

بررسی عوامل اثرگذار بر رعایت اخلاق فناوری اطلاعات

سید محمدباقر جعفری*، فاطمه شمسی**

چکیده

گسترش نقش فناوری اطلاعات در کسب‌وکارها و زندگی بشر، نگرانی‌های اخلاقی از عوارض این تکنولوژی نوظهور را افزایش داده است. اخلاق در فناوری اطلاعات به‌طور گسترده‌ای مسائل مربوط به مالکیت فکری، دسترسی، حریم خصوصی و امنیت را بررسی می‌کند. هدف از پژوهش حاضر بررسی عوامل اثرگذار بر رعایت اخلاق فناوری اطلاعات است. مدل پژوهش بر اساس تئوری رفتار برنامه‌ریزی‌شده توسعه یافته و متغیر جنسیت به‌عنوان متغیر تعدیل‌گر در نظر گرفته شده است. این پژوهش از نظر هدف کاربردی، از نظر روش گردآوری اطلاعات توصیفی - پیمایشی و از نظر ارزیابی روابط بین متغیرهای پژوهش از نوع همبستگی است. جامعه آماری پژوهش، شامل دانشجویان دانشگاه‌های تهران و شهید بهشتی است. جمع‌آوری داده‌های پژوهش با استفاده از پرسشنامه و به روش توزیع تصادفی در دسترس در بین اعضای جامعه پژوهش صورت گرفت. مجموعه فرضیه‌ها با استفاده از مدل‌یابی معادلات ساختاری آزمون شد. یافته‌های پژوهش نشان داد که سیستم اعتقادی، ارزش‌های شخصی، محیط شخصی، خودباوری و محیط قانونی به‌طور غیرمستقیم و نگرش، هنجار ذهنی و نیت رفتاری به‌طور مستقیم بر رعایت اخلاق اطلاعات تاثیر مثبت و معناداری دارند و جنسیت دانشجویان برخی از این روابط را تعدیل می‌کند.

کلیدواژه‌ها: اخلاق اطلاعات؛ تئوری رفتار برنامه‌ریزی‌شده؛ فناوری اطلاعات؛ مالکیت فکری؛ حریم خصوصی.

تاریخ دریافت مقاله: ۱۳۹۴/۱۰/۰۵، تاریخ پذیرش مقاله: ۱۳۹۵/۰۷/۰۶

* استادیار، پردیس فارابی دانشگاه تهران (نویسنده مسئول).

E-mail: sm.jafari@ut.ac.ir

** دانش‌آموخته کارشناسی ارشد، پردیس فارابی دانشگاه تهران.

۱. مقدمه

مسائل اخلاقی، مدت‌ها پیش از ظهور فناوری اطلاعات، وجود داشتند. با وجود این، فناوری اطلاعات، نگرانی‌های اخلاقی را افزایش داده، بر شرایط اجتماعی موجود فشار وارد کرده و برخی قوانین را منسوخ یا غیرقابل اجرا کرده است. سیستم‌های اطلاعاتی، پرسش‌های اخلاقی جدیدی را برای اشخاص و جوامع مطرح ساخته‌اند؛ زیرا آنها فرصت‌هایی برای تغییرات اجتماعی بزرگ فراهم می‌سازند و در نتیجه شیوه‌های موجود توزیع قدرت، پول و تعهدات را تهدید می‌کنند. از سیستم‌های اطلاعاتی می‌توان همانند سایر فناوری‌ها مانند موتوربخار، الکتریسیته، تلفن و رادیو برای دستیابی به پیشرفت‌های اجتماعی بهره گرفت؛ همچنین می‌توان از آنها برای ارتکاب جرایم و تهدید ارزش‌های اجتماعی مورد احترام، استفاده کرد. توسعه فناوری اطلاعات، منافی را برای بسیاری از افراد و هزینه‌هایی را برای سایرین به همراه خواهد داشت. با ظهور اینترنت و تجارت الکترونیکی، مسائل اخلاقی در سیستم‌های اطلاعاتی اهمیت دو چندان یافته‌اند. فناوری‌های اینترنت و سازمان‌های دیجیتالی، گردآوری، تجمع و توزیع اطلاعات را بیش از پیش تسهیل کرده‌اند و دغدغه‌های جدیدی را در مورد استفاده مناسب از اطلاعات مشتریان، حفاظت از حریم خصوصی اشخاص و حفاظت از مالکیت فکری مطرح ساخته‌اند. فناوری سیستم‌های اطلاعاتی کنونی، شامل فناوری اینترنت، شیوه‌های سنتی حفاظت از حریم خصوصی و مالکیت فکری را به چالش کشیده‌اند (Laudon and Laudon, 2014).

