998)</p>
<p>شرکت های لیست شده باید گزارشی در مورد چگونگی به کارگیری اصول کد ها ارائه دهند و بیان کنند که آیا آن ها با مفاد جزئی آن هماهنگ هستند و اگر نیستند به چه علت</p>	<p>گزارش هیگلز (2003، پاراگراف، 1.14)</p>
<p>اگر شرکت می خواهد از یک یا چند مفاد از قوانی هماهنگ نباشد باید برای سهامدارن توضیحات دقیق و شفافی را ارائه بدهد . در دادن توضیحات ، هدف شرکت باید نشان دادن آن ایت که چطور کارکرد واقعی آن ها با این اصول که مربوط به مفاد خاصی است، متابقت دارد و در حاکمیت خوب نقش دارد.</p>	<p>کد ترکیبی (FCR، 2008، ص.2) ، کد حاکمیت شرکتی (FCR، 2010)</p>
<p>در دادن توضیحات ، هدف شرکت باید نشان دادن آن ایت که چطور کارکرد واقعی آن ها با این اصول که مربوط به مفاد خاصی است، متابقت دارد و در حاکمیت خوب نقش دارد. شرکت باید محتوا و تاریخچه را تعیین کند باید منطق متقاعد کننده ای برای عملکرد خود داشته باشد و عملکرد ضعیف خود را به مخاطب</p>	<p>FCR (2010، ص.3ص.6)</p>

قرار دادن ریسک بیشتر توجیه کند. و تطابق خود را با اصول مربوطه حفظ کند. همچنین توضیحات باید نشان دهنده آن باشند که آیا انحراف از مفاد قوانین محدود به یک زمان است و زمانی که شرکت قصد دارد با این مواد قانونی هماهنگ شود.	
--	--

مطالعه توضیحات عدم انطباق در قضاوت در مورد اثربخشی سیستم " انطباق یا توضیح " ، با توجه به ادامه بحث در مورد اینکه آیا ماهیت داوطلبانه سیستم واقعا کار می کند و آیا انتقاد از کیفیت توضیحات " سرسری " ، " ناقص " و یا حتی " ناموجود " است، اهمیت دارد (سرگاکیس، 2013، 397). مرکل دیویس و برنان (۲۰۱۷) اظهار داشتند که سکوت می تواند یک تاکتیک خاص در رابطه با افشای قانون نرم باشد که در آن هیچ نظارتی توسط تنظیم کننده های وجود ندارد . برای مثال، ارابه توضیحی در مورد عدم انطباق براساس مفاد " انطباق یا توضیح " کدهای حاکمیت شرکتی (بلاغت سکوت) ممکن است بتوانند همان تاثیر انطباق را ایجاد کنند . دیدگاه انتقادی مناسب است ، چون توضیحات عدم انطباق بخشی از آنچه گندرون (2016، 10) "صورت فلکی امید و انتظارات " نام داد در اطراف حاکمیت شرکتی وجود دارد و ممکن است شامل انتشار افسانه ها باشد.

در نظر گرفتن معنای " توضیح " مفید است . توضیحات در هر زمانی رخ می دهد که توجه تنها از ارائه اطلاعات به سمت معنا، روابط، علل ، عوامل و دلایل سوق داه شود (آرتس و تونتیس، 2001، 91-92). به احتمال زیاد این توضیحات کارآمد نیستند اگر و تنها اگر آن ها نتوانند با یکدیگر جمع شوند (کیل، 2006، 239). جدول ۱ به طور خلاصه به توسعه تاریخی سیستم " انطباق یا توضیح " را در بریتانیا به منظور کسب بینش هایی در مورد انتظارات تنظیمی زیربنایی مفهوم می پردازد . به گفته کد بری (1992، پارگراف، 3.8) " دلایل " عدم انطباق از بین رفته اند . به گفته گرین بری (1995، 13) شرکت ها به " توضیح و توجیه " عدم انطباقات نیاز دارند . به گزارش همپل

(1998، پارگراف، 1.11) نیاز به توضیح منعکس کننده " هر گونه شرایط خاص " است. کد ترکیبی (۱۹۹۸ ، 1) و قانون حاکمیت شرکتی بریتانیا (FRC ، ۲۰۱۰ ، ص ۴) مشخ ص می کند که توضیح باید " محتاط و شفاف " باشد و " نشان دهد که چگونه شیوه‌های واقعی شرکت با اصل مطابقت دارند " . در پایان ، FCR (2012 ب) توضیحات را به عنوان ابزارهای بدیعی می داند که به معرفی مفهوم توضیحات " متقاعد کننده " می پردازد. فرض ضمنی در سیستم " تطابقی " این است که " شکست حکومت می تواند با شفافیت بیشتر حل شود " (رابرتس ، ۲۰۰۹ ، ص ۹۶۲) . سوال رابرتز در مورد شفافیت به عنوان یک ابزار نظارتی قابل محاسبه ای در تضاد با گزارش FRC (2012، 6) از دیدگاه خود تشویقی سیستم " انطباق یا توضیح " است که " بسیار مورد تحسین و تقلید بین‌المللی " قرار گرفته است. چالش ، همانطور که ترمبلی و جندرون (2011، 260) به آن اشاره دارند، این است که " نسخه‌ها محدودیت‌هایی دارند چون لزوماً توسط انسان‌های پیچیده و اغلب غیرقابل‌پیش‌بینی تفسیر می‌شوند. ترمبلی (2012) مقررات حاکمیت شرکتی را نمادین توصیف می‌کند، که تنها به صورت تشریفاتی تصویب شده اند و با این حال ، تقویت کننده دیدگاه مردم از نظم اجتماعی بگونه ای است که آن‌ها خود " توهمات کنترل " را ایجاد می‌کنند (ص ۳۹۵) . نشان دادن فاصله " نمایش " گزارش شرکت ، به گفته بورال (2013، 1038) منعکس کننده رابطه گمراه‌کننده‌ای بین اطلاعات شرکتی عمومی و در دسترس مردم و به نمایش در آوردن تصاویر گمراه‌کننده و ارائه آن‌ها است، simulacra برای استتار مشکلات و طرح دیدگاهی ایده آل از شرکت استفاده می‌شود.

نقایص در کیفیت توضیحات از سوی دانشگاهیان (آرکوت ، برونو ، فارن-گریمداد ، ۲۰۱۰ ؛ رز ، ۲۰۱۶) و تنظیم کنندگان (کمیسیون اروپا ، ۲۰۱۱) به همراه شورای گزارش مالی FRC (2013، 2) شناسایی شده‌اند. این بیان می‌کند که " کیفیت متغیر توضیحات " (کد حاکمیت شرکتی بریتانیا) نقطه ضعف آن‌ها است . مدیر عامل ثبات مالی بانک انگلستان ، هالدین (۲۰۱۲ ، ص ۷) ، مشاهده می‌کند که با مقررات پیچیده ، مدیران ممکن است به جای اعمال روح یا ماده آن قوانین " به مدیریت قوانین " بپردازند و یا از آن پیروی کنند سوال کی (2014) این است که

آیا در ارایه توضیحات، هیات های مدیره از آنچه که می توانند از انجام آن سر باز بزنند انگیزه دارند. ولدمن و ویلمات (2016، 581) بر این باورند که این قانون " توسط یک دستور زبان فرهنگی " ایجاد شده است که ... پاسخگویی را محدود به فرم های محدود افشای اطلاعات می کند.

توضیحات عدم انطباق با ارجاع به پذیرش (پاس، ۲۰۰۶)، اختصاصی (آرکوت و همکاران، 2010؛ هو قیاسترا، 2012)، بحث های پویا (هو قیاسترا و ون ایز، 2011) تاکتیک های قانونی (سیدل، سندرسون، و روبرتز، 2013) و میژگی های کیفی (شریوز و بنن، 2015) تحلیل شده اند. این مقاله رویکرد متفاوتی را اتخاذ می کند - به جای آن به استراتژی های بلاغی که توسط شرکت ها در متقاعد کردن مخاطبان توجه شده است. توضیحات در توجیه عدم مطابقت باید قانع کننده باشد / متقاعد کننده باشند. FCR (2012، ب، 6) " یک منطق قانع کننده " را به عنوان یکی از سه عنصر توضیح معنادار شناسایی می کند. در مورد عدم مطابقت، شرکت ها ممکن است بیشتر از استراتژی های بلاغی استفاده کنند که می تواند سهامداران را برای هسو شدن با توضیحات متقاعد کند. ما در این مقاله میزانی را که استراتژی های بلاغی غیر انطباقی در راستای منطق های منطقی و قانع کننده هستند ارزیابی می کنیم یا اینکه آیا آن ها به خوبی نشان دهنده توضیحات سطحی و گمراه کننده هستند یا نه. ما می دانیم که هر یک از افشای عدم مطابقت می تواند شامل استراتژی های بدیعی باشد؛ نکته مهم این است که آیا آن ها به اندازه کافی معنادار هستند یا خیر.

متقاعد کننده و توضیحات متقاعد کننده برای مشروعیت و اثربخشی سیستم " انطباق یا توضیح " حیاتی هستند (سندرسون، سیدل و روبرتز (2013، 6) این گونه استدلال می کنند که " مشروعیت به وضوح تا حدی در ساختمان گفتمانی متن ساخته می شود ". ما سه پرسش تحقیق را بررسی می کنیم (RQ) و توضیحات عدم انطباق را در گزارش های سالانه ۱۰۰ شرکت در بریتانیا بررسی می کنیم تا میزانی را که استراتژی های بلغی مورد استفاده قرار می گیرند ارزیابی کنیم (سوال اول). این مطالعه در سال های 2004 / ۰۵ و ۲۰۱۱ / ۱۲ انجام شده است. این امر امکان مقایسه استراتژی های لفظی در طول دو دوره زمانی از نسخه پسا انرون 2003 از کد ها را تا بحران مالی جهانی

۲۰۱۰ ارایه می‌دهد (سوال دوم تحقیق). همچنین میزان استفاده از استراتژی‌های بلاغی را ارزیابی می‌کنیم (سوال سوم تحقیق).

این اولین مطالعه استفاده از بلاغت برای توضیحات حاکمیت شرکتی است. این مقاله در ادبیات قبلی چهار نقش مهم را دارا است: 1. گونه‌شناسی از استراتژی‌های بدیعی در توضیحات شرکتی برای عدم مطابقت با قانون حاکمیت شرکتی بریتانیا را توسعه می‌دهد؛ 2. از گونه‌شناسی را برای شناسایی استفاده از استراتژی‌های بلاغی مختلف در توضیحات بیش از دو دوره زمانی استفاده می‌کند. 3. استفاده از استراتژی‌های بلاغی را در توضیحات در دو دوره زمانی بررسی می‌کند. 4. توضیحات غیر تطابقی را در برابر هفت ویژگی کیفیت یعنی مکان، جامعیت، اصالت، رفتار تقلیدی، طول، پیچیدگی، خصوصیت و تصدیق تحلیل می‌کنند. این مقاله از تجزیه و تحلیل شریوز و برنان (۲۰۱۵) در مورد توضیحات عدم انطباق در برابر یک نشانه‌شناسی کیفی، یک گام جلوتر می‌گذارد و تجزیه و تحلیل تجزیه و تحلیل جمله به جمله محتوای توضیحات را با تمرکز بر روی استفاده از نه استراتژی بلاغی استفاده شده از سوی کمپانی‌ها برای توجیح و یا متقاعد کردن این تاتطابق‌ها مورد استفاده قرار می‌دهد.

این مقاله به شرح زیر است: بخش ۲ نقش ترغیب را در گزارش شرکت شامل نظریه‌های مرتبط، استراتژی‌های بلاغی و آن‌ها را با گونه‌شناسی در بخش ۳ جمع می‌کند. بخش ۴ روش‌های تحقیق را توصیف می‌کند و با نتایج در بخش ۵ دنبال می‌شود. در نهایت، مقاله در بخش ۶ به پایان می‌رسد و پیشنهاداتی برای تحقیقات بیشتر ارایه می‌دهد.

۲. چارچوب نظری

در این بخش، ما مفهوم سازی‌های قبلی در مورد حاکمیت شرکتی را از دیدگاه لفظی بررسی می‌کنیم. بلاغت مربوط به "حالت‌های متقاعد کننده می‌شود (ارسطو، 350 قبل از میلاد مسیح، 2010، 5). ما تجزیه و تحلیل در مورد عدم رضایت حاکمیت شرکتی را به عنوان "یک سخنرانی انتقادی" زبان انطباق در نظر می‌گیریم که به عنوان ابزاری برای متقاعد کردن سهامداران و ذینفعان، با انگیزه ایجاد روابط قدرت موجود بین شرکت‌ها و مخاطبان خود

چارچوب‌بندی می‌کنیم. دیدگاه ما (دی‌مگیو و پاول، 1983؛ اسکات، 2014) این است که توضیحات حاکمیت شرکتی اجتماعی ساخته شده‌اند و تمرکز ما بر روی ساخت و ارتباطات توضیحات است. نظریه سازمانی (دیمیگو و پاول، 1983؛ اسکات، 2014) نیز می‌تواند در تجزیه و تحلیل چگونگی انتقال این توضیحات به خوانندگان مفید باشد. مخاطبان برای این توضیحات بعید است که از انطباق سوال کنند، که قانون‌یافته می‌شوند (شومن، 1995) و بنابراین مدیریت با استفاده از بلاغت برای بیان نظر برای عدم انطباق به ظاهر برابر و یا بهتر از تطابق است. رویکرد دیگر عدم تطابق را به یک رویدادی فراتر از کنترل مدیریت نسبت می‌دهد. در نتیجه به این معنی است که یک فرد یا چیزی دیگر مقصر است. ما از نظریه تعمیر تصویر بونیت (1995، 2005) برای توسعه یک گونه‌شناسی مناسب استفاده می‌کنیم که از طریق آن به تجزیه و تحلیل و درک بهتر این توضیحات می‌پردازیم، بسط می‌دهیم. اگر چه "تطابق و توضیح" اغلب به عنوان یکی از نقاط قوت کلیدی کد ذکر شده است، اما در واقع این تطابقی است که اغلب براساس گزارش FRC و آن نظارت گزارش شده است. به دلیل آنچه که ما به آن اعتقاد داریم فشار سازمانی در حال افزایش برای انطباق رودرو در شرکت‌ها در طول زمان‌ها است، ما انتظار رخداد بیشتری از استراتژی‌های ابلاغی را داریم (سوال 2 تحقیق).

ما روابط قدرت را در نظر می‌گیریم. در زمینه توضیحات حاکمیت شرکتی، روابط قدرت به این معنی است که سرمایه‌گذاران و سهامداران به مدیریت اطلاعات در فرآیندها و روال‌های حاکمیت شرکتی بستگی دارند. مخاطبان نمی‌دانند که آیا بلاغت منعکس‌کننده واقعیت سازمانی است یا نه.

۲,۱ بلاغت و توضیحات حاکمیت شرکتی

بلاغت به عنوان هنر متقاعد سازی تعریف شده است (کندی، 1991؛ همان طور که در کستلو و لوزانو، 2011، 14). مطالعه استفاده از بلاغت توسط سازمان‌ها می‌تواند درک ما از روش‌هایی که در آن گزارش شرکتی برای تاثیر گذاری بر تفسیر مخاطبان مورد استفاده قرار می‌گیرد، به بینش ما می‌افزاید (برنان، مرکال-دیویس، ۲۰۱۴). استفاده از

بلاغت در طول رکود در عملکرد شرکت بیشتر است (کوپلند، 2005؛ سادبی و گرین وود، 2005) زیرا که سازمان‌ها وابسته به تایید عمومی و در نتیجه نیاز به حمایت عمومی " مهندسی " هستند. اگرچه عدم رضایت حاکمیت شرکتی به خودی خود کسری عملکرد نیست، شرکت‌ها ممکن است تحت فشار باشند تا انتخاب‌های حاکمیت شرکت خود را توجیه کنند. تجزیه و تحلیل موضوعی از دیدگاه یک شرکت می‌تواند بینش‌های جدیدی را در رفتار شرکت ایجاد کند. در سطح استفاده از زبان، واژگان رایج، اصطلاحات و استراتژی‌های بلاغی ممکن است رایج و در نتیجه مورد علاقه باشد. بررسی توضیحات حاکمیت شرکتی از چشم بلاغی بودن سخن، با توجه به هدف آن‌ها برای ارائه یک " منطق قانع‌کننده " بسیار مناسب است (FRC، 2012، ب، 6).

۲.۲. بلاغت تطابقی و توضیحات حاکمیت شرکتی

تمرکز تجزیه و تحلیل در این مقاله بر استفاده از بلاغت به عنوان وسیله‌ای برای تاثیرگذاری بر نظرات حصار در مورد توضیحات حاکمیت شرکتی است سادبی و گرینوود (۲۰۰۵) استراتژی‌های بدیعی را به عنوان " استفاده از زبان متقاعد کننده " برای مشروع جلوه دادن، توصیف می‌کنند. در بخش ۳ ما استراتژی‌های بلاغی خاص انتخاب‌شده برای مطالعه توضیحات نظارتی شرکتی را تعیین می‌کنیم. به گفته تاماسیک (2011، 55، فصل 6) استدلال می‌کند که بلاغت حاکمیت شرکتی [" laissez - faire "] برای مشروعیت بخشیدن به رویکرد خود تنظیمی عمل می‌کند. بیر (2005، 156، فصل 6) " بلاغت انطباق " و توسعه زبان انطباق بین شرکت‌ها و جامعه گسترده‌تر را شناسایی می‌کند. او استدلال می‌کند که بلاغت تطابقی برای حفاظت از شرکت عمل می‌کند و این بلاغت می‌تواند بسیار قوی و بی‌اعتنا به واقعیت از غفلت عمل کند (بیر، 2005، 156). بنابراین، بلاغت تطابقی می‌تواند به عنوان وسیله‌ای برای حفظ وضعیت موجود استفاده شود. پارکر (۲۰۰۰ ، ۵۶۰) مشاهده می‌کند که یک خطر وجود دارد که بلاغت انطباق (و ما غیرتطابقی را اضافه می‌کنیم) صرفاً برای مدیریت ظاهر مورد استفاده قرار می‌دهیم، و این رقابتی برای اعتماد به نفس افراد است که با تصمیماتی در مورد اینکه کجا و چگونه عمل می‌کنند، است. استفاده از بلاغت در حاکمیت

شرکتی برای ایجاد " توهامات خلاقانه و اغوا کننده انطباق شرکت و حاکمیت " است . در زمینه مدیریت ریسک ، اسپیرا و پیچ (۲۰۰۳) مشاهده کردند که یک رویکرد علمی - علمی اساس بلاغت را که مدیریت ریسک را به حاکمیت خوب پیوند می دهد، شکل می دهد. آن ها در مورد " شکاف بلاغت " اظهار نظر می کنند (۶۵۷) که در آن استانداردهای حاکمیت شرکتی ممکن است به طور قابل توجهی با عمل در سازمان ها متفاوت باشد. در این شکاف بلاغت در متن ما ممکن است به نوبه خود به توضیحات کتبی از عمل بسط یابد.

