


The theoretical framework of the causes of non-compliance with digital social responsibility by the organization's employees and its strategies (executive agencies of Mazandaran province)

- Farhad Fallahpour^{1*}**  Phd student, Faculty of Management and Accounting, Allameh Tabataba'i, Tehran, Iran
- Habib Roodsaz**  Associate Professor, Department of Public Administration, Faculty of Management and Accounting, Allameh Tabataba'i, Tehran, Iran
- Hosein Aslipour**  Associate Professor, Department of Public Administration, Faculty of Management and Accounting, Allameh Tabataba'i, Tehran, Iran
- Hadi Khanmohammadi**  Associate Professor, Department of Public Administration, Faculty of Management and Accounting, Allameh Tabataba'i, Tehran, Iran

Abstract

The purpose of this research is the theoretical framework of the causes of non-compliance with digital social responsibility by the employees of the organization and its strategies. The current research is of an applied type and is included in the category of mixed research. In the qualitative phase, the theme analysis method was used and in the quantitative phase, the ISM method was used to level the causes of non-compliance with digital social responsibility. The statistical population

¹ Corresponding Author: Farhad_Fallahpour@yahoo.com

is all the experts in the field of organizational behavior and social responsibility in the executive bodies of Mazandaran province, which was used in the qualitative phase with the snowball method and in the quantitative phase with the targeted method. Data analysis was done using MAXQDA and Excel software. In the following, the research strategies are obtained according to the opinion of experts and the summary of the research and are prioritized by the IPA method. The results of the research showed that in total, four overarching themes of weakness of organizational culture and training, weakness of management and organizational structure, weakness of organizational technology and organizational pressures and tensions were identified, which are weakness of organizational culture and training, weakness of management and organizational structure. They have had the most impact at the organizational levels. Also, 9 main strategies were determined that action orientation and implementation of all rules, laws and strategies related to digital social responsibility by managers have been more important in preventing non-compliance with digital social responsibility in organizations.

Keywords: Digital social responsibility, employees of the organization, executive of Mazandaran province, rooting and strategies

1. Introduction

In today's digital space, the publication of useful and impactful content has significantly declined, leaving the younger generation exposed to empty, inappropriate, and undesirable content. Ultimately, such harmful digital content leads to various negative consequences for users of virtual platforms (Khatak et al., 2022). Digital social responsibility represents an effort to foster peaceful engagement between different communities through adherence to ethical principles in cyberspace and digital media. However, this essential concept has largely been forgotten in today's digital environment (Escra, 2023).

Organizations that prioritize digital social responsibility integrate social values and standards into their business practices. These values and standards may include respecting user privacy, ensuring the security of

personal information, promoting diversity and inclusivity, adhering to ethical principles and relevant regulations in technology and digital usage, and taking responsibility for any harm that may be caused to customers and society (Kung et al., 2023). When such values and standards are embedded within an organization, employees engage with ethical principles and adopt appropriate behavior in their professional conduct. Given these considerations, it becomes evident that the lack of adherence to digital social responsibility in the virtual space results in various behavioral issues among employees within organizations. Therefore, the present study aims to develop a theoretical framework for understanding the reasons behind employees' failure to comply with digital social responsibility and to propose strategies for addressing this issue within executive agencies in Mazandaran. Based on a review of existing literature, this study has not been previously examined, making it a novel contribution to the field. Additionally, its findings will enhance the academic discourse on the subject. The results of this research, along with insights into the causes of non-compliance with digital social responsibility among employees, can be valuable for virtual space users, organizational employees, digital media task forces, psychologists, consultants, and relevant managers and officials in this domain. In light of these discussions, the primary research question emerges: What is the theoretical framework for the causes of employees' non-compliance with digital social responsibility, and what are the strategies for addressing it?

2. Literature Review

Various theories have been proposed to examine the causes of non-compliance with digital social responsibility in cyberspace. Exner-Cortens et al. (2023), in their research, introduced the theory of power imbalance concerning behavioral harm in virtual spaces. This theory suggests that individuals with greater power in digital environments can easily exploit others. In other words, those who hold more power in cyberspace can readily humiliate, threaten, and harass others. Such power disparities can lead to various psychological issues, including depression and anxiety (Exner-Cortens et al., 2023). Furthermore,

Wakefield et al. (2023) explored the group effect theory in this context. This theory posits that individuals in virtual spaces may become part of groups that share distinct lifestyles and perspectives. In some cases, these groups may promote violence or incite harmful behaviors. As a result, individuals who join such groups may be exposed to risks, including violent tendencies and various forms of threats (Wakefield et al., 2023).

Similarly, Kellerman and Punamäki (2023) investigated the level of boldness and aggression among adolescents in digital environments. Their research applied the theory of social function deviation. According to these researchers, this theory suggests that deviations in social functions may arise due to the lack of clear rules and regulations in cyberspace, allowing individuals to act based on their own perspectives. Moreover, the anonymity provided by the digital space enables individuals to behave inappropriately without the fear of being identified (Kellerman & Punamäki, 2023). Considering these points, other studies, such as those by Kabiri et al. (2022) and Atkinson & Ayres (2022), introduced the theory of social anomaly. This theory asserts that cyberspace can foster social anomalies. For instance, individuals may spread misinformation, engage in online smear campaigns, or participate in harmful digital movements that negatively impact others (Kabiri et al., 2022; Atkinson & Ayres, 2022).

Finally, the ethical theory is also relevant in this discussion. This theory argues that non-compliance with digital social responsibility may stem from a disregard for moral principles. For example, individuals may engage in unethical behavior in virtual spaces due to the absence of a well-defined ethical culture. Additionally, a person identified as a digital miscreant may be labeled as such due to their violation of ethical norms (Brock et al., 2023).

3. Methodology

The present study is applied in nature and falls within the category of mixed-method research. In the qualitative phase, data were collected through a literature review and interviews with experts. The sampling

method in the qualitative phase follows the snowball technique, while in the quantitative phase, purposive sampling is used.

The development of the theoretical framework is based on thematic analysis, which ultimately identifies overarching, organizing, and basic themes. The theoretical framework is structured using the ISM (Interpretive Structural Modeling) method, leading to the formulation of practical and executable strategies. Finally, these proposed strategies are assessed and prioritized using the IPA (Importance-Performance Analysis) method.

4. Results

The research findings identified a total of 87 basic themes, 15 organizing themes, and 4 overarching themes, which include organizational culture and training, organizational management and structure, organizational pressures and tensions, and weaknesses in organizational technology. Among these factors, organizational culture and training, as well as organizational management and structure, were found to be the most influential.

Ultimately, nine key strategies were proposed for executive organizations:

1. Developing and implementing a Digital Social Responsibility (DSR) Charter (D1)
2. Utilizing monitoring and tracking technologies to oversee employee behavior and activities by managers (D2)
3. Establishing a clear process for reporting digital social responsibility violations (D3)
4. Conducting regular training sessions and workshops for employees on digital social responsibility policies and regulations (D4)

5. Publishing educational and informative content on responsible technology use and ethical online behavior (D5)
6. Implementing a reward and penalty system, including reprimands and dismissals, for digital social responsibility violations (D6)
7. Maintaining continuous communication with employees and addressing their questions and concerns regarding digital social responsibility (D7)
8. Raising awareness among employees about the consequences of failing to uphold digital social responsibility (D8)
9. Ensuring proactive enforcement and execution of all regulations, policies, and strategies related to digital social responsibility by managers (D9)


Among these strategies, proactive enforcement and execution of all digital social responsibility policies and regulations by managers (D9) was identified as the highest priority.

5. Conclusion


In conclusion, the study highlights the critical role of organizational culture, training, management, and structure in shaping digital social responsibility (DSR) within organizations. The findings emphasize that while organizational pressures, tensions, and technological weaknesses contribute to DSR challenges, a strong cultural and managerial framework has the most significant impact. The proposed strategies focus on policy implementation, employee training, monitoring, communication, and accountability, with managerial commitment to enforcement identified as the top priority. By adopting these strategies, organizations can foster a responsible digital environment, mitigate ethical risks, and ensure sustainable digital practices.

چارچوب نظری علل عدم رعایت مسؤلیت اجتماعی دیجیتال توسط کارکنان سازمان و راهبردهای آن


دانشجوی دکتری، مدیریت دولتی، دانشکده مدیریت و حسابداری، علامه
طباطبائی، تهران، ایران

فرهاد فلاح پور * 


دانشیار گروه مدیریت دولتی، دانشکده مدیریت و حسابداری، علامه طباطبائی،
تهران، ایران

حبیب رودساز 

دانشیار گروه مدیریت دولتی، دانشکده مدیریت و حسابداری، علامه طباطبائی،
تهران، ایران

حسین اصلی پور 

دانشیار گروه مدیریت دولتی، دانشکده مدیریت و حسابداری، علامه طباطبائی،
تهران، ایران

هادی خان محمدی 

چکیده

هدف تحقیق حاضر چارچوب نظری علل عدم رعایت مسؤلیت اجتماعی دیجیتال توسط کارکنان سازمان و راهبردهای آن می‌باشد. تحقیق حاضر از نوع کاربردی بوده و در دسته تحقیقات آمیخته قرار می‌گیرد. داده‌های تحقیق با استفاده از روش کتابخانه‌ای و همچنین مصاحبه‌های نیمه ساختاریافته انجام شده است. در فاز کیفی از روش تحلیل مضمون و در فاز کمی از روش ISM جهت سطح بندی علل عدم رعایت مسؤلیت اجتماعی دیجیتال استفاده شده است. جامعه آماری کلیه خبرگان حوزه رفتار سازمانی و مسؤلیت اجتماعی در دستگاه‌های اجرایی استان مازندران می‌باشد که در فاز کیفی با روش گلوله برفی و در فاز کمی از روش هدفمند استفاده شده است. تحلیل داده‌ها با استفاده از نرم افزار MAXQDA و اکسل انجام شده است. در ادامه راهبردهای تحقیق با توجه به نظر خبرگان و جمع‌بندی تحقیق بدست آمده و با روش IPA الویت بندی می‌شود. نتایج تحقیق نشان داد که در مجموع چهار مضمون فراگیر ضعف فرهنگ و آموزش‌های سازمانی، ضعف مدیریت و ساختار سازمانی، ضعف فناوری سازمانی و فشارها و تنش‌های سازمانی شناخته شد که ضعف فرهنگ و آموزش‌های سازمانی، ضعف مدیریت و ساختار سازمانی دارای بیشترین اثرگذاری در سطوح سازمان بوده‌اند. همچنین ۹ راهبرد اصلی مشخص شد که اقدام گرای و اجرا کردن کلیه ضوابط، قوانین و راهبردهای مرتبط با مسؤلیت اجتماعی دیجیتال توسط مدیران دارای بیشتری اهمیت در جلوگیری از عدم رعایت مسؤلیت اجتماعی دیجیتال در سازمان‌ها بوده است.

