



عوامل موثر بر رفتارهای غیر اخلاقی در شبکه های اجتماعی بر مبنای مدل رفتار برنامه ریزی شده

حسین جعفر کریمی*
رخساره مبرهن**

چکیده

گسترش استفاده از شبکه های اجتماعی و قابلیت های فراوان آنها، تبدیل به تیغی دو لبه شده است که افراد هم به صورت اخلاقی و هم غیر اخلاقی از آن ها استفاده می کنند. هدف این مطالعه یافتن عوامل مهم تاثیر گذار بر تصمیم گیری های اخلاقی افراد می باشد که بر مبنای تئوری رفتار برنامه ریزی شده ارائه گردیده است. بدین منظور، چهار سناریوی مختلف طراحی شده که در پرسشنامه نهایی مورد استفاده قرار گرفته است تا تاثیر عوامل مختلف بر رفتار اخلاقی و یا غیر اخلاقی افراد بررسی شود. در مجموع ۶۶۰ پاسخ معتبر از پرسشنامه ها جمع آوری شد که از طریق تکنیک حداقل مربعات جزئی - مدلسازی معادلات ساختاری، مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفت. نتایج نشان دادند که نگرش موثرترین عامل و پس از آن به ترتیب کنترل رفتاری درک شده و هنجارهای ذهنی افراد از عوامل تاثیر گذار بر تصمیم گیری های اخلاقی محسوب می شوند. در نهایت نقش سناریوهای مختلف نیز به عنوان عامل تعدیلگر بررسی شد و مشخص شد شدت تاثیر روابط بین عوامل شناسایی شده در سناریوهای مختلف متفاوت است.

واژگان کلیدی

رفتارهای غیر اخلاقی، تئوری رفتار برنامه ریزی شده، شبکه های اجتماعی، اخلاق در فناوری اطلاعات

* استادیار گروه کامپیوتر و فناوری اطلاعات، دانشگاه آزاد اسلامی واحد دماوند، دماوند، ایران.

** استادیار گروه کامپیوتر و فناوری اطلاعات، دانشگاه دانش البرز، قزوین، ایران.

مقدمه

در سال‌های اخیر، سایت‌های شبکه اجتماعی (SNS) ها به ابزاری مهم برای برقراری ارتباطات اجتماعی و تبادل اطلاعات تبدیل شده‌اند. فیسبوک به تنهایی بیشتر از ۲٫۲ بیلیون کاربر دارد که بدین معناست یک سوم جمعیت جهان در حال استفاده از آن هستند (Edwards, 2014). درک SNS ها نگرانی‌های زیادی را در مورد مسائل اخلاقی مرتبط با استفاده از آنها بوجود آورده است. از جمله ی این موارد می‌توان به نظارت بر کار کارمندان (Rothberg, 2008)، استفاده از داده‌های کاربران برای مقاصد تبلیغاتی (Reynolds, 2011)، حریم خصوصی (Hull et al., 2011)^۱، محتوای کاربری نامناسب (Peluchette and Karl, 2009)، مزاحمت سایبری (Kwan and Skoric, 2013)، پرسه زنی اینترنتی (Krishnan et al., 2010) و اعتیاد اینترنتی (Balci and Gölcü, 2013) اشاره کرد. سایت‌های شبکه‌های اجتماعی از قویترین تکنولوژی‌های اطلاعاتی و ارتباطی محسوب می‌شوند که بین افراد ارتباط برقرار می‌کنند و حجم عظیمی از اطلاعات و سرگرمی‌ها را در اینترنت فراهم می‌آورند. این نگرانی‌ها اهمیت اخلاق و آگاهی‌های اخلاقی در زمینه SNS ها را برجسته می‌کند (Light and McGrath, 2010).

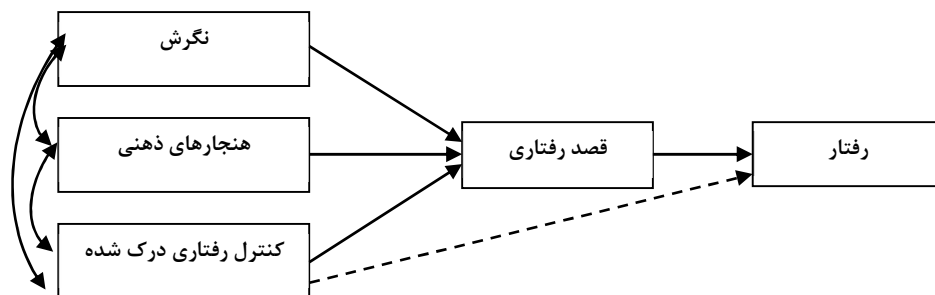
به منظور افزایش مسئولیت‌پذیری و تصمیم‌گیری‌های اخلاقی، باید افراد را در مراحل اولیه شکل‌گیری شخصیت اخلاقی، از طریق آموزش و بحث‌های اخلاقی هدایت نمود. از آنجا که ارائه هر راه حلی برای حل هر مشکل، ابتدا نیازمند شناسایی دقیق آن است، پیش از نظریه‌پردازی راجع به روش‌های بهبود شرایط اخلاقی در محیط‌های مجازی، باید عوامل تاثیرگذار بر اینگونه رفتارها را یافت. در این راستا، تحقیق حاضر تلاشی خواهد بود در جهت یافتن عوامل موثر بر رفتارهای اخلاقی و یا غیر اخلاقی در دنیای فناوری اطلاعات که بر مبنای مدل رفتار برنامه‌ریزی شده، ارائه گردیده است. اینترنت گستره‌ای بی‌پایان از جذابیت‌ها را برای کاربران ارائه می‌دهد. آمارها از وجود ۲/۷ میلیارد کاربر اینترنتی در سال ۲۰۱۴ در جهان خبر می‌دهد (شاخص‌های کلیدی ICT برای کشورهای در حال توسعه و توسعه یافته ۲۰۱۴) که ۳۸/۸ درصد از جمعیت جهان را شامل می‌شود. در این میان، SNS ها، ابزارهای قدرتمندی هستند که محتوای مرتبط را برای علاقمندان فراهم کرده‌اند. بر اساس تعریف بوید و الیسون سایت شبکه اجتماعی عبارت از خدمات مبتنی بر وبی هستند که به افراد امکان می‌دهد تا ۱- پروفایل عمومی در محدوده سیستم ایجاد کند؛ ۲- فهرستی از سایر کاربران و افراد مرتبط با خود را فراهم آورد؛ ۳- بتواند به بررسی و مشاهده ی فهرست‌های ارتباطات ایجاد شده ی خود و دیگران بپردازد (boyd and Ellison, 2007). جنس این ارتباطات در سایت‌های مختلف ممکن است متفاوت باشد. همچنین شبکه‌های اجتماعی با تولید و به اشتراک گذاری دانش می‌توانند باعث ایجاد تحولاتی در زمینه‌های اقتصادی، فرهنگی و علمی شده و به

^۱Social Networking Sites

رشد جامعه کمک کنند (Davoudi et al., 2017). معروفترین شبکه اجتماعی فیسبوک است که تا سال ۲۰۱۲ بیشتر از ۲,۲ بیلیون نفر در آن فعالیت داشتند (Whittaker, 2012). شبکه های اجتماعی مشهوری دیگر مانند گوگل +، توییتر، واتساپ، تلگرام، لینکداین و اینستاگرام نیز هر کدام جمعیت وسیعی از کاربران را از گوشه گوشه ی دنیا گرد هم آورده اند. بر طبق آمار ارائه شده در سایت Statista.com، در سال ۲۰۱۷، ۲,۴۶ بیلیون کاربر شبکه های اجتماعی وجود داشته است.