بلاغت ممکن است تنها فراتر از استفاده از زبان برای متقاعد کردن ، استفاده با مهارت و فرصت طلبانه زبان باشد. سفسطه - " استدلال ساختگی اما نادرست " ؛ به کارگیری استدلال هایی که عمدا فریبنده هستند " (فرهنگ لغت انگلیسی آکسفورد آنلاین ، فرهنگ لغت آکسفورد ، ۲۰۱۶) - می تواند نشان دهنده شکاف بلاغت تا واقعیت باشد. برنان و ترنبال (2002، 597) بحث مفیدی درباره سفسطه و روش های مدیریت به عنوان امری بافرهنگ و نمادین ارائه می دهند . برای جمع بندی ، آن " پذیرفته شدن بحث مهم است و نه حقیقت " . بنابراین آن هایی که در سفسطه می شوند ، فرصت طلبانه هستند ، با احساسات مخاطبین بازی می کنند و در مورد اصل موضوع بحث نمی کنند . دید سفسطه گری یک دیدگاه مفید دیگری را که از طریق آن توضیحات غیر انطباق قابل مشاهده هستند، ارائه می دهد . حساسیت به فکر کردن ممکن است باعث شود خوانندگان در مورد صحت توضیحات سوال کنند.

با ترسیم موضوعات در این بخش ، توضیحات غیر انطباق اساسا ابزارهای بلاغی هستند تا سهامداران را متقاعد کنند که عدم انطباق مشروع و برای پشتیبانی از سیستم " انطباق " است . برخی از بلاغت ها ممکن است فراتر از صرفا متقاعد کردن ، استفاده از ابزارهای گول زننده و ماهر برای توضیح ، یعنی " سفسطه " باشد . چالش تجربی ما توسعه گونه شناسی است که این نکات نظری را منعکس می کند.

۳. توسعه گونه شناسی استراتژی های بلاغی در توضیحات عدم انطباق

هدف از توضیح این است که " یک منطق قانع کننده را ارائه دهد (FCR، 2012، ب، 6)، به ان مشروعیت دهد، از تصور شرکت حمایت کند و نشان دهد که با وجود عدم انطباق، شرکت دارای یک سیستم کامل و قدرتمند حکمرانی است. ما از مطالعات بنوئیت (۱۹۹۵) نتیجه می گیریم و معتقد هستیم که داشتن یک دید نظری مناسب برای مشاهده توضیحات غیر انطباق، همانطور که به بنوئیت در بحث خود برای حوادث خراب کردن تصور استفاده می کند، ما نیز توضیحات شرکتی را تجزیه و تحلیل می کنیم. ما همچنین دیدگاه های بولین و ترنلی (2003) را که سهمی در تجزیه و تحلیل بهتر بازی می کنند، از جمله توجه به استراتژی های بلاغی در ترکیب در نظر می گیریم. بنابراین، ما توضیحات را برای عدم انطباق با توسعه گونه شناسی استراتژی های بلاغی، از میان استراتژی بازیابی تصویری بنوئیت (1995)، الگو های مدیریت بیان بولین و ترنلی (2003)، استراتژی بازیابی بولینو و ترنلی (2003)، استفاده از مطالعات قبلی در تعیین حاکمیت شرکتی مورد تجزیه و تحلیل قرار می دهیم. بنوئیتو 14 استراتژی بازیابی تصویر را به ۵ دسته طبقه بندی کرد که در جدول ۲ خلاصه شده است. ما فایل پنج تایی مدیریت بیان بولین و ترنلی را هم اضافه کردیم. یک نشانه شناسی در اصل یک طرح طبقه بندی است که در آن اقلام دارای ویژگی های مشابه با هم گروه بندی می شوند (بیلی، ۱۹۹۴). آنها همانند بسیاری از ابزارهای تحقیقاتی، مزایا و معایبی دارند. پیچیدگی در افشاها می تواند با برجسته سازی شباهت ها و تفاوت ها کاهش داده شود و این گونه شناسی مقایسات را تسهیل می کند. با این حال، معایب شامل ساده سازی مسایل پیچیده است و مثل ساختارهای اجتماعی (بیلی، ۱۹۹۴)، آنها باید به دقت مورد استفاده قرار بگیرند (شریو برنان، 2015). ذاتا توضیحات به زبات بلاغی بیان می شوند. با ترسیم طیف گسترده ای از استراتژی های بدیعی در یک گونه شناسی جدید، ما بینش خود را در مورد کل هدف توضیح می دهیم. به این معنا که خوانندگان را متقاعد کنیم که عدم انطباق مناسب و قابل قبول است. در این بخش، ما هر یک از نه استراتژی بلاغی را در گونه شناسی معرفی می کنیم و هر یک از آنها را با نمونه هایی از توضیحات حاکمیت شرکتی نشان می دهیم که در خود مبحث گونه شناسی در نیمه دوم بخش به می آید.

جدول 2

بسط گونه شناسی

مطالعات قبلی	اضافت/حذفیات در گونه شناسی ما	استراتژی بازیابی تصویر بنوئیت (1995)
گافمن ، 1971؛ ور و لینکوگل، 1973؛ الیور، 1991؛ آبراهامسون و پارک، 1994؛ شونباخ، 1980	(استراتژی بلاغی 9) "مخی سازی/انکار" کس دیگری این کار را انجام داده است (رجوع شود به نسبت)	1.انکار الف. انکار ساده ب. تبدیل به سرزنش
نکته: هرچند این طبقه بندی ها در این تئوری ممکن نیستند، مطالعه مقدماتی نشان داد که در رابطه با توضیحات حاکمیت شرکتی از سوی شرکت های FTSE آن ها غیر ممکن ، و اگر اتفاق بفتند به ندرت رخ می دهند. بنابراین آن ها از گونه شناسی حذف می شوند	کاربرد ندارد کاربرد ندارد کاربرد ندارد کاربرد ندارد	2.شانه خالی کردن از مسئولیت پ. انگیزه ت.غیر ممکن بود (نبود اطلاعات) ث.تصادف ج.حسن نیت
ور و لینکوگل، 1973؛ چنی و همکاران، 2004؛ موئرن و ون در	(استراتژی بلاغی 2)	3.کاهش خشونت حوادث چ. قدرت

<p>لان، 2007؛ بینگتون و همکاران، 2008</p> <p>ور و لینکوگل، 1973؛ تدشی و ریس، 1981؛ الیور، 1991؛ جیمزسون، 200؛ چنی و همکاران، 2004؛ بینگتون و همکارانف 2008، الیور، 1991، روزنفیلد و همکاران، 1995؛ بولینو و ترنلی، 2003</p>	<p>(استراتژی بلاغی 3) کاربرد ندارد</p> <p>(استراتژی بلاغی 4) استراتژی بلاغی (8) ترس / چالش کاربرد ندارد</p>	<p>ح. حداق کردن خ. تمایز قائل شدن د. تعالی ذ. متهم به حمله ر. جبران</p>
<p>گافمن، 1974؛ بینگتون و همکارانف 2008</p>	<p>استراتژی بلاغی 1</p>	<p>4. اقدام اصلاحی</p>
<p>روزنفیلد و همکاران، 1995؛ بولین و تذلی، 2003، اوگدن و کلارک، 2005، ندشی و ریس، 1981، الیو، 1991، بنوئیت، 1995؛ جیمزسون، 200؛</p>	<p>استراتژی بلاغی 6 استراتژی بلاغی 7 استراتژی بلاغی 5 کاربرد ندارد استراتژی بلاغی 8</p>	<p>5. خویشتن داری پروفایل مدیریت تاثیر بولینو و ترنلی (2003) ز. جلب توجه ژ. خود ارتقایی ص. نسبت ض. تمنا</p>

<p>آرتس، 2005، اگدن و کلارک، 2005 رجوع شود به بالا رجوع شود به بخش حمله در بالا</p>		<p>ط. ترس</p>
---	--	---------------

۳،۱. به سمت گونه‌شناسی توضیحات

در این بخش نمونه‌هایی از توضیحات که نشان دهنده گونه شناسی است، مورد بحث قرار می‌گیرند. اکثریت این مثال‌ها منعکس‌کننده این ایده هستند که آن‌ها به گونه‌ای نوشته شده‌اند که توضیح عدم انطباق نشان دهنده انطباق (رفتار متناظر) یا حتی بهتر از انطباق ظاهر شدن است (دیمگیئو و پاول، 1983؛ السباخ و ساتن، 1992) پس بنابراین سبب می‌شود تا رویه شرکت برای تطابق به ظاهر مشروع به نظر برسد. هر دسته در گونه شناسی در حال حاضر به نوبه خود مورد بحث قرار می‌گیرد.

۳،۱،۱. اقدام اصلاحی

اقدام اصلاحی یک استراتژی موثر و قانع‌کننده است (بنوئیت، 1995) اگر به شکل عبارتی مثل " مشکل حل شده‌ب است یا باید حل شود " استفاده شود. بیشتر مشکلات در زندگی وقتی که وعده خسارت فراهم می‌شود، کم‌تر مهم به نظر می‌رسد. اقدام اصلاحی در تقلید از انطباق بسیار قدرتمند است زیرا نشان می‌دهد که انطباق در حال حاضر به دست آمده است یا در حال حل مشکل هستند و رویکرد شرکت قانونی به نظر می‌رسد. با این حال، هنگامی که به تنهایی استفاده شود، اقدام اصلاحی تصویر ناقصی از انطباق را فراهم می‌کند زیرا سوالات بی پاسخ باقی می‌مانند. خوانندگان باید بدانند که چرا عدم تطابق رخ داده است، آیا هیچ آسیبی در این برهه زمانی رخ داده است و احتمالاً دوباره اتفاق می‌افتد؟ با این حال، اگر یک شرکت حقیقتاً باور داشته باشد که نباید با کد و عدم انطباق مطابقت داشته

باشد ، برای شرکت بهتر است و در این حال اقدام اصلاحی با این دیدگاه سازگار نیست . اقدام اصلاحی تایید می کند که یک مساله حل نشده وجود دارد . چهار دسته از اقدامات اصلاحی در گونه شناسی ما گنجانده شده اند : الف ۱ . اقدام اصلاحی در حال حاضر انجام شده است . 1 ب. اقدام اصلاحی (با بازه های زمانی روشن) اتخاذ شده است ؛ 1 پ- وعده اقدام اصلاحی در آینده (با بازه های زمانی روشن) آمده است و 1ت. وعده حفظ نیاز به اقدام اصلاحی تحت بررسی است. در 1 ت، خوانندگان نمی دانند که آیا مدیران با کد مخالف هستند یا صرفا نیازی به پیروی از آن ندارند .

در مثال ۱ یک توضیح کامل و شفاف توسط تسکو ارائه شده است که شامل تنظیم کد نقض شده ، ماهیت دقیق نقض و چگونگی آن را مورد بررسی قرار می دهد . اگر عدم مطابقت موقتی باشد همان طور که در مثال الف دیده می شود ممکن است به عنوان یک نظارت دیده شود اما ممکن است عدم برنامه ریزی جانشینی را پیشنهاد کند . یک نمودار ساده که با جزئیات مکان مدیران غیر اجرایی در زمان های مختلف را نشان می دهد، این " شکاف " را شناسایی می کند (و برنامه ریزی پیش رو می تواند به این معنی باشد که این " نقض " ممکن است اجتناب شود) . انتظار این سطح برنامه ریزی از ۱۰۰ شرکت FTSE معقول نیست . با این حال ، بحث دیگر این است که ممکن است برخی مدیران این چهار روزه را افشا نکنند ، و آن را امری جزئی بدانند ، به همین دلیل تسکو باید در پذیرش چیزی مورد ستایش قرار گیرد که احتمالا سرمایه گذاران سازمانی متوجه آن نمی شوند .

مثال ۱ : اقدام اصلاحی که در حال حاضر صورت گرفته است

شرط 1 الف از کد حداقل نیازمند رای نیمی از هیئت مدیره، به استثنای رئیس ، برای توافق در مورد مدیران غیر اجرایی تعیین شده از سوی هیئت برای داشتن عملکرد مستقل هستند. تسکو از این ماده به جز چهار روز اول سال مالی ، زمانی که یک مدیر اجرایی بیشتری نسبت به مدیران غیر اجرایی (به استثنای رئیس) خود

داشت ، پیروی کرد . با این حال ، پس از بازنشستگی سر تری لیهی و انتصاب فیلیپ کلارک به عنوان جانشین او در مارس ۲۰۱۱ ، حداقل تعداد مدیران اجرایی و اجرایی به طور مساوی وجود داشت.

در جایی که یک وعده برای اصلاح چیزی در آینده وجود دارد (مثال ۱ ب و مثال ۱ پ) و هیچ اطلاعات دیگری وجود ندارد، پس دوباره یک سوال بدون جواب باقی می ماند که چرا عدم انطباق اتفاق افتاده است. مثال ۱ ب مثال خوبی از توضیح واضح است که درک آن آسان است . مثال 1پ ، مسلما چندان خوب نیست چون به خوانندگان گفته نمی شود چرا این عدم مطابقت تامین کننده منافع سهامداران است . حفظ وضعیت تحت بررسی (مثال ۱ ت) همچنین یک رویکرد خوب برای عدم انطباق است، زیرا یک رویکرد باز را نشان می دهد که با رویکردی انعطاف پذیر سازگار است . اقدام اصلاحی یا چنین وعده ای ، توضیح کاملی از عدم انطباق نیست . حتی اگر تطابق موقتی باشد، خوانندگان هنوز باید مطلع شوند که چرا این کار رخ داده است – آیا برنامه ریزی جانشینی وجود ندارد، نادیده گرفته شده است و یا آن که یک رویداد غیر منتظره بوده است ؟ یک توضیح همیشه لازم است ، حتی اگر مدیران شرکت تمایلی به پذیرش تادیده گرفته شدن ندارند.

مثال ۱ ب: وعده اقدام اصلاحی در حال حاضر (با بازه های زمانی روشن) صورت گرفته است

در سال ۲۰۱۱ ، شرکت با مقررات کد بریتانیا موافقت کرد ، به استثناء موارد زیر:

B.6.1. ارزیابی عملکرد این هیات ، کمیته ها و مدیران آن ؛

برنامه A کد بریتانیا را توصیه می کند که گزینه های سهام را به اشتراک بگذارند و پاداش ها نباید در کم تر از سه سال بر روی آن ها سرمایه گذاری شود.

دلیل این عدم تطابق دور ه کوتاه مدت بین شکل گیری گروه و پایان سال (B.6.1) و وجود مدیریت سهام قبل از عرضه ان است (برنامه A). B.6.1. باید با قوانین سال 2012 مطابقت داشته باشد.

منبع: گزارش سالانه پالی متال در سال 2011، ص 75

مثال ۱ : C وعده اقدام اصلاحی در آینده (بدون بازه‌های زمانی روشن) صورت می گیرد

توالی و تغییرات هیئت

بازنشستگی من در نشست سالانه عمومی امسال در ۲۶ ژوئیه ۲۰۱۲ اجرا خواهد شد . در این مرحله ، گراهام مک کی به عنوان رئیس اجرایی دوره موقت یک ساله انتخاب شده است و آلن کلارک در حال حاضر مدیر عامل شرکت سب میلر یورپ است ، مدیر اجرایی و مامور ارشد اجرایی خواهد شد. در پایان این دوره متوالی، هدف این است که گراهام رئیس غیر اجرایی خواهد شد و آلن به عنوان مدیر اجرایی بعد از او انتخاب خواهد شد . ما توصیه خود در قانون حاکمیت شرکتی بریتانیامبنی بر این که مدیر اجرایی نباید به ریاست یک شرکت ادامه دهد و نقش رئیس و مدیر اجرایی نباید توسط همان فرد اعمال شود، تأیید می کنیم. . با این حال ، پس از مشورت‌های طولانی ، ما معتقدیم که این انتصاب‌ها در برای شرکت سب میلر و سهامداران آن بسیار سودآور است....

مشخصات شغلی که مقامات مربوطه و مسئولیت‌های رئیس اجرایی و رئیس عامل اجرایی را تعیین می‌کنند توسط هیئت مدیره توافق شده‌است و مدیران اطمینان دارند که گراهام و آلن به طور موثر در طول انتقال و بعد از آن به کار خواهند پرداخت . هر گونه ریسک بیش از حد در قدرت تصمیم‌گیری در هر کدام از آن ها با این واقعیت کاهش می‌یابد که جان منسر، مدیر مستقل ارشد غیر اجرایی و رئیس کمیته حسابرسی ، علاوه بر معاون رئیس هیات مدیره ، خواهد ش....

هم اکنون قصد هیات‌مدیره این است که فرآیند استخدام یک مدیر مستقل غیر اجرایی جدید را آغاز کند ، با این امید که در طول دوره او بتواند مدیر ارشد مستقل و جانشین آقای منسرشود.

مثال 1ت: حفظ وضعیت و نیاز برای اقدام اصلاحی تحت مرور

کمیته پاداش

در طی سال 2011 این کمیته متشکل از مدیران مستقل غیر اجرایی دیوید آلوی (رئیس)، گاوین داری (که در ماه مه ۲۰۱۱ استعفا داده است) و کریستوفر نایت، همراه با وانی تراوس بود . در ۱ ژانویه ۲۰۱۲ ، کمیته شامل کریستوفر نایت (رئیس) ، آلن براون و سر دیوید رید می‌شود . این قانون به کمیته ی پاداش نیاز دارد تا حداقل سه مدیر اجرایی مستقل داشته باشد در حالی که به رئیس هیات مدیره ی شرکت اجازه ی در نظر گرفته می‌شود ، در صورتی که در ملاقات مستقل در نظر گرفته شود، یک عضو به حساب آید . با وجود عدم مطابقت با قانون، هیئت مدیره معتقد است که کمیته مهارت و تخصص لازم را دارد . با این حال، این امر تحت بررسی و گام هایی برای انتصاب یک مدیر اجرایی اضافی در طی سال برداشته خواهد شد.