کلیدواژه‌ها: مسئولیت اجتماعی دیجیتال، کارکنان سازمان، دستگاه‌های اجرایی استان مازندران،
ریشه‌یابی و راهبردها

آماده انتشار

مقدمه

در سالیان اخیر فضای اینترنت و نوع ارتباط میان کاربران دستخوش تغییرات زیادی شده و با توجه به پاندمی کرونا و دوران پس از آن، این میزان افزایش چشم گیری داشته است، طوری که در حال حاضر اکثر مکالمات و ارتباطات از طریق فضای مجازی^۱ اتفاق می افتد (صراف و همکاران، ۱۴۰۱). این در حالی است که شرکت های بزرگ و قدرتمند که راه اندازی این فضاها را به عهده دارند نیز نمی توانند مانع این ارتباطات شوند و قدرت آنها نامحدود نیست (Tuyen et al, 2023). امروزه در فضای دیجیتال، انتشار محتوای مفید و موثر به حداقل رسیده و قشر جوان جامعه، عملاً با محتواهای پوچ، نامناسب و نامطلوبی مواجه هستند که این محتواهای نامناسب در نهایت منجر به ایجاد آسیب در میان کاربران فضای مجازی می شود (Khattak et al, 2022). مسئولیت اجتماعی دیجیتال^۲ تلاشی برای مشارکت صلح آمیز میان جوامع مختلف با استفاده از پایبندی به اصول اخلاقی در فضای مجازی و رسانه های دیجیتال است و یکی از مواردی می باشد که این روزها در این فضا به طور کامل فراموش شده است (اسکرا^۳، ۲۰۲۳). به طور کلی مسئولیت اجتماعی دیجیتال را می توان به عنوان هر گونه تلاش، ابتکار یا فعالیت توسط یک فرد، گروه یا سازمان برای اجرای مفهوم مسئولیت اجتماعی از طریق پلتفرم های آنلاین یا دیجیتال تعریف کرد (Puriwat et al 2022). توجه به مسئولیت اجتماعی دیجیتال موجب می شود که میزان مسئولیت پذیری و رعایت موازین اخلاقی در میان کاربران بیشتر شود و کاربران، تصمیم گیرنده ی تولید تا عدم تولید یک محتوا توسط صفحات مختلف باشند (Asemah et al, 2022).

سازمان هایی که به مسئولیت اجتماعی دیجیتال توجه می کنند، ارزش ها و استانداردهای اجتماعی را در کسب و کار خود جای می دهند. این ارزش ها و استانداردها می توانند شامل احترام به حریم خصوصی کاربران، تضمین امنیت اطلاعات شخصی، حمایت از تنوع و اندیشه های مختلف، پایبندی به اصول اخلاقی و قوانین مربوط به استفاده از فناوری و دیجیتال و مسئولیت نسبت به زیان هایی که ممکن است به مشتریان و جامعه برساند، باشند (Kong & Liu, 2023). با جای دهی این ارزش ها و استانداردها در سازمان، کارکنان با مبانی و اصول اخلاقی برخورد کرده و رفتار مناسبی را در کار خود اعمال می کنند. آنها در برقراری

¹ Cyber Space

² Digital Social Responsibility (DSR)

³ Skerra

ارتباط با مشتریان، همکاران و سایر افراد، احترام و حساسیت لازم را نسبت به حریم خصوصی و امنیت اطلاعات حفظ می کنند. همچنین، آن‌ها به تنوع و نقش اندیشه‌های مختلف در جامعه احترام می گذارند و تلاش می کنند تا زبانی به مشتریان و جامعه وارد نشود (Okazaki et al, 2020). از طرفی، وجود مسئولیت اجتماعی دیجیتال در سازمان، برای کارکنان به عنوان یک الگو و الهام بخش عمل می کند. زمانی که یک سازمان مسئولیت اجتماعی دیجیتال را به طور جدی در نظر می گیرد و با استفاده از فناوری به خدمت جامعه می رود، کارکنان تحت تأثیر قرار می گیرند و بیشتر تمایل به رعایت ارزش‌ها و استانداردهای اجتماعی در کار خود دارند. کارکنان یک سازمان، افرادی هستند که در خط مقدم سازمان قرار دارند و امورات اجرایی و تصمیمات لازم را اتخاذ می کنند (Mohamed, 2022). در بسیاری از سازمان‌ها و ادارات، موضوع مسئولیت اجتماعی دیجیتال مبهم و جدید بوده و بسیاری از افراد از اثرات مخرب نبود این مفهوم، اطلاعی ندارند. این موارد موجب می شود که تخطی از موازین اخلاقی و بروز آسیب‌های رفتاری در کارکنان یک سازمان در فضای دیجیتال بیش از پیش اهمیت پیدا کند.

با توجه به این موارد می توان دریافت که عدم رعایت مسئولیت اجتماعی دیجیتال در فضای مجازی موجب بروز آسیب‌های رفتاری گوناگونی در میان کارکنان سازمان می شود. به همین علت، تحقیق حاضر در پی ارائه چارچوب نظری علل عدم رعایت مسئولیت اجتماعی دیجیتال توسط کارکنان سازمان و راهبردهای آن در دستگاه‌های اجرایی مازندران می باشد. با توجه به بررسی پیشینه‌های تحقیق، تحقیق حاضر تاکنون مورد بررسی قرار نگرفته است و دارای نوآوری موضوعی می باشد. همچنین انجام آن به توسعه ادبیات تحقیق کمک می کند. نتایج بدست آمده در تحقیق و شناخت علل عدم رعایت مسئولیت اجتماعی دیجیتال توسط کارکنان می تواند برای کاربران فضای مجازی، کارکنان، کارگروه فضای مجازی، روانشناسان و مشاوران و همچنین مدیران و مسئولان مربوطه در این حوزه مفید و موثر واقع شود. با توجه به مطالب مطرح شده سوال اصلی تحقیق است که چارچوب نظری علل عدم رعایت مسئولیت اجتماعی دیجیتال توسط کارکنان سازمان و راهبردهای آن به چه شکل می باشد؟

مبانی نظری و پیشینه پژوهش

مسئله‌ی مسئولیت اجتماعی دیجیتال حساسیت برانگیز و حیاتی است و یکی از عوامل بقای سازمان و هر فرد می‌باشد. سازمان‌های بزرگ به دلیل اینکه سازمان‌هایی پاسخگو هستند، می‌بایست برای شفافیت و پاسخگویی به ذی‌نفعان خود، تعهدات خود به مسئولیت اجتماعی دیجیتال را نشان دهند و مطمئن شوند که این ارزش در سراسر سطوح سازمان برقرار است. این امر موجب می‌شود که دو مزیت عاید سازمان شود (Poshakrishna et al, 2023). هم سازمان از رویکرد اخلاقی و ارزشمند خود سود می‌برد و هم افراد ذی‌نفع و جامعه دیدگاه مثبتی نسبت به سازمان خواهند داشت. مطمئناً اگر افراد، گروه‌ها، سازمان‌ها و مؤسسات جامعه، خود را نسبت به وقایع موجود در سازمان مسئول بدانند و هر یک در حیطه‌ی کاری خود تلاش کنند تا مشکلات پیش‌آمده را حل و فصل کنند، جامعه‌ی سالم و آرامی پدید می‌آید. سازمان‌ها به منظور اینکه جایگاه خود را در جامعه تثبیت کنند و باعث اطمینان از بقای خود شوند، می‌بایست اهمیت ویژه‌ای برای مسئولیت‌پذیری اجتماعی قائل شوند (Puriwat et al, 2022).

یکی از ابعاد اساسی مسئولیت اجتماعی دیجیتال، ارتقاء اصول اخلاقی در استفاده از فناوری‌های دیجیتال و ارتباطات است. شرکت‌ها و افراد باید تعهد داشته باشند که از فناوری به نحوی استفاده کنند که با اصول اخلاقی مطابقت داشته باشد (Cho et al, 2022). این اصول می‌توانند شامل رعایت حریم خصوصی کاربران، مبارزه با تبعات منفی مانند جعلی‌سازی و ترویج اخبار جعلی، و توسعه فناوری‌هایی با تأثیرات مثبت بر جامعه باشد. حفظ حریم خصوصی نیز از اهمیت بسیاری در مسئولیت اجتماعی دیجیتال برخوردار است (Buford, 2022). فناوری‌های دیجیتال اطلاعات شخصی کاربران را جمع‌آوری و پردازش می‌کنند و از این رو، اطلاعات حساس و حریم خصوصی افراد تحت تأثیر فناوری قرار دارد. مسئولیت اجتماعی دیجیتال باید تأکید داشته باشد که این اطلاعات با امنیت و حریم خصوصی کامل محافظت شوند و از دسترسی غیرمجاز محافظت گردند (Tuyen et al, 2023).

مسئولیت اجتماعی دیجیتال یک مفهوم نسبتاً جدید است که در دنیای دیجیتال و تکنولوژی به کار می‌رود. این مفهوم به معنای تعهد و وظایفی است که افراد، شرکت‌ها، و سازمان‌ها نسبت به جامعه و محیط زیست در زمینه استفاده از فناوری‌های اطلاعاتی و ارتباطاتی دارند تا به نحوی مثبت و مفید به آن‌ها خدمت کنند. در زیر، تعاریف معروف مسئولیت اجتماعی دیجیتال ارائه شده‌اند:

پیتر وریس^۱ در سال ۱۹۹۷ مسئولیت اجتماعی دیجیتال را به عنوان "تعهدی اخلاقی توسط شرکت‌های دولتی و خصوصی برای اجتناب از تأثیرات منفی فناوری اطلاعات و ارتباطات بر افراد و جامعه و برای تعزیز تأثیرات مثبت آن بر توسعه پایدار" تعریف کرده است (Quiles et al, 2023).

آسیب‌های رفتاری به اثرات منفی ناشی از استفاده از فناوری دیجیتال، به ویژه در زمینه‌های اجتماعی اشاره دارد. این آسیب‌ها می‌تواند شامل آزار و اذیت اینترنتی، آزار و اذیت آنلاین و سایر اشکال رفتار مضر باشد که می‌تواند به صورت آنلاین رخ دهد (Kefala, 2021). مسئولیت اجتماعی دیجیتال چارچوبی است که به دنبال ترویج رفتار مسئولانه در استفاده از فناوری دیجیتال است. این مفهوم بر نیاز افراد، سازمان‌ها و جامعه به عنوان یک کل برای پذیرش پیامدهای اخلاقی و اجتماعی استفاده از فناوری تأکید می‌کند (Doncel-Martin et al, 2022).