از جمله این چالش‌ها، استفاده غیرمجاز از نرم‌افزارها مانند تکثیر، توزیع و یا فروش غیرمجاز نرم‌افزار دارای حق چاپ است. مایکروسافت هر سال چیزی بیش از ۲۵۰۰۰ گزارش از دزدی نرم‌افزار دریافت می‌کند. انجمن صنعتی نرم‌افزار و اطلاعات و اتحادیه نرم‌افزارهای تجاری اعلام کرده‌اند که نرم‌افزار دزدیده شده، یعنی مشاغل، دستمزدها و درآمدهای مالیاتی از دست داده شده که یک مانع بالقوه برای موفقیت نرم‌افزار در سطح جهان است (هاگ، ۲۰۰۸).

تمام وب‌سایت‌ها خطمشی‌های سخت‌گیرانه‌ای در مورد حریم خصوصی ندارند و همیشه امکان کسب رضایت از افراد برای استفاده از اطلاعات شخصی آنها را فراهم نمی‌کنند. صنعت آنلاین، خودگردان بودن را به قوانین حفاظت محرمانگی وضع شده توسط دولت‌ها ترجیح می‌دهد. حریم خصوصی در این مولفه به دفاع از داده‌های شخصی کاربران به‌عنوان راه‌حل فناوری اطلاعات می‌پردازد. قوانین سنتی کپی‌رایت کارآمدی لازم را برای حفاظت در برابر سرقت نرم‌افزار ندارند و اطلاعات دیجیتالی را می‌توان به آسانی کپی کرد. فناوری اینترنت نیز حفاظت از مالکیت فکری را بسیار دشوارتر ساخته است؛ زیرا محتوای دیجیتالی را می‌توان به آسانی کپی و به‌طور همزمان به نقاط مختلف بر روی وب منتقل کرد. نگرانی‌های زیادی که از گسترش فعالیت‌های فناوری اطلاعات در جوامع انسانی دامن‌گیر اهل علم و دانش شده است،

همگان را به واکنش واداشته است (لاودن و لاودن؛ ۱۳۸۹).

در چنین شرایطی توجه به مسائل اخلاقی و علم اخلاق از هر زمانی ضروری تر به نظر می‌رسد و هرگاه نسبت به آن کوتاهی شود فاجعه یا فاجعه‌هایی در انتظار است. اندیشمندان آگاه باید همگی دست به دست هم دهند و برای گسترش اخلاق در دنیای امروز که اخلاق در آن به خطر افتاده است (تا آن حد که بعضی آن را به کلی انکار کرده یا غیر ضروری دانسته‌اند) تمام تلاش و کوشش خود را به کار گیرند. با توجه به این موضوع، پژوهش حاضر در پی بررسی عوامل موثر بر بکارگیری اخلاق فناوری اطلاعات در جامعه دانشجویان است.

۲. مبانی نظری و پیشینه پژوهش

اخلاق فناوری اطلاعات از جمله شاخه‌های اخلاق کاربردی است. این رشته می‌کوشد به پرسش‌هایی پاسخ دهد که مرتبط با بنیان‌های ارزشی رفتارها و مسئولیت‌های افراد در حوزه فناوری اطلاعات است. در اخلاق فناوری بر این تأکید می‌شود که فناوری اطلاعات نه تنها در نحوه رفتار و اقدامات روزمره انسان‌ها تأثیر می‌گذارد؛ بلکه تلقی آنها را از مسائل نیز تغییر می‌دهد (Salam, 2010). در ادامه برخی از چالش‌های مربوط به اخلاق فناوری اطلاعات تشریح می‌شوند.

حریم خصوصی و فناوری اطلاعات: «امری را حریم خصوصی می‌نامند که فرد بتواند دسترسی به آن را در کنترل خودش داشته باشد» و حمایت از حریم خصوصی، یعنی حمایت در مقابل دسترسی ناخواسته به آن امر توسط دیگران؛ اعم از اینکه دسترسی فیزیکی باشد، مثل ورود به داخل خانه فرد، یا دسترسی به اطلاعات الکترونیکی، مثل دسترسی به اطلاعات شخصی فرد. تعیین اینکه چه کسی چه اطلاعاتی از شخص را در اختیار داشته باشد در حوزه حریم خصوصی آن فرد است (Rossler, 2005).

مالکیت فکری^۱: مالکیت فکری، مالکیت غیرملموسی است که به وسیله افراد یا سازمان‌ها خلق و ابداع می‌شود. مالکیت فکری با درجات مختلف در کشورهای گوناگون تحت پوشش قوانین حق نشر، حق ثبت اختراع، علامت‌های تجاری و رموز تجاری قرار می‌گیرند. حق نشر نرم‌افزار بیشترین توجه را به خود اختصاص داده است (حداقل برای طراحان و سازندگان نرم‌افزارها). حق مالکیت فکری روش حفاظت و حساسیت بیان ایده‌ها است و به ماهیت ایده‌ها کاری ندارد. حق مالکیت فکری را می‌توان به مثابه مکانیزمی برای حمایت و حفاظت از خلاقیت‌های فردی و

1. Intellectual Property

سازمانی تلقی نمود (Steidlmeier, 1993).