نظریه ی رفتار برنامه ریزی شده^۱

نظریه ها و مدل های متنوعی برای بررسی روابط بین فاکتورهای مختلف و رفتار افراد پیشنهاد شده است. یکی از این نظریه ها، تئوری عمل منطقی آست که توسط فیشبن و آجزن ارائه گردیده است (Fishbein and Ajzen, 1975). این نظریه، رفتارهای اختیاری افراد را بررسی می کند. آجزن بعدها این تئوری را گسترش داده و تئوری رفتار برنامه ریزی شده را پیشنهاد داد. دو نظریه ی یاد شده، از پر کاربردترین نظریه ها در زمینه رفتار اختیاری افراد می باشند. طبق نظریه ی رفتار برنامه ریزی شده، قصد رفتاری، توسط سه عامل نگرش نسبت به رفتار، هنجار ذهنی و کنترل رفتاری درک شده پیش بینی میشود. طبق نظریه ی آجزن، این تئوری می تواند در رفتارها و فعالیت های اختیاری مورد استفاده قرار گرفته و در شرایط و موقعیت های مختلف رفتاری مورد استفاده قرار گیرد (Ajzen, 1985). شکل (۱) نمای این نظریه را نشان می دهد.



شکل ۱: تئوری رفتار برنامه ریزی شده

¹ Theory of Planned Behavior (TPB)

² Theory of Reasoned Action (TRA)

- نگرش، ارزشیابی مثبت یا منفی در مورد نشان دادن رفتاری خاص است که از دو زیرسازه باورهای رفتاری و ارزیابی نتایج رفتار که باعث حصول نگرش نسبت به یک رفتار می شود تشکیل شده است.
 - هنجارهای ذهنی، به فشار اجتماعی درک شده توسط فرد برای انجام رفتار مورد بررسی اشاره دارد. بر اساس نظریه ی فوق، رفتار افراد، علاوه بر سایر موارد، تحت تاثیر نظر اطرافیان در مورد آن قرار دارد و عموماً نگرش اطرافیان بر رفتار یک فرد تاثیر مستقیم دارد.
 - کنترل رفتاری درک شده، عبارت است از درجه ای از احساس فرد در مورد این که انجام یا عدم انجام یک رفتار تا چه حد تحت کنترل ارادی اوست.
 - قصد رفتاری، بیانگر شدت نیت و اراده فردی برای انجام رفتار هدف است. بر اساس این نظریه، قصد رفتاری مقدمه ای برای رفتار واقعی است.
 - رفتار، در مواردی که اختیاری است، همیشه بعد از قصد رفتاری و تحت کنترل آن است. در نظریه ی رفتاری برنامه ریزی شده، رفتار متغیر اصلی وابسته است که بر اساس موارد فوق پیش بینی می شود. هر چند از آنجا که در این پژوهش، امکان بررسی رفتار وجود ندارد، قصد رفتاری به عنوان پیش درآمد رفتار مورد بررسی قرار می گیرد.
- آرمیتاژ و کونر، ۱۸۵ پژوهش را مورد بررسی قرار دادند و به این نتیجه رسیدند که نظریه ی رفتار برنامه ریزی شده از مهمترین و دقیق ترین نظریه ها برای بررسی عوامل تاثیرگذار بر رفتار افراد است (Armitage and Conner, 2001). همچنین مطالعات زیادی این تئوری را در زمینه های فناوری اطلاعات و ارتباطات موثر دانسته اند (Banerjee et al., 1998; Ifinedo, 2012; Leonard et al., 2004; Namlu and Odabasi, 2007). بنابراین از آنجاییکه این تحقیق در رابطه با بررسی عوامل موثر بر رفتارهای اخلاقی افراد است، این تئوری گزینه مناسبی برای استفاده به عنوان پایه ی این پژوهش است.

پژوهش های مرتبط

اخلاق و شبکه های اجتماعی موضوع مهمی است که در پژوهش های دیگری نیز مورد بررسی قرار گرفته است. لایت و مک گراث با بررسی فیسبوک با دیدی کیفی و در طول دو سال، برخی مسائل اخلاقی در این بستر را مطرح کردند (Light and McGrath, 2010). گوسه و همکاران به مسائل مربوط به روابط بیمار و پزشک که تحت تاثیر شبکه های اجتماعی قرار می گیرند، اشاره کردند (Guseh et al., 2009). برخی از محققان به مسائل اخلاقی که در تحقیقات اینترنتی مطرح است پرداخته اند (برای مثال Farmer et al. (2009), Kadushin (2005) و Clark (Zimmer (2010).

(2010) and Roberts مسائل مطرح در استفاده ی کارفرمایان از اینترنت برای مدیریت منابع انسانی را مورد توجه قرار دادند. این مسائل در سایر تحقیقات نیز مورد توجه قرار گرفته است (برای مثال (2011) Brown and Vaughn، (2011) Davison et al. و (2012) Trottier and Lyon). هدف پژوهش حاضر بررسی تاثیر عوامل مدل رفتار برنامه ریزی شده بر تصمیم گیری اخلاقی افراد در شبکه های اجتماعی با توجه به سناریوهای مختلف می باشد.

فرضیه های پژوهش

سنجش رفتار واقعی افراد در شرایطی که با معضلات اخلاقی متفاوتی مواجه هستند، کاری بسیار دشوار است. به همین دلیل، این پژوهش سعی دارد که با تعریف سناریوهای مختلف بتواند قصد رفتاری افراد را مورد بررسی قرار دهد. همانطور که اشاره شد، بر اساس نظریه های رفتار برنامه ریزی شده و نظریه ی رفتار منطقی، قصد رفتاری مقدمه ای بر رفتار واقعی است و از آنجا که رفتار واقعی نمی تواند مورد بررسی قرار گیرد، قصد رفتاری به عنوان متغیر وابسته ی اصلی این تحقیق در نظر گرفته می شود. به منظور شناسایی تاثیر مجموعه ای از متغیرها بر قصد رفتاری افراد در تصمیمات اخلاقی، فرضیه های زیر در نظر گرفته شده اند. در نهایت بر مبنای این فرضیه ها، مدل رفتارهای غیر اخلاقی در زمینه شبکه های اجتماعی ارائه گردیده است.