در رابطه با قول عمل اصلاحی در آینده، نمونه‌هایی از قول های درک نشده در توضیحات پیدا شدند . مثال 1 س نشان می‌دهد که حتی برای شرکت های بزرگ قابل رؤیت، نوید عمل اصلاحی می تواند حاصل شود در حالی که بلاغت با واقعیت مطابقت ندارد . خوانندگان توضیحات، باید بررسی کنند که چطور و چه زمانی وعده‌های سازگاری آینده تحقق می‌یابد.

مثال 1 س: وعده های درک نشده

هیئت

رئیس، آقای ای جی هابگود به فعالیت خود به عنوان مدیر اجرایی تا ۱ نوامبر ادامه داد. این هیات نگرانی‌های خود را که در متن کلی در مورد اثرات منفی احتمالی تمرکز قدرت از سوی یک رئیس مشترک و مدیر اجرایی رت به رسمیت شناخت. هرچند، به دلایل مختلف در شرکت به کار گرفته نشد و تصمیم گرفته شد در پایان فوریه سال 2005 که به دنبال جدایی فیلترونا در ژوئن ۲۰۰۵ است، نقش رئیس و مدیر ارشد از همدیگر مجزا شوند. پس از توافق بر سر انجام این کار، آقای سی پی ساندر متعاقبا تصمیم گرفت که موقعیت مدیر اجرایی را به دلایل شخصی در نظر نگیرد.

۲.۳.۱. تقویت

تقویت به برخی از رویدادهای مثبت اشاره دارد که خوانندگان را از حوزه مورد سوال دور می‌کند (رجوع شود به بنوئیت، ۱۹۹۵؛ ببینگتون، لاریناگا و مونوا، 2008). انحراف به سمت مسایل مثبت به طور خاص موفقیت آمیز است در صورتی که "ویژگی‌های مثبت یا اقدام‌ها مشخص مرتبط به نظر برسند" (بنوئیت، 1995، 77). بنابراین، بیان این مطلب که شرکت جایزه ای برای مدیریت خوب دریافت کرده است می‌تواند سبب شود تا خوانندگان کم‌تر نگران رخدادن عدم انطباق باشند. عدم تطابقی که توسط شرکت چشم پوشی شود، به نظر در حکمرانی با رویکرد شرکت معادل کسانی است که به تطابق رسیده‌اند و مشروعیت حفظ می‌شود. چنین تاکتیک منحرف شدن در جایی که هیچ توضیحی برای عدم تطابق وجود ندارد، از اهمیت بسیاری برخوردار است.

تقویت در مثال ۲ نشان داده شده است. به طور جالب توجهی، در حالی که عدم تطابق با آنچه که مسلماً زیربنای حکمیت شرکتی است (نسبت مدیران مستقل غیر اجرایی است، اگر کو ادعا می‌کند که قدرت فردی خود و نه حکومت ابداع شده بهتر از تطابق او را به نتیجه بهتری می‌رساند. این توضیح همچنین می‌تواند برای استراتژی بلاغت کد گذاری

شود (تعالی که بعدا به آن می پردازیم) به این دلیل که شرکت ادعا می کند که بیشتر پیرو حاکمیت خود به جای جبران عدم انطباق است.

مثال ۲: قدرت

قانون بیان می کند که حداقل نیمی از هیئت مدیره، به استثنای رئیس، باید مدیران غیر اجرایی مستقل باشند. با این حال، مدیران معتقدند که فراتر از حد مشخصی، ریسک هیئت ها در کنترل و تصمیم گیری، کنترل و تصمیم گیری بی اثر می شود؛ آن ها مطمئنا با بزرگ تر شدن گران تر می شوند. در حالت ایده آل، از نظر ما، هیات آگرو به طور موثر کار می کند و نماینده بهترین ارزش برای سهامداران است بدون اینکه نیاز باشد بیش از ده نفر دور میز نشسته باشند. قانون "نه بیش از ده دور میز"، نه مکان را برای مدیران اجرایی و غیر اجرایی در نظر می گیرد.

اگر چه این قابل درک است در صورتی که شرکت بسیار بزرگ باشد، هیئت هم بزرگ می شود اما هیچ تحقیقی نشان نمی دهد که یک تعدا ایده آل برای شرکت بزرگ فهرست شده وجود دارد هرچند گفته های یرماک (1996) نشان دهنده ان است که ارزش بازار با اندازه هیئت همبستگی منفی دارد.

3.1.3. به حداقل رساندن احساسات منفی

به حداقل رساندن احساسات منفی همان استراتژی رایج در تاریخچه مطالع است (ببینگتون و همکاران، ۲۰۰۸؛ گافمن، 1959، اسکندر، 1980؛ اسکات & لیمان، ۱۹۶۸؛ تدسچی و ریس، 1981).

این نوع استراتژی بلاغی در توضیحات نشان می دهد که عدم انطباق می تواند سبب کمی آسیب شود، مشروعیت آن تهدید نشده و مقررات قانون مطابق با آن نباشد. این یک اصل کلیدی کد است که شرکت های غیر سازگار نیاز به

متقاعد کردن خوانندگان در توضیحات خود دارند که آن‌ها مکانیزم دیگری را برای اطمینان از اینکه عملکرد سیستم به اندازه انطباق خوب است، استفاده کنند. اگر بخش کد بی‌اهمیت تلقی شود (در مثال ۳ در مورد درصد NEDS به عنوان مقداری مستقل) پس مفهوم این است که هیچ مکانیزم حکومتی دیگری مورد نیاز نیست. به نظر می‌رسد که این مطلب با روح کد مخالف است. این "استثنا ناچیز" و عدم انطباق کد بعداً در رابطه با مثال ۷ مورد بحث قرار می‌گیرد.

مثال ۳: به حداقل رساندن احساسات منفی

در طول سال 2011، گروه به طور کامل با قانون حاکمیت شرکتی بریتانیا ۲۰۱۰ (با در نظرگیری استثنای جزئی آمده در صفحه ۶۶) و همچنین با قانون ساربانس - آکسلی ۲۰۰۲ (آمریکا) موافقت کرد. ارزش‌های هیئت به شدت به حاکمیت شرکتی ارزش داد و این در اصول حکمرانی ما، سیاست‌ها و عملکردها و روندهای کاری روزمره ما منعکس می‌شود. این رویکرد با بهبود مستمر براساس ارزیابی در برابر اهداف داخلی، حسابرسی‌های خارجی و الگوبرداری و رویکرد دقیق برای مدیریت ریسک، پشتیبانی می‌شود.

انطباق با قانون حاکمیت شرکتی بریتانیا ۲۰۱۰ (انگلستان) و قانون ساربانس - آکسلی ۲۰۰۲ (آمریکا) و قانون ساربانس - آکسلی ۲۰۰۲ (آمریکا)

گروه با مقررات قانون حاکمیت شرکتی انگلستان ۲۰۱۰ در سراسر سال 2011 به استثناء موارد زیر مطابقت دارد.

۱,۲ B. بین آگوست ۲۰۱۰ (زمانی که جان اسکاریسبریک ۹ سال خدمت خود را به عنوان یک مدیر مستقل غیر اجرایی گذرانده بود) و انتصاب جینیس رابرتز و لری هرتس در ژانویه ۲۰۱۱، چهار مدیر مستقل و شش مدیر اجرایی وجود داشت. گروه به انطباق کامل با الزامات ۴۰۴ S قانون ساربانس - آکسلی ۲۰۰۲ برای ششمین سال متوالی دست یافت.

جنبه کلیدی برای مدیران غیر اجرایی استقلال آن‌ها است که سنگ بنای کد گذاری‌ها است و با این حال این، این ماده رایج‌ترین نمونه از عدم تطابق با اصول بریتانیا به حساب می‌آید (شریوز و برنان، 2015). آیا می‌توان چنین تطابقی را " کوچک " نامید وقتی که ظاهراً هیئت "به ارزش‌های شرکتی به شدت ارزش می‌گذارد؟"

۳.۱.۴. تعالی

تعالی متن عمل را با اتخاذ این دیدگاه تغییر می‌دهد که برخی از عملکردها به دلیل نیاز به تصور جهان‌بینی مهم‌تر (یا به زبان ساده‌تر، داشتن " تصویر بزرگ‌تر ") ضروری هستند (عدم مطابقت). عمل ممکن است در ابتدا بد به نظر برسد اما در واقع یک " آستر نقره‌ای " دارد که بیش از جبران اعتبار دارد و در نتیجه " پایان را توجیه می‌کند . استفاده از رویکرد یک استراتژی بلاغت چنان رایج است که در مطالعات قبلی مورد بحث قرار گرفته اس (به عنوان مثال، بینگتون و همکاران، ۲۰۰۸؛ جیمزسان، ۲۰۰۰؛ الیور، ۱۹۹۱؛ اسکات، ۱۹۸۰؛ اسکات & لایمن، ۱۹۸۱). در یک حالت، عمل بد به یک نتیجه خوب نسبت داده می‌شود و بنابراین می‌تواند به عنوان نوعی از ویژگی‌ها دیده شو. بنابراین، هنگامی که مدیران تصمیم به پیروی از مقررات (یا کد) ندارند، آن‌ها بر روی بر " فضایل عدم انطباق " تاکید می‌کنند (الیور، ۱۹۹۱، ص. ۱۵۰). این به آن مفهوم است که سهامداران می‌توانند با عدم مطابقت بهتر خدمت کنند. به طور مشابه، الباخ و ساتون (۱۹۹۲، ۶۹۹) درباره چگونگی استفاده شرکت‌ها از تاکتیک‌ها برای تغییر توجه از اقدامات بحث‌برانگیز به سمت اهداف مطلوب اجتماعی بحث می‌کنند. توضیح در مثال ۴ نشان می‌دهد که هدف عالی که نقش مهمی را برای مدیران غیر مستقل بازی می‌کنند مهم‌تر از انطباق کد هستند. با این حال، توضیحی برای بررسی دقیق نیست. در حالی که این قانون به واسطه طول عمر خدمات نقض می‌شود، احساسات منفی برای چنین نقضی با بیان این مطلب که مدیران غیراجرایی (توجه داشته باشید که بیش از یک نفر نقض قانون کرده اند) "سهم مهمی" را بازی می‌کنند. کاملاً طبیعی است که هیات‌های مدیره بخواهند مدیران غیر اجرایی را که ارزش خود را در طول سال‌ها ثابت کرده‌اند، حفظ کنند. این قانون مانع از آن نمی‌شود. با این حال، آن‌ها نمی‌توانند نقش

خود را به عنوان یک میر غیر اجرایی مستقل انجام دهند . مدیران اجرایی موجود می‌توانند به عنوان مدیران غیر اجرایی طبقه‌بندی شوند (به عنوان مثال مدیران غیراجرایی که مستقل نیستند) . سپس سایر مدیران مستقل غیر اجرایی نیاز به انتخاب دارند تا اطمینان حاصل کنند که کنترل مهم (جفت دیگر از نظر افراد مستقل) حفظ شده‌است . مثال 4 ، به نظر نمی‌رسد که شاهدهی برای این مورد باشد .

مثال ۴ : تعالی

آقایان "همینگوی" ، "گری" و "گیلسپی" توسط هیئت مدیره، مستقل تلقی نمی‌شوند ، زیرا آن‌ها سال‌ها به شرکت مشاوره داده اند ؛ آقای پارک هم همین طور زیرا او پست ریاست روزنامه های نارس کلایف در پنج سال گذشته داشت . با این حال ، هیئت مدیره معتقد است که این مدیران غیر اجرایی سهم مهمی در بررسی‌های خود و تجربه ارزشمندی از شرکت ، کسب و کار و کارکنان آن دارند .

۱.۵.۳ . اسناد

اسناد شامل توضیحات بی دقت از حوادثی است که در تمایل برای ادعا برای داشتن مسئولیت بیشتر برای موفق بودن را در مقابل شکست نشان می دهد .

در ادبیات، اسناد یک استراتژی بلاغی رایج است (به عنوان مثال ، آرتس، ۲۰۰۱ ؛ جیمزسون، ۲۰۰۰ ؛ تدشی ، ۱۹۸۱) . هنگامی که به چالش کشیده شد ، پاسخ دهندگان موافق هستند که یک مساله وجود دارد (از این رو ، رویکرد شرکت را نمی توان آن را معادل ، یا بهتر از آن که توسط قانون حاکمیت شرکتی بیان شده است، دانست، اما بهانه‌ای است که کسی یا چیزی را سرزنش می کند (اسکات & لیمان، ۱۹۶۸) . این تمایز داخلی/خارجی ویژگی توصیفی کلیدی مطالعات اسناد به حساب می آید. اسناد می‌تواند به طور خاص به عنوان یک استراتژی بلاغی در ترکیب با یک استراتژی بلاغی دیگر مانند اقدام اصلاحی موثر باشد. چهار زیر شاخه از اسناد در گونه شناسی ما شامل شرایط خارجی سرزنش،

(مثال 5 الف)، عوامل داخلی سرزنش (مثال 5 ب)، عدم تطابق نسبت داده شده به قرار داد قانونی (به خصوص تنظیم آن قبل از کد گذاری) (مثال 5 پ) و رای و مشورت سهامداران که منجر به عدم تطابق می شود (مثال 5 ت). مثال 5 قراردادهای اجرایی متجاوز از یک سال را مغایر با اصول قوانین و به به " فشار های خارجی رقابتی " نسبت می دهد.

مثال 5 الف: اسناد خارجی

قراردادهای خدماتی

قراردادهای خدماتی براساس شخصی به عنوان بخش یاز پکیج کلی پاداش است و طول مدت آن به طور غیر قابل انکاری به فشارهای رقابتی خارجی وابسته است. به همین دلیل، قراردادهای برای تعدادی از مدیران اجرایی از یک سال طبق پیشنهاد قوانینی تجاوز می کند.

مثال 5 ب نسبتاً پیچیده است به طوری که به عدم انطباق به یک رویداد داخلی (تغییرات هیئت) نسبت داده می شود و همچنین تعیین اهداف کارآمدی توسط تنظیم کننده آب تنظیم می شود (رجوع شود به AMP4) که به شرکت اجازه می دهد قیمت آب را تقریباً یک چهارم افزایش دهد. اسناد در مثال 5 ب برای " داخلی " کد گذاری شده اند چون هیئت تغییر می کند و به نظر می رسد که این موضوع جوهره ادامه راست است. لازم است به mm02 در مثال 5 ب رجوع شود زیرا این کرسی و مقام کرسی و مقام شرکت FTSE دیگر است (که این برخلاف قوانین ترکیبی (FRC، 2003) بخش A.4.3 است که بیان می کند هیچ کس نباید به عنوان رئیس دوم از یک شرکت FSE100 انتخاب شود). توجه داشته باشید که به هیچ وجه مشخص نیست که چه چیزی غیر منطبق بوجود دارد و هیچ تنظیم کدی ارایه نشده است (بنابراین این توضیح برای استراتژی بلاغی 9 ت در نظر گرفته می شود (هیچ شماره تنظیم کد ارایه نشده است) این مطلب در پایان بخش 3.1 بحث می شود.

مثال 5: اسناد درونی

رئیس سابق ، آقای تی جی آرکلوس، به عنوان رئیس mmO ۲ در جولای ۲۰۰۴ منصوب شد ، اما توسط هیئت مدیره درخواست شد تا ۳۱ دسامبر ۲۰۰۴ در دفتر باقی بماند تا شماری از تغییرات در هیات مدیره انجام شود و در عین حال تعیین نهایی از AMP4 تا زمان نتایج واتر ترنت سون در انتظار قرار بگیرد.

در مثال ۵ ث ، تطابق به ترتیبات قراردادی نسبت داده می شود که قبل از این کد به اجرا درآورده است. بنابراین، شرکت یا مدیریت آن را نمی توان سرزنش کرد. در قانون حاکمیت شرکتی ۲۰۱۰ (FRC) ، ۷,۱B. توصیه می کند که تمامی مدیران FTSE ۳۵۰ شرکت باید در معرض انتخابات سالانه توسط سهامداران قرار گیرند . گروه خطوط هوایی بین المللی با این قانون مطابقت ندارد که در مثال ۵ پ نشان داده شده است . مجدداً به این نکته توجه کنید که هیچ تنظیم کدی ارایه نشده است. بنابراین این توضیح برای استراتژی بلاغی نیز کدگذاری شده است.

مثال ۵پ: اسناد برای محدودیت های قراردادی

انتخاب مجدد سالانه مدیران:

در زمان ادغام ، خطوط هوایی بریتانیا و ایربیا توافق کردند که انتخاب مجدد مدیران در یک دوره سالانه برای یک دوره اولیه انجام نخواهد شد. در نشست سهام داران معمولی شرکت در نوامبر ۲۰۱۰ ، همه مدیران برای یک دوره چهار ساله از تازیخ عملی ادغام ، ۲۱ ژانویه ۲۰۱۱ انتخاب شدند. با وجود قوانین آمده در بالا ، مقررات هیات مدیره شامل مقرراتی است که در آن مدیران بعدی، استعفا می دهند و برای انتخاب مجدد مطابق با تقویم آینده منتظر می مانند. بدون پیش داوری به توانایی جلسه سهامداران برای حذف چنین افرادی به عنوان عضو هیئت مدیره در هر لحظه براساس قانون این موارد قابل اجرا است.

در نهایت ، در مثال ۵ت ، تطابق با ارجاع به سهامداران توضیح داده می شود . این مفهوم در صورتی مطرح می شود که یک تصمیمی غلط گرفته شود ، پس سهامداران با دادن تاییدیه نقش خود را ایفا کردند .

مثال 5 ت: نسبت به رای و مشورت سهامداران

انتخاب رئیس و رئیس اجرایی

شرکت تایید می‌کند که انتصاب سر بیل گامل از سمت مدیر اجرایی برای رئیس غیراجرایی، یک استثنا برای قانون حاکمیت شرکتی بریتانیا است.