تکثیر غیرمجاز نرم‌افزارها: مسئله تکثیر غیرمجاز نرم‌افزارها^۱ شامل استفاده غیرمجاز از نرم‌افزارها مانند تکثیر، توزیع و یا فروش غیرمجاز نرم‌افزار دارای حق چاپ است. این موضوع موجب زیان پدیدآورندگان آنها و از بین رفتن انگیزه ایشان برای تولید نرم‌افزارهای بیشتر و بهتر می‌شود (Salam, 2010).

سرقت ادبی: یکی از آفات بزرگ اخلاقی پژوهش و تألیف، سرقت ادبی یا انتحال است. سرقت ادبی به انتشار آثار یا اندیشه دیگری به نام خود اطلاق می‌شود (شریفی و چترودی پورخالقی، ۱۳۹۰). سرقت آثار و آرای دیگران قدمتی چند صد ساله دارد. به همین جهت از قرن‌ها پیش، پژوهشگران و اندیشمندان کوشیده‌اند تا مرز میان نگارش اصیل از یک سو و اقتباس و عاریت گرفتن و انتحال و امثال آن را از سوی دیگر معین کنند (پاینده، ۱۳۸۵).

مروری بر پیشینه تجربی پژوهش. با مراجعه به منابع مختلف اطلاعاتی، پژوهش‌های کمی در زمینه بررسی عوامل اثرگذار بر رعایت اخلاق اطلاعاتی شناسایی شد که در جدول یک خلاصه شده‌اند.

جدول ۱. پیشینه تجربی پژوهش

پژوهشگر	عنوان	نتیجه
Chuang (2013)	شکاف اخلاقی دانشجویان دانشگاه در هنجارهای اخلاقی	شکاف اخلاقی معمولاً در رفتارهای اطلاعات دانشجویان وجود دارد. نسل جدید دانشجویان که در سال تحصیلی ۲۰۱۳ ثبت‌نام کردند، تمایل بیشتری به انجام هنجارهای اطلاعات در رفتار واقعی نسبت به دانشجویان نسل قدیمی که در سال تحصیلی ۲۰۰۸ ثبت‌نام کرده بودند، داشتند.
Chiang and Lee (2011)	نگرش اخلاقی و رفتار در راستای استفاده از کامپیوتر	یافته‌های ایشان نشان داد که نگرش، هنجار ذهنی و کنترل رفتار درک شده پاسخگویان تأثیر مثبتی بر رفتارهای اخلاقی اطلاعات دارد.
Leonard and Cronan (2005)	نگرش در راستای رفتار اخلاقی در استفاده از کامپیوتر	عوامل زیادی بر نگرش در راستای تصمیمات اخلاقی اثرگذار هستند و این عوامل وابسته به موضوعات اخلاقی درگیر هستند و در دو دوره زمانی عوامل اثرگذار بر نگرش اخلاقی تغییر می‌کنند. یافته‌های جنسیتی نشان داد که عوامل اثرگذار بر نگرش به جنسیت افراد نیز بستگی دارند و در برنامه‌های آموزشی باید بر تفاوت جنسیتی نیز تمرکز شود.

1. Software piracy

تفاوت زیادی بین تقلب برای کارهای مرتبط با نمره از قبیل، تقلب برای انجام تکالیف درسی و پزارش کلاسی و تقلب برای کارهایی از قبیل دانلود غیرقانونی موسیقی یا نرم‌افزار از اینترنت وجود دارد و دریافتند که جنسیت و آگاهی دانشجویان از عواقب بر میزان تقلب توسط آنان اثر داشت.	آیا نوع تقلب بر درک دانشجویان از تقلب تاثیر دارد؟	Molnar and Kletke (2012)
نتایج ایشان نشان داد که خودپرستی، فایده‌گرایی و عواقب، تأثیر قابل توجهی در مقاصد رفتار غیراخلاقی دارد. از لحاظ جنسیت، مقاصد غیراخلاقی در مردان توسط خودپرستی و همکار، در حالی که زنان توسط فایده‌گرایی و بزرگی عواقب تحت‌تاثیر قرار می‌گرفت.	رسیدگی به نیت رفتار غیراخلاقی در میان دانشجویان	Nga and Lum (2013)
یافته‌ها رفتارهای کاملاً اخلاقی در رابطه با حریم خصوصی شخصی، اموال شخصی و یا سرقت نشان دادند.	اخلاق در فناوری اطلاعات و استفاده از نرم‌افزار	Calluzzo and Cante (2004)
یافته‌های آنان نشان داد که درک کنترل رفتاری درباره تقلب و اعتقادات غیراخلاقی حرفه‌ای بر نیت افراد به تقلب تاثیر دارند. هنجارذهنی و نگرش نیز بر قصد تقلب دانشجویان تاثیر دارند.	تاثیر اعتقادات غیراخلاقی بر نیت افراد به تقلب	Hsiao and Yang (2011)
دانشجویان فکر می‌کردند که کپی نرم‌افزارهای تجاری و دانلود موسیقی از اینترنت قابل قبول است و بین نگرش دانشجویان و مذهب دانشگاهی رابطه‌ای وجود نداشت.	نگرش دانشجویان درباره سرقت نرم‌افزار و مسائل مرتبط اخلاق کامپیوتر	Siegfried (2004)
نتایج پژوهش ایشان نشان داد که تعهد و عدالت اخلاقی به دست آمده از نظریه‌های اخلاق و متغیرهای تئوری رفتار برنامه‌ریزی شده، مانند نگرش، هنجارهای ذهنی و کنترل رفتاری درک شده، قصد رفتاری افراد برای دزدی دیجیتال را تحت‌تاثیر قرار می‌دهند و نگرش افراد نسبت به سرقت دیجیتال نیز توسط منافع درک شده، خطر درک شده و عادت تحت‌تاثیر قرار می‌گیرد.	تئوری رفتار برنامه‌ریزی شده و نظریه اخلاق در سرقت دیجیتال	Yoon (2011)