نگرش^۱

اگر چه برخی از محققان نگرش را به عنوان عاملی بی اهمیت گزارش کرده اند (Banerjee et al., 1998)، بسیاری از پژوهشگران ادعا کردند که نگرش، عامل مهمی برای پیش بینی قصد رفتاری است (Ajzen and Madden, 1986; Arvola et al., 2008; Beck and Ajzen, 1991; Chiang et al., 2009; Cox, 2012; Debatin et al., 2009; Durndell and Haag, 2002; Olson and Zanna, 1993; Paradice, 1990). نگرش، به ارزیابی یک فرد از نحوه مطلوب یا نامطلوب بودن یک عمل اشاره دارد (Ajzen, 1991). این فاکتور در نظریه ی رفتار منطقی نشان داه شده (Ajzen and Fishbein, 1969; Fishbein and Ajzen, 1975) و در مدل توسعه یافته آن (نظریه ی رفتار برنامه ریزی شده) نیز مورد تاکید قرار گرفته است. آجزن و فیشبن نشان دادند که نگرش بستگی به باورهای فرد و ارزیابی او از آن باورها و عقاید دارد (Ajzen and Fishbein, 1969). نگرش، به وسیله قضاوت اخلاقی یک عمل تحت تاثیر قرار می گیرد (Ellis and Griffith, 2000) و ریشه در خصوصیات افراد و رشد اخلاقی دارد (Kohlberg, 1975). تاثیر نگرش در قصد رفتاری در تعداد زیادی از پژوهش ها تست شده است (Venkatesh et al., 1975).

^۱Attitude

انتظار می‌رود که افراد، بیشتر در فعالیت‌هایی درگیر شوند که نگرش آنها به عمل مورد بررسی مثبت باشد. بنابراین فرضیه اول به صورت زیر تعریف می‌شود:

فرضیه اول: نگرش فرد بر روی قصد فرد برای انجام یک عمل تاثیر مثبت می‌گذارد.

هنجارهای ذهنی^۲

هنجارهای ذهنی به ادراک فرد در مورد ایده و نظر افرادی که برای او مهم هستند اشاره دارد. تاثیر این عامل بر قصد رفتاری همواره زیر سوال بوده است و پژوهشگران مختلف ادعا می‌کنند که هنجارهای ذهنی تنها بخش کوچکی از واریانس در قصد رفتاری را توجیه می‌کند (Godin and Kok, 1996; Sheppard et al., 1988; Tarkiainen and Sundqvist, 2005; Trafimow and Finlay, 1996). بر این اساس، برخی از پژوهشگران نیز این عامل را در مدل رفتاری در نظر نگرفتند. بر خلاف این نظر، ترامیفو و فیملی اظهار داشت که اگر چه تاثیر هنجارهای ذهنی به اندازه تاثیر نگرش نیست، ولی همچنان جزو عوامل مهم در بررسی قصد رفتاری است و میزان اهمیت آن، به زمینه‌ی مورد بررسی بستگی دارد. آنها در پژوهشی مروری، شواهد و مدارکی پیدا کرد که نشان داد افرادی وجود دارند که تحت کنترل نگرش هستند و افرادی وجود دارند که بیشتر تحت تاثیر هنجارهای ذهنی قرار دارند (Trafimow and Finlay, 1996). از طرف دیگر، آرمیتاژ و کونر اظهار داشتند که عملکرد ضعیف هنجارهای ذهنی به عنوان یک ساختار در ضعف اندازه‌گیری آن نهفته است چرا که بسیاری از پژوهشگران مقیاس تک آیتمی را برای اندازه‌گیری آن بکار برده‌اند (Armitage and Conner, 2001). آنها با بررسی ۱۸۵ مطالعه در زمینه نظریه‌ی رفتار برنامه‌ریزی شده نشان دادند که زمانی که محققان از مقیاس چند آیتمی برای اندازه‌گیری آن استفاده کنند رابطه منطقی قوی‌ای بین هنجارهای ذهنی و قصد رفتاری وجود دارد. از این رو، در این تحقیق، هنجارهای ذهنی به منظور شناسایی تاثیر یا عدم تاثیر آن در زمینه رفتار غیر اخلاقی در سایت‌های شبکه اجتماعی مورد بررسی قرار گرفت. انتظار می‌رود که افراد بیشتری در فعالیت‌هایی درگیر شوند که توسط افرادی که برای آنها مهم هستند قابل قبول‌تر باشند. بر این اساس فرضیه‌ی دوم به صورت زیر تعریف می‌شود:

فرضیه دوم: هنجارهای ذهنی بر روی قصد فرد برای انجام یک عمل تاثیر مثبت می‌گذارد.

کنترل رفتاری درک شده^۳

کنترل رفتاری درک شده به سهولت انجام یک عمل در نظر فرد اشاره می‌کند. حتی اگر قصد رفتاری یک فرد در یک رفتار خاص بالا باشد، این عامل می‌تواند نقش مهمی در متوقف کردن او

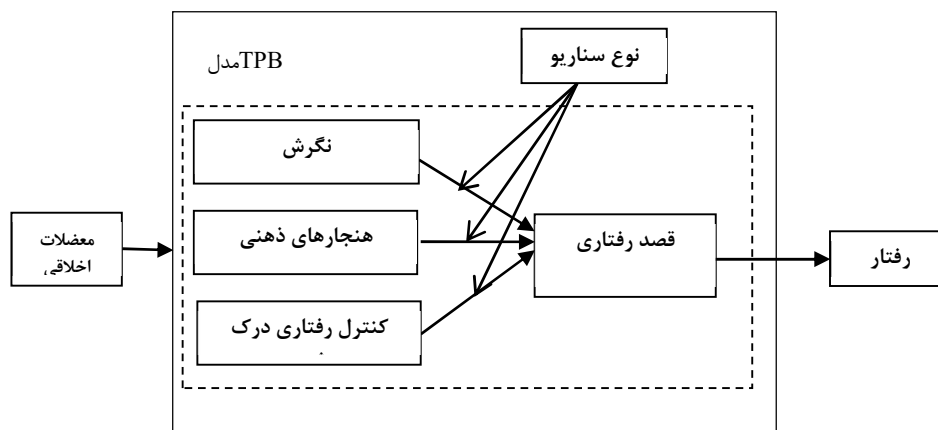
^۲Subjective Norms

^۳Perceived Behavioral Control

از درگیر شدن در آن رفتار خاص بازی کند. مدن و همکاران بیان می کنند که اگر مردم بتوانند عمداً یک رفتار را در یک سناریوی خاص کنترل کنند، اثر سازه PBC می تواند حذف شود (Madden et al., 1992). در واقع، این عامل فقط برای آن اقداماتی اهمیت پیدا می کند که در کنترل ارادی کامل افراد نیست (Armitage and Conner, 2001). به عنوان مثال، هنگامی که کسی نمی خواهد به تماشای فیلم بپردازد، مهم نیست که چقدر داندلود فیلم سرقت شده آسان باشد. از سوی دیگر، زمانی که کسی تمایل به داندلود فیلم سرقت شده دارد و هیچ مانعی برای جلوگیری او از انجام این کار وجود ندارد، PBC راحتی دسترسی به وبسایت هایی است که این فیلم را ارائه می دهند. انتظار می رود که افراد بیشتر در رفتارهایی درگیر شوند که به نظر می رسد انجام آن آسان تر است (Bandura, 2006). بنابراین فرضیه سوم به صورت زیر تعریف می شود:

فرضیه سوم: کنترل رفتاری درک شده بر روی قصد فرد برای انجام یک عمل تاثیر مثبت می گذارد.