در خصوص بررسی علل عدم رعایت مسئولیت اجتماعی دیجیتال در فضای مجازی نظریه‌های مختلفی ارائه شده است. اکستر کورتنز و همکاران^۲ (۲۰۲۳) در تحقیق خود تئوری عدم تعادل در قدرت را در خصوص آسیب‌های رفتاری در فضای مجازی مطرح کردند. این تئوری بیان می‌کند که در فضای مجازی، افرادی که دارای قدرت بیشتری هستند، به آسانی می‌توانند از افراد دیگر بهره ببرند. به عبارت دیگر، کسانی که قدرت بیشتری در فضای مجازی دارند، به راحتی می‌توانند افراد دیگر را مورد تحقیر، تهدید و اذیت قرار دهند. این تفاوت در قدرت می‌تواند آسیب‌هایی مانند بیماری‌های روانی مانند افسردگی و اضطراب را به دنبال داشته باشد (Exner-Cortens et al, 2023). همچنین در این خصوص ویکفیلد و همکاران^۳ (۲۰۲۳) در مطالعات خود معتقدند که تئوری اثر گروه نیز در این راستا این تئوری بیان می‌کند که افراد در فضای مجازی، ممکن است به دلیل عضویت در گروه‌هایی باشند که به نوعی سبک زندگی و نگرش خاص خود را دارند. در برخی موارد، این گروه‌ها ممکن است به نوعی خشونت‌آمیز یا تحریک‌کننده باشند. بنابراین، با عضویت در چنین گروه‌هایی، افراد ممکن است در معرض آسیب‌هایی قرار بگیرند، از جمله تحریک به خشونت و تهدیدات مختلف (Wakefield et al, 2023). کلرمن و پوناماکی^۴ (۲۰۲۳)

¹ Peter Veris

² Exter Cortenz

³ Wikfield et al

⁴ Kellerman & Punamaki

در تحقیق خود میزان جسارت و تهاجمی بودن نوجوانان در فضای مجازی را بررسی کردند. در این تحقیق از تئوری انحراف کارکردهای اجتماعی استفاده شد. به اعتقاد این محققین تئوری انحراف کارکردهای اجتماعی بیان می‌کند که این انحراف کارکردهای اجتماعی ممکن است به علت این باشد که فضای مجازی محلی است که در آن قوانین و مقررات مشخصی وجود ندارد و افراد ممکن است به آسانی از نظر خودشان عمل کنند. به علاوه، در فضای مجازی، هویت افراد ناشناس است و به دلیل اینکه هویت آنها قابل شناسایی نیست، ممکن است این افراد به آسانی به عنوان یک شخص بدرفتار شناخته شوند (Kellerman & Punamaki, 2023).

با در نظر گرفتن موارد مطرح شده، در تحقیقات دیگری، کبیری و همکاران (۲۰۲۲) و ادکینسون و آیریس^۱ (۲۰۲۲) در تحقیق خود تئوری ناهنجاری اجتماعی را مطرح می‌کنند. این تئوری بیان می‌کند که فضای مجازی ممکن است باعث ناهنجاری اجتماعی شود. به عنوان مثال، افراد می‌توانند اطلاعات غلط را منتشر کنند و باعث شایعه‌پراکنی شوند، افراد ممکن است به صورت ناشایستی به دیگران توهین کنند، یا در پویش‌های اینترنتی شرکت کنند که برای دیگران مضر باشد (Kabiri et al, 2022; Atkinson & Ayres, 2022). در نهایت امر نیز تئوری اخلاقی مورد بحث قرار می‌گیرد. این تئوری معتقد است که عدم رعایت مسئولیت اجتماعی در فضای مجازی ممکن است به دلیل نادیده گرفتن اخلاقیات باشد. به عنوان مثال، افراد ممکن است به دلیل عدم وجود یک فرهنگ اخلاقیات مشخص در فضای مجازی به رفتارهای ناپسند مبادرت کنند. به علاوه، فردی که در فضای مجازی به عنوان بدرفتار شناخته شود، ممکن است به دلیل تعرض به اخلاقیات شناخته شود (Brock et al, 2023).

با توجه به موارد مطرح شده و همچنین مطالعات مبانی نظری تحقیق، در نهایت سوالات تحقیق از مسئله تحقیق بدست آمده است که به شرح زیر می‌باشد:

- علل عدم رعایت مسئولیت اجتماعی دیجیتال کارکنان در فضای مجازی کدامند؟
- ابعاد اصلی علل عدم رعایت مسئولیت اجتماعی دیجیتال کارکنان در فضای مجازی کدامند؟
- مولفه‌های علل عدم رعایت مسئولیت اجتماعی دیجیتال کارکنان در فضای مجازی کدامند؟

¹ Adkinson & Ayris

- سطح‌بندی علل عدم رعایت مسئولیت اجتماعی دیجیتال در فضای مجازی کدامند؟
- راهبردهای پیشنهادی و الویت‌بندی آن‌ها در علل عدم رعایت مسئولیت اجتماعی دیجیتال کدامند؟

روش

تحقیق حاضر به صورت کاربردی بوده و با استفاده از روش آمیخته (کمی و کیفی) می‌باشد. به صورتی که در فاز کیفی با روش تحلیل مضمون (تم) و با ابزار اسناد و مصاحبه باز با تعدادی از خبرگان و صاحب‌نظران حوزه رفتار انجام می‌شود و در فاز کمی با روش پیمایش و با روش مدل ساختاری تفسیری به بررسی سطح‌بندی علل عدم رعایت مسئولیت اجتماعی دیجیتال در فضای مجازی پرداخته می‌شود. این روش شامل مراحل ماتریس خودتعاملی ساختاری، ماتریس دستیابی اولیه، سازگار کردن ماتریس دستیابی، تعیین سطح متغیرها، ترسیم شبکه معاملات و تحلیل میک میک می‌باشد. واحد تحلیل در این تحقیق کارکنان سازمان است و نوع رفتار مخاطبان و کاربران فضای مجازی و در نهایت علل عدم رعایت مسئولیت اجتماعی دیجیتال آن‌ها مورد بررسی قرار می‌گیرد.

به منظور طراحی چارچوب نظری و جمع‌آوری داده‌های کیفی از روش‌های مطالعه کتابخانه‌ای، بررسی اسناد، مدارک و مقالات و پژوهش‌های پیشین و مصاحبه نیمه ساختار یافته و باز استفاده شده است. در بخش مطالعه کتابخانه‌ای به منظور انجام پژوهش کلیه پژوهش‌های فارسی زبان و غیرفارسی زبان پیرامون موضوع مسئولیت اجتماعی دیجیتال و پابندی به آن طی سال‌های ۲۰۲۰ الی ۲۰۲۳ در پایگاه‌های جستجوی مربوطه مورد بررسی قرار گرفتند.

در تحقیق حاضر جامعه آماری در فاز کیفی، کلیه خبرگان و صاحب‌نظران حوزه رفتار در دستگاه‌های اجرایی استان مازندران هستند که در فرآیند مصاحبه با آن‌ها و همچنین مطالعه متون مرتبط، عوامل مربوط به علل عدم رعایت مسئولیت اجتماعی دیجیتال توسط کارکنان سازمان استخراج می‌گردد. در فاز کمی تحقیق چارچوب بدست آمده در میان خبرگان علمی تحقیق توزیع می‌گردد تا سطح‌بندی هر یک از آن‌ها تعیین شود. در این تحقیق در فاز کیفی، نمونه تحقیق با استفاده روش گلوله برفی انتخاب می‌شوند. هدف از اجرای این روش آن است که هر شخص مصاحبه‌شونده، با توجه به موضوع تحقیق، یک خبره دیگر را نیز معرفی کند. این روند تا زمانی ادامه می‌یابد که شاخص یا مفهوم جدیدی به تحقیق اضافه

نگردد و به قولی اشباع تئوریک اتفاق بیفتد. در مرحله کمی در این مرحله از نمونه گیری هدفمند برای تعیین اعتبار چارچوب تحقیق استفاده می‌گردد تا افرادی انتخاب شوند که صلاحیت سطح‌بندی و امتیاز دهی به مضامین فراگیر را داشته باشند. لازم به ذکر است که افراد مصاحبه شونده با توجه به معیار خبرگی انتخاب و معرفی می‌شوند. معیارهای خبرگی موردنظر در این پژوهش که جهت انتخاب مصاحبه‌شوندگان بکار گرفته شده‌اند عبارتند از:

- برخورداری از دانش علمی و تخصصی در حوزه رفتار سازمانی (دارای مدرک کارشناسی ارشد و دکتری)

- دارای سوابق پژوهشی در حوزه رفتار، مسئولیت اجتماعی و اخلاق حرفه‌ای
- برخورداری از سابقه اجرایی و تصمیم‌گیری در حوزه کنترل فضای مجازی و کنترل رفتاری در میان مخاطبان

نفرات مصاحبه شونده حداقل دو مورد از معیارهای ذکر شده را دارا می‌باشند. به طور کلی جدول زیر اطلاعات جمعیت شناختی مصاحبه‌شوندگان در فاز کیفی را نشان می‌دهد. در مجموع ۱۵ نفر برای بخش کیفی و ۱۷ نفر برای بخش کمی انتخاب شدند. برای بررسی پژوهش از منظر پایایی نیز از روش هولستی استفاده شد. در این روش کدگذاری در مرحله انجام می‌شود:

$$PAO = \frac{2M}{(n_1 + n_2)}$$

PAO^2 به معنی درصد توافق مشاهده شده یا همان ضریب پایایی می‌باشد. M تعداد توافق یا اشتراک در دو مرحله کدگذاری، $N1$ تعداد کدهای مستخرج توسط محقق، $N2$ کدهای مستخرج توسط دو دانشجوی مدیریت دولتی. مقدار درصد توافق عددی بین صفر و یک خواهد بود که میزان مشاهدات محققین در نرم افزار MAXQDA را نشان می‌دهد. در مرحله اول یعنی مطالعات مبانی نظری در مجموع ۱۵۲۹ کد توسط محقق، ۱۴۹۸ توسط همکار دانشجو و ۱۳۷۱ کد موافق در دو مرحله بافت شد.

$$PAO = \frac{2M}{(n_1 + n_2)} = 0.889$$

با توجه به اینکه مقدار ضریب پایایی ۸۸ درصد بوده است، نتایج آن از اعتماد و اعتبار مناسبی برخوردار است. در مرحله دوم یعنی تحلیل مضمون مصاحبه‌های انجام شده، کلیه کدهای

¹ Holsti

² Percentage of agreement observation

مستخرج برای محقق ۶۲۲ کد بوده است که توسط همکار دانشجو ۵۷۶ کد بوده است و مقدار توافق مشاهدات ۴۹۸ بوده است.

$$PAO = \frac{2M}{(n_1 + n_2)} = 0.827$$

با توجه به نتیجه محاسبه شده و عدد ۸۲ درصد، می توان دریافت که پایایی تحقیق در سطح درستی بوده و نتایج بدست آمده قابل اعتماد و دارای اعتبار است.