توسعه مدل پژوهش. به منظور بررسی عوامل موثر بر رفتار فردی در رعایت اخلاق، نظریه‌های رفتاری بررسی شدند. مطالعه نظام‌یافته رفتار به بهبود توانایی تشریح و پیش‌بینی و همچنین هدایت، کنترل و تغییر رفتار می‌انجامد و نیز از روابط میان رفتارها و واقعیت‌های مهم پرده برداشته، مبنایی را برای پیش‌بینی دقیق رفتار فراهم می‌کند. در روش نظام‌یافته مطالعه رفتار، اعتقاد به تصادفی بودن رفتار معنی ندارد؛ بلکه رفتار هر فرد در جهت نیل به هدفی است که آن را برای خود سودمند می‌پندارد (رضاییان، ۱۳۷۹). بدون شک افراد با هم متفاوت هستند؛ بنابراین حتی اگر در شرایط مشابه قرار گیرند، یکسان عمل نخواهند کرد؛ البته رفتار انسان‌ها ویژگی‌ها، علل و عوامل مشابهی دارد (رضاییان، ۱۳۷۹). این ویژگی‌ها از آن جهت اهمیت دارند که پیش‌بینی را امکان‌پذیر می‌سازند. به این ترتیب، رفتار قابل پیش‌بینی و مطالعه نظام‌یافته آن میسر می‌شود. منظور از مطالعه نظام‌یافته این است که باید روابط میان پدیده‌ها را مشاهده کرد و پس

از درک روابط علی و معلولی نتیجه‌گیری‌های خود را بر پایه شواهد علمی قرار داد. براساس تئوری عمل منطقی (TRA^۱)، عامل اصلی رفتار نگرش فرد نسبت به رفتار نیست؛ بلکه قصد فرد نسبت به انجام رفتار است. اجرای رفتار معین یک فرد به وسیله قصد رفتاری او معین می‌شود و قصد رفتاری نیز با دو عامل نگرش فرد نسبت به رفتار و هنجارهای ذهنی مرتبط با رفتار معین می‌شود، نگرش و هنجارهای ذهنی نیز بایک سری اعتقادات معین می‌شوند. قصد رفتاری بیانگر اندازه قدرت قصد فرد در اجرای یکی رفتار معین است. TRA، زمانی خوب کار می‌کند که در مورد رفتارهایی که تحت اراده فرد هستند به کار بسته شود. اگر رفتارها کاملاً تحت اراده فرد نباشد، حتی اگر فرد با نگرش و هنجارهای ذهنی خودش برای انجام رفتار تحریک شده باشد ممکن است به دلیل مداخله شرایط محیطی نتواند رفتار را انجام دهد. بدین منظور آجزن تئوری دیگری به نام TPB^۲ (تئوری رفتار برنامه‌ریزی‌شده) را در تکامل TRA ارائه داد که رفتارهایی که تحت اراده کامل فرد نیستند را پیش‌بینی می‌کند. بنابر نظر آجزن، کنترل رفتاری ادراک‌شده باید قصد رفتاری را وقتی که افراد در درک اینکه روی رفتار کنترل دارند صحیح فکر می‌کنند، رفتار واقعی را پیش‌بینی کند. بعضی از مفاهیم کنترل رفتاری ادراک‌شده شامل عوامل تسهیل‌کننده، فرصت‌ها، منابع یا کنترل فعالیت است. TRA و TPB ادعا می‌کنند که رفتار واقعی تابعی مستقیم از قصد رفتاری است. TPB، مانند TRA در نظر می‌گیرد که قصد رفتاری، تابعی از نگرش و هنجارهای ذهنی است، کنترل رفتاری درک‌شده به هر حال به TPB اضافه می‌شود برای زمانی که افراد کنترل کامل روی رفتارشان ندارند. به‌عنوان یک قانون عمومی، هرچه نگرش و هنجارهای ذهنی نسبت به یک رفتار مطلوب‌تر باشد و کنترل رفتاری درک‌شده قوی‌تر باشد قصد فرد برای اجرای رفتار قوی‌تر می‌شود (Gentry & Calantone, 2002).