بر اساس موارد مطرح شده و فرضیه های ارائه شده، مدل مفهومی مورد بررسی در این تحقیق در شکل (۲) نشان داده شده است. بر اساس این مدل، به لحاظ نظری فرض شده است که هنگامی که فرد با معضل اخلاقی مواجه می شود، متغیرهای نگرش، هنجارهای ذهنی و کنترل رفتارهای درک شده بر تصمیم گیری فرد برای انجام اعمال اخلاقی تاثیر می گذارد. هدف از این پژوهش بررسی این روابط و سطح اهمیت آنها در مدل مفهومی فرض شده می باشد. همچنین در این مدل تاثیر سناریوهای مختلف (که در بخش بعدی مقاله شرح داده شده است) نیز بررسی گردیده است.



شکل ۲: مدل پژوهش

روش پژوهش

در این مطالعه همانند پژوهش‌های پیشین در زمینه رفتارهای غیر اخلاقی، از طراحی پرسشنامه برای اندازه‌گیری سازه‌های مدل که نشانگر تمایل افراد به انجام رفتار غیر اخلاقی در مواجهه با سناریوهای مرتبط با شبکه‌های اجتماعی است، استفاده شده است. سناریوها شامل معضلات اخلاقی است که قبلاً مورد مطالعه قرار گرفته‌اند. جزییات طراحی سناریو در مقاله‌ی جعفر کریمی و همکاران مورد بحث قرار گرفته است (Jafarkarimi et al., 2017). در مجموع چهار سناریوی مختلف بررسی شده است که در پیوست ۱ آمده است. با توجه به سناریوها، در پرسشنامه نهایی از ابزار و آیتم‌های اندازه‌گیری معتبر استفاده شده که در پیوست ۲ ارائه شده است. این پرسشنامه از دو بخش اطلاعات جمعیت شناختی و سوالات مرتبط با مدل تشکیل شده که برای اعتبارسنجی محتوایی مورد تایید ۳ نفر خبره قرار گرفته است. مطالعه مقدماتی روی ۳۰ نفر که به روش نمونه‌ی راحت انتخاب شده بودند انجام شد و براساس آنالیز اولیه پرسشنامه برای بررسی اصلی نهایی شد. با توجه به شکایات دریافت شده توسط پاسخ‌دهندگان به علت طول مدت پرسشنامه، تنها یک سناریو برای هر پاسخ‌دهنده در نظر سنجی اصلی ارائه شده است.

جامعه آماری

پرسشنامه‌ی این پژوهش در بین دانشجویان دانشگاه‌های مازندران و تهران پخش شد و از مجموع ۷۶۰ پرسشنامه، ۷۵۰ عدد آن دریافت شد. بر اساس روش هیر و همکاران، قبل از انجام آنالیز داده‌ها، پاکسازی داده‌ها انجام شد و پرسشنامه‌های دارای بی‌جواب فراوان و داده‌های پرت بررسی شده و همچنین پرسشنامه‌هایی که نشان‌دهنده عدم درگیر شدن پاسخ‌دهندگان بود، شناسایی و حذف شد (Hair et al., 2013). در این مرحله ۹۰ پرسشنامه حذف، و نهایتاً ۶۶۰ پرسشنامه برای آنالیز نهایی آماده شد. ۴۰ درصد از پاسخ‌دهندگان زن و ۶۰ درصد از پاسخ‌دهندگان مرد بودند.

یافته‌ها و تجزیه و تحلیل داده‌ها

به منظور تجزیه و تحلیل داده‌ها، تکنیک حداقل مربعات جزئی - مدلسازی معادلات ساختاری و همچنین نرم‌افزار SmartPLS 3 مورد استفاده قرار گرفت. بدین منظور مدل اندازه‌گیری و مدل ساختاری بررسی شدند.

ارزیابی مدل ساختاری

برای بررسی مدل اندازه گیری، همبستگی درونی، روایی همگرایی و تشخیصی بر اساس دستورالعمل هیر و همکاران محاسبه شده است. به منظور تست سازگاری درونی از دو آزمون آلفای کرونباخ (Cronbach's Alpha) و قابلیت اطمینان ساختاری (Composite Reliability) استفاده شده است. به منظور سنجش اعتبار همگرایی از روش متوسط واریانس استخراج شده (Average Variance Extracted) استفاده شده است که نتایج آنها در جدول (۱) ارائه شده است.

جدول ۱: نتایج ارزیابی مدل اندازه گیری

قابلیت اطمینان شاخص (Indicator Reliability)	اعتبار همگرایی (Convergent Validity)	قابلیت اطمینان سازگاری درونی (Internal Consistency Reliability)	نام متغیر
Outer Loading (>0.7)	AVE (>0.5)	قابلیت اطمینان ساختاری (Composite) (reliability>0.7)	آلفای کرونباخ (>0.7)
۰,۹۲۱	ATT1		
۰,۹۰۴	ATT2	۰,۸۲۳	۰,۹۳۳
۰,۸۹۶	ATT3		۰,۸۹۲
۰,۸۷۷	SN1		
۰,۹۰۷	SN2	۰,۷۷۶	۰,۹۱۲
۰,۸۵۸	SN3		۰,۸۵۵
۰,۸۹۹	PBC1		
۰,۷۵۱	PBC2	۰,۶۷۴	۰,۸۶۱
۰,۸۰۷	PBC3		۰,۷۸۴
۰,۹۰۴	INT1		
۰,۸۹۷	INT2	۰,۷۸۷	۰,۹۱۷
۰,۸۶۰	INT3		۰,۸۶۵

بر طبق جدول بالا، تمامی نتایج نشان می دهد که متغیرها دارای آستانه قابل قبول بودند. از طرفی دیگر به منظور اطمینان از روایی متغیرها، آزمون فورنر و لارکر مورد ارزیابی قرار گرفت. نتایج این آزمون نیز در جدول ۲ آمده است.

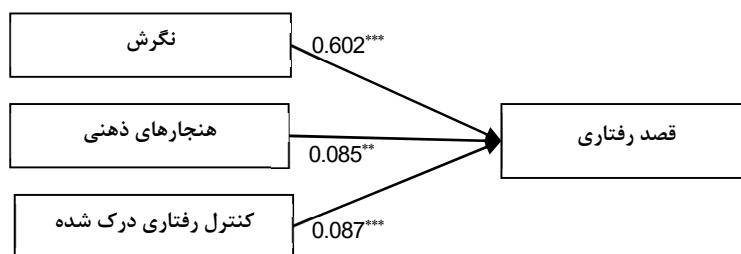
جدول ۲: نتایج آزمون فورنر و لارکر

فرضیه	نگرش	قصد رفتاری	کنترل رفتاری درک شده	هنجارهای اجتماعی
نگرش	۰,۹۰۷			
قصد رفتاری	۰,۷۵۸	۰,۸۸۷		
کنترل رفتاری درک شده	۰,۲۶۶	۰,۲۵۷	۰,۸۲۱	
هنجارهای ذهنی	۰,۶۴	۰,۵۵	۰,۱۹۲	۰,۸۸۱

همانطور که نتایج نشان می دهد، مقادیر موجود در روی قطر اصلی ماتریس (ریشه دوم مقادیر واریانس استخراج شده (AVE))، از کلیه مقادیر موجود در سطر و ستون مربوطه بزرگتر می باشند. این امر نیز نشان دهنده همبستگی شاخص ها با سازه وابسته به آن هاست.