با این حال، در ایجاد این انتصاب، هیات‌مدیره بی نام او را به عنوان بهترین فرد در تامین منافع شرکت و سهامداران آن در نظر گرفت. هیات بر این باور است که در ایجاد این انتصاب، کمیته انتخابات، روندی قوی را دنبال کرده است. به عنوان بخشی از این فرآیند، شرکت با سهامداران اصلی خود که موافقت خود در مورد تغییرات هیئت را اعلام کرده بودند، مشورت کرد.

عدم انطباق می‌تواند علت خاص باشد تا نیازی به نسبت دادن عدم تطابق به کسی و یا چیزی درون شرکت نباشد. بنابراین، هیچ سوال قانونی وجود ندارد. با این حال، هنگامی که هیئت مدیره "به اتفاق آرا" ادعا می‌کند که این فرد بهترین تامین‌کننده منافع شرکت و سهامداران است، سرمایه‌گذاران باید مایل باشند که این مساله را مطرح کنند در زمانی که هیئت تمام توجه خود را بروی منافع خود گذاشته است. در نتیجه، ما اسناد را به عنوان یک استراتژی بلاغی طبقه‌بندی کرده‌ایم. اسناد و مدارک ۶، ۷ و ۸ می‌توانند در تایید مشروعیت اگر با برخی از استراتژی‌های قبلی مانند به حداق رساندن احساسات منفی ترکیب شوند، موثرتر باشند.

۳,۱,۶ جلب توجه

جلب توجه یک استراتژی بلاغی است که مربوط به چاپلوسی کردن از دیگران است (بولینو، ۲۰۰۳؛ جونز & پیتمن، ۱۹۸۲؛ اوگدن کلارک، ۲۰۰۵؛ تدسچی، ۱۹۸۴). یک مثال از جلب توجه می‌تواند هیات‌مدیره باشد که سعی در چاپلوسی از کسانی دارد که در توسعه کد دخیل بوده‌اند. برای حضار این امر نوعی مشروعیت را ایجاد می‌کند زیرا به

این دلیل است که مدیریت یا هیئت مدیره با توسعه دهندگان کد همسو هستند. مثال ۶ (i) و مثال ۶ (ii)، برای نشان دادن این مفهوم ارایه شده‌اند.

مثال ۶ (i)

ما کاملاً از قوانین جدید و مدیریت که در آن حاکمیت شرکتی در انگلستان به طور عملی دنبال می‌شود، حمایت می‌کنیم. به خصوص ما بر روی مسئولیت شرکت برای ارائه رهبریت را در دروه ای طولانی مدت در شرکت تاکید می‌کنیم.

مثال ۶ (ii)

مدیران غیر اجرایی شرکت، همراه با مدیران اجرایی و دبیر شرکت، متعهد شده‌اند اطمینان حاصل کنند که هیئت مدیره شرکت رهبری موثری را فراهم می‌کند.

بیانیه حاکمیت شرکتی، انطباق شرکت با قانون حاکمیت شرکتی بریتانیا ("کد") را مشخص می‌کند. هیئت از شفافیت ارایه شده توسط کد و تاکید اضافه شده بر مسئولیت و پاسخگویی استقبال می‌کند. با این حال، همانطور که در مورد نقش هیئت در بیانیه حاکمیت شرکتی وجود دارد، هیئت بر این باور است که حاکمیت خوب و رهبری موثر تا حدودی بیش از پایبندی به قانون یا هر رهنمود خاصی مهم است. اعضای هیئت مدیره به طور جدی مسئولیت‌های خود را برای پیشبرد موفقیت شرکت دنبال می‌کنند، در حالی که به مدیریت ریسک و نشان دادن استانداردهای اخلاقی بالا و رفتارهای مورد انتظار از هر شخص در شرکت می‌پردازند.

در هر دو مورد، علی‌رغم جلب توجه، هیچ شرکتی کاملاً با کد مطابقت ندارد. در مثال ۶ (i)، دو عدم تطابق، یکی در نتیجه قابلیت دسترسی به شرایط انتصاب مدیران غیر اجرایی و یکی در مورد رئیس هیئت مدیره کمیته پاداش وجود

دارد. در مثال ۶ (۲)، بررسی حوزه ای وسیع تر جالب است. دریافتی هایی که توسط مدیران اجرایی در احترام به موقعیت های غیر اجرایی بدست می آید، فاش نشده است (بر خلاف مقررات D. ۱,۲) چرا که "نامربوط در نظر گرفته شده است" (گزارش سالانه گروه اسمیت، 2011، ص 70). گروه اسمیت (با وجود اینکه ادعا می کند که از وضوح "استقبال می کند") مرجع کد را ارایه نمی دهد (بنابراین توضیحات در دیگر گزارش سالانه آن برای استراتژی بلاغی کد گذاری شده است). تنظیم کد خواهان شفافیت در مورد این که آیا مدیران اجرایی چنین درآمدی را حفظ می کنند یا خیر، در صورت چنین میزان درآمد چقدر است. این بخشی است که مدیران اجرایی باید پاسخگو باشند و به سهامداران کمک می کند تا میزان منافع دیگری را تعیین کنند که ممکن است توجه مدیران اجرایی را از شرکت منحرف کند. البته، ممکن است این مسئله بی ارتباط باشد چون مقادیر کوچک هستند اما به نظر بعید می رسد. سهام داران در نظر دارند که مقادیر درگیر قابل توجه هستند، هنوز میزان آن ها فاش نشده است. این غیر شفافیت با بیانیه جلب توجه شرکت در مثال (ii) ۶ ناسازگار است و پشتیبانی بیشتری را در مورد اینکه چرا ما این توضیح را به عنوان استراتژی بلاغی کدگذاری کردیم، ارایه می دهد.

۳,۱,۷. خود ارتقایی و الگو بودن

خود ارتقایی و الگو بودن به عنوان دو استراتژی بلاغی مجزا در تحقیقات قبلی در نظر گرفته شده اند (بولینو و ترنلی، 2003؛ جونز و پیتمن، 1982؛ اوگدن و کلارک، 2005) اما برای اهداف این مطالعه تمایز میان این دو دشوار است. خود ارتقایی و الگو بودن جایی است که افراد یا سازمان ها سعی می کنند با ادعای سطح صلاحیت خود را ارتقا دهند. این مشابه شرکت هایی است که ادعا می کنند رفتار آن ها مثالی برای دیگران است (الگو بودن). یک مثال فرضی از ارتقای خود و الگو بودن ممکن است به این صورت باشد: "شرکت ما در به کارگیری کد و رسیدن به اهداف خود مهارت و تبحر دارد، و یا "شرکت جایزه ای را برای روندهای حکمرانی خود برده است". بنابراین مخاطبین از هرگونه

سوال در مورد رویه‌های حکمرانی دور می‌شوند. در مثال ۷، علی‌رغم انطباق با ضوابط، شرکت ادعا می‌کند که سیستم حکمرانی قوی را دارا است.

مثال ۷: خود ارتقای و الگو بودن

این هیات به شدت برای حاکمیت شرکتی به شدت ارزش قائل است و این مطلب در اصول حکمرانی ما، سیاست‌ها و عملکردها و روندهای کاری روزمره آن‌ها منعکس می‌شود. این رویکرد با بهبود مستمر براساس ارزیابی درمورد اهداف داخلی، حسابرسی‌های خارجی و الگوبرداری و یک رویکرد دقیق برای مدیریت ریسک پشتیبانی می‌شود.

عدم انطباق به عنوان موضوعی "ناچیز" (در مثال 3 که در ابتدا آمد) توصیف شده‌است. توضیح عدم انطباق در پنج صفحه بعد آمده است (ص 66) که شامل نقض الزام برای داشتن رای اکثریت هیات مستقل است (هولدینگ‌های pi ARM، برای یک دوره زمانی، چهار مدیر اجرایی و شش مدیر اجرایی داشتند). دیگران ممکن است چنین نقض بنیادی را به جای "کوچک" اساسی تلقی کنند. همچنین، این نقض زمانی رخ داد که یک مدیر غیر اجرایی نه سال خدمت را تکمیل کرد، و این دقیقاً موقعیتی نبود که آنی و ناگهانی اتفاق بیفتد، اما امکان پیش بینی آن هم وجود نداشت. براساس این قانون، شرایط فراتر از شش سال باید به طور خاص بررسی شوند. عدم انطباق قطعاً با یک سیستم حکومتی قوی سازگار است اما بلاغت خود ارتقایی که در صفحه ۶۱ از گزارش سالانه هولدینگ‌های plc ARM گرفته شده است (مثال ۷) به نظر با توضیح صفحه ۶۶ متناقض است. این تناقض است که مخاطب باید از آن آگاه شود زیرا پرسش‌هایی را در مورد مشروعیت توضیح و در نتیجه سیستم حاکمیت شرکتی مطرح می‌کند.

۳،۱،۸. ترس / چالش

الیور (۱۹۹۱) هنگام نوشتن در مورد مبارزه طلبی، استراتژی‌های مبارزه و حمله را شناسایی می‌کند. چالش می‌تواند جایی باشد که شرکت‌ها به چالش پایه اصول یا اصول فردی یا مقررات کد فردی می‌پردازند. در مقابل، حمله تهاجمی تر بوده و ممکن است شامل تحقیر کردن یا محکوم کردن کد باشد. چالش ممکن است به طور خاص به عنوان یک استراتژی بلاغی قدرتمند باشد هنگامی که با تعالی ترکیب شود (" پایان و نتیجه توجیح کننده ابزار است " - استراتژی بدیعی ۴). به این ترتیب، هر گونه " عواقب منفی " از عدم انطباق می‌تواند با ارجاع به " اهداف بالاتر " حذف شود (آرتس، 2005، ص.497). هنگامی که کد به چالش کشیده می‌شود، به این معنا است که عدم انطباق نمی‌تواند مشروعیت و حاکمیت را تهدید کند، در واقع، آن را بهبود می‌دهد السباخ و سادن، 1992). در این مثال، مدیریت مخاطب خود در سوال پرسیدن را از شرکت به کد تغییر داده است و این مشروعیت قانون است که مورد سوال قرار می‌گیرد. گونه‌شناسی ما شامل دو دسته زیر است: ۸-الف یک چالش کوچک و 8-ب یک چالش شدید یا مشخص. مثال ۸-الف به ظاهر کد را مورد مخاطب قرار می‌دهد: " تفرقه‌انداز " در میان هیات‌مدیره و " عامل حواس پرتی " برای رئیس بخشی از حمله است. این توضیح می‌تواند به شکل ۸-ب طبقه‌بندی شده باشد - یک چالش تهاجمی تر یا مصمم تر - به عنوان یک حمله قوی در نظر گرفته می‌شود. با این حال، به دلیل وجود واژه تعدیل‌کننده " بالقوه " در مثال ۸-الف طبقه‌بندی شده است. مثال ۸-ب مقایسه ای مفید را شکل می‌دهد. اگرچه خارج از نمونه این مطالعه (این یک شرکت FTSE ۲۵۰ شرکت است)، مدیران این شرکت از قانون برای چند سال انتقاد کرده‌اند. توضیح هیات‌مدیره درباره اینکه چرا با تفکر فعلی در مورد حکمرانی موافق نیست، در حالی که به جد این مطلب را بیان داشته‌اند، نشان دهنده اهمیت انعطاف‌پذیری در رابطه با مطابقت است. به طور جالب، مدیران معتقدند که دیدگاه‌های کارمندان و مشتریان ارزشمندتر از سرمایه‌گذاران سازمانی است. این رویکرد انتقادی در این مساله از آن جا مفید است که برخی فرضیات زیربنایی از کد را مطرح می‌کند. مخاطبین باید تصمیم بگیرند که آیا این حمله حقیقتاً یک بهانه

مناسب است یا خیر . اگر حکومت توسط هیئت مدیره و یا مدیریت حمایت شود ، به نظر نمی‌رسد که این قانون دیگر مورد نیاز باشد.

مثال 8 الف

هیئت همان طور که در قوانین آمده است، مدیر ارشد غیر اجرایی مستقلی را انتخاب نکرده است زیرا معتقد است که تشخیص چنانچه شخصی می‌تواند در کل ساختار تفرقه ایجاد کند برای نقش رئیس هیئت عامل حواس پرتی و نگرانی باشد.

مثال 8 ب

حاکمیت شرکتی

در بیانیه سال گذشته ، این دیدگاه تا آنجا پیشرفته بود که بسیاری از جنبه‌های مشاوره شرکت فعلی ، همانطور که در کد ترکیبی مطرح شد ، " عمیقاً ناقص " بودند .

این بیانیه اشاره کرد که " شرکت‌های پاب سازگار اغلب در مقایسه با افراد غیر متعهد ، بسیار بد عمل کرده بودند . به طور خاص ، شرکت‌های پاب که مدیر عامل در آن نقش رئیس را داشت و اکثر مدیران اجرایی معمولاً با تجربه قبلی تجارت کار در این حوزه را داشتند ، از ایجاد خطاهای فاجعه‌آمیز که به نظر می‌رسد شرکت‌های سازگار مستعد آن هستند ، اجتناب کردند . همچنین اشاره شد که تعیین اهداف برای پاداش‌ها اغلب معکوس شده‌است و شرکت‌ها را تشویق می‌کند تا تصمیمات بی‌ملاحظه بگیرند تا درآمدها را افزایش دهند .

بیانیه سال گذشته به ویژه خود قانون را مورد انتقاد قرار می‌دهند که تاکید زیادی بر جلسات بین کارمندان و سهامداران دارد و هیچ تاکید بر روی دیدگاه مدیران در مورد خریداران و کارمندان که در عمل برای رفاه آینده شرکت مسئله بسیار مهم تری است ندارد .

۳.۱.۹. پنهان کردن یا انکار

همه شرکت‌ها در مورد دیدگاه خود از این قانون کاملا صریح نیستند. مخفی کاری آن‌ها مربوط به پنهان کردن یا استتار است. انکار نشان می‌دهد که رویداد عدم انطباق رخ نمی‌دهد (شانباخ، 1980) یا اینکه مدیران ادعا می‌کنند که بی‌گناه هستند (اسکلنکر، 1980). این می‌تواند به نظر عدم انطباق را به تطابق تقلید می‌کند. در زمینه توضیحات عدم مطابقت، تعدادی از احتمالات وجود دارد. شرکت‌ها با وجود عدم انطباق یا قبول برخی از عدم انطباقات بدون نشان دادن همه آن، می‌توانند ادعای تطابق کنند. در این مطالعه، عدم انطباق توضیح داده نشده است، حذف توضیحات می‌تواند تشخیص را بدون داشتن حسابرسی در مورد تجارت دشوار کند (هرچند این مطلب حوزه ای مهم در برای تحقیقات آینده باقی می‌ماند). چهار استراتژی بلاغی مخفی کاری در گونه شناسی ما به شرح زیر هستند:

- عدم تطابق گفته شده است اما هیچ دلیل یا توضیحی داده نشده است (استراتژی بلاغی 9 الف). همچنین این نوع در جایی کاربرد دارد که شرکت بیان می‌کند که این مساله اکنون حل شده است، اما هیچ توضیحی برای اینکه چرا این مساله در وهله اول رخ داده است ارائه نمی‌کند. اگر لازم باشد خوانندگان سوالات بیشتری بپرسند، توضیح کاملی ارائه نمی‌شود. خوانندگان ممکن است حتی درک نکنند که این عدم انطباق است. از آنجا که هیچ توضیحی ارائه نشده است، ممکن است از انطباق متمایز باشد، به خصوص زمانی که خوانندگان دانش دقیقی از کد ندارند.
- شرکت‌ها (به عبارت دیگر، مدیرانی که گزارش‌ها را می‌نویسند) ممکن است سعی کنند از طریق استفاده از "کلمات دوپهلوی" (کلمات یا اظهاراتی که عمدتاً همراه‌کننده هستند) عدم تطابق را پنهان کنند (استراتژی بلاغی 9 الف). تشخیص کلمات دوپهلوی از قبل بسیار دشوار است زیرا که از شرکتی تا شرکت دیگر متغیر هستند. در مطالعه ما، این کلمات کلماتی هستند که خوانندگان را از عدم مطابقت منحرف می‌کنند، در عوض بر روی انطباق تمرکز می‌کنند. به عنوان مثال، شرکت‌ها ممکن است ادعای "انطباق کامل به جز موارد خاصی" را کنند: شرکت ممکن است به سه آیتم غیر انطباق اشاره کند، اما شاید چهار مورد را با هم ترکیب کند. این شرکت ممکن است "بالاترین

استانداردهای حاکمیت شرکتی علی‌رغم عدم مطابقت " را ادعا کند . اگر چه ادعای استانداردهای بالا و عدم انطباق با تمام جنبه‌های کد قابل قبول است ، اما به نظر می‌رسد که استفاده از لفظ " بالاترین " به نظر گستاخانه باشد . استفاده از " کلمات دوپهلوی " می‌تواند به این معنی باشد که خوانندگان حواس خود را پرت کرده و یا گمراه شده است و یا باور می‌کنند که شرکت قوانین را رعایت می‌کند و یا تنها مطمئن نیست که آیا شرکت قوانین را رعایت می‌کند یا نه .

- مدیران ممکن است یک استراتژی شفافیت را به کار بگیرند که در آن توضیحات عدم انطباق باید برای بلاغت ساختاری جستجو شوند . ما آن را "شکار انگشت" می‌نامیم (استراتژی 9پ) . در این استراتژی بلاغی ، انطباق اغلب با شرطی ادعا می‌شود : " به جز مواردی که در زیر ذکر شد " ، در حالی که " زیر " تعریف نشده است ، معمولاً به صفحات در ادامه می‌آیند، اشاره دارد (یعنی عدم تطابقت بولد نمی‌شوند، شمارگذاری نمی‌شوند و یا فوراً در ادامه مطلب لیست وار ظاهر نمی‌شوند) . این مساله به دلایلی مشکل‌ساز است . گاهی اوقات تشخیص بین توصیف و ادعای انطباق و توضیح عدم انطباق دشوار است . عدم انطباق می‌تواند حداقل یک مورد باشد . علاوه بر این ، خوانندگان نمی‌دانند که چند نمونه از عدم مطابقت قرار است اشاره شود ، اگر فرض ما حداقل یک مورد است . در نهایت ، می‌تواند این عدم تطابق می‌تواند شامل خواندن تعداد زیادی صفحات باشد زیرا نقطه پایانی نامشخص است . بنابراین ، عدم انطباق برای خوانندگان دشوار است و شرکت کاملاً شفاف نیست .