در بخش کمی از روش مدلسازی ساختاری-تفسیری استفاده شد و روایی و پایایی این روش نیز برای اعتبار پژوهش دارای اهمیت می باشد. از آنجا که تمامی روابط ممکن در قالب یک ماتریس بررسی می شود؛ پس روش ساختاری-تفسیری فی النفسه دارای روایی (اعتبار) است. پایایی این روش به این موضوع اشاره دارد که ابزار اندازه گیری در شرایط مشابه تا چه میزان، نتایج یکسانی را به همراه دارد. از آنجا که پاسخ دهندگان در این روش خبرگانی هستند که سال ها سابقه کاری و تحصیلات عالی دارند؛ لذا چنانچه خبرگان به درستی انتخاب شوند، انتظار می رود که دیدگاه آن ها از ثبات کافی برخوردار باشد. به همین علت روش هایی مانند آلفای کرونباخ یا پایایی ترکیبی برای این روش اساساً مصداق ندارد.

پس از سطح بندی متغیرهای تحقیق در نهایت، به منظور جمع بندی راهبردهای تحقیق ارائه می شود که در این قسمت از روش IPA استفاده می شود. IPA مدل تحلیل عملکرد-اهمیت، مدلی چند شاخصه است. در واقع، اثربخشی این مدل، شدیداً به شاخص های تحلیلی آن بستگی دارد. در مدل IPA، هر شاخص از منظر دو بُعد "اهمیت (وضع مطلوب)" و "عملکرد (وضع موجود عوامل)"، مورد ارزیابی قرار می گیرد. در این مدل، معیار اهمیت برای مشخص نمودن اینکه تخصیص منابع در کجا حیاتی تر است، استفاده می شود. برای رسم نمودار مربوطه می بایست ارزش آستانه اهمیت و عملکرد محاسبه شود.

$$\text{ارزش آستانه اهمیت} \quad \mu_a = \frac{\sum_{j=1}^m b_j}{m}$$

$$\text{ارزش آستانه عملکرد} \quad \mu_c = \frac{\sum_{j=1}^m c_j}{m}$$

پس از این مرحله، موقعیت هر یک از عوامل در نمودار و جایگاه آن ها در ۴ ربع اصلی مشخص می شود. پس از این مرحله درجه اهمیت هر یک از عوامل می بایست مشخص شود.

برای محاسبه وزن هر یک از مولفه‌ها ابتدا می‌بایست وزن دهی صورت گیرد. برای این منظور از فرمول زیر استفاده می‌شود.

$$OW_j = |(b_j - c_j) \times b_j|$$

سپس برای تعیین الویت نهایی از فرمول زیر استفاده می‌شود. هر چه میزان SW_j بیشتر باشد، آن شاخص در اولویت بالاتری قرار می‌گیرد.

$$SW_j = \frac{OW_j}{\sum_{j=1}^m OW_j}$$

یافته‌ها

در این قسمت یافته‌های پژوهش در دو بخش کیفی و کمی به انجام می‌رسد و در نهایت شبکه مضامین و سطح بندی متغیرها مشخص می‌شود.

نتایج تحلیل مضمون در خصوص آسیب‌های رفتاری کارکنان سازمان منجر به شناسایی ۸۷ مضمون پایه، ۱۵ مضمون سازمان‌دهنده و ۴ مضمون فراگیر گردید. برای تعیین اعتبار یافته‌ها از نظر خبرگان تحقیق استفاده شد و با صلاح‌دید افراد، چارچوب نظری تحقیق تکمیل گردید. جدول ۲ مضامین شناسایی شده در خصوص آسیب‌های رفتاری کارکنان سازمان در فضای مجازی را طبق مطالعات مبانی نظری تحقیق و مصاحبه با خبرگان، نشان می‌دهد.

جدول ۱. مضامین علل عدم رعایت مسئولیت اجتماعی دیجیتال در سازمان‌ها

منابع	مضامین پایه	مضامین سازمان‌دهنده	مضمون فراگیر
کارسانی و همکاران (۲۰۲۳)، چن و همکاران (۲۰۲۳)، چن و همکاران (۲۰۲۳)	فرهنگ ضعیف، فرهنگ غیر اخلاقی، تفاوت‌های فرهنگی و ارزشی در سازمان،	ضعف فرهنگ و ارزش	ضعف فرهنگ و آموزش‌های سازمانی
لیو و لین (۲۰۲۰)، وانگ و همکاران (۲۰۲۳)، زانگهوا و همکاران (۲۰۲۳)، آرنولف و لارسن	هنجارشکنی‌های متعدد، نبود منشور اخلاق سایبری، نبود ضعف فرهنگ انتقادی در		

<p>(۲۰۲۰)، میهال ویلسون و همکاران (۲۰۲۲)</p>	<p>سازمان، تعریف نشدن ارزش- های سازمان، نبود حد و مرز در سازمان، ضعف پرسنل در جامعه پذیری، بی توجهی به عواقب کارها، نگرش تکنولوژی محور</p>	
<p>بارنهییل و همکاران (۲۰۲۲)، کانکه و همکاران (۲۰۲۳)، کاگنلی (۲۰۲۳)</p>	<p>نداشتن آگاهی کافی در مورد مسئولیت های دیجیتال، عدم توانایی در تعامل بهینه با فناوری، نبود یا ضعف نظارت بر رفتارهای دیجیتالی، فقدان آموزش های منظم در مورد مسائل دیجیتال و اخلاقیات آن، ضعف سیستم منابع انسانی در آموزش به پرسنل، ضعف بایگانی آموزشی، ضعف سیستم تضمین کیفیت، آموزش پذیر نبودن پرسنل</p>	<p>ضعف آموزش و آگاهی</p>
<p>مصاحبه با خبرگان</p>	<p>نبود الزامات گزارش دهی، ضعف مدیران عملیاتی و میانی، نبود قوانین و مقررات مدون، نبود آیین نامه انضباطی، نبود الزام به حفاظت از حقوق انسانی، عدم وجود قانون های زیست محیطی</p>	<p>ضعف الزامات قانونی</p>

ضعف مدیریت و ساختار سازمانی	ضعف مدیریتی و سیاست	عدم وجود تحکیم‌ها یا پاداش‌های مناسب برای رفتارهای مسئولانه، عدم وجود تنبیه برای رفتار نامطلوب، استرس و فشار کاری بالا، ضعف سیاست‌های مدیریتی در مورد مسئولیت اجتماعی دیجیتال، تفکر گروهی و توسعه ندادن نظرات مستقل، تأثیرگذاری شبکه‌های مجازی و رسانه‌ها در تصمیم‌گیری‌ها، عدم استقرار دستورالعمل‌های مشخص، عدم نظارت کافی	کانکه و همکاران (۲۰۲۳)، ارارسلان (۲۰۲۳)، اوزسانگر (۲۰۲۲) کانتررا و همکاران (۲۰۲۲)، بشیر و همکاران (۲۰۲۲)، ژائو و همکاران (۲۰۲۰)، تاتچاری (۲۰۲۰)، هندریکسون و همکاران (۲۰۲۰)، لیسکا (۲۰۲۲)، کلین (۲۰۲۱)، آدینولفی و همکاران (۲۰۲۲)، ساوندرز و همکاران (۲۰۲۲)
ضعف در رفتارها و تصمیم‌گیری‌ها	ضعف رهبری در مدیریت	تحت‌تأثیر قرار گرفتن از رسانه‌ها و شبکه‌های اجتماعی بدون تحلیل مناسب، انحراف از اصول اخلاقی در فضای مجازی، ارزش‌ها و تعصبات شخصی	بانگ و کوآن (۲۰۲۴)، آدینولفی و همکاران (۲۰۲۲)، لو و سیگل (۲۰۲۰)، تانزلی (۲۰۲۰)، فریرا و همکاران (۲۰۲۱)، شهزادی و همکاران (۲۰۲۰)، رمشاو و همکاران (۲۰۲۰)
	ضعف رهبری در مدیریت	ضعف ارتباط موثر با کارکنان، عدم شفافیت، عدم تعهد به ارزش‌های اجتماعی، عدم توجه به مشارکت عمومی در کارکنان، ضعف در نفوذ، ضعف در الگوسازی، عدم توجه به توسعه پایدار، ضعف در ادراک ریسک‌های اجتماعی	مصاحبه با خبرگان

عدم توجه	نداشتن پیش‌بینی از تأثیرات	دادابویف و همکاران (۲۰۲۲)،
تاریخچه و	غیرمنتظره رفتارهای دیجیتالی،	کانگ و همکاران (۲۰۲۱)، کاکتلی
تجربیات	عدم توجه به تجربیات گذشته	(۲۰۲۳)، فری و همکاران (۲۰۲۴)،
گذشته سازمان	و درس‌هایی که می‌توان از	برهان و همکاران (۲۰۲۳)
آن‌ها گرفت		
ضعف	عدم مسئولیت‌پذیری در	وانگ و همکاران (۲۰۲۳)، بلاها و
مسئولیت	کارکنان، عدم تعهد به اهداف	همکاران (۲۰۲۱)، لیانو و همکاران
پذیری فردی	سازمانی، عدم توجه تیم‌ها به	(۲۰۲۳)، هازا و همکاران (۲۰۲۲)،
و گروهی	مسئولیت اجتماعی، عدم توجه	کانترا و همکاران (۲۰۲۲)
	به تفکرات و ارزش‌های	زانگهوا و همکاران (۲۰۲۳)، جیمنز
	سازمان، عدم توانایی در تصمیم	و همکاران (۲۰۲۳)، وونگ و
	گیری، عدم اعتماد به همکاران	همکاران (۲۰۲۲)، پاپاچارالامپوس
		و همکاران (۲۰۲۱)، علی و
		همکاران (۲۰۲۱)، بشیر و همکاران
		(۲۰۲۲)، سیمپسون و همکاران
		(۲۰۲۰)، ساوندرز و همکاران
		(۲۰۲۲)، لونیس و پیتر (۲۰۲۲)،
		گولکسون و همکاران (۲۰۲۱)، ژانو
		و همکاران (۲۰۲۰)
		هانولت و همکاران (۲۰۲۰)، رمشاو
		و همکاران (۲۰۲۰)
ضعف فناوری	احساس عدم امنیت در فضای	بارنهییل و همکاران (۲۰۲۲)،
سازمانی	دیجیتال، اتکا به فناوری بدون	بلکبرن و همکاران (۲۰۲۳)، لیو و
	درک کامل از پیامدها، عدم	لین (۲۰۲۰)، یائو و لی (۲۰۲۳)،
	توانمندی‌ها یا محدودیت‌های	جویومایا و همکاران (۲۰۲۳)
	فنی، نقص در فناوری‌های	