آزمون فرضیه ها

به منظور تست فرضیه ها، ضریب مسیر (که نتیجه اجرای تابع PLS می باشد) و همچنین آماره t و p (که نتیجه اجرای Bootstrapping می باشد) ارزیابی شدند (شکل ۳). تحلیل نقش سناریوها به صورت جداگانه در بخش بعدی انجام شده است.



شکل ۳: ضرایب مسیر در مدل پژوهش

نتایج نشان دادند که مدل ساختار مناسبی نیز دارد و متغیرهای پیشنهادی در مدل متغیر نهایی که قصد رفتاری در زمینه شبکه های اجتماعی می باشد را به میزان مناسبی پیش بینی می کنند ($R^2=0,626$). جدول ۳ نتایج آزمون فرضیه ها را نشان می دهد.

جدول ۳: نتایج آزمون فرضیه ها

فرضیه	مسیر	ضریب مسیر (β)	آماره (t)	آماره (p)	معنی دار بودن
۱	نگرش -> قصد رفتاری	***۰,۶۰۲	۱۴,۳۳۵	۰,۰۰۰	مثبت و معنی دار
۲	هنجارهای ذهنی -> قصد رفتاری	**۰,۰۸۵	۲,۳۷۴	۰,۰۱۸	مثبت و معنی دار
۳	کنترل رفتاری درک شده -> قصد رفتاری	***۰,۰۸۷	۳,۱۸۶	۰,۰۰۱	مثبت و معنی دار

* $p < 0,1$; ** $p < 0,05$; *** $p < 0,01$; ns: Not Significant

با توجه به گزارش نشان داده شده در جدول بالا، تمامی فرضیه ها پذیرفته شده است. بدین معنی که تمامی متغیرها دارای تاثیر مثبت و معناداری بر روی قصد رفتاری افراد می باشد. همانطور که در جدول ۴، اندازه ی اثر هر یک از متغیرهای مستقل در مدل آمده، نگرش تاثیر گذارترین عامل بوده است. بعد از آن به ترتیب کنترل رفتاری درک شده و هنجارهای ذهنی نیز تاثیر گذار بودند.

جدول ۴: حجم اثر f^2

مسیر	حجم اثر	
	مقدار f^2	تفسیر
نگرش -> قصد رفتاری	۰,۴۲۸	بزرگ
هنجارهای ذهنی -> قصد رفتاری	۰,۰۱۰۹	کوچک
کنترل رفتاری درک شده -> قصد رفتاری	۰,۰۱۷	کوچک

بررسی نقش سناریو ها

همانطور که در بخش روش پژوهش توضیح داده شد، داده ها از طریق ۴ نوع متفاوت سناریو و در قالب پرسشنامه جمع آوری شدند. از آنجاییکه ممکن است نوع سناریوها در روابط فرض شده در مدل تاثیر داشته باشد، می تواند مورد بررسی قرار گیرد. بدین منظور از آزمون PLS-MGA

استفاده می شود. همانطور که در جدول ۵ نیز آمده است، اهمیت رابطه های موجود در مدل در تمامی سناریو ها یکسان نیست.

جدول ۵: نتایج ارزیابی مدل اندازه گیری

نوع سناریو	مسیر	ضریب مسیر	T value	Pvalue	سطح معناداری
سناریو A	ATT -> INT	***,۰۵۸۹	۶,۹۶۸	۰,۰۰	معنادار
	PBC -> INT	NS,۰۱۰۳	۱,۶۱۹	۰,۱۰۶	
	SN -> INT	**,۰۱۷۱	۲,۱۶۶	۰,۰۳۱	معنادار
سناریو B	ATT -> INT	***,۰۵۷۳	۹,۲۷۴	۰,۰۰	معنادار
	PBC -> INT	NS,۰۰۴۸	۰,۶۸۲	۰,۴۹۶	
	SN -> INT	NS,۰,۰۳۱	۰,۵۵	۰,۵۸۲	
سناریو C	ATT -> INT	***,۰,۷	۸,۵۳۷	۰,۰۰	معنادار
	PBC -> INT	NS,۰,۰۱۴	۰,۳۰۴	۰,۷۶۱	
	SN -> INT	NS,۰,۰۴۵	۰,۶۲۹	۰,۵۳	
سناریو D	ATT -> INT	***,۰,۵۰۷	۴,۵۳	۰,۰۰	معنادار
	PBC -> INT	***,۰,۲۸۱	۳,۹۵۶	۰,۰۰	معنادار
	SN -> INT	NS,۰,۱۴	۱,۵۴۴	۰,۱۲۳	

* $p < 0,1$; ** $p < 0,05$; *** $p < 0,01$; ns: Not Significant

گزارش های جدول های ۶ تا ۹ نتایج مقایسه تک تک سناریو ها با باقی سناریو ها را نشان می دهد.

جدول ۶: بررسی نقش سناریو A نسبت به باقی سناریو ها

مسیر	Path Coefficients-diff (A-B)	Path Coefficients-diff (A-C)	Path Coefficients-diff (A-D)	p-Value(A vs B)	p-Value(A vs C)	p-Value(A vs D)
ATT -> INT	NS,۰,۱۷	NS,۰,۱۱	NS,۰,۰۸۲	۰,۴۳۸	۰,۸۲۱	۰,۲۸
PBC -> INT	NS,۰,۰۵۵	NS,۰,۰۸۹	NS,۰,۱۷۷	۰,۲۸۹	۰,۱۳۱	۰,۹۶۹
SN -> INT	NS,۰,۱۴	*,۰,۱۲۶	NS,۰,۰۳	۰,۰۸۲	۰,۱۲۳	۰,۴۰۳

همانطور که جدول ۶ نشان می دهد، نقش هنجار ذهنی در سناریوی A نسبت به B تفاوت دارد ولی در باقی سناریوها تفاوت چندانی وجود ندارد.

جدول ۷: بررسی نقش سناریو B نسبت به باقی سناریوها

مسیر	Path Coefficients-diff (B-A)	Path Coefficients-diff (B -C)	Path Coefficients-diff B - D)	p-Value(B vs A)	p-Value(B vs C)	p-Value(B vs D)
ATT -> INT	NS _{۰,۰۱۷}	NS _{۰,۰۱۲۷}	NS _{۰,۰۶۵}	۰,۵۶۵	۰,۸۸۷	۰,۳۰۷
PBC -> INT	NS _{۰,۰۵۵}	NS _{۰,۰۳۴}	NS _{۰,۲۳۲}	۰,۷۰۵	۰,۳۰۲	۰,۹۹۵
SN -> INT	NS _{۰,۰۱۴}	NS _{۰,۰۱۴}	NS _{۰,۰۱۱}	۰,۹۳	۰,۵۵۹	۰,۸۵۷

*p<۰,۱; **p<۰,۰۵; ***p<۰,۰۱; ns: Not Significant

محتویات جدول ۷ نشان می دهد، در مقایسه سناریوی B با سایر سناریوها، تفاوت چندانی در روابط وجود ندارد.