با توجه به شاخص‌های مطرح‌شده در پژوهش‌های مختلف و مباحث مطرح‌شده در بالا در زمینه تئوری عمل منطقی و تئوری رفتار برنامه‌ریزی‌شده، در ادامه به بیان فرضیه‌ها و پشتوانه آنها پرداخته و پس از آن مدل مفهومی پژوهش ارائه شده است.

با توجه به عوامل اثرگذار بر نگرش، عوامل محیطی شامل محیط کسب‌وکار، محیط اجتماعی و محیط حرفه‌ای است که به‌عنوان عوامل محیطی مدنظر قرار گرفتند. محیط اجتماعی شامل ارزش‌های فرهنگی و اجتماعی که بر روی افراد تأثیرگذارند. محیط کسب‌وکار، به اهداف و انگیزه سود، در شرکتی که افراد در آن مشغول به‌کارند می‌پردازد. قواعد و مقررات بیان‌شده توسط شرکت احتمال بروز رفتار اخلاقی را افزایش می‌دهد (Ferrell and Gresham, 1985).

1. Theory of Reasoned Action
2. Volitional Control
3. Theory of Planned Behavior

محیط حرفه‌ای متشکل از کدهای رفتاری و انتظارات حرفه‌ای از حرفه فرد است؛ در نتیجه فرضیه زیر ارائه می‌شود:

فرضیه ۱: عوامل محیطی بر نگرش دانشجویان در رعایت اخلاق اطلاعات تاثیر معناداری دارد. سیستم اعتقادی فرد، شامل ارزش‌های مذهبی و باورهای وی در محیط مذهبی است. ارزش‌های شخصی، شامل اهداف شخصی فرد، تجربه و روحیه فرد است. سیستم اعتقادی بر نگرش دانشجویان در رعایت اخلاق اطلاعات تاثیر معناداری دارد. ارزش شخصی به اهداف شخصی فرد، تجارب و سطح اخلاقی؛ محیط شخصی به تاثیر خانواده، همسالان، و دیگران نگاه قابل‌توجهی دارد (Leonard and Cronan, 2005; Ferrell and Gresham, 1985)؛ در نتیجه فرضیه زیر ارائه می‌شود:

فرضیه ۲: ارزش‌های شخصی بر نگرش دانشجویان در رعایت اخلاق اطلاعات تاثیر معناداری دارد.

سیستم اعتقادی فرد که شامل ارزش‌های مذهبی و باورهای وی در محیط مذهبی است که تاثیر آن بر نگرش توسط لئونارد و کرونان^۱ (۲۰۰۵) مورد بررسی قرار گرفت؛ در نتیجه فرضیه زیر ارائه می‌شود:

فرضیه ۳: سیستم اعتقادی بر نگرش دانشجویان در رعایت اخلاق اطلاعات تاثیر معناداری دارد. محیط شخصی شامل تاثیرات خانواده و دوستان است. اسنایدر^۲ (۲۰۰۵) نشان داد که پدر و مادر تاثیر زیادی بر چگونگی تصمیم‌گیری فرزندان‌شان درباره رفتار مناسب در اینترنت دارند و تفاوت قابل‌توجهی بین فعالیت‌های جوانان بدون حضور پدر و مادر در رفتارهای آنلاین وجود دارد. این تاثیرات اجتماعی به‌عنوان فشار درک‌شده توسط گروه‌های اجتماعی مهم مدنظر قرار می‌گیرد (Rivis & Sheeran, 2003)؛ در نتیجه فرضیه زیر ارائه می‌شود:

فرضیه ۴: محیط شخصی بر هنجارهای ذهنی دانشجویان در رعایت اخلاق اطلاعات تاثیر معناداری دارد.