آخرین استراتژی بلاغی (9ت) مربوط به این است که آیا شرکت‌ها شماره مقررات کد را که مربوط به منطقه عدم انطباق است ارایه می‌کنند یا خیر . به طور جالبی، بخش تنظیم کد شناسه‌ها معمولاً از توضیحات حذف می‌شوند و این کار را برای خوانندگان دشوار می‌سازد تا مطمئن شوند که دقیقاً چه چیزی با چه چیزی مطابقت ندارند . حذف شماره شناسه کد‌ها در مورد این که چه چیزی مطابقت ندارد شفاف نیست (ارجاعاتی مثل A3.2 به روشنی بر روی موضوعاتی در متن تاکید دارند و تشخیص آن‌ها هم آسان است) .

در مثال ۹ الف، اگرچه " صفحه ۴۹ " اطلاعات بیشتری را فراهم می کند ، اما واضح نیست که چرا یک عضو هیئت مدیره باید در کمیته پاداش قرار داشته باشد . خوانندگان باید اعضای کمیته را شناسایی کرده و سپس تمام جزئیات مدیران را به کار بگیرند تا بفهمند که کدام یک از مدیران غیر اجرایی مستقل نیست و سپس فرض کنند که چرا یکی از آن ها باید در کمیته باشد . بنابراین دلیل عدم انطباق فراهم نمی شود و در نتیجه نیازمند است تا خوانندگان در این زمینه بیشتر کار کنند.

مثال ۹ الف: عدم انطباق ذکر شده است ، اما هیچ دلیلی برای آن بیان نشده است
در طول سال ، شرکت با مقررات قانون حاکمیت شرکتی بریتانیا که در ادامه آمده است موافقت نکرد :
1. عضویت مستقل کمیته پاداش : یکی از اعضای کمیته مستقل نیست . به گزارش کمیته حق الزحمه صفحه
۴۹ مراجعه کنید.

به طور مشابه ، در مثال 9 الف (ii) ، خوانندگان مطلع می شوند که یک مدیر غیر اجرایی نمی تواند به دلیل " یک تعهد تجاری فشرده دیگر " در AGM شرکت کند . اگرچه برخی ممکن است این را توضیح قانع کننده ای ببینند، اما مسائلی را مطرح می کند . دلیل این کار دقیقا چه بود ؟ آیا این فرد می تواند زمان کافی برای مدیریت غیر اجرایی داشته باشد ؟ GSK می تواند اطلاعاتی برای پاسخ به این پرسش ها فراهم کند . پیش از این در گزارش سالانه خو GSK، درباره استقبال از این قانون و پیروی از یک ماده جدید " زودتر از موعد " (ص . ۸۲) اشاره دارد اما جمع این شفافیت داوطلبانه با توضیحی که توضیح کافی نیست، دشوار است.

مثال 9 الف(ii): عدم انطباق گفته شده است اما دلیلی بیان نشده است
در طول سال 2011، ما از شرایط قوانین به استثناء قانونی که لاری کالپ به دلیل تعهد تجاری تحت فشار
دیگر قادر به شرکت در AGM نیست، پیروی کردیم.

در مثال ۹ ب، عبارت "گروه از تمام مفادی پیروی کرد" با عبارت بعدی به استثنای "به ویژه در جایی که یک جنبه کلیدی از کد مطابق با آن نیست، تضاد دارد و مسئله منحرف کننده ای است. این توضیح به نظر می‌رسد که در نظر خواننده همان انطباق کامل را تداعی می‌کند.

مثال ۹ ب: استفاده از واژگان دو پهلو

حکومت در عمل

ما از قانون حاکمیت شرکتی بریتانیا که توسط شورای گزارش مالی در ژوئن ۲۰۱۰ منتشر شد حمایت می‌کنیم. ما در نظر می‌گیریم که گروه از تمام مفاد قانون در طول سال که در 31 دسامبر سال 2011 به پایان رسید، پیروی کرد به استثنای مقررات کد که حداقل نیمی از هیئت مدیره به استثنای رئیس، باید از مدیران غیر اجرایی مستقل باشد. دلایل این امر در بند زیر تحت عنوان "مدیران غیر اجرایی" به تفصیل توضیح داده می‌شود. نسخه‌های ی از این کد ها در www.frc.org موجد است.

مثال‌های بعدی مربوط به شفافیت "شکار انگشت" است. در مثال ۹ پ(ii) واژه "در ادامه" مانع بزرگی در متن است که خوانندگان باید از طریق آن به دنبال یک انگشتانه یا یک سوزن در گاه باشند. به جای کلمه "در ادامه"، مثال ۹ پ(ii) از عبارت نادقیق "ذخیره در حالی که خلاف آن ثابت شود" استفاده می‌کند. ماهیت پراکنده شفافیت، شناسایی همه تطابق‌ها و یافتن توضیحات غیر تطابقی را دشوار می‌سازد.

مثال ۹ پ(i): شفافیت شکار انگشتانه

حاکمیت شرکتی

این گروه متعهد به بالاترین استانداردهای حاکمیت شرکتی است. در طول سال 2003، هیئت مدیره ترتیبات حکمرانی خود را در پرتو قانون ترکیبی جدید در حاکمیت شرکتی (کد) و دستورالعمل کمیته‌های حسابرسی

(گزارش اسمیت) و تغییرات ضروری را در زمان مناسب مورد بررسی قرار داد . اگر چه این شرکت به طور کامل با تمام مفاد قانون در سال ۲۰۰۴ تطابق نداشت، اما نظارت بیشتر بر تغییرات در طول سال توسط هیات‌مدیره در سال تصویب شد که در کل سال 2005 و سال های بعد از آن تضمین خواهد شد . تغییرات در سال 2004 و جزییات تطابق در طول سال به همراه یک گزارش درباره چگونگی اعمال اصول کد در زیر توضیح داده شده است.

مثال ۹(ii): شفافیت شکار انگشتهانه

سهامداران بر روی هیئت‌مدیره برای اداره تجاری خوب حساب باز می‌کنند . روشی که " هانسون " از اصول شناسایی در قوانین ترکیب در مورد حاکمیت شرکتی که از سوی کمیته گزارش مالی در جولای سال 2003) تحت عنوان "کد" استفاده می‌کند در گزارش های مدیران و در گزارش پاداش توصیف شده است. هانسون کاملآز این قوانین در طول سال تحت بررسی پیروی کرد باید خاطر نشان کرد به استثنای مواردی که خلاف آن ثابت شود.

				جدول 3 دامنه عدم تطابق
			100 شرکت FTSE	
	12/2011		05/2004	پنل الف : واحد تحلیل : شرکت ها

شماره. اقلام غیر تطابقی	شماره	%	شماره	%
1	21	%33	25	%58
2	16	%25	10	%23
3	15	%24	2	%5
4	6	%10	4	%9
5	0	%0	2	%5
6 و بیشتر	5	%8	0	%0
کل تعدا شرکت های غیر تطابقی	63	%100	43	%100
کل تعداد اقلام غیر تطابقی	168		77	
میانگین	2.62 نقض		1.79 نقض	
پنل ب. واحد تحلیل: توضیحات				
کل توضیحات غیر تطابقی	146	%100	71	%100

	1.65 توضیح		2.32 توضیح	میانگین برای هر شرکت غیر تطابقی
--	------------	--	------------	---------------------------------

یک نوع از "شکار انگشتانه" شفافیت "صعودی/نزولی" است. این جایی است که بیانیه انطباق در وسط گزارش حاکمیت شرکتی با توضیحات برای برخی از نقض قوانین که در بالا و برخی از موارد که در ادامه می‌آیند، ظاهر می‌شود. تاثیر کلی برای خوانندگان گیج‌کننده است. مثلا، مثال 9 پ (iii) در نگاه اول، بیانیه انطباق در پایان گزارش حاکمیت شرکتی ظاهر می‌شود و به دو آیتم عدم انطباق اشاره می‌کند. با این حال، عبارت "مگر اینکه در بالا بیان شود" نشان می‌دهد که نمونه‌های دیگری از عدم انطباق در بیانیه انطباق وجود دارد. مثال 9 پ (iii) عناصر "شکار انگشتانه" را دارد، اما بهتر از آن دسته از اظهاراتی است که در آن خوانندگان هیچ راهنمایی در مورد اینکه کجا دنبال توضیحات بگردند، ندارند. در این مورد دستکاری بلاغی، دو آیتم بعد از عبارت "استثنای بیشتر" ارایه می‌شوند (که عبارت "به اختصار" در آن‌ها نیامده است). با این حال، خوانندگان به این آیت‌ها "که در بالا اشاره شده است" هدایت نمی‌شوند و به طور موثر پنهان می‌مانند. این رویکرد برای شفافیت به خوانندگان کمک نمی‌کند.

مثال 9 پ (iii): شفافیت صعودی/نزولی

تطابق با قوانین کدها

مگر در بالا به آن اشاره نشده باشد، شرکت در طول سال مالی تحت نظارت با پیروی از استثنائاتی که در ادامه می‌آید، تطابق دارد.

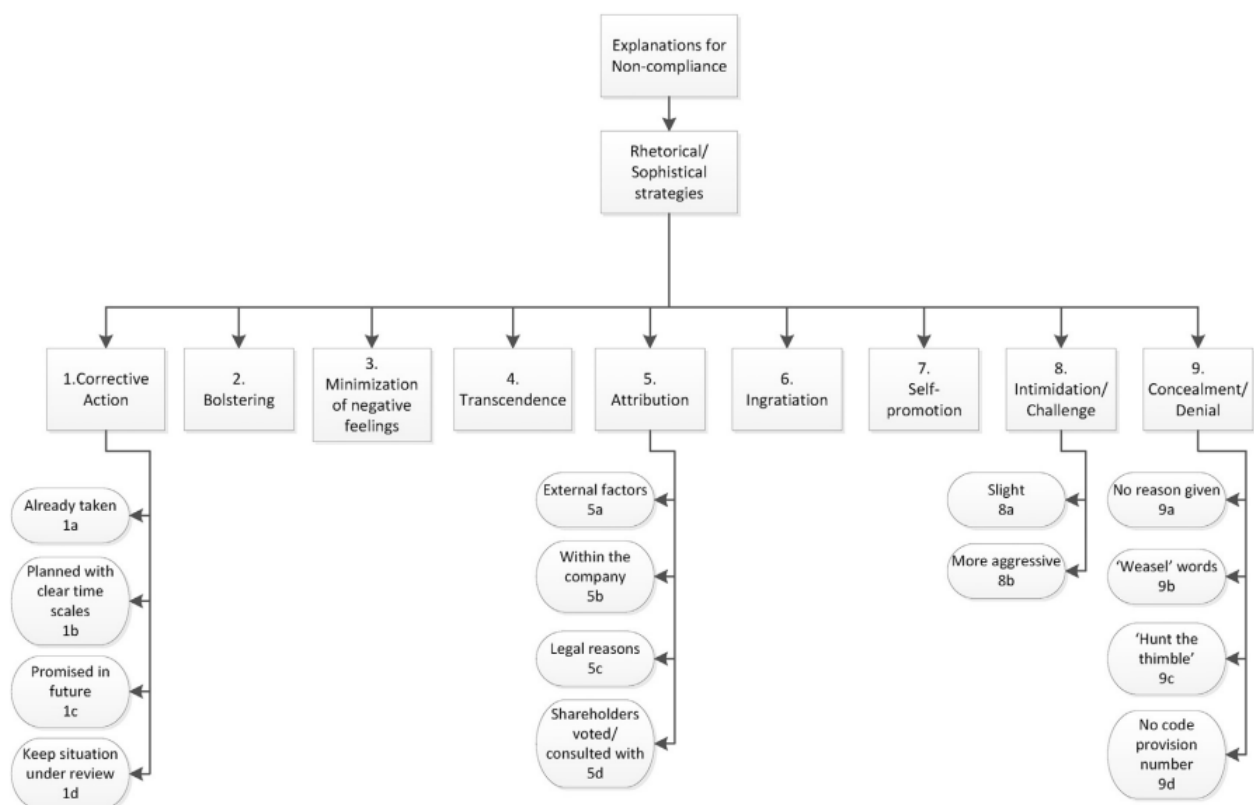
در نهایت ، یکی از متداول ترین حوزه های غیر افشا کننده مربوط به موقعیتی است که در آن شماره قانون تنظیم کد اشاره نشده باشد (مثال A.3.2). شریوز و برنان (2015) این موضوع را به عنوان جنبه ای از کیفیت شفافیت در نظر می گیرند . دلایل مختلفی وجود دارد که چرا شرکت ها می توانند شماره های تنظیم کد را حذف کنند (به دلیل اینکه شماره های تنظیم کد تغییر می کنند، یا مدیران مطمئن نیستند که کدام کد، کد صحیح است و یا دو مفاد کد جنبه های مشابه را پوشش می دهد) اما یک استراتژی بلاغی موثر است . شناسایی شماره تنظیم کد همواره توجه به عدم انطباق را به ویژه زمانی جلب می کند که شماری از عدم تطابقات وجود دارد . چشم ها تمایل دارند تا به شناسه های بخش مانند C.3،2 و A.3،1 توجه کنند. بنابراین، نداشتن اطلاعات تنظیم کد ناطابقات را از دید همه پنهان نگه می دارد. خوانندگان ممکن است ندانند چند مورد از اقلام کد ها به ان ها ، در واقع ، ارجاع داده می شوند . به عنوان مدرکی برای این ادعا، طراحان وب به نویسندگان توصیه می کنند که (برای مثال) ۲۳ را به جای حروف به عدد بنویسند تا بیشتر توجه را به خود جلب کند. نلسون، 2007). مثال 9 ت توضیحی برای نبود مفاد کد است.

مثال ۹ ت: هیچ مفاد کد ارائه نشده است

هیات مدیره در نظر دارد که از اصول و مقررات حاکمیت شرکتی بریتانیا که در طول سال به استثنای انتصاب یک مدیر ارشد مستقل برای کل سال تحت بررسی ، پیروی کند . همانطور که ممکن است آگاه باشید ، عضویت هیات مدیره به طور قابل توجهی تغییر کرده و تا زمانی که هیات مدیره با هم کار کنند ، تصمیم بر انتصاب یک مدیر ارشد مستقل احساس نمی شود.

3.2. گونه شناسی

بحث و مثال‌های ما به شکل یک گونه‌شناسی از استراتژی‌های بلاغی برای توجیه / متقاعد کردن مخاطبان از توضیحات شرکت برای عدم انطباق با کد حاکمیت شرکتی بریتانیا (شکل ۱) ارائه شده است. گونه‌شناسی به خوانندگان کمک می‌کند تا رویکردهای مختلفی را که شرکت‌ها برای متقاعد کردن خوانندگان در مورد حقانیت توضیحات خود بیان می‌دارند، درک کنند . وقتی که خوانندگان به عناصر بلاغی متن توجه می‌کنند، به تحقیق و بررسی بیشتری در مورد اعتبار (یا غیره) می‌پردازند . توضیحات باید طوری باشد که خوانندگان متقاعد شوند که سیستم حکمرانی این شرکت معادل با این پیشنهاد است . ما گونه‌شناسی را به عنوان یک چارچوب تحلیلی در تحلیل توضیحات غیر انطباقی بکار می‌بریم . گونه‌شناسی در بخش ۴ در ارتباط با کدگذاری داده‌ها مورد بحث قرار می‌گیرد.



شکل 1 - تایپوگرافی راهبردهای لفظی / پیچیده در توضیحات عدم انطباق اداری شرکتی (شکل 1 و 2 از Beattie،

Mclnnes و Fearnley 2004).

۴. مسایل تحقیق ، نمونه و روش

ما گونه شناسی را به منظور رسیدگی به سه سوال تحقیق اعمال می‌کنیم : (سوال اول) استراتژی‌های بدیعی شرکت‌ها در توضیح استفاده می‌کنند ؟ (سوال دوم) استفاده از استراتژی‌های بلاغی در توضیحات در مقایسه با دو دوره زمانی چگونه است ؟ و (سوال سوم) تا چه حد استراتژی‌های بلاغی استفاده می‌شوند ؟

نمونه شامل دو گروه از 100 شرکت FTSE است . اولین گروه متشکل از 100 شرکت FTSE است که گزارش‌ها سالانه مربوط به اولین بار انطباق خود را با قانون ۲۰۰۳ نشان می‌دهد (معمولا از سال ۲۰۰۴ یا ۲۰۰۵) (FRC, 2003) . سال بعد از قانون ۲۰۰۳ (که حاوی بیش‌ترین میزان تغییرات در کدها است) انتخاب شد . اگر چه کد از طریق دیگر تناسخات از بین رفته‌است ، تغییرات ۲۰۰۳ بیش‌ترین اهمیت را داشتند. بنابراین احساس می‌شد که انواع توضیحات را برای استفاده از گونه‌شناسی فراهم می‌کند . گروه دوم مربوط به ۱۰۰ شرکت FTSE است که گزارش سالانه آن‌ها در سال ، 2011 2012 منتشر شد و مربوط به نسخه 2010 از قوانین بود (FCR ، 2010) که به دنبال بحران های مالی سال 2008 ظاهر شد و تغییرات بیشتری را ایجاد کرد.

جایی که شرکت‌ها در انطباق با کد شکست خوردند، توضیحات برای عدم انطباق از گزارش‌های سالانه خود را حذف می‌کنند . گزارش‌های سالانه از وب سایت‌های شرکت (ترجیح داده شد) گرفته می‌شود که وب سایت‌های ثالث یا به عنوان آخرین راه‌حل نسخه‌هایی از شرکت ، کتابخانه‌ها یا منابع دیگر بدست می‌آید . تمام شرکت‌هایی که ادعا داشتند با کد مطابقت داشتند از نمونه حذف شدند . ما اعتماد به سرمایه‌گذاری (مثل تحقیقات مکنیل، ۲۰۰۶) را به دلیل ماهیت تخصصی آن‌ها و اجازه پیروی از کدهای جایگزین مانند انجمن شرکت‌های سرمایه‌گذاری (انجمن شرکت‌های سرمایه‌گذاری ، ۲۰۱۶) حذف کردیم .