جدول ۸: بررسی نقش سناریو C نسبت به باقی سناریوها

مسیر	Path Coefficients-diff (C-A)	Path Coefficients-diff (C -B)	Path Coefficients-diff C - D)	p-Value(C vs A)	p-Value(C vs B)	p-Value(C vs D)
ATT -> INT	NS _{۰,۰۱۱}	NS _{۰,۰۱۲۷}	* _{۰,۰۱۹۲}	۰,۱۷۵	۰,۱۰۹	۰,۰۸۱
PBC -> INT	NS _{۰,۰۸۹}	NS _{۰,۰۳۴}	NS _{۰,۲۶۶}	۰,۸۶۹	۰,۷۰۹	۰,۹۹۹
SN -> INT	NS _{۰,۰۱۲۶}	NS _{۰,۰۱۴}	NS _{۰,۰۹۶}	۰,۸۸۲	۰,۴۴۱	۰,۸۰۱

*p<۰,۱; **p<۰,۰۵; ***p<۰,۰۱; ns: Not Significant

جدول ۸ نشان می دهد، نقش ATT در قصد رفتاری، در سناریو C نسبت به D قوی تر است. ولی باقی روابط در تمامی سناریوها تفاوتی ندارد.

جدول ۹: بررسی نقش سناریو D نسبت به باقی سناریوها

مسیر	Path Coefficients-diff (C-A)	Path Coefficients-diff (C -B)	Path Coefficients-diff C - D)	p-Value(C vs A)	p-Value(C vs B)	p-Value(C vs D)
ATT -> INT	NS _{۰,۰۸۲}	NS _{۰,۰۶۵}	NS _{۰,۰۱۹۲}	۰,۷۱۱	۰,۶۸۹	۰,۹۱۷

p-Value(C vs D)	p-Value(C vs B)	p-Value(C vs A)	Path Coefficients-diff C - D)	Path Coefficients-diff (C-B)	Path Coefficients-diff (C-A)	مسیر
۰	۰,۰۰۴	۰,۰۲۷	***,۰,۲۶۶	***,۰,۲۳۲	**۰,۱۷۷	PBC -> INT
۰,۲۰۶	۰,۱۵۷	۰,۵۹۵	NS۰,۰۹۶	NS۰,۱۱	NS۰,۰۳	SN -> INT

* $p < 0,1$; ** $p < 0,05$; *** $p < 0,01$; ns: Not Significant

جدول ۹ نشان می‌دهد، نقش PBC در قصد رفتاری، در سناریو D نسبت به باقی سناریوها بسیار قوی‌تر است ولی باقی روابط در تمامی سناریوها تفاوتی ندارد. با توجه به نتایج بدست آمده، مدل پیشنهادی پژوهش مورد تایید قرار گرفت.

بحث و نتیجه‌گیری

در مدل رفتار برنامه‌ریزی شده نگرش (ATT) یک عامل تاثیرگذار در پیش‌بینی قصد رفتاری نشان داده شده است و بسیاری از محققان اهمیت آن را گزارش کرده‌اند (Ajzen and Madden, 1986; Arvola et al., 2008; Chiang et al., 2009; Cox, 2012; Debatin et al., 2009). نتایج این مطالعه نیز تاثیر این عامل را در زمینه رفتار غیر اخلاقی/اخلاقی در SNSs پشتیبانی می‌کند. نتایج نشان می‌دهد که نگرش، مهم‌ترین پیش‌بینی‌کننده قصد رفتاری افراد است. این تأثیر قابل توجه، نشان می‌دهد که برای ایجاد یک فرهنگ اخلاقی در سایت‌های شبکه اجتماعی، بیشتر تلاش‌ها، باید در جهت تغییر نگرش‌ها، صورت گیرد.

تأثیر مثبت هنجارهای ذهنی (SN) در این مطالعه نیز پشتیبانی شد. این رابطه نیز در راستای تئوری TPB است (Ajzen, 1985). اگرچه برخی محققان معتقدند متغیر SN مهم نیست (به عنوان مثال Sparks و Sheppard et al., (1988), Leonard et al., (2004), Banerjee et al., (1998) و et al., (1995) و ضعیف‌ترین متغیر در TPB است (Sheppard et al., 1988)، اما این تحقیق جنبه مخالف آن را نشان داد. شواهد تجربی نقش متغیر SN را در مدل کلی حمایت کردند. به عنوان یک علت احتمالی، از این تحقیق می‌توان نتیجه گرفت که نگرش و باورهای هنجاری شخصی، مهمترین عوامل در فعالیت‌هایی هستند که می‌توانند ناشناس باشند. با این حال، در فعالیت‌هایی که نمی‌توانند ناشناس باشند، متغیر SN مهم‌تر می‌شود. به عبارت دیگر، می‌توان فرض کرد که مردم به جای متغیر SN، هنگامی که هیچ‌کس وجود ندارد در مورد آنها قضاوت کند، نگرش خود را در نظر می‌گیرند. در عوض، آنها اگر در موقعیتی قرار گیرند که احساس کنند دیگران رفتار آنها را محکوم خواهند کرد کمتر در مورد نگرششان فکر می‌کنند و بیشتر هنجار اجتماعی برای آنها مهم می‌شود.

شواهد تجربی تأثیر مثبت کنترل رفتاری درک شده (PBC) را بر روی قصد رفتاری گزارش نمودند. این بدان معنی است که افراد بیشتر فعالیت‌هایی را که احساس می‌کنند راحت‌تر هستند، انجام می‌دهند. این مطابق با TPB و سایر مطالعات است که PBC را یک پیش‌بینی کننده قوی برای قصد رفتاری می‌دانند (Ajzen, 1991; Armitage and Conner, 2001). از آنجا که PBC در این تحقیق به عنوان سهولت انجام رفتار خاصی تعریف شده است، نشان دهنده توانایی فرد برای استفاده از ICT است. از آنجایی که دولت‌ها در سراسر جهان با هدف توسعه سوادآموزان با سطح بالای سواد اطلاعاتی در سطح بین‌المللی تلاش می‌کنند، باید اذعان کرد که این فاکتور ارزش خود را دارد. اگر چه جامعه‌ای با سطح بالایی از سواد ICT مزایای بسیاری را به ارمغان می‌آورد، اما این امر همچنین ممکن است باعث افزایش استفاده غیر اخلاقی از فناوری اطلاعات و ارتباطات شود. راه حلی ساده این است که دسترسی به SNS ها را محدود کنند تا این مسئله را همان‌گونه که در برخی کشورها مورد استفاده قرار می‌گیرد، حل کنند (AFP, 2013). این روش در برخی کشورها (Krishnan, S. et al., 2009) مورد استفاده قرار گرفته است، اما هیچ پیشرفتی در رفتار اخلاقی منعکس نشده است و در برخی موارد حتی موضوع را بدتر کرده است. چون مردم همیشه قادر به استفاده از راه‌های جدید برای دسترسی به محتوای مسدود شده هستند (Faris and Villeneuve, 2003; Jones et al., 2008)، و برای جوانان رایج است که این سیستم‌های فیلتر کننده را دور بزنند، این روش فقط نظارت بزرگسالان را محدود می‌کند. فقط در دنیای واقعی، بزرگسالان می‌توانند نقش مربیان را ایفا کنند تا به جوانان نحوه رفتار اخلاقی را یاد دهند. بدون بزرگسالان به عنوان مربیان، جوانان کنجکاو تر، در محیط SNS تنها خواهند بود و هیچ کس دیگری به آنها آموزش نخواهند داد که چگونه یک فرد اخلاقی باشند.