مفهوم خودباوری که به‌صورت خودکارآمدی و خودکفایتی نیز ترجمه شده است، به باور فرد به توانایی‌های خود برای انجام موفقیت‌آمیز کارها و وظایف اشاره می‌کند. از زمانی که روانشناس

1. Leonard and Cronan
2. Snyder

برجسته آلبرت باندورا^۱ مفهوم خودباوری را تبیین کرده است، تاکنون مطالعه‌های زیادی در این زمینه انجام شده است. باندورا معتقد بود که خودباوری برای تأثیرگذاری در محیط، مهمترین مکانیزم روانشناختی است و بدون باور به ایجاد و تولید اثرهای مطلوب و جلوگیری از اثرات نامطلوب، افراد انگیزه کمی برای عمل کردن دارند؛ یعنی باور به عمل از خود عمل مهم‌تر است. باور به قدرت ایجاد اثرهای مطلوب، زیربنای هرگونه تحولی در بشر است (Bandura, 1991; Kuo & Hsu, 2001).

فرضیه ۵: خودباوری^۲ بر درک کنترل رفتاری دانشجویان در رعایت اخلاق اطلاعات تأثیر معناداری دارد.

محیط قانونی شامل قانون، حکومت و قانون‌گذاری است که افراد را از بسیاری از رفتارهای منع شده باز می‌دارد (Leonard and Cronan, 2005).

فرضیه ۶: محیط قانونی بر درک کنترل رفتاری دانشجویان در رعایت اخلاق اطلاعات تأثیر معناداری دارد.

برخی از صاحب‌نظران، مدل جامعی از نیت رفتاری ارائه داده‌اند که کاربرد گسترده‌ای در تشریح رابطه میان نگرش و رفتار دارد نیت یک فرد برای دست‌زدن به یک رفتار معین بهترین پیش‌بینی کننده آن رفتار است (رضاییان، ۱۳۷۹)؛ در نتیجه فرضیه زیر ارائه می‌شود:

فرضیه ۷: نگرش بر نیت رفتاری دانشجویان در رعایت اخلاق اطلاعات تأثیر معناداری دارد. تکالیف اجتماعی ادراک‌شده برای انجام رفتار خاص را هنجار نظری گویند. برخی از صاحب‌نظران معتقدند هنجارهای نظری نیز تابعی از باورها هستند؛ اما باورهایی از نوع دیگر، این باورها را باورهای شخصی می‌نامند. براساس این باورها شخص با در نظر گرفتن نظریه‌های دیگران و بایدها و نبایدهای مورد قبول آنان، رفتار خود را تنظیم می‌کند. هنجارهای نظری می‌تواند تأثیر قدرتمندی بر نیت رفتاری کسانی که نسبت به عقاید مورد احترام‌شان حساس‌اند بگذارد. هنجارهای ذهنی به هنجارهای شخصی، رفتاری و اجتماعی تقسیم می‌شوند که منعکس‌کننده نقش گروه‌های مرجع مهم مانند پدر و مادر و دوستان است که می‌توانند رفتار را تحت تأثیر قرار دهند (Lee & Chiang, 2011). باید و نبایدهای رفتاری یا راه‌های مناسب عمل را که اعضای یک گروه یا جامعه مناسب تشخیص داده‌اند، هنجار گویند. بدین ترتیب هنجارها «فشار اجتماعی» برای انجام یا عدم انجام یک فعل وارد می‌کنند (Fishbein, 1980 &

1. Bandura
2. Self-efficacy

(Ajzen)؛ در نتیجه فرضیه زیر ارائه می‌شود:

فرضیه ۸: هنجارهای ذهنی بر نیت رفتاری دانشجویان در رعایت اخلاق اطلاعات تاثیر معناداری دارد.

کنترل رفتاری درک شده یعنی اینکه چگونه یک فرد قادر است به طور موثر به حل و فصل درگیری‌ها و معضلات اخلاقی موجود بپردازد (Lee & Chiang, 2011)؛ در نتیجه فرضیه زیر ارائه می‌شود:

فرضیه ۹: درک کنترل رفتاری بر نیت رفتاری دانشجویان در رعایت اخلاق اطلاعات تاثیر معناداری دارد.