			توضیحاتی برای عدم تطابق					
			استراتژی های بلاغی/ سفسطه گری					
1. اقدام اصلاحی	2. قدرت	3 به حداق رساندن احساسات بد	4. تعالی	5. نسبت	6. جلب توجه	7. خود ارتقایی	8. ترس/ چالش	9. مخفیکاری/ انکار
اتخاذ شده است 1 الف				عامل های خارجی 5 الف			جزئی 8الف	هیچ دلیلی داده نشده اس 9 الف
در زمان بندی مشخص برنامه ریز شده است 1ب				در درون شرکت 5ب			خشن تر 8ب	واژگان دو پهلو 9ب
در آینده قول داده				دلایل قانونی 5پ				شکار انگشتانه 9پ

شده است 1 پ				
وضعیت را تحت نظارت قراردادن 1ت		رای سهامدران و مشاوره 5ت		هیچ شماره مفاد کدی داده نشده است 9ت

نمونه نهایی (۲۰۰۴ / ۰۵ با ۲۰۱۱ / ۱۲ در براکت) متشکل از ۶۳ شرکت غیر سازگار (۴۳) است که نقض کد ۱۶۸ (۷۷) را پوشش می‌دهند . میانگین تعداد نقض کد در هر شرکت غیر سازگار ۲,۶۷ (۱,۷۹) بود . توضیحات با جستجو (به صورت الکترونیکی) برای کلمات " انطباق " ، " کد " یا " حاکمیت شرکتی " در گزارش‌های سالانه تا زمانی که بخش مربوطه یافت شود، مشخص شده است و سپس تکرار می‌شود تا زمانی که محقق مطمئن شد که همه اقلام مرتبط کنار هم قرار گرفته‌اند. گاهی اوقات ، توضیحات در مکان‌های مختلف برای نقض این جستجوهای مکرر در نظر گرفته می‌شوند . در مجموع ۲۱۷ (۱۴۶ در ۲۰۰۴ / ۰۵ و ۷۱ در ۲۰۱۱ / ۱۲) توضیح داده شد (جدول ۳ را ببینید).

این تحقیق بر روی کلمات در بیانیه‌های عدم انطباق متمرکز است. تحلیل محتوای " مفهوم محوری " (اسمیت و تافلر، 2000) در جایی کاربرد دارد که کلمات و معانی به وسیله ارجاع به متن مشترک (یعنی متن اطراف) تجزیه و تحلیل می‌شوند . تحلیل محتوای معنا محور یک رویکرد پذیرفته‌شده در ادبیات برای تحلیل بلاغی در گزارش‌های شرکتی است (بورال، ۲۰۱۳ ؛ بوجاکی، ۲۰۱۲ ؛ کاملا و رامال، ۲۰۱۳). در تحلیل بلاغی، متن اطراف باید به دقت خوانده و تفسیر شود. زمانی که توضیحات از گزارش‌ها سالانه استخراج شد، یک فرآیند دقیق کدگذاری، کدگذاری مجدد و

سپس کدگذاری دوم انجام می شود. مقوله‌های کدگذاری مبتنی بر نه استراتژی بلاغی در گونه‌شناسی ما هستند (شکل ۱ را ببینید). یک صفحه کدگذاری ایجاد می شود . کد گذاری با استفاده

توضیح 1
کد گذاری استراتژی بلاغی متفاوت در یک توضیح
برگرفته از گزارش سالانه گروه ایرلاین بین المللی
کلید واژگان موثر در تصمیمی گیری ها زیر ان ها خط کشیده شده است
5. انتصاب مدیر ارشد مستقل:
هیئت ان را به عنوان بهترین منفعت برای نسبت دادن عملکرد ها مدیر ارشد مستقل در دنبال کردن قوانینی حاکمیت شرکتی برای رئیس هیئت می داند
از طریق گزارش سالیانه ، سر مارتین برانگتون همه مسئولیت ها و وظایف مدیر ارشد مستقل را دارد . او همه اعتبارات یک مدیر ارشد مستقل به استثناء نام او را دارد. در 28 فوریه سال 2012 ، شرکت به طور رسمی سرمارتین براتون را برای اسن سمت انتخاب کرد. سر مارتین برای دیدار با سهامداران در طول دوره گزارش حاضر است اما چنین جلساتی اتفاق نمی افتد .
نکته کلیدی: استراتژی بلاغی 4 تعالی
استراتژی بلاغی 3 به حدائق رساندن احساس بد
استراتژی بلاغی 1 الف اقدام اصلاحی اتخاذ شده است
استراتژی بلغی 3 به حدائق رساندن احساسات منفی

از کلمات کلیدی برای راهنمایی در مورد کدگذاری ها در صویر ۱ نشان داده شده است . کد گذاری یک فرآیند تکراری است که شامل رویکرد "به سمت و به سوی" است . این فرآیند شامل یک رمز گذار اولیه (اولین نویسنده) و دو کد گذار دوم است . اولین رمز گذار با استفاده از سیستم کدگذاری انجام می شود که یک ماه بعد با استفاده از یک مطالعه آزمایشی ۲۰ شرکت دوباره ثبت می شود و سپس با استفاده از کدگذاری های دوم مورد بحث قرار می گیرد . این روش کدگذاری مجدد محققان را قادر ساخت تا دقیقاً ببینند که چگونه متن کد گذاری شده و اگر لازم باشد ، اصلاحات مناسب را برای فرآیند کدگذاری انجام دهند .

دو کد گذار دوم در کدگذاری تجربه می شوند و هدف آن ها آزمایش ایستادگی/دقت کدگذاری ها با استفاده از اولین کدگذاری است. آن ها هر کدام نمونه های جداگانه (۲۰ آیتم) را کد گذاری کردند . اولین رمزگذاری با هر دو کد گذاری به طور جداگانه انجام می شود تا درباره کدگذاری شود (این مرحله آموزشی است) و دامنه کدهای ممکن را نشان می دهد. بحث و گفتگو صورت می گیرد و زمانی توافقی حاصل شد، نمونه ای از کد گذاری اجرا می شود . پس از محاسبه توافق " آزمون " ، موارد مورد مناقشه بازبینی می شوند و مورد بحث قرار می گیرند . در جایی که تفاوتها بزرگ باشند توافق می شود که یک اصلاحیه برای کدگذاری مورد نیاز باشد ، اولین رمز گذار (که همه داده ها را کد گذاری می کند) دوباره به آیتم های بازدید مجدد برگشت داده می شود . اگر شکی وجود داشته باشد ، قوانین کدگذاری به منظور روشن کردن موضوع مطرح می شوند . اگر رمز گذار در مورد اینکه آیا یک آیتم باید کد گذاری شود یا نه مطرح شود، یک قانون ایجاد شد : " اگر تردید دارید کدگذاری نکنید " . زمانی که محاسبه توافق انجام شد شما این امکان را دارید تا شانس توافق را یک عامل مهم در نظر بگیرید (استملر، 2001). جایی که کدگذار ها مطابق نیستند ، بحث همیشه صورت می گیرد و در جایی که مناسب باشد، اصلاحات برای سیستم کد گذاری انجام می شود . اگر اولین رمز گذار نادرست در نظر گرفته شود، اصلاحات انجام می شود و موارد مشابه دوباره کدگذاری می شوند . این امر این اطمینان را می دهد که استانداردهای دقیق تحلیل محتوا دنبال شده اند . در هر مورد حداقل ۲۰ آیتم دوم کد

گذاری شده وجود دارد . با استفاده از کاپای کوهن (که برای توافق اتفاقی تنظیم شده است) ، درصد توافق ۷۲٪ برای نمونه ۰۵ / ۰۵ و ۸۳٪ برای نمونه ۱۲ / ۲۰۱۱ به دست آمد . این نتیجه مطابق با قدرت " قابل توجه " (در بیش از ۷۰ درصد) و " تقریباً کامل " (در بیش از ۸۰ درصد) است (استملر، 2001).

۵. نتایج و بحث

جدول ۳ تعداد شرکت‌هایی را نشان می‌دهد که در انطباق با ضوابط ناموفق بوده‌اند . با استفاده از آزمون چي اسکور، تفاوت قابل توجهی در سطح ۱٪ بین انطباق بر دو دوره زمانی ($p=0.003$). با افزایش قابل توجه در انطباق در سال 2011 / ۱۲ وجود دارد . نواحی کلید (۵ تا اول) که دارای عدم انطباق هستند در جدول ۴ خلاصه شده‌اند . این حوزه‌های عدم مطابقت از یک دوره به بعد (۲۰۰۴ / ۵ در مقابل ۲۰۱۱ / ۱۲) سازگار هستند و تفاوت معناداری بین آن‌ها وجود ندارد ($p=0.551$).

در حالی که این سیستم به عنوان " مطابق " توصیف می‌شود ، اعداد مطابق با کد در طول زمان افزایش یافته‌اند . به طور مشابه ، در میان آن‌هایی که پیروی نمی‌کنند (تمرکز این مطالعه) ، شرکت‌ها اکنون به موارد کم‌تر و میانگین تعداد شرکت‌های غیر انطباقی از ۲,۶۷ به ۱,۷۹ کاهش یافته است . جدول ۳ تفاوت معناداری ($p<0.05$) در فرکانس عدم انطباق (تحقیقات دیگر از سوی شرویز در سال 2015 نشان می‌دهد که الگوی یکسانی برای ۲۵۰ شرکت و همچنین مجموع ۳۵۰ FTSE وجود دارد) نشان می‌دهد. به عنوان مثال ، بیشتر شرکت‌های سال 2011 / ۱۲ دیگر تنها یک عدم مطابقت در سال 2011 / ۱۲ در مقایسه با سال 2004 / ۵ (۵۸٪ در مقابل ۳۳٪) از خود نشان می‌دهند و هیچ شرکت‌های دارای سه یا موارد بیشتری از عدم تطابق نبود (۱۸٪ در مقابل ۴۲٪) . بنابراین به نظر می‌رسد که پاسخ کلیدی شرکت به تاریخ مربوط به " انطباق " است . همانطور که در جدول ۴ نشان داده شد ، حوزه‌های کلیدی عدم انطباق نشان‌دهنده نسبت هیئت مدیره متشکل از مدیران مستقل غیراجرایی است که به دنبال ترکیب کمیته‌های مختلف هیئت مدیره نامنطبق با کدها هستند. تقسیم رایج‌ترین حوزه‌های غیر تطابقی بین دو دوره

چندان معنادار نیست (با استفاده از آزمون چي اسكور $p=0.551$ است). علی‌رغم این حرکت به سمت تطابق ، جای تعجب دارد که چند شرکت بزرگ با آنچه که ادعا می کنند یعنی اصول اساسی حاکمیت شرکتی مطابقت ندارند.

استراتژی های لفاظی مورد استفاده در توضیحات (سوال 1 و 2)

راهبردهای بلاغی برای هر دو دوره در جدول ۵ خلاصه شده است . محبوبیت نسبی استراتژی های بلاغی در هر دو دوره حسابداری مشابه است (رده پنج تایی اول مشابه است) . رایج‌ترین استراتژی های بلاغی مورد استفاده شامل به حداقل رساندن احساسات منفی (استراتژی بلاغی ۳) ، استفاده از " کلمات دوپهلوی " (استراتژی بلاغی 9ب) و تعالی (پایان توجیه کننده وسیله است) (استراتژی بلاغی 4) است . با توجه به فرکانس عدم انطباق ، استراتژی های بلاغی در دوره ی 2011 / ۱۲ رایج‌تر هستند : 05/۲۰۰۴ تعداد استراتژی های بلاغی 265 برای 165 مورد عدم تطابق (نسبت: 1.58) بوده است در سال 12/2011 197 استراتژی برای 77 مورد عدم تطابق (نسبت: 2.56) (رجوع شود به جدول 3، 4 و 5). جدول ۵ تعدادی از استراتژی های بلاغی را در هر عدم تطابق (در جدول با عنوان " نقض " آمده است) و تغییر نسبی در این رقم در دو دوره زمانی مقایسه می کند . و درصد سهم هر استراتژی بلاغی را نشان می دهد . گرایشات نشان می دهند که مدیران بیشتر از این استراتژی های بلاغی در توضیحات عدم انطباق استفاده می کنند . استفاده نسبی از استراتژی بلاغی ۳ (به حداقل رساندن احساسات منفی) تا ۱۰۰ درصد افزایش یافته و در سال 2011 / ۱۲ این استراتژی بلاغی تقریباً میزان یک چهارم را از مجموع استراتژی‌های بلاغی (از ۱۹٪) نشان می دهد. اگر نواحی غیر مطابقت در آن زمان بی‌اهمیت بودند، این تفاوت ممکن است قابل درک باشد اما همانطور که جدول ۴ نشان می دهد ، متداول‌ترین عدم تطابق مربوط به تعداد مدیران غیراجرایی مستقل و قانون اساسی کمیته‌های هیئت مدیره است که همگی برای حکمرانی خوب ضروری هستند . با یک روش مشابه ، استفاده از " کلمات دوپهلوی " (استراتژی بلاغی 9ب) ۱۰۷٪ افزایش می یابد و اکنون یک پنجم از همه استراتژی‌ها را نشان می دهد (بالای ۱۶٪) در حالی که استراتژی تعالی با ۹۶٪ و اکنون ۱۷٪ از تمام استراتژی‌های بلاغی را نشان

می‌دهد. قابل درک است که تعالی افزایش یافته است زیرا شرکت‌ها می‌دانند جایگزین کردن مدیران غیر اجرایی کار دشواری است شوند (وایت ه، 2013) و ممکن است تمایلی به خاتمه دادن به قراردادهای مدیران با تجربه غیراجرایی که عملکرد کسب‌وکار را درک می‌کنند دشوار کند. با این وجود، این شرکت‌ها می‌توانند طبقه‌بندی افرادی را که " خاکستری " (غیر مستقل) هستند، در نظر بگیرند. افزایش استفاده از " کلمات دو پهلو" قابل درک است زیرا شرکت‌های بیشتری، تمایل دارند تا همان طور که ادعا می‌کنند، به نظر برسند. واضح است که کاربران باید از این نوع استراتژی بلاغی هوشیار باشند. افزایش استفاده از این ابزار بلاغی نشان می‌دهد که شرکت‌ها تحت فشارهای سازمانی هستند تا توضیح دهند که چرا آن‌ها با کد مطابقت ندارند. انطباق به عنوان موقعیت پیش فرض (ناعادلانه) دیده می‌شود، زیرا در برابر فلسفه اساسی سیستم " انطباق " یا " توضیح " است، اما خوانندگان باید در مورد اعتبار این توضیحات محتاط باشند. توضیحات اولیه ممکن است در نظر اول قانونی باشند اما ممکن است بعد از بررسی دقیق نباشند.

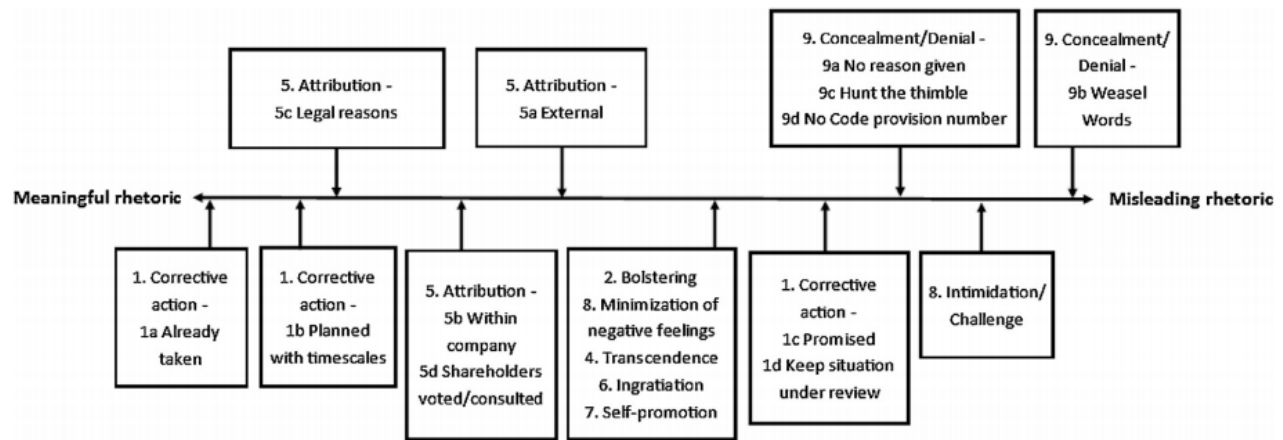
در حال حاضر، توضیح بدون دلیل (استراتژی بلاغی 9 الف) اکنون ۷٪ از تمام استراتژی‌های بلاغی را نشان می‌دهد (از ۶٪) و تا ۷۸٪ افزایش یافته است. این یافته در پرتو تاکید بر گزارش دهی FRC، تعجب‌آور است. شرکت‌هایی که توضیح روشنی را ارایه نمی‌کنند سیستم انعطاف‌پذیری خود را که به موجب آن عدم انطباق با یک توضیح خوب معادل با انطباق تلقی می‌شود، به خطر می‌اندازند. احتمالاً انتظار می‌رود که اقدام اصلاحی به عنوان یک استراتژی بلاغی به میزان ۳۵ درصد کاهش یافته باشد، زیرا مطابقت افزایش یافته و شرکت‌ها قصد دارند تا زمان بیشتری را برای تطابق صرف کنند.

بهبود در توضیحات همراه با مراجع مقررات کد (به عنوان مثال، A.3.2) (سال 2004/05: 60٪ از توضیحات بدون تنظیم کد را دربر دارد؛ ۲۰۱۱ / ۱۲ : ۳۸٪) ممکن است به خاطر مداخلات اخیر FRC باشد. با این حال، هنوز هم نگرانی وجود دارد که تقریباً ۴۰٪ از شرکت‌ها مقررات کد را در توضیحات خود ارائه نمی‌دهند. شرکت‌ها ممکن

است بخش مقررات کد را فاش نکنند زیرا در مورد تغییرات در کد اشتباهاتی کرده اند و کد خاص اعمال کرده باشند و یا به دلیل اینکه قرار دادن کدها در متن می‌تواند جلب نظر کند . در حالی که این امر قابل درک است، در زمان توضیح عدم انطباق ، منجر به عدم شفافیت می‌شود.