خلاصه و پیشنهادات آینده

سایت‌های شبکه‌های اجتماعی مفهوم گسترده‌تر از دوست‌یابی و ایجاد شبکه‌های ارتباطی دارد. سیاستمداران از شبکه‌های اجتماعی برای برقراری ارتباط با شهروندان و کسب و کارها برای ارتباط با مشتریان خود استفاده می‌کنند. برخی نیز ممکن است برای شایعه‌پراکنی و انتشار دروغ استفاده نمایند. تأثیر بالای شبکه‌های اجتماعی باعث شده است که اگر از آنها سوء استفاده شود منجر به فاجعه‌های جبران‌ناپذیری گردد. همانطور که بیان شد، این پژوهش سعی در بررسی عوامل موثر بر رفتارهای غیر اخلاقی افراد در شبکه‌های اجتماعی کرده است که این عوامل برگرفته از مدل رفتار برنامه ریزی شده بودند. از طرفی دیگر تأثیر این عوامل در شرایط و سناریوهای مختلف نیز مورد بررسی قرار گرفت. بدین منظور، پرسشنامه‌ای طراحی گردید تا داده‌های لازم را جمع‌آوری کند. چهار سناریوی مختلف طراحی شد تا افراد در شرایط مختلف به سوالات پاسخ دهند. بر طبق نتایج، تمامی فرضیه‌ها تایید شدند و همچنین با توجه به نوع سناریوها، شدت روابط نیز تغییر کرد.

این تحقیق می‌تواند از چند جنبه دیگر بررسی شود و گسترش یابد. مدل پیشنهادی می‌تواند در زمینه‌های مختلف، نمونه‌ها و سناریوهای مختلف دیگری مورد آزمایش و تایید قرار گیرد. یک مطالعه متقابل فرهنگی با یک مفهوم مشابه نیز یک موضوع جالب برای تحقیقات آینده است. همچنین، تمرکز این تحقیق در استفاده از TPB بود. مطالعات بیشتر می‌تواند از سایر تئوری‌های نظری استفاده کند. به عنوان مثال، نظریه تصمیم رفتاری (Simon, 1955) یا مدل انگیزشی (Vallerand, 1997) می‌تواند برای پیش‌بینی رفتار اخلاقی یا غیر اخلاقی در SNS ها استفاده شود. در نهایت، نقش سیاست‌ها و قوانین را می‌توان در پژوهش‌های آینده مورد بررسی قرار داد.

از آنجایی که استفاده از نمونه‌ی آماری احتمالاتی عملاً در این نوع تحقیقات غیر ممکن است، مهمترین محدودیت، تعمیم یافته‌ها به جامعه آماری کل است. به عنوان یک مساله دیگر، باید اظهار داشت که تمرکز این تحقیق بر روی معضلات اخلاقی و عوامل موثر بر تصمیم‌گیری افراد در شرایط مختلف است. در نتیجه، نتایج تصمیمات افراد عادی اجتماعی را که لزوماً قصد انجام رفتار غیر اخلاقی را ندارند، منعکس می‌کنند. افرادی که مایل به انجام رفتارهای غیر اخلاقی هستند، اگر بخواهند می‌توانند تصمیم خود را به انجام برسانند. در این بخش قصد و منظور در مورد معضلات اخلاقی و افرادی است که در مورد تشخیص رفتار اخلاقی و غیر اخلاقی مطمئن نیستند. در نتیجه، در این تحقیق، تمایز بین افرادی با سطوح بالاتری از مهارت IT وجود ندارد. در نتیجه، در کنار عوامل PBC، هیچ‌گزینه‌ی دیگری که منعکس‌کننده سطح صلاحیت فناوری اطلاعات باشد در این تحقیق در نظر گرفته نشده است که در پژوهش‌های آتی می‌تواند مد نظر قرار گیرد.

References

- AFP. (2013). Bangladesh to snoop online in 'blasphemy' crackdown. Dawn.com. Retrieved 12/12/2013, from <http://www.dawn.com/news/792573/bangladeshto-snoop-online-in-blasphemy-crackdown>.
- Ajzen, I. (1991). The theory of planned behavior. *Organizational behavior and human decision processes*, 50(2), 179-211.
- Ajzen, I. (1985). From intentions to actions: A theory of planned behavior. In *Action control: From cognition to behavior*. (pp. 11-39). Springer, Berlin, Heidelberg.
- Ajzen, I., & Fishbein, M. (1969). The prediction of behavioral intentions in a choice situation. *Journal of experimental social psychology*, 5(4), 400-416.
- Ajzen, I., & Madden, T. J. (1986). Prediction of goal-directed behavior: Attitudes, intentions, and perceived behavioral control. *Journal of experimental social psychology*, 22(5), 453-474.
- Armitage, C. J., & Conner, M. (2001). Efficacy of the theory of planned behaviour: A meta-analytic review. *British journal of social psychology*, 40(4), 471-499.

- Arvola, A., Vassallo, M., Dean, M., Lampila, P., Saba, A., Lähteenmäki, L., & Shepherd, R. (2008). Predicting intentions to purchase organic food: The role of affective and moral attitudes in the Theory of Planned Behaviour. *Appetite*, 50(2-3), 443-454.
- BALCI, Ş., & Gölcü, A. (2013). Facebook Addiction among University Students in Turkey: "Selçuk University Example". *Selçuk Üniversitesi Türkiyat Araştırmaları Dergisi*, 1(34), 255-278.
- Bandura, A. (2006). Guide for constructing self-efficacy scales. In F. Pajares, & T. C. Urdan (Eds.), *Self-efficacy beliefs of adolescents* (1st ed., Vol. 5, pp. 307-337). USA: Information Age Publishing.
- Banerjee, D., Cronan, T. P., & Jones, T. W. (1998). Modeling IT ethics: A study in situational ethics. *Mis Quarterly*, 31-60.
- Beck, L., & Ajzen, I. (1991). Predicting dishonest actions using the theory of planned behavior. *Journal of research in personality*, 25(3), 285-301.
- Boyd, D. M., & Ellison, N. B. (2007). Social network sites: Definition, history, and scholarship. *Journal of computer-mediated Communication*, 13(1), 210-230.
- Brown, V. R., & Vaughn, E. D. (2011). The writing on the (Facebook) wall: The use of social networking sites in hiring decisions. *Journal of Business and psychology*, 26(2), 219-225.
- Chiang, F. K., Sun, C. S., Wuttke, H. D., & Rainer, K. (2009). Design and development of students' attitudes questionnaire towards innovative information technology for learning. In *Society for Information Technology & Teacher Education International Conference* (pp. 1786-1791). Association for the Advancement of Computing in Education (AACE).
- Clark, L. A., & Roberts, S. J. (2010). Employer's use of social networking sites: A socially irresponsible practice. *Journal of business ethics*, 95(4), 507-525.
- Cox, J. (2012). Information systems user security: A structured model of the knowing-doing gap. *Computers in Human Behavior*, 28(5), 1849-1858.
- Davison, H. K., Maraist, C., & Bing, M. N. (2011). Friend or foe? The promise and pitfalls of using social networking sites for HR decisions. *Journal of Business and Psychology*, 26(2), 153-159.
- Davoudi, R., Soltanifar, M., Farhangi, A. (2017). Designing a Model for the Role of Social Networks in the Creation of Youth Social Changes. *Quarterly Journal of Information and communication Technology in Educational Sciences*, 4(28), 81-110.
- Debatin, B., Lovejoy, J. P., Horn, A. K., & Hughes, B. N. (2009). Facebook and online privacy: Attitudes, behaviors, and unintended consequences. *Journal of computer-mediated communication*, 15(1), 83-108.
- Durndell, A., & Haag, Z. (2002). Computer self efficacy, computer anxiety, attitudes towards the Internet and reported experience with the Internet, by gender, in an East European sample. *Computers in human behavior*, 18(5), 521-535.
- Edwards, J. (2014). Facebook Inc. actually has 2.2 billion users now—Roughly one third of the entire population of earth. *Business Insider*.
- Ellis, T. S., & Griffith, D. (2000). The evaluation of IT ethical scenarios using a multidimensional scale. *ACM SIGMIS Database: the DATABASE for Advances in Information Systems*, 32(1), 75-85.