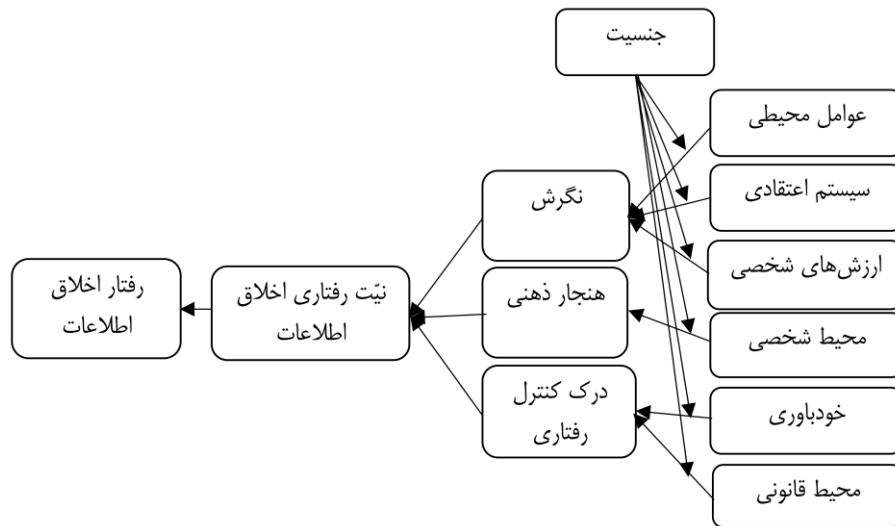
نیت^۱ در لغت به معنای قصد و عزم قلب آمده است و در اصطلاح به تصمیم آگاهانه برای انجام یک عمل اطلاق می‌شود. از دیدگاه اسلامی بین نیت و عمل تفاوت وجود دارد. نیت امری است درونی و عمل ثمره و حاصل نیت است. امیرالمومنین علی (ع) در این باب چنین می‌فرماید: النیه اساس العمل (نیت زیربنای عمل است) و نیز: الاعمال ثمار النیات (اعمال ثمره نیات هستند). بدین ترتیب ملاحظه می‌شود که نیت یا انگیزه و تصور انجام یک عمل از انجام آن جداست (احمدی، ۱۳۷۴)؛ در نتیجه فرضیه زیر ارائه می‌شود:

فرضیه ۱۰: نیت رفتاری بر رعایت اخلاق اطلاعات توسط دانشجویان تاثیر معناداری دارد. بر اساس پژوهش چوانگ^۲ (۲۰۱۳) دانشجویان زن بیشتر از دانشجویان مرد در نگرش‌ها و رفتارها در محیط واقعی از هنجارهای اطلاعاتی حمایت و پیروی می‌کنند. پژوهش‌های گسترده‌ای با توجه به جنسیت به عنوان شاخص اخلاقی/غیراخلاقی قصد رفتاری انجام شده است. بسیاری از پژوهشگران به بررسی نقش جنسیت برای نفوذ در رفتار اخلاقی و نگرش پرداخته‌اند. در مطالعه لئونارد و کرونان^۳ (۲۰۰۵) با عنوان «نگرش در راستای رفتار اخلاقی در استفاده از کامپیوتر»، تاثیر جنسیت نیز مورد بررسی قرار گرفت. یافته‌ها نشان داد که نگرش ابعاد زیادی را برای مردان و زنان دارد و عوامل اثرگذار بر نگرش نه تنها به رفتار بلکه به جنسیت فرد نیز بستگی دارد؛ در نتیجه فرضیه زیر ارائه می‌شود:

1. Intention
2. Chuang
3. Leonard and Cronan

فرضیه ۱۱: جنسیت رابطه بین عوامل محیطی، سیستم اعتقادی، ارزش‌های شخصی، محیط شخصی، خودباوری و محیط قانونی با نگرش، هنجار ذهنی و درک کنترل رفتاری را تعدیل می‌کند.

با توجه به فرضیه‌های توسعه‌داده‌شده در بالا، مدل مفهومی پژوهش به صورت نمودار یک ارائه می‌شود:



نمودار ۱. مدل مفهومی پژوهش

۳. روش‌شناسی پژوهش

این پژوهش از لحاظ هدف، جزء پژوهش‌های کاربردی به‌شمار می‌آید. در این پژوهش برای جمع‌آوری اطلاعات و داده‌های مربوط به نمونه آماری از پرسش‌نامه حضوری استفاده شد. سنجش اعتبار انواع گوناگونی دارد که در این پژوهش برای سنجش‌روایی از روش اعتبار محتوا استفاده شده است. در این روش به منظور برآورد میزان روایی پرسش‌نامه از نظر خبرگان و اساتید مسلط به موضوع پژوهش کمک گرفته شد. بدین منظور پرسش‌نامه در اختیار ۱۵ نفر از اساتید قرار گرفت. از آنجا که یک پرسش‌نامه با تعدادی سوال (مانند طیف پنج گزینه‌ای لیکرت) مانند یک آزمون است، می‌توان مقدار پایایی را به کمک آلفای کرونباخ به‌دست آورد (سکاران^۱، ۱۳۸۴). در مرحله مطالعه مقدماتی ۲۴ پرسش‌نامه در نمونه مورد نظر توزیع و جمع‌آوری شد و با استفاده از نرم‌افزار SPSS ضریب پایایی (آلفای کرونباخ) محاسبه شد (جدول دو). اگر ضریب

1. Sekaran

آلفای کرونباخ $0/7$ یا بیشتر باشد، پرسش‌نامه از پایایی مطلوبی برخوردار است و می‌توان از بابت همبستگی درونی سوالات مطمئن بود (سکاران، 1384). اگر مقدار آلفا کمتر از $0/7$ بود، بهتر است سوالاتی که با سایر سوالات همبستگی کمتری دارند شناسایی و از مجموعه سوالات حذف شوند تا مقدار آلفا افزایش پیدا کند. برای بالا بردن پایایی سوالات پرسش‌نامه پژوهش حاضر با حذف برخی از آنها پایایی بهبود یافت.