مقایسه در طول دو دوره زمانی مربوط به اعداد نسبتاً کوچک است و درصدها می‌توانند گمراه‌کننده باشند . برای مثال ، اسناد دلایل قانونی (استراتژی بلاغی 5 پ) به طور قابل توجهی افزایش یافته ، اما اعداد کوچک هستند . این امر اغلب مربوط به الزام در قانون ۲۰۱۰ (FCR, 2010) است که به موجب آن مدیران ملزم به ایستادگی در برابر باز انتصابی سالانه بودند که در موارد خاص ، بر خلاف قراردادهای قبلی باشد . تقویت (استراتژی بلاغی ۲) و خود ارتقایی (استراتژی لفظی ۷) ، که استراتژی‌های بلاغی بسیار مشابهی هستند ، به ندرت در سال‌های 2004 / ۰۵ (فقط چهار مورد در کل) مورد استفاده قرار می‌گیرند . به نظر می‌رسد شرکت‌ها بیشتر از قبل ابعاد خوب خود را ارائه می‌کنند . این استراتژی‌های بلاغی خاص هنگامی که با استراتژی‌های بلاغی دیگر مانند تعالی (استراتژی بدیعی) به کار گرفته می‌شوند ، موثرتر هستند و در بخش بعدی مورد بحث قرار می‌گیرند.

به منظور نتیجه‌گیری برخی از نتایج تجزیه و تحلیل ، در شکل ۲ استراتژی‌های بلاغی خود را در یک پیوستار از نوع بلاغی معنادار به بلاغی گمراه‌کننده ارایه می‌کنیم . ما جایگاه خود را براساس استراتژی‌های بلاغی در مورد اینکه آیا آن‌ها (i) حقیقی و متقاعد کننده هستند یا خیر ، (ii) مبهم و مرتبط با مدیریت تاثیر و یا (۳) مرتبط با ارائه نادرست عدم تطابق و خوانندگان گیج است، بررسی می‌کنیم. ما تصدیق می‌کنیم که جایگاه ما در استراتژی‌های بلاغی بر روی زنجیره ذهنی است . موقعیت یابی بر روی زنجیره بستگی به شرایط و محتوا دارد . شناسایی استراتژی‌های بلاغی به خوانندگان هشدار می‌دهد که در حالت آماده‌باش باشند اما به خودی خود نمی‌تواند به خوانندگان بگوید که در موقعیت حاکمیت شرکت چه چیز درست و چه چیز غلط است.



شکل 2: طبقه بندی استراتژی های لفظی / متافیزیک از مفهومی تا گمراه کردن.

جدول 4					
نقض ها برای ارجاع به قوانینی حاکمیت شرکتی. رایج ترین نقض ها از سوی 100 شرکت FTSE (نقض پنج تای اول از سال 2011/12)					
نقض ها 02/2011			نقض ها 05/2004		
رد	%	شماره	رد	%	شماره
1	18	14	2	14	23
			جزئیات کد ها		
			مفاد کد ها 2010/2003 در جایی که متفاوت است)		
			A.3.2./B.1.2		
			حداقل 50٪ از هیئت مدیران مستقل غیر اجرایی هستند		

2	16	12	3	13	22	تصویب کمیته پاداش	B.2.1. /D.2.1/C.3.1
3	13	10	1	18	30		C.3.1
4	7	5	بیرون از پنج تای اول	4	6	تصویب کمیته حسابداری	A.3.3./A.4.1.
4	7	5	بیرون از پنج تای اول	2	4	انتخاب گزینه ها برای کرسی ها	A.2.2/A.3.1.
بیرون از پنج تای اول	5	4	4	8	14	اصول دوتایی	A.4.1./B.2.1
بیرون از پنج تای اول	4	3	5	5	9		A.2.1
	30	24		36	60		نقض های دیگر
	100	77		100	168		کل نقض از کد ها

۵,۲. استراتژی‌های بلاغی استفاده‌شده در ترکیب (سوال 3)

این مطالعه نشان می‌دهد که شرکت‌ها از استراتژی‌های بلاغی استفاده قابل توجهی می‌کنند. از دیدگاه پریپرر، این استراتژی‌های بلاغی می‌توانند زمانی که با هم استفاده شوند، قدرتمند باشند. این بدان معناست که خوانندگان باید در زمانی که این استراتژی‌ها با یکدیگر استفاده می‌شوند، محتاط باشند. وار و لینکال (1973) و بنوئیت (۱۹۹۵)

درباره استراتژی‌هایی بحث می‌کنند که می‌توانند در ترکیب استفاده شوند. "تا زمانی که استراتژی‌های چندگانه متناقض ظاهر نشوند - استفاده از استراتژی‌های بازبایی تصویر چندگانه احتمالاً یک انتخاب عاقلانه است" (به نوا، ۱۹۹۵، ص. 157). به عنوان مثال، استراتژی بلاغی ۳ (به حداقل رساندن احساسات منفی) و استراتژی بلاغی ۱ (اقدام اصلاحی) به خوبی با هم کار می‌کند به طوری که پیام کلی نشان می‌دهد که آسیب کمی وجود دارد و اکنون وضعیت ثابت است (استراتژی‌های بلاغی الف) یا در آینده ثابت خواهد بود. در مثال ۱۰، ترکیب این دو استراتژی بلاغی، موثر است زیرا خوانندگان قادر به ترسیم آنچه که اتفاق افتاده است، هستند. توجه داشته باشید که آن ثابت است (استراتژی بلاغی الف) و مشاهده کنید که در این بین، هیچ آسیبی وجود نداشته است.

مثال ۱۰: اقدام اصلاحی کامل شده (الف) و به حداقل رساندن احساسات منفی (۳)

در طول سال مالی که در ۳۱ دسامبر ۲۰۱۱ به پایان رسید، GKN با مقررات مربوطه تنظیم‌شده در کد با وجود استثنای B. ۱,۲ که نیاز به رای حداقل نیمی از هیئت مدیره به استثنای رئیس دارد، باید متشکل از مدیران مستقل غیر اجرایی باشد. همانطور که در گزارش سالانه سال 2010 گفته شد، یک فرآیند استخدام در اواخر ۲۰۱۰ برای شناسایی یک مدیر غیر اجرایی پس از بازنشستگی هملت ماش در ۳۱ اکتبر ۲۰۱۰ آغاز شد. از این تاریخ تا زمان انتصاب طوفان ارگیلبلیجیک در ۹ می ۲۰۱۱، هیات مدیره شامل پنج مدیر اجرایی و چهار مدیر غیر اجرایی (بجز رئیس) بود. از این تاریخ به بعد، شرکت در انطباق با B. ۱,۲ یوده است و در حال حاضر متشکل از چهار مدیر اجرایی و پنج مدیر مستقل غیر اجرایی (به استثنای رئیس) است. این هیات خوشحال است که قضاوت مستقل مدیران غیر اجرایی در طول دوره عدم انطباق تاثیر منفی نداشته باشد.

جالب است که بدانیم استفاده از این استراتژی‌های بلاغی چگونه می‌تواند قدرت بلاغت را تقویت کند. یک دیدگاه ممکن است سوال کند که چرا دوره عدم تطابق اصلاً اتفاق افتاده است. آخرین جمله در مثال ۱۰ نشان می‌دهد که

شرکت دوره ی عدم انطباق را مد نظر قرار داده و معتقد است استقلالش تایید شده است . به طور خاص ، مدیران اجرایی غیر اجرایی بیشتری پس از انجام اقدامها اصلاحی وجود دارند. بنابراین این به معنای آن است که اکنون یک عنصر " ذخیره " برای آینده نهایی وجود دارد.

در مقابل ، استراتژی بلاغی ۴ (تعالی) و استراتژی بلاغی ۱ (اقدام اصلاحی) به نظر متناقض به نظر می رسد زیرا کسی بر نقض قانون به یک دلیل خوب تاکید می کند و دیگری در مورد تثبیت نقض است . با این حال، تحت شرایط خاص ، اگر نقض یک دوره محدود شود، این دو می توانند سازگار باشند . در مثال ۱۱ (i) خوانندگان احتمالا تحت تاثیر اعتبارات اولگا پوروواوسکیا قرار می گیرند اما همچنین این موضوع که موضوع مربوط به قانون اکنون با انتصاب سر میخائیل پیت ثابت شده است . این توضیح بسیار بهتر از آن است که بگوئیم در حال حاضر مشکل اکنون حل شده است اما هیچ توضیحی در مورد راه حل ارایه نمی دهد . الزامات قانون نیازمند اعضای کمیته حسابرسی هستند تا مدیران اجرایی مستقل باشند . بنابراین مشخص نیست که چرا مثال ۱۱ (i) ادعا می کند که در زمانی که یکی از اعضای آن معیار استقلال ضوابط را برآورده نمی کند، انطباق با مقررات ارایه می شود . این می تواند تفسیر قانون باشد . شاید هیات مدیره آن را باور داشته باشد.

رخداد استراتژی های بلاغی در 100 شرکت FTSE (پنج تای اول از استراتژی های بلاغی رده بندی شده اند برای

سال 12/2011

2004/05 RQ 1)

2011/12 RQ 1)

(relates to No. per breach) (RQ 2)

استراتژی بلاغی	نقض (Note 1)	تعداد		% رده (to p 5)	رد (1) شماره		% رده (top 5)
3	به حداقل رساندن احساسات بد	51	(0.30 4)	19%	1	47 (0.61 0)	24% 1 +100%

9b	واژگان دوپهلوی	41	(0.24 4)	16%	3	39	(0.50 6)	20%	2	+107%	
4	تعالی	38	(0.22 6)	14%	4	34	(0.44 2)	17%	3	+96%	
1a	برای اقدام اصلاحی	50	(0.29	19%	1	15	(0.19	8%	4		35%
9a	هیچ توضیح واضحی داد نشده است	16	8) (0.09 5)	6%	5	13	5) (0.16 9)	7%	5	+78%	
5b	نسبت-داخلی	16	(0.09	6%		3	(0.03	2%			59%
5c	نسبت -قانونی	5	5) (0.03 0)	2%		6	9) (0.07 8)	3%		+160%	
1c	اقدام اصلاحی بدون در نظر گیر بازه زمانی در آینده اتخاذ می شود	15	(0.08 9)	6%		12	(0.15 6)	6%		+75%	
1b	ققدام اصلاحی در زمان مشخص اتخاذ می شود	13	(0.07 7)	5%		6	(0.07 8)	3%		+1%	
8a	ترس/چالش جزئی	5	(0.03 0)	2%		1	(0.01 3)	0%			^57%
5a	نسبت -برونی	2	(0.01	1%		0	3	0%			^100
5d	نسبت-سهامدار	2	2) (0.01 2)	1%			(0.03 9)	1%		^+225%	%
7	خود ارتقایی	1	(0.00 6)	0%		7	(0.09 1)	4%		^+1417%	
2	قدرت	3	(0.01 8)	1%		4	(0.05 2)	2%		^+189%	
6	جلب نظر	0		0%		4	(0.05 2)	2%		^]FID\$T_ 05[increase from zero	
8b	ترس/چالش خشن	1	(0.00 6)	0%		0		0%			^100 %

1d	نگه داشتن وضعیت تحت نظارت	6	(0.03 6)	2%		3	(0.03 9)	1%	+8%	
کل استراتژی های استثناء 9 پ و ث که جدا آمده (است)		265	(1.57 7)	100 %		197	(2.55 8)	100 %	+62%	
9c	شکار [FIDST_15] انگشخانه	6 cases (10 %)				5 cases (12 %)			+20%	
9d	[FIDST_25[Incompl ete: No Code provision reference provided]FIDST_ 35['	38 cases (60 %)				16 cases (38 %)				37%

اعضای مستقل به علاوه عضو عوض بدل (البته غیر مستقل) نیاز داشتند . جالب توجه است که در سال های زیر (تا گزارش سالانه ۲۰۱۵ ، شورای گزارش مالی ، ۲۰۱۵) توضیح متفاوت ارائه شده است که به نظر می رسد هیات مدیره ذهن خود را تغییر داده و به عدم تطابق اعتراف کرده است (به مثال ۱۱ (۲) رجوع شود که به سال 2013 اشاره دارد) . این مساله یکی از مشکلات تفسیر کد را نشان می دهد .

مثال ۱۱: تعالی (4) و اقدام اصلاحی که در حال حاضر اتخاذ شده است (الف)

برخلاف مفاد قانون C.3.1 حاکمیت شرکتی بریتانیا ، تنها دو عضو از سه عضو کمیته مستقل در طی سال 2011 مستقل بودند . اولگا پوکوراسکایا عضو کمیته حسابرسی است ، اما معیارهای استقلال در قانون حاکمیت شرکتی بریتانیا را برآورده نمی کند . از آنجایی که بیش از ۵۰ درصد فعالیت‌های EVRAZ و عملیات‌ها در فدراسیون روسیه ، به تجربه فنی و منطقه‌ای اولگا پوکوراسکایا بستگی دارد، به عنوان یک مدیر ارشد حسابرسی در آرتور اندرسون و به عنوان رئیس شرکت مالی در Sibneft ، از جانب کمیته فرد ارزشمندی به حساب می آید و تکرار تجربیات او کاری دشوار است. شرکت در نظر دارد که با توجه به دخالت او در این گروه طی چندین سال و تجربه او در این حوزه ، عضویت او در کمیته حسابرسی به نفع گروه تغییر دهد . علاوه بر این ، در ۲۸ فوریه ۲۰۱۲ ، سر مایکل پیت ، مدیر مستقل غیر اجرایی ، به کمیته حسابرسی منصوب شد و به همین دلیل شرکت از مفاد قانون حاکمیت شرکتی بریتانیا از آن تاریخ تبعیت کرد.

مثال ۱۱ (۲) : تناقض در توضیح

از ۳۱ دسامبر ۲۰۱۳ EVRAZ با تمام اصول و مقررات شرکت GovernanceF بریتانیا (نسخه 2012) با استثنای موارد زیر پیروی کرد:

الگا پوکوراسکایا برخلاف مقررات قانون حاکمیت شرکتی بریتانیا ، عضو کمیته حسابرسی است ، اما معیارهای استقلال تعیین شده در قانون حاکمیت شرکتی بریتانیا را برآورده نمی کند . بیش از ۵۰ درصد فعالیت‌های EVRAZ و عملیات در فدراسیون روسیه ، و تجربه فنی و فنی اولگا پوکوروسکایا، به عنوان یک مدیر ارشد حسابرسی پیشین در آرتور اندرسون و رئیس شرکت مالی در شرکت نفت روسیه Sibneft ، باعث شده این فرد ارزش ویژه‌ای برای کمیته داشته باشد و تکرار تجربه او بسیار دشوار خواهد بود ، به خصوص آن که EVRAZ به دنبال تقویت تنوع در میان اعضای هیئت خود است . شرکت در نظر دارد که با توجه به دخالت او

در این گروه در طی چندین سال و تجربه او در این حوزه ، عضویت او در کمیته حسابرسی را به نفع گروه تأیید کند . کمیته حسابرسی شامل سه مدیر غیراجرایی، همه مستقل، است که ما معتقدیم امکان هر گونه ریسک بالقوه را کاهش می دهد.

در نهایت ، در مثال ۱۲ ، تلاش برای متقاعد کردن سه مساله مطرح می شود : یک جنبه از حاکمیت شرکتی تصور نمی شود که با ارزش باشد (به حداقل رساندن احساسات منفی ، استراتژی بلاغی 3) ؛ دوم ، عهد متناقض در مورد این مساله ، و سوم ، ساخت جمله دوم شامل دو عبارت منفی ساز که توضیح را کاملاً بدفرم می کند.

ناپایداری و ساختار بد که نویسندگان را به " کلمات دو پهلو " رهنمون ساخت (استراتژی بلاغی 9 ب).. چرا وعده دادن یک چیز (استراتژی بلاغی 1 پ) که شرکت معتقد است یک مشکل نیست و از زمان و منابع با ارزش استفاده می کند ؟ با این حال ، نویسندگان کد باور دارند که به وضوح برای رئیس منطقی است که مدیران غیر اجرایی را بدون حضور مدیران اجرایی در نظر بگیرد (برای مثال اگر مدیر اجرایی مدیر عملی شود) و این یک مورد نسبتاً غیر مجادله ای از کد است که تقریباً همه شرکت ها از آن پیروی می کنند . این توضیح مسلماً کاملاً قانع کننده نیست . نتیجه گیری این بخش ، که در آن استراتژی های بلاغی با هم مورد استفاده قرار می گیرند ، باید تصدیق کند که حتی با وجود داشتن توضیح در جایی که در آن استراتژی ها با خوانندگان ناسازگار هستند و خواننده متوجه می شود که جملات چندان معنادار و یا حتی ممکن است بی معنا باشند ریال چینی استفاده ای قدرتمند است.

مثال ۱۲ : اقدام اصلاحی وعده داده شد (1پ)، حداقل سازی احساسات منفی (۳).

۱,۳A. هیچ جلسه رسمی توسط رئیس ، بدون حضور مدیران اجرایی صورت نمی گیرد. هیات مدیره تصمیم گرفت که در جلسه سپتامبر ۲۰۰۵ ، با این که انتظار نمی رفت ارزش قابل توجهی در این مورد داشته باشد ،

این امکان وجود نداشت که برخلاف منافع شرکت باشد و شرکت حداقل باید یک جلسه ای شبیه به این را در سال مالی آینده برگزار کند.