حفظ حریم خصوصی و امنیت داده‌ها	سسره و برناردی (۲۰۲۳)، ارارسلان (۲۰۲۳)، کیلسکار (۲۰۲۰)، اسپنسر (۲۰۲۰)
تأثیرات نامطلوب فناوری و اطلاعات	وانگ و همکاران (۲۰۲۰)، هوآنگ و همکاران (۲۰۲۱)، ارارسلان (۲۰۲۳)، بلکیرن و همکاران (۲۰۲۳)، کلرمن و پوناماکی (۲۰۲۳)، المر و دگیلدر (۲۰۲۲) یائو و لی (۲۰۲۳)، هازا و همکاران (۲۰۲۲)
ضعف زیرساخت‌های مناسب برای توسعه مسئولیت اجتماعی دیجیتال، کمبود منابع مالی برای تأمین، نبود نیروی انسانی متخصص	مصاحبه با خبرگان
فشارها و تنش های سازمانی	فشارهای سازمانی
تأثیرات منفی فشارهای اجتماعی و هم‌تاهای احساس ناراحتی یا تنش در محیط کار، فشارهای مالی و اقتصادی، فشار در نوع الویت‌های سازمان، تغییرات سریع فناوری	علی و همکاران (۲۰۲۱)، بلاها و همکاران (۲۰۲۱) کاربانی و همکاران (۲۰۲۳)، گلنی و همکاران (۲۰۲۳)، رازا و همکاران (۲۰۲۴)
ضعف کارکنان سازمان در ارتباطات، عدم انطباق با قوانین و مقررات، نبود انگیزه و اعتقاد به ارزش مسئولیت اجتماعی، ناتوانی در تحلیل و	مصاحبه با خبرگان

تفسیر اطلاعات، عدم تعهد و
انگیزه کاری

عدم انعطاف	مقاومت در برابر تغییر و	سسره و برناردی (۲۰۲۳)
پذیری افراد	فناوری‌های جدید، تفکرات	گلنی و همکاران (۲۰۲۳)
	تک‌منظوره و محدودیت‌های	دنیل وایز (۲۰۲۱)، کار و همکاران (۲۰۲۳)
	ذهنی، عدم همکاری و تعامل در سازمان، عدم توجه به آیین- نامه‌ها، عدم توجه به دستورات مدیران، عدم توجه به منشور اخلاقی، عدم توجه به منابع سازمانی	
تنش‌های سازمانی	تعارض میان پرسنل، تحریف نامشخص از مسئولیت اجتماعی دیجیتال در میان پرسنل، فشارهای مدیریت در خلاف جهت مسئولیت اجتماعی، عدم وجود هرم مسئولیت اجتماعی	مصاحبه با خبرگان



شکل ۱: شبکه مضامین نهایی علل عدم رعایت مسئولیت اجتماعی دیجیتال توسط کارکنان سازمان

در ادامه و برای انجام بخش کمی تحقیق از روش **ISM** استفاده می‌شود. مولفه‌های مربوط به آسیب‌های رفتاری کارکنان سازمان در قالب یک پرسشنامه ماتریسی در اختیار ۲۶ نفر از خبرگان قرار گرفت که ۲۱ پرسشنامه بازگردانده شد و از میان آن‌ها ۱۷ پرسشنامه مورد تأیید بوده است. نرم افزار مورد استفاده در این قسمت، اکسل بوده است تا روابط میان متغیرها از طریق ماتریس **SSIM** انجام شود. ماتریس خودتعاملی ساختاری با استفاده از چهار نماد اصلی تعیین می‌شود و روابط میان متغیرها را نشان می‌دهد. این ماتریس در اختیار خبرگان قرار گرفت و حداکثر رای‌های به عمل آمده در خصوص تحلیل روابط در جدول لحاظ شد. به عبارت دیگر منطق روش **ISM** بر اساس مد در فراوانی‌ها می‌باشد. پرسشنامه در اختیار خبرگان قرار گرفت. به این صورت که ۶ مولفه مربوطه در سطر و ستون قرار گرفتند و روابط میان آن‌ها از طریق نمادهای **V, A, X, O** مشخص می‌گردد. در نهایت پاسخ‌هایی که بیشترین تکرار را داشتند (مد) در سلول مربوطه قرار گرفتند. جدول ۳ نشان دهنده روابط میان متغیرها با توجه به نظر اکثریت خبرگان می‌باشد.

جدول ۲: ماتریس خودتعاملی مولفه‌های علل عدم رعایت مسئولیت اجتماعی دیجیتال در سازمان‌ها

متغیرهای پژوهش	ضعف فرهنگ و آموزش سازمانی	ضعف مدیریت ساختار سازمانی	فشارها و تنش - فناوری سازمانی	ضعف زیرساخت‌های فنی
	X	X	V	O

V	V	X	X	ضعف مدیریت و ساختار سازمانی
V	X	A	A	فشارها و تنش‌های سازمانی
X	A	A	O	ضعف فناوری سازمانی

ماتریس دستیابی اولیه از طریق تبدیل ماتریس خودتعاملی ساختاری به یک ماتریس دو ارزشی (صفر و یک) بدست می‌آید. با توجه به این امر، در ماتریس خودتعاملی، به جای V, X عدد یک قرار گرفته و به جای A, O عدد صفر قرار می‌گیرد. این امر موجب تشکیل ماتریس دستیابی اولیه می‌شود. در جدول ۴ شرح کامل ماتریس دستیابی اولیه مشخص شده است.

جدول ۳: ماتریس دستیابی اولیه مولفه‌های علل عدم رعایت مسئولیت اجتماعی دیجیتال در سازمان‌ها

متغیرهای پژوهش	فرهنگ و آموزش سازمانی	مدیریت و ساختار سازمانی	فشارها و تنش‌های سازمانی	ضعف فناوری سازمانی
فرهنگ و آموزش سازمانی	۱	۱	۱	۰
مدیریت و ساختار سازمانی	۱	۱	۱	۱
فشارها و تنش‌های سازمانی	۰	۰	۱	۱
ضعف فناوری سازمانی	۰	۰	۰	۱

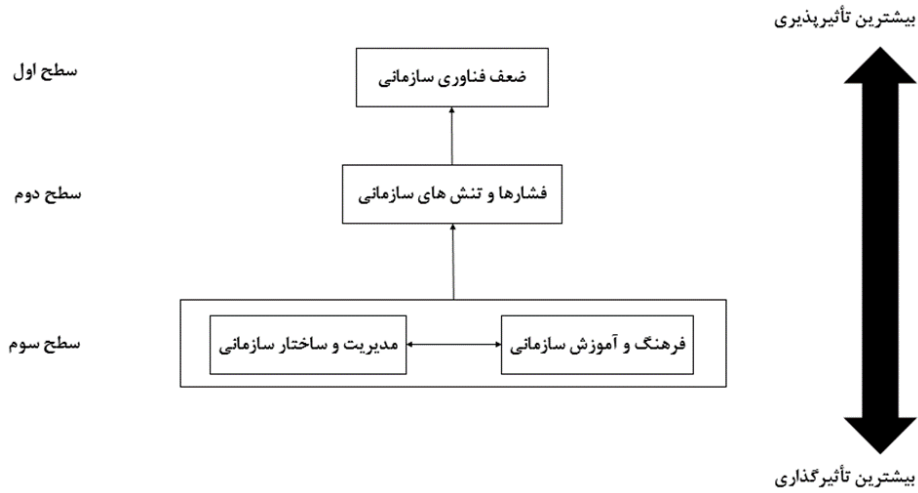
برای دسترسی به ماتریس نهایی می‌بایست از مفهوم انتقال پذیری استفاده شود. در این خصوص پس از آنکه ماتریس دستیابی اولیه تهیه شد، باید سازگاری درونی انجام شود. به عنوان نمونه اگر متغیر الف منجر به متغیر ب شود و متغیر ب هم منجر به متغیر ج شود. پس متغیر الف منجر به متغیر ج می‌شود. اگر ماتریس دستیابی اولیه در این حالت برقرار نبود می‌بایست اصلاح گردیده و روابطی که از قلم جا افتاده‌اند، جایگزین شوند. در این حالت برخی

از روابط از حالت صفر به یک تبدیل می شوند که با عدد ۱* نشان داده می شوند. جدول ۵ نمایانگر ماتریس نهایی بوده که در سطر قدرت نفوذ و در ستون قدرت وابستگی نشان داده می شود.

جدول ۴: ماتریس نهایی مولفه‌های علل عدم رعایت مسئولیت اجتماعی دیجیتال در سازمان‌ها

متغیرهای پژوهش	فرهنگ و آموزش سازمانی	مدیریت و ساختار سازمانی	فشارها و تنش‌های سازمانی	ضعف فناوری سازمانی	قدرت نفوذ
فرهنگ و آموزش سازمانی	۱	۱	۱	۱*	۴
مدیریت و ساختار سازمانی	۱	۱	۱	۱	۴
فشارها و تنش‌های سازمانی	۰	۰	۱	۱	۲
ضعف فناوری سازمانی	۰	۰	۰	۱	۱
میزان وابستگی	۲	۲	۳	۴	

برای تعیین روابط و سطح بندی میان متغیرها، می بایست مجموع ورودی‌ها خروجی و مقدار مشترک میان این دو مورد، مشخص شود. مجموع خروجی‌ها شامل خود مولفه و تمام مولفه‌هایی می شود که از آن تأثیر می پذیرند. مجموع ورودی‌ها شامل خود مولفه و تمام مولفه‌هایی است که بر آن تأثیر می گذارند. سپس اشتراک و مجموع روابط دو طرفه در نظر گرفته می شود. مولفه‌ها بر اساس مجموعه‌های حاصله سطح بندی می شوند. یعنی میزان اشتراک با مجموع خروجی در هر مرحله برابر باشد، آن مولفه سطح بندی می شود. در نهایت پس از سطح بندی متغیرها نحوه قرارگیری سطوح اثر گذاری و اثر پذیری متغیرهای علل عدم رعایت مسئولیت اجتماعی دیجیتال توسط کارکنان سازمان به شرح زیر است.