- Faris, R., & Villeneuve, N. (2008). Measuring global Internet filtering. In R. Deibert, J. Palfrey, R. Rohozinski, J. Zittrain, & J. G. Stein (Eds.), *Access denied: The practice and policy of global Internet filtering* (pp. 5e28). USA: The MIT Press.
- Farmer, A. D., Holt, C. B., Cook, M. J., & Hearing, S. D. (2009). Social networking sites: a novel portal for communication. *Postgraduate medical journal*, 85(1007), 455-459.
- Fishbein, M., & Ajzen, I. (1975). *Belief, attitude, intention, and behavior: An introduction to theory and research* (1st ed.). Addison-Wesley Pub (sd).
- Godin, G., & Kok, G. (1996). The theory of planned behavior: a review of its applications to health-related behaviors. *American journal of health promotion*, 11(2), 87-98.
- Guseh, J. S., Brendel, R. W., & Brendel, D. H. (2009). Medical professionalism in the age of online social networking. *Journal of medical ethics*, 35(9), 584-586.
- Hair, J. F. J., Hult, G. T. M., Ringle, C., & Sarstedt, M. (2013). *A primer on partial least squares structural equation modeling (PLS-SEM)* (1st ed.). SAGE Publications, Incorporated.
- Hull, G., Lipford, H. R., & Latulipe, C. (2011). Contextual gaps: privacy issues on Facebook. *Ethics and information technology*, 13(4), 289-302.
- Ifinedo, P. (2012). Understanding information systems security policy compliance: An integration of the theory of planned behavior and the protection motivation theory. *Computers & Security*, 31(1), 83-95.
- Jafarkarimi, H., Saadatdoost, R., Sim, A. T. H., & Hee, J. M. (2016). Behavioral intention in social networking sites ethical dilemmas: An extended model based on theory of planned behavior. *Computers in human behavior*, 62, 545-561.
- Jones, K., Campbell, R., Gaffner, I., & Spencer, D. (2003). Method, system and apparatus for monitoring and controlling internet site content access. U.S. Patent Application No. 10/152,247.
- Kadushin, C. (2005). Who benefits from network analysis: ethics of social network research. *Social networks*, 27(2), 139-153.
- Kohlberg, L. (1975). The cognitive-developmental approach to moral education. *The Phi Delta Kappan*, 56(10), 670-677.
- Krishnan, S., Lim, V. K., & Teo, T. S. (2010). How does personality matter? Investigating the impact of big-five personality traits on cyberloafing. In Paper presented at the International Conference on Information Systems (ICIS).
- Kwan, G. C. E., & Skoric, M. M. (2013). Facebook bullying: An extension of battles in school. *Computers in human behavior*, 29(1), 16-25.
- Leonard, L. N., Cronan, T. P., & Kreie, J. (2004). What influences IT ethical behavior intentions—planned behavior, reasoned action, perceived importance, or individual characteristics?. *Information & Management*, 42(1), 143-158.
- Light, B., & Mcgrath, K. (2010). Ethics and social networking sites: a disclosive analysis of facebook. *Information Technology & People*, 23(4), 290-311.
- Madden, T. J., Ellen, P. S., & Ajzen, I. (1992). A comparison of the theory of planned behavior and the theory of reasoned action. *Personality and social psychology Bulletin*, 18(1), 3-9.

- Namalu, A. G., & Odabasi, H. F. (2007). Unethical computer using behavior scale: A study of reliability and validity on Turkish university students. *Computers & Education*, 48(2), 205-215.
- Olson, J. M., & Zanna, M. P. (1993). Attitudes and attitude change. *Annual review of psychology*, 44(1), 117-154.
- Paradice, D. B. (1990). Ethical attitudes of entry-level MIS personnel. *Information & Management*, 18(3), 143-151.
- Peluchette, J., & Karl, K. (2009). Examining students' intended image on Facebook: "What were they thinking?!" *Journal of education for business*, 85(1), 30-37.
- Reynolds, G. W. (2011). *Ethics in information technology* (3rd ed.). Boston, MA, USA: Cengage Learning.
- Rothberg, S. (2008). Do employers really hire candidates from facebook and myspace? Furstperson/sprint does. Retrieved 13/8/2013, from <https://www.collegerecruiter.com/blog/2008/04/03/do-employers-really-hire-candidates-from-facebook-and-myspace-furstperson-sprint-does/>.
- Sheppard, B. H., Hartwick, J., & Warshaw, P. R. (1988). The theory of reasoned action: A meta-analysis of past research with recommendations for modifications and future research. *Journal of consumer research*, 15(3), 325-343.
- Simon, H. A. (1955). A behavioral model of rational choice. *The Quarterly Journal of Economics* 69(1): 99-118
- Sparks, P., Shepherd, R., Wieringa, N., & Zimmermanns, N. (1995). Perceived behavioural control, unrealistic optimism and dietary change: an exploratory study. *Appetite*, 24(3), 243-255.
- Tarkiainen, A., & Sundqvist, S. (2005). Subjective norms, attitudes and intentions of Finnish consumers in buying organic food. *British food journal*, 107, 808-822.
- Trafimow, D., & Finlay, K. A. (1996). The importance of subjective norms for a minority of people: Between subjects and within-subjects analyses. *Personality and social psychology bulletin*, 22(8), 820-828.
- Trottier, D., & Lyon, D. (2012). Key features of social media surveillance. *Internet and Surveillance: The Challenges of Web 2.0 and Social Media*, 16, 89-105.
- Vallerand, R. J. (1997). Toward a hierarchical model of intrinsic and extrinsic motivation.
- Venkatesh, V., Morris, M. G., Davis, G. B., & Davis, F. D. (2003). User acceptance of information technology: Toward a unified view. *MIS quarterly*, 27, 425-478.
- Whittaker, Z. (2012). Facebook hits 1 billion active user milestone. Retrieved 12/2/ 2014, from http://news.cnet.com/8301-1023_3-57525797-93/facebook-hits-1-billion-active-user-milestone/.
- Zimmer, M. (2020). "But the data is already public": on the ethics of research in Facebook. *In The Ethics of Information Technologie*, 12(4), 313-325.