در حالی که سیستم " تطابق یا توضیح " به طور گسترده پشتیبانی می شود ، نگرانی ها همچنان بر کیفیت توضیحات تاکید دارد FCR (2012ب) مفهوم " توضیح معنی دار " را معرفی کرد که سه ویژگی از جمله " منطق قانع کننده " دارد (ص . ۶) . در مورد آنچه که یک منطق قانع کننده را تشکیل می دهد، عناصر یک " منطق قانع کننده " و چگونگی تدوین یک منطق قانع کننده " وجود ندارد . در این راستا ، ما شواهدی از استفاده از بلاغت در توضیحات غیر انطباقی را ارائه می دهیم. فراتر از حیطه روش شناسی ما برای ارزیابی اینکه آیا بلاغت برای خوانندگان قانع کننده است یا خیر قدم برداشتیم. بعضی توضیحات بیشتر به سفسطه کردن متمایل می شوند تا متقاعد کردن . از نه استراتژی بلاغت ، همه ممکن است به جای اقدام اصلاحی و احتمالا اسناد به عنوان سفسطه تفسیر شوند. پنهان کردن / انکار (استراتژی بلاغی ۹) یک مثال قانع کننده از پنهان کاری است که چیزی را به گونه ای پنهان می کند که آنچه ارائه می شود قابل قبول است . با این حال ، چون اطلاعات خاصی حذف یا پنهان شده است ، داستان کاملا شفاف نیست . می توان استدلال کرد که تناقض ذاتی که شرکت ها ادعا می کنند عدم مطابقت آن ها است درست است ، و در عین حال وعده اقدام اصلاحی را که یک دلیل مغلطه آمیز است میدهد . وعده اقدام اصلاحی بدون توضیح دلیل این که اصلا چرا عدم رعایت در وهله اول اتفاق افتاد، یک استدلال فریبنده است . مثال ۱ ث موردی است که در آن وعده اقدام اصلاحی هرگز عملی نشده است . بنابراین می توان استدلال کرد که توضیح فریبنده است ، هر چند که امکان ندارد بگوییم که این کار عمدی است . بنابراین استراتژی های بلاغی که ما در ارتباط بیشتر مربوط به اطلاعات نادرست یا گمراه کننده یافتیم (سفسطه) تا یک توضیح قانع کننده (بلاغت).

شکل 2. پیوستار استراتژی های بلاغی / سفسطه گر از حالت معنی دار به بی معنی

9. مخفی کاری/انکار 9. ب واژگان دو پهلو	9. مخفی سازی/ انکار 9 الف هیچ دلیلی داده نشده است 9پ شکار انگستانه 9ت هیچ شماره کدی برای مفاد وجود ندارد		5. نسبت الف برونی			5.نسبت 5پ دلایل قانونی
بلاغت معنی						بلاغت معنادار
	8. ترس/چالش	1. اقدام اصلاحی وعده داده شده است 1پ 1ت اقدام اصلاحی تحت نظارت است	2. قدرت 8. به حداقل رساندن احساسات منفی 4. تعالی 6. جلب نظر 7. خود ارتقایی	5.نسبت-5 ب درون شرکت 5ت. رای سهامدارو مشاوره آن ها	1. اقدام اصلاحی در بازه زمانی برنامه ریز شده است 1 ب	1. اقدام اصلاحی در حال حاضر اتخاذشده است 1 الف

در بخش ۲ ، ما درباره روابط قدرت بین شرکت ها و مخاطبین بحث کردیم . FCR (2016، ص.4) به سرمایه گذاران برای تقویت توان خود با داشتن عملکردی مثل ناظر بر سیستم " انطباق یا توضیح " (سهامداران هر حقی را دارند تا توضیحات شرکت را در صورتی غیر متقاعدکننده می دانند، به چالش بکشند) متکی است . با توجه به

یافته‌های ما مبنی بر اینکه بلاغت به نظر می‌رسد برای گمراه کردن بیشتر از متقاعد کردن استفاده می‌شود، ما شرکت سهام داران را بازدید می‌کنیم. فرضیات گزارش دهی FRC که سرمایه گذاران سازمانی قدرت خود را در نظارت بر کیفیت توضیحات تمرین می‌دهند، توسط تحقیقات قبلی انجام نگرفته است در حالی که آرکوت و همکاران (۲۰۱۰) نتیجه گرفتند که سهامداران قابلیت‌های نظارتی محدودی دارند. سرگاکیس (2013، ص. 425) به این نتیجه می‌رسد که سرمایه گذاران "بی تفاوت" هستند حتی زمانی که شرکت‌ها توضیح کافی برای عدم مطابقت ارائه نمی‌دهند. او اضافه می‌کند که تعامل سهامدار پایین، کیفیت توضیحات را ابدی می‌سازد. با توجه به نظارت ضعیف سهامداران سیستم "انطباق یا توضیح"، سرگاکیس یک هیات بازبینی دارای "قدرت‌های نظارتی" بر کیفیت توضیحات عدم انطباق را پیشنهاد می‌کند.

۶. توضیحات نهایی

در این مقاله، ما یک گونه شناسی را توسعه دادیم تا استفاده از استراتژی‌های بلاغی مختلف در توضیحات عدم انطباق شرکت را شناسایی کنیم. گونه‌شناسی روشی را فراهم می‌کند تا نه تنها استراتژی‌های مورد استفاده در توضیحات را دسته‌بندی کنیم بلکه در مورد آن‌ها منتقدانه فکر کنیم و در مورد معتبر بودن و یا نبودن آن‌ها تصمیم بگیریم. این مهم است زیرا اگر شرکت‌ها توضیحات خود را دستکاری کنند، اعتبار سیستم "انطباق یا توضیح" را تضعیف می‌کنند. شرکت‌ها ممکن است انگیزه‌هایی برای پیروی از تطابق تقلید داشته باشند و خوانندگان باید بدانند که این امر در حال رخ دادن است و تمایل داشته باشند این توضیحات را مطرح کنند (برای مثال در AGM). شاید ما هنوز به طور کامل ماهیت "توضیح" تطابقی "را در سیستم" تطابق یا توضیح" درک نکرده باشیم.

ما کاربرد گسترده‌ای از بلاغت، به حداقل رساندن احساسات منفی (استراتژی بلاغی 3)، استفاده از "کلمات دوپهلوی" (استراتژی بلاغی 9 ب) و تعالی ("پایان توجیه کننده ابزار است") را پیدا کردیم (استراتژی بلاغی 4). روند افزایش استفاده از بلاغت در مقایسه ۲۰۰۴ / ۰۵ و ۲۰۱۱ / ۱۲ مشهود است. همچنین شواهدی را ارائه می‌دهیم که

استراتژی‌های بلاغی در ترکیب استفاده می‌شوند. ما شواهدی از توضیحاتی پیدا می‌کنیم که به نظر نمی‌رسد اساسی باشد و حتی ممکن است صرفاً نمادین یا تشریفاتی باشد. گزارش دهی FRC حاکی از آن است که سهام داران باید سوالاتی را مطرح کنند اگر از توضیحات ناراضی باشند (FCR، 2012، ص.3)، اما تمایلی در میان سرمایه گذاران سازمانی نه برای سوال کردن این مطلب است که آیا خود عملکرد مورد سوال نیست، وجود دارد. اتفاق نظر وجود دارد که توضیحات عدم انطباق باید بهتر شود، اما چه چیزی بهتر بودن را تعریف می‌کند؟

با " برداشتن سرپوش " بر روی استراتژی‌های بلاغی، ما به سرمایه گذاران و دیگران در درک سازنده توضیحات غیر تطابقی کمک می‌کنیم. اگر چه برخی ممکن است احساس کنند که افزایش مطابقت خوب است، چون شرکت‌های بیشتری به نظر می‌رسد به تطابق برسند اما خطر این است که نگرانی در مورد توضیحات ممکن است کاهش یابد و سرمایه گذاران و قانونگذاران ممکن است کمتر برای توضیحات ضعیف مورد بازجویی قرار بگیرند. همچنین تطابق می‌تواند به عنوان دلیلی برای نگرانی دیده شود. شرکت‌ها ممکن است وسوسه شوند تا به منظور نشان دادن به اصطلاح " اطاعت "، اطلاعات را حذف کنند. در بسیاری از گزارش‌های سالانه، دیدن این که کدام آیتم‌ها توضیحات برای عدم مطابقت هستند و افشا کننده تلاش برای توجیه عدم انطباق به آنچه که به نظر می‌رسد انطباق است، دشوار می‌شود. به طور اجتناب‌ناپذیری، تناقضات بین شرکت‌ها وجود دارد. در بسیاری از روش‌ها، بخش " توضیح " از " توضیح یا تطابق " حداقل به اندازه انطباق مهم است. این امر به این دلیل است که یک توضیح شرکت‌ها را ترغیب می‌کند تا داستان خود را در مورد چگونگی برخورد با مسائل حکومتی پیچیده بیان کنند و با روحیه‌ای که از زمان تشکیل کمیته کدبری وجود دارد، سازگار باشد. در مقابل، انطباق خاموش است، می‌توان اثبات کرد و ممکن است همیشه معتبر نباشد.

عدم تطابق باید در واقع از جایی استقبال شود که مدیران شرکت تصمیم روشنی را اتخاذ کرده‌اند که در شرایط خاص شرکت، عدم تطابق بهترین رویکرد است. عدم انطباق تنها باید مورد پرسش قرار گیرد که در آن توضیحات ضعیف

هستند و به نظر می‌رسد که با دیگر افشاییه‌ها ناسازگار است یا شرایط خاصی را منعکس نمی‌کند. تحلیل ما از توضیحات غیر انطباق با استفاده از یک دید بلاغی در نظر گرفتن متقاعد کننده آن توضیحات، دیدگاه‌هایی را در مورد چگونگی تدوین توضیحات غیر انطباق نشان می‌دهد، چیزی که سرمایه‌گذاران و خوانندگان گزارش‌های سالانه ممکن است در ارزیابی شفافیت آن‌ها مفید بدانند.

این مقاله دارای محدودیت‌هایی است. گونه‌شناسی لزوماً جامع نیست و به ناچار شامل درجه‌ای از قضاوت است. با این حال، برخی مناطق مهم باید برجسته شوند و این موضوعات برای تحقیقات بیشتر باقی مانده‌اند. یک لنز بلاغی مرتبط، لنزی از بلغت تطابقی است. شواهدی از بلاغت در توضیحات وجود دارد که احتمالاً صرفاً برای مدیریت ظاهر استفاده می‌شود (پارکر، ۲۰۰۰). علاوه بر این، مساله لفاظی در مقابل واقعیت وجود دارد - واقعیت عملی درون سازمان‌ها چیست؟ در این مقاله، ما از اصطلاح بلاغت به منظور اقناع معنایی استفاده می‌کنیم. جایگزین تیره‌تر مفهوم‌سازی این است که بلاغت برای اهداف کاربردی شخصی استفاده شود (تاکالا، 1998). تحقیقات بعدی باید بیشتر شرکت‌هایی را مورد بررسی قرار دهد که به طور مستمر از بیشتر چند سال از (عامل‌های عدم تطابق سریال) پیروی نمی‌کنند، آیا توضیحات آن‌ها در طول زمان تغییر کرده است و چه عواقبی در مورد تغییرات آینده متوجه آن‌ها است. تحقیقات آینده می‌تواند استفاده از بلاغت را با نقض تطابق در بخش‌های صنعتی بررسی کند.

تحلیل محتوای معنا محور در این تحقیق مورد استفاده قرار گرفت. در حالی که رویکردهای کدگذاری گرا به خوبی در تحقیقات گزارش مالی تثبیت شده‌اند، ما محدودیت‌های تلاش‌ها برای بخش‌های کد متنی را تایید می‌کنیم که تلاش می‌کند معنای آن‌ها را ایجاد و استانداردسازی کنند. این ممکن است سبب شود تا بازیابی معانی تاچیز باشد را توضیح دهد که این خود توضیح دهنده عملکرد است (بیرناکی، 2014). در رابطه با داده‌های مصاحبه، آگوستین (2014) یک رویکرد تحلیلی جایگزین را پیشنهاد می‌کند که شامل کدگذاری نیست بلکه از نوشتن و خواندن (در مورد داده‌های مصاحبه) استفاده می‌کند. بیرناکی (2014) طرفدار رویکرد انسان‌گرا است که در آن متن برای

تعیین معنا جدایی‌ناپذیر است. توضیحات برای عدم انطباق باید مطابق با متن باشد: باید زمینه و پیشینه تاریخی را تنظیم کند (FCR، 2012، ب، 6). تحلیل گفتمان ممکن است یک رویکرد روش‌شناختی جایگزین برای تحقیقات آینده ارائه دهد، در حالی که بافت گسترده‌تر را در نظر می‌گیرد.

آیا خوانندگان به افشای اسرار یا افشاگری اهمیت می‌دهند؟ کارهای بیشتر مربوط به تاثیر استراتژی‌های بلاغت در خواننده‌ها نیز مورد نیاز است (استانتن، استانتن & پاپرس، 2004). به طور خاص، برخی استراتژی‌های بلاغی (به تنها یا در ترکیب) موثرتر از دیگران در متقاعد کردن خوانندگان هستند؟ ما معتقدیم که در جایی که استراتژی‌های بلاغی با هم به کار می‌روند، به احتمال زیاد متقاعد کننده‌تر هستند اما ممکن است توضیح بهتری نباشند. در نهایت، تلاش‌های مستمر برای متقاعد کردن مدیران شرکت و تنظیم کنندگان در مورد اهمیت یک سیستم درست و قابل‌اعتماد حاکمیت شرکتی نیاز است. در این راستا، ما معتقدیم که تاکید باید بر "توضیح" و "انطباق" به یک اندازه باشد.

بلاغت تحت تاثیر فرهنگ است. استراتژی‌های بلاغی در بریتانیا ممکن است مشابه کشورهای دیگر نباشد. در واقع، بلاغت ممکن است در میان سازمان‌ها و بخش‌ها متفاوت باشد. تحقیقات آینده ممکن است تاثیر فرهنگ را بر بلاغت در توضیحات حاکمیت شرکتی، احتمالاً در سراسر حوزه قضایی دارای سیستم‌های "انطباق یا توضیح"، بررسی کنند.

FCR (2012، ب، ص. 6) سیستم "انطباق یا توضیح" را به عنوان سیستم "بسیار مورد تحسین و تقلید بین‌المللی" توصیف می‌کند. با این حال، برخی از پاسخ دهندگان در سیستم "انطباق یا توضیح"، همین دیدگاه را ندارند و آن را با عباراتی مثل "استفاده محدود"، "نه کافی"، "عدم اعتبار" تفسیر می‌کنند (FCR، 2009، ص. 37-38). در FCR (2012، ث، ص. 44) بیان می‌شود که "این شکست به کارگیری جشن سیستم" توضیح یا انطباق "است، رئیس plc آمریکایی، سر جان پارکر، این انتقادات را با بیان اینکه "این یک شکست از اجرای تطابق یا

توضیح " است ، و نه شکست در خود اصول آن رد کرد . شواهد ما در بحث درباره کاربرد سیستم " تطابق یا توضیح " به ویژه آنچه که برای انواع توضیحات مناسب هستند ، نقش دارند . یافته‌های تحقیق ما نشان می‌دهد که راهنمایی بیشتر از سوی تنظیم کنندگان مورد نیاز است.

1. سرگیس (2015) در مورد اینکه آیا یک مفهوم در همه جا کاربرد دارد ، مطرح کرد
2. اولین ارجاع که ما در استفاده از عبارت " تطابق یا توضیح " پیدا کردیم از سوی کای (1992) بود که در مورد گزارش کدبری (1992) استفاده شده بود
3. دو ویژگی دیگر که از سوی FRC پیشنهاد شد ارائه محتوا و تاریخچه برای عدم تطابق بود 2. هر گروه عمل تضعیف کننده که ریسک اضافی را به همراه داشته باشد و یا حفظ سازگاری با اصول بیانی شده کدها باید در نظر گرفته شود. اغلب توضیحات سرسری این مطالب را مخاطب قرار نمی‌دهند و عموماً تأیید می‌کنند که عدم تطابق خاص نمی‌تواند هیچ آسیبی به توضیحات بزند که چرا به این صورت است و یا چرا اصلاً این عدم تطابق رخ داده است.
4. ما از یکی از ناظران خود در این زمینه تشکر می‌کنیم
5. ما از یکی از ناظران خود برای پیشنهاد این دیدگاه بلاغی تشکر می‌کنیم.
6. 6. تغییرات در کدهای سال 2010 اساسی بودند و شامل اصول جدیدی در مورد تصویب و انتخاب هیئت متشکل بری تأیید فواید این تفاوت‌ها (برای اجتناب از تفکر گروهی) است. اصول جدید در مورد رهبریت و تعهد زمانی مورد انتظار برای مدیران است. مرور رشد برای بهره‌مدیر (که از سوی کرسی مشخص می‌شود) هم معرفی می‌شود و ارزیابی‌ها مرور های هیئت (که هر سه سال یکبار عمومی می‌شود) هم صورت می‌گیرد. همه مدیران نیاز است که سالانه با انتصاب شوند و مدیر غیر اجرایی مسئولیت آن‌ها گوشزد می‌شود تا چالش رقابتی دنبال شود. در نهایت، کد 2010

نیاز دارد تا مدل تجاری شرکت را ارائه دهد و ارتباط آن را با ریسک های مواجهه در نتیجه به کارگیر این مدل به همراه عملکرد مربوط به پرداختی ها مشخص کند (FRC، 2010).

7. ممکن است که شرکت ها ادعا کنند که تطابق به نادرستی صورت گرفته است (که در ابتدای امر به آن با نام بلاغت سکوت اشاره کردیم). ما این مورد را امتحان نکریدم. برای داشتن این ادعا که نقض از کدها زمانی که متهم به این کار می شوند صورت نمی گیرد مثالی از رویه حفاظت تصویر آورده شده است. (رجوع شود به وارو لینکوگل، 1973). تنها مثال مشخص در طول این مطالعه از این نوع انکار خاص برگرفته از گزارش سالانه بین المللی لیبرتی 2004 است که به این شرح است "هیئت در نظر دارد تا آقای راپ را به طور کاملا مستقل در نظر بگیرد... همان طور که در بالا آمده است دیگر حضار دیدگاه خود را در مورد اینکه آقای راپ مستقل باشند بیان نمودند" (ص.58-59). لیبرتی به نظر به داشتن این ادعا که آقای راپ مستقل است عصبی است زیرا او جزء هم کمیته پاداش و هم حسابداری است اما از راهنمایی نه ساله خود برای استقلال داشتن که فراتر از باز انتصاب لازم است، فراتر رفته است (مفاد کد 2003، A.1.3 و ش.7.2).

8. برگه کد در صورت نیاز با درخواست از محقق قابل دسترس است



این مقاله، از سری مقالات ترجمه شده رایگان سایت ترجمه فا میباشد که با فرمت PDF در اختیار شما عزیزان قرار گرفته است. در صورت تمایل میتوانید با کلیک بر روی دکمه های زیر از سایر مقالات نیز استفاده نمایید:

لیست مقالات ترجمه شده ✓

لیست مقالات ترجمه شده رایگان ✓

لیست جدیدترین مقالات انگلیسی ISI ✓

سایت ترجمه فا ؛ مرجع جدیدترین مقالات ترجمه شده از نشریات معتبر خارجی