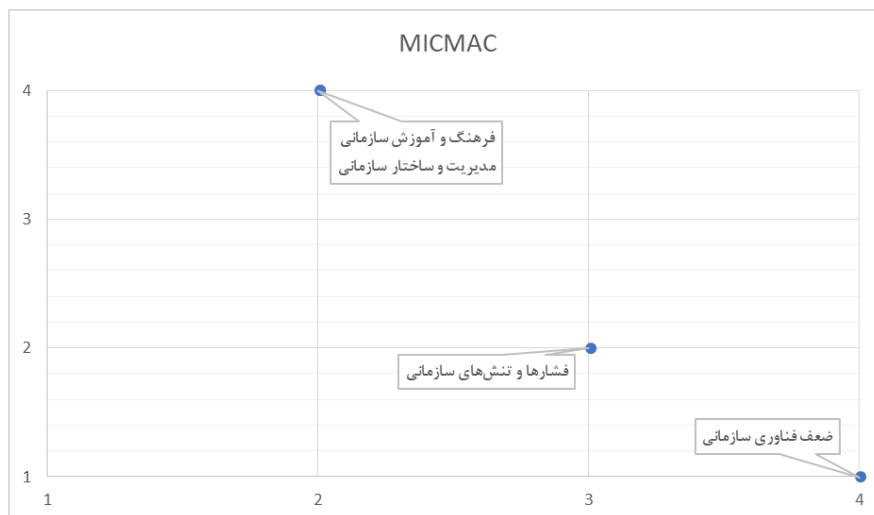
شکل ۲: نمودار سطوح اثرگذاری و اثرپذیری متغیرهای علل عدم رعایت مسئولیت اجتماعی دیجیتال در سازمانها

نمودار فوق نشان می‌دهد که بیشترین میزان اثرگذاری در سازمان که موجب عدم رعایت مسئولیت اجتماعی دیجیتال می‌شود، ضعف فرهنگ و آموزش سازمانی به همراه ضعف مدیریت و ساختار سازمانی می‌باشد. در ادامه، میزان نفوذ و وابستگی متغیرهای تحقیق مشخص می‌شود. جدول ۶ میزان قدرت نفوذ و وابستگی را در متغیرهای تحقیق نشان می‌دهد.

جدول ۵: تحلیل MICMAC مولفه‌های علل عدم رعایت مسئولیت اجتماعی دیجیتال در سازمانها

متغیرهای پژوهش	فرهنگ و آموزش سازمانی	مدیریت و ساختار سازمانی	فشارها و تنش‌های سازمانی	ضعف فناوری سازمانی
قدرت نفوذ	۴	۴	۲	۱
میزان وابستگی	۲	۲	۳	۴

نمودار حاصل از این موضوع نیز در شکل ۳ قابل مشاهده است.



شکل ۳: نمودار سطوح اثرگذاری و اثرپذیری متغیرهای علل عدم رعایت مسئولیت اجتماعی دیجیتال در سازمان‌ها

همانطور که در شکل ۳ مشخص می‌باشد، مولفه ضعف فناوری سازمانی دارای بیشترین وابستگی در میان متغیرهای دیگر می‌باشند. متغیر وابسته به شدت تحت تأثیر سایر متغیرها می‌باشد. مولفه‌های آموزش و فرهنگ سازمانی و مدیریت و ساختار سازمانی بیشترین اثرگذاری را دارند و در ناحیه مستقل قرار دارند. فشارها و تنش‌های سازمانی در مرز میان خودمختاری و وابستگی قرار دارد.

در نهایت در این قسمت از تحقیق، راهبردهای حاصل از برآیند آسیب‌های رفتاری کارکنان و علل عدم رعایت مسئولیت اجتماعی مورد بررسی قرار می‌گیرد. جدول ۷ شرح راهبردهای مربوطه با توجه به جمع‌بندی محقق و نظر نهایی خبرگان می‌باشد که در نهایت توسط روش IPA درجه بندی خواهد شد.

جدول ۶: راهبردهای نهایی تحقیق

ردیف	شرح راهبرد	خبرگان
۱	تهیه و پیاده‌سازی منشور مسئولیت اجتماعی دیجیتال (D1)	برگرفته از مصاحبه شونده ۸
۲	استفاده از فناوری نظارت و ردیابی رفتارها و فعالیت کارکنان توسط مدیران (D2)	برگرفته از مصاحبه شونده ۴
۳	ایجاد یک فرآیند مشخص برای گزارش دادن تخلفات مسئولیت اجتماعی دیجیتال (D3)	برگرفته از مصاحبه شونده ۱۱
۴	برگزاری آموزش‌ها و کارگاه‌های آموزشی منظم برای کارکنان در خصوص قوانین و سیاست‌های مسئولیت اجتماعی دیجیتال (D4)	برگرفته از مصاحبه شونده ۹
۵	انتشار محتوای مفید و آموزشی درباره استفاده مسئولانه از فناوری و رفتارهای متقابل در فضای مجازی (D5)	برگرفته از مصاحبه شونده ۱۵
۶	راه اندازی سیستم پاداش و جریمه، تویج و اخراج فرد خاطی در خصوص مسئولیت اجتماعی دیجیتال (D6)	برگرفته از مصاحبه شونده ۶
۷	برقراری ارتباط مستمر با پرسنل و پاسخ به سوالات و نیازهای آنها در زمینه مسئولیت اجتماعی دیجیتال (D7)	برگرفته از مصاحبه شونده ۲
۸	مواجه کردن کارکنان سازمان با عواقب عدم رعایت مسئولیت اجتماعی دیجیتال (D8)	برگرفته از مصاحبه شونده ۱۴
۹	اقدام‌گرایی و اجرا کردن کلیه ضوابط و قوانین مرتبط با مسئولیت اجتماعی دیجیتال توسط مدیران (D9)	برگرفته از مصاحبه شونده ۱۳

با توجه به این موارد در ادامه فرآیند اجرای تکنیک **IPA** انجام خواهد شد. جدول ۸ میانگین هندسی نمرات خبرگان به راهبردهای بدست آمده می‌باشد.

جدول ۷: میانگین هندسی نمرات خبرگان به راهبردهای تحقیق

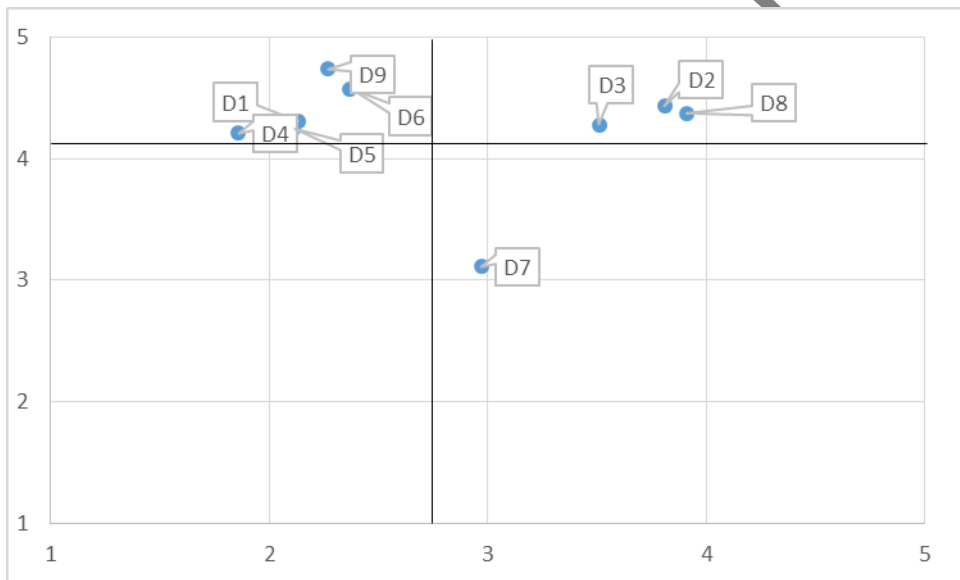
ردیف	شرح راهبرد	ارزش نهایی اهمیت	ارزش نهایی عملکرد
۱	تهیه و پیاده‌سازی منشور مسئولیت اجتماعی دیجیتال (D1)	۴/۳۱	۲/۱۳
۲	استفاده از فناوری نظارت و ردیابی رفتارها و فعالیت کارکنان توسط مدیران (D2)	۴/۴۳	۳/۸۱
۳	ایجاد یک فرآیند مشخص برای گزارش دادن تخلفات مسئولیت اجتماعی دیجیتال (D3)	۴/۲۸	۳/۵۱
۴	برگزاری آموزش‌ها و کارگاه‌های آموزشی منظم برای کارکنان در خصوص قوانین و سیاست‌های مسئولیت اجتماعی دیجیتال (D4)	۴/۲۱	۱/۸۶
۵	انتشار محتوای مفید و آموزشی درباره استفاده مسئولانه از فناوری و رفتارهای متقابل در فضای مجازی (D5)	۴/۲۴	۲/۱۱
۶	راه اندازی سیستم پاداش و جریمه، تویچ و اخراج فرد خاطی در خصوص مسئولیت اجتماعی دیجیتال (D6)	۴/۵۷	۲/۳۷
۷	برقراری ارتباط مستمر با پرسنل و پاسخ به سوالات و نیازهای آنها در زمینه مسئولیت اجتماعی دیجیتال (D7)	۳/۱۱	۲/۹۷
۸	مواجه کردن کارکنان سازمان با عواقب عدم رعایت مسئولیت اجتماعی دیجیتال (D8)	۴/۳۷	۳/۹۱
۹	اقدام گرایبی و اجرا کردن کلیه ضوابط، قوانین و راهبردهای مرتبط با مسئولیت اجتماعی دیجیتال توسط مدیران (D9)	۴/۷۴	۲/۲۷

در ادامه ارزش آستانه اهمیت و عملکرد محاسبه می‌شود که به شرح فرمول زیر می‌باشد:

$$\mu_b = \frac{37.75}{9} = 4.19 \text{ ارزش آستانه اهمیت}$$

$$\mu_c = \frac{24.94}{9} = 2.77 \text{ ارزش آستانه عملکرد}$$

با توجه به اعداد به دست آمده، نمودار زیر محل قرارگیری هر یک از راهبردها را در چهار ربع اصلی نشان می‌دهد:



شکل ۴: نمودار الویت‌بندی راهبردها به روش IPA

در نهایت و به منظور الویت‌بندی راهبردهای تحقیق از **OWj** و **SWj** استفاده می‌شود که در جدول ۱۱ شرح داده شده است. هر متغیر که دارای **SWj** بیشتری باشد، دارای الویت بیشتری نیز می‌باشد.

جدول ۸: الویت بندی نهایی راهبردهای تحقیق

الویت	SWj	OWj	شرح راهبرد
-------	-----	-----	------------

۴	۰/۱۶۰۴	۹/۴۰	تهیه و پیاده‌سازی منشور مسئولیت اجتماعی دیجیتال (D1)
۷	۰/۰۴۶۹	۲/۷۵	استفاده از فناوری نظارت و ردیابی رفتارها و فعالیت کارکنان توسط مدیران (D2)
۶	۰/۰۵۶۳	۳/۳۰	ایجاد یک فرآیند مشخص برای گزارش دادن تخلفات مسئولیت اجتماعی دیجیتال (D3)
۳	۰/۱۶۸۹	۹/۸۹	برگزاری آموزش‌ها و کارگاه‌های آموزشی منظم برای کارکنان در خصوص قوانین و سیاست‌های مسئولیت اجتماعی دیجیتال (D4)
۵	۰/۱۵۴۲	۹/۰۳	انتشار محتوای مفید و آموزشی درباره استفاده مسئولانه از فناوری و رفتارهای متقابل در فضای مجازی (D5)
۲	۰/۱۷۱۷	۱۰/۰۵	راه اندازی سیستم پاداش و جریمه، توبیخ و اخراج فرد خاطی در خصوص مسئولیت اجتماعی دیجیتال (D6)
۹	۰/۰۰۷۴	۰/۴۴	برقراری ارتباط مستمر با پرسنل و پاسخ به سوالات و نیازهای آنها در زمینه مسئولیت اجتماعی دیجیتال (D7)
۸	۰/۰۳۴۳	۲/۰۱	مواجه کردن کارکنان سازمان با عواقب عدم رعایت مسئولیت اجتماعی دیجیتال (D8)
۱	۰/۱۹۹۹	۱۱/۷۱	اقدام گرای و اجرا کردن کلیه ضوابط، قوانین و راهبردهای مرتبط با مسئولیت اجتماعی دیجیتال توسط مدیران (D9)

بحث و نتیجه‌گیری

هدف اصلی این تحقیق چارچوب نظری علل عدم رعایت مسئولیت اجتماعی دیجیتال در فضای مجازی توسط کارکنان سازمان در میان دستگاه‌های اجرایی استان مازندران بوده است. این تحقیق در دو مرحله کیفی و کمی انجام شده است. در فاز کیفی تحقیق با استفاده از نرم افزار مکس کیو دا، نتایج حاصل از مطالعه مبانی نظری و پیشینه پژوهش و همچنین

مصاحبه خبرگان ارائه شد و شبکه مضامین برای علل عدم رعایت مسئولیت اجتماعی دیجیتال در فضای مجازی مشخص شد. با توجه به جداول و نمودارهای ارائه شده در مجموع برای علل عدم رعایت مسئولیت اجتماعی دیجیتال در فضای مجازی، ۸۷ مضمون پایه، ۱۵ مضمون سازمان‌دهنده و ۴ مضمون فراگیر ارائه شده است. با توجه به نتایج بدست آمده فرهنگ و آموزش سازمانی، مدیریت و ساختار سازمانی در سطوح اثرگذارترین متغیرها در خصوص علل عدم رعایت مسئولیت اجتماعی دیجیتال بودند. ضعف در فرهنگ و آموزش‌های سازمانی می‌تواند به عدم رعایت مسئولیت اجتماعی دیجیتال توسط کارکنان منجر شود. وقتی که یک سازمان فرهنگی مناسب در ارتباط با اهمیت اخلاقیات و مسائل اجتماعی مربوط به استفاده از فضای دیجیتال را فراهم نکند، کارکنان ممکن است نادیده گرفتن این مسائل را به عنوان یک اولویت محسوب کنند. علاوه بر این، آموزش‌های ناکافی در زمینه رفتارهای مناسب در فضای دیجیتال می‌تواند باعث عدم آگاهی کارکنان از پیامدهای اجتماعی و حقوقی این رفتارها شود. اگرچه ممکن است سازمان‌ها قوانین و مقرراتی را در این زمینه اعمال کنند، اما بدون ایجاد فرهنگی که ارزش‌های مربوطه را ترویج کند و آموزش‌های لازم را فراهم آورد، این قوانین ممکن است بی‌اثر باشند و کارکنان نیز به سادگی آن‌ها را نادیده بگیرند. به علاوه، در صورتی که فرهنگ سازمانی به مشکلی مبتنی بر احترام به مسئولیت‌های اجتماعی دیجیتال نپردازد، کارکنان ممکن است احساس کنند که این مسئولیت‌ها جزء وظایف اصلی آن‌ها نیستند و به همین دلیل به آن‌ها توجه کمتری می‌کنند. از این رو، ایجاد یک فرهنگ که ارزش‌های اخلاقی و اجتماعی را ترویج کند و کارکنان را به رعایت مسئولیت‌های اجتماعی دیجیتال تشویق کند بسیار حیاتی است. به علاوه، ارتباطات باز و شفاف درون سازمانی نیز می‌تواند کمک کننده باشد. اگر کارکنان از اهمیت اطلاع‌رسانی مناسب و ارتباط با سایر اعضای سازمان آگاه باشند، احتمالاً بهترین راه‌حل‌ها و رفتارهای مسئولانه در فضای دیجیتال را انتخاب خواهند کرد. به طور خلاصه، ضعف در فرهنگ و آموزش‌های سازمانی می‌تواند یکی از عوامل مهم عدم رعایت مسئولیت اجتماعی دیجیتال توسط کارکنان سازمان باشد که نیازمند توجه و اقدامات مناسب برای بهبود آن است. مولفه‌ی ضعف فرهنگ و آموزش‌های سازمانی توسط تحقیقات **Lunis Dadabuyef, Liu & Lin (2022), Pudder (2023), & Petter (2022)**

Huang et al (2021) و Zhiao et al (2023), Kaor (2021), et al, 2022)

تأیید شد.

مدیریت نامناسب و ضعف در ساختار سازمانی می‌تواند به عدم رعایت مسئولیت اجتماعی دیجیتال توسط کارکنان منجر شود. وجود ساختاری که به درستی مسئولیت‌ها و وظایف را تعیین نکند و مدیریت مناسبی برای اجرای این وظایف فراهم نکند، ممکن است باعث ایجاد شود که کارکنان از مسئولیت‌هایشان در فضای دیجیتال عبور کنند یا آن را نادیده بگیرند. به عنوان مثال، اگر سازمان دارای یک ساختار سلسله‌مراتبی نامناسب باشد که ارتباط مؤثر و روشنی بین کارکنان و مدیران را فراهم نکند، کارکنان ممکن است احساس کنند که وظایف و مسئولیت‌هایشان در فضای دیجیتال واضح نیست و به همین دلیل، به راحتی از انجام آن‌ها عبور کنند یا به نادیده بردن آن‌ها بپردازند. علاوه بر این، وجود مدیریت نامناسب ممکن است باعث شود که ارزش‌ها و اصول مسئولیت اجتماعی دیجیتال در سازمان به طور کامل مورد توجه قرار نگیرد. در صورتی که مدیران سازمان به طور فعال ارزش‌ها و اصول اخلاقی و اجتماعی در فضای دیجیتال را ترویج نکنند و به آن‌ها توجه نکنند، کارکنان نیز ممکن است از اهمیت رعایت مسئولیت‌های اجتماعی دیجیتال کاسته و به راحتی از آن‌ها عبور کنند. بنابراین، مدیریت نامناسب و ضعف در ساختار سازمانی می‌تواند به طور مستقیم باعث عدم رعایت مسئولیت اجتماعی دیجیتال توسط کارکنان شود، زیرا این عوامل باعث ایجاد یک محیط کاری ناپایدار و عدم ارتباط مؤثر بین کارکنان و سازمان می‌شوند که به نتیجه نادرستی در ارتباط با مسئولیت‌های اجتماعی دیجیتال منتهی می‌شود. مولفه‌های ضعف مدیریت و ساختار سازمانی مستخرج از این پژوهش توسط تحقیقات **(Cariani et al (2023)**، **(Ozsungur (2022)**، **(Zong Hua et al (2023)**، **(Cogneli (2023)**، **(Kohnke et al (2023)** و **(Wang & et al (2022)** تأیید شد.

در نهایت راهبردهای پیشنهادی و مورد نیاز برای دستگاه‌های اجرایی در ۹ مورد ارائه شد و با استفاده از روش **IPA** الویت‌بندی شدند. مفهوم مسئولیت اجتماعی دیجیتال یک مورد گمشده در جوامع امروزی است که سازمان‌ها نیز از آن مستثنی نیستند. این مفهوم به طور کل در تحقیقات حوزه بازرگانی به آن توجه شد و در زمینه رفتاری و رفتار سازمانی کارکنان

به این موضوع اشاره‌ای نشده است. به همین علت توجه به این موضوع در حوزه رفتار سازمانی و همچنین سطوح مهم سازمان اعم از مدیریت استراتژیک تا عملیاتی، لازم است تمام افراد به آن پایبند باشند تا تصویر مناسبی از سازمان‌ها در جامعه وجود داشته باشد. تولید محتواهای مناسب، رفتار مناسب کارکنان در فضای دیجیتال و توجه به اصول اخلاقی از جمله مواردی است که در این خصوص باید مورد توجه قرار گیرد. به طور کلی طبق نتایج بدست آمده در مجموع ۹ راهبرد اصلی با نظر خبرگان و تحلیل محقق به دستگاه‌های اجرایی پیشنهاد شد که به شرح زیر است:

- تهیه و پیاده‌سازی منشور مسئولیت اجتماعی دیجیتال
- استفاده از فناوری نظارت و ردیابی رفتارها و فعالیت کارکنان توسط مدیران
- ایجاد یک فرآیند مشخص برای گزارش دادن تخلفات مسئولیت اجتماعی دیجیتال
- برگزاری آموزش‌ها و کارگاه‌های آموزشی منظم برای کارکنان در خصوص قوانین و سیاست‌های مسئولیت اجتماعی دیجیتال
- انتشار محتوای مفید و آموزشی درباره استفاده مسئولانه از فناوری و رفتارهای متقابل در فضای مجازی
- راه اندازی سیستم پاداش و جریمه، توبیخ و اخراج فرد خاطی در خصوص مسئولیت اجتماعی دیجیتال
- برقراری ارتباط مستمر با پرسنل و پاسخ به سوالات و نیازهای آنها در زمینه مسئولیت اجتماعی دیجیتال
- مواجه کردن کارکنان سازمان با عواقب عدم رعایت مسئولیت اجتماعی دیجیتال

- اقدام‌گرایی و اجرا کردن کلیه ضوابط و قوانین مرتبط با مسئولیت اجتماعی دیجیتال توسط مدیران

با توجه به شرح راهبردها و نتایج الویت‌بندی آن‌ها، اقدام‌گرایی و اجرا کردن کلیه ضوابط، قوانین و راهبردهای مرتبط با مسئولیت اجتماعی دیجیتال توسط مدیران دارای بیشترین الویت و برقراری ارتباط مستمر با پرسنل و پاسخ به سوالات و نیازهای آنها در زمینه مسئولیت اجتماعی دیجیتال دارای کمترین الویت می‌باشند. اقدام‌گرایی و اجرا کردن کلیه ضوابط، قوانین و راهبردهای مرتبط با مسئولیت اجتماعی دیجیتال توسط مدیران، راه‌اندازی سیستم پاداش و جریمه، توییح و اخراج فرد خاطی در خصوص مسئولیت اجتماعی دیجیتال و برگزاری آموزش‌ها و کارگاه‌های آموزشی منظم برای کارکنان در خصوص قوانین و سیاست‌های مسئولیت اجتماعی دیجیتال از جمله راهبردهای مهمی می‌باشند که دستگاه‌های اجرایی استان مازندران می‌بایست در بهبود وضعیت مسئولیت اجتماعی دیجیتال و کاهش آسیب‌های رفتاری کارکنان سازمان به کار گیرند.

گزارش

منابع

۱. صراف، فاطمه؛ نجاتی، آرش؛ روحی، پژمان. (۱۴۰۱). تاثیر مسئولیت اجتماعی دیجیتال بر عملکرد مسئولیت اجتماعی شرکت و عملکرد استراتژیک بر اساس نقش میانجی مشارکت مشتری شرکت های کوچک و متوسط با فناوری پیشرفته، رویکردهای پژوهشی نوین در مدیریت و حسابداری، ۶(۸۵)، ۵۳۳-۵۴۷.
۲. عابدین، بهاره، مهدی پور پیجا، سحر، حسین زاده، آرزو؛ هنرمند حقیقی، حمیده. (۱۴۰۱). واکاوی مفهوم مسئولیت اجتماعی دیجیتال: بررسی عملکرد کسب و کارهای ایرانی. چشم انداز مدیریت بازرگانی، ۲۱(۵۰)، ۱۲۸-۱۵۵.

References

3. Asemah, E. S., Nwaoboli, E. P., & Nwoko, Q. T. (2022). Textual analysis of select social media hate speech messages against clergymen in Nigeria. *GVU Journal of Management and Social Sciences*, 7(2), 1-14.
4. Atkinson, R., & Ayres, T. (Eds.). (2022). *Shades of deviance: A primer on crime, deviance and social harm*. Taylor & Francis.
5. Brock Baskin, M. E., Hart, T. A., Bajaj, A., Gerlich, R. N., Drumheller, K. D., & Kinsky, E. S. (2023). Subjective norms and social media: predicting ethical perception and consumer intentions during a secondary crisis. *Ethics & Behavior*, 33(1), 70-88.
6. Buford, C. (2022). *The Dark Triad and Dark Behaviors: An Analysis of the Relationship Between Social Networking Sites, Deviant Behaviors, and the Dark Triad (Doctoral dissertation, Barry University)*.
7. Cho, H., Cannon, J., Lopez, R., & Li, W. (2022). Social media literacy: A conceptual framework. *New media & society*, 14614448211068530.
8. Doncel-Martín, I., Catalan-Matamoros, D., & Elías, C. (2022). Corporate social responsibility and public diplomacy as formulas to reduce hate speech on social media in the fake news era. *Corporate Communications: An International Journal*, 21(3), 1-13.
9. Exner-Cortens, D., Baker, E., & Craig, W. (2023). Canadian adolescents' experiences of dating violence: Associations with social power imbalances. *Journal of interpersonal violence*, 38(1-2), 1762-1786.

10. Kabiri, S., Choi, J., Kruis, N., Shadmanfaat, S. M., & Lee, J. (2022). Social Concern as a Means of Understanding the Risk of Workplace Deviance. *Deviant Behavior*, 43(8), 939-958.
11. Kefala, A. (2021). Social media effects and self-harm behaviors among young people: theoretical and methodological challenges. *Journal of education innovation and communication*, 3(2). 13-26.
12. Kellerman, K., & Punamäki, R. L. (2023). The role of attachment security in the development of aggression in adolescence: A longitudinal study. *Journal of Youth and Adolescence*, 51(2), 376-389.
13. Khattak, A., & Yousaf, Z. (2022). Digital social responsibility towards corporate social responsibility and strategic performance of hi-tech SMEs: customer engagement as a mediator. *Sustainability*, 14(1), 1-16.
14. Kong, D., & Liu, B. (2023). Digital Technology and Corporate Social Responsibility: Evidence from China. *Emerging Markets Finance and Trade*, 1-27.
15. Mohamed, F. A. (2022). The Role of Social Responsibility in the Digital Public Relations Age. In *Artificial Intelligence for Sustainable Finance and Sustainable Technology: Proceedings of ICGER 2021 1* (pp. 480-492). Springer International Publishing.
16. Okazaki, S., Plangger, K., West, D., & Menéndez, H. D. (2020). Exploring digital corporate social responsibility communications on Twitter. *Journal of Business Research*, 117, 675-682.
17. Poshakrishna, P., & Akeugkahraunnyarrath, N. (2023). Corporate Social Responsibility Through social media on Tourism Industry. *RATANABUTH JOURNAL*, 5(1), 588-604.
18. Puriwat, W., & Tripopsakul, S. (2022). Consumers' Attitude towards Digital Social Responsibility: Impacts on Electronic Word of Mouth and Purchase Intention. *Emerging Science Journal*, 6(1), 64-74.
19. Puriwat, W., & Tripopsakul, S. (2022). Understanding digital social responsibility in the social media context: evidence from Thailand. *International Journal of Professional Business Review*, 7(1), 1-14.
20. Quiles (2023). Fashion industry's environmental policy: Social media and corporate website as vehicles for communicating corporate social
-Soler, C., Martínez- Sala, A.

responsibility. *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*, 30(1), 180-191.

21. Skerra, C. (2023). Corporate Digital Responsibility, CDR in Marketing. In *Innovatives und digitales Marketing in der Praxis: Insights, Strategien und Impulse für Unternehmen*, 163-175.
22. Tuyen, B. Q., Mai, N. P., & Long, T. Q. (2023). Does corporate engagement in social responsibility affect firm innovation? The mediating role of digital transformation. *International Review of Economics & Finance*, 84, 292-303.
23. Wallace, E., & Buil, I. (2023). Antecedents and consequences of conspicuous green behavior on social media: Incorporating the virtual self-identity into the theory of planned behavior. *Journal of Business Research*, 157, 113549.
24. Wakefield, R. L., & Wakefield, K. (2023). The antecedents and consequences of intergroup affective polarisation on social media. *Information Systems Journal*. 33(4), 640-668.
25. Zhao, R. (2023, July). Research on the Importance of Corporate Social Responsibility in the Digital Economy Based on Intelligent Consumer Behavior Algorithm. In *2023 4th International Conference on E-Commerce and Internet Technology (ECIT 2023)* (pp. 108-118). Atlantis Press.
26. Arnulf, J. K., & Larsen, K. R. (2020). Culture blind leadership research: how semantically determined survey data may fail to detect cultural differences. *Frontiers in psychology*, 11, 487924.
27. Caraiani, C., Lungu, C. I., Dascalu, C., & Stoian, C. A. (2023). The impact of telework on organisational performance, behaviour, and culture: Evidence from business services industry based on employees' perceptions. *Economic research-Ekonomska istraživanja*, 36(2). 21-40.
28. Chen, Q., Hu, J., Zhang, W., Evans, R., & Ma, X. (2023). Employee use of public social media: Theories, constructs and conceptual frameworks. *Behaviour & Information Technology*, 40(9), 855-879.
29. Lian, H., Huai, M., Farh, J. L., Huang, J. C., Lee, C., & Chao, M. M. (2022). Leader unethical pro-organizational behavior and employee unethical conduct: Social learning of moral disengagement as a behavioral principle. *Journal of Management*, 48(2), 350-379.
30. Liu, X., & Lin, K. L. (2020). Green organizational culture, corporate social responsibility implementation, and food safety. *Frontiers in Psychology*, 11, 585435.

31. Mihale-Wilson, C., Hinz, O., van der Aalst, W., & Weinhardt, C. (2022). Corporate digital responsibility: Relevance and opportunities for business and information systems engineering. *Business & Information Systems Engineering*, 64(2), 127-132.
32. Wang, J., & Sun, J. (2022). The role of audit committees in social responsibility and environmental disclosures: evidence from Chinese energy sector. *International Journal of Disclosure and Governance*, 1-16.
33. Zonghua, L., Junyun, L., Yulang, G., Ming, Z., & Xu, W. (2023). The effect of corporate social responsibility on unethical pro-organizational behavior: the mediation of moral identity and moderation of supervisor-employee value congruence. *Current Psychology*, 42(17), 14283-14296.
34. Barnhill, C. R., & Smith, N. L. (2022). Organizational behavior and digital transformation in sport. In *The Routledge Handbook of Digital Sport Management* (pp. 7-21). Routledge.
35. Chen, Q., Hu, J., Zhang, W., Evans, R., & Ma, X. (2023). Employee use of public social media: Theories, constructs and conceptual frameworks. *Behaviour & Information Technology*, 40(9), 855-879.
36. Cogenli M.Z. (2023). Organizational behavior in the digital world, *Nova Science Publishers*.
37. Kohnke, O., Nieland, T., Straatmann, T., & Mueller, K. (2023). How do management factors influence digital adoption in the case of a large-scale digital transformation project—A process perspective. *Journal of Management & Organization*, 1-21.
38. Erarslan, I. (2023). The deep technology wave and adaptation of businesses to the digitalization process: Europe as an example, *Nova Science Publishers*.
39. Özsungur, E. (Ed.). (2022). *Conflict Management in Digital Business: New Strategy and Approach*. Emerald Publishing Limited.

References [In Persian]

1. Saraf, Fatima; Nejati, Arash; Ruhi, Pejman. (2022). The effect of digital social responsibility on corporate social responsibility performance and strategic performance based on the mediating role of customer participation of small and medium enterprises with

advanced technology, New Research Approaches in Management and Accounting, 6(85), 533-547.

2. Abedin, Bahare, Mehdipour Pija, Sahar, Hosseinzadeh, Arezo; A true artist, Hamida. (2022). Examining the concept of digital social responsibility: examining the performance of Iranian businesses. Business Management Perspective, 21(50), 128-155.

امانه انتشار