جدول ۲. میزان آلفای کرونباخ و پایایی پرسش‌نامه

ابعاد	تعداد سوالات	میزان آلفای کرونباخ	منابع
رعایت اخلاق اطلاعات	۶	$0/767$	
نیت رفتاری	۴	$0/932$	
نگرش	۱۰	$0/790$	
هنجار ذهنی	۳	$0/827$	
درک کنترل رفتاری	۳	$0/642$	Chiang and Lee (2011) Siegfried (2004)
عوامل محیطی	۴	$0/777$	Molnar and Kletke (2012) Chuan (2013)
سیستم اعتقادی	۳	$0/662$	Calluzzo and Cante (2004)
ارزش‌های شخصی	۶	$0/806$	Hsiao and Yang (2011) Yoon (2011)
محیط شخصی	۴	$0/764$	
خودباوری	۳	$0/864$	
محیط قانونی	۴	$0/736$	
کل	۵۰	$0/938$	

جامعه آماری این پژوهش کلیه دانشجویان در دانشگاه‌های تهران و شهید بهشتی بوده است. با توجه به اینکه تعداد دانشجویان این دو دانشگاه بیشتر از 75000 دانشجو است، تعداد نمونه مناسب بر اساس فرمول محاسبه حجم نمونه کرجسی و مورگان (1970) تعداد 384 نفر برآورد شد. برای نمونه‌گیری، تعداد 384 پرسش‌نامه با استفاده از روش در دسترس تصادفی در بین دانشجویان توزیع شد. در نهایت تعداد 363 پرسش‌نامه معتبر جمع‌آوری شده و برای تجزیه و تحلیل مورد استفاده قرار گرفت.

۴. تحلیل داده‌ها و یافته‌های پژوهش

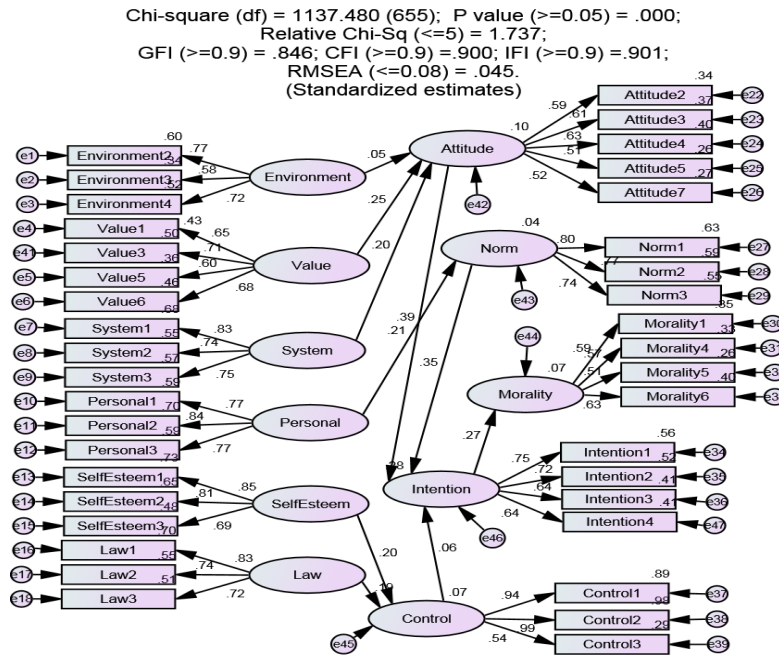
اطلاعات جمعیت‌شناختی که در پرسش‌نامه مورد سؤال قرار گرفت، عبارت‌اند از: جنسیت، تحصیلات، سن و مدت زمان استفاده از اینترنت در روز. نتایج یافته‌ها به‌طور خلاصه در جدول سه بیان شده است.

جدول ۳. نتایج یافته‌های متغیرهای جمعیت‌شناختی

گویه	گزینه	تعداد	درصد
جنسیت	مرد	۱۷۰	۴۶/۸
	زن	۱۹۲	۵۲/۹
تحصیلات	لیسانس	۱۶۲	۴۴/۶
	فوق لیسانس	۱۸۷	۵۱/۵
	دکتری	۱۳	۳/۶
سن	۲۵ سال و پایین‌تر	۲۶۰	۷۱/۶
	۲۶ - ۳۰ سال	۸۹	۲۴/۵
	۳۱ - ۳۵ سال	۱۱	۳
	۳۶ سال و بالاتر	۲	۰/۶
مدت زمان استفاده از اینترنت در روز	تا ۱ ساعت	۸۱	۲۲/۳
	۱ - ۳ ساعت	۱۳۳	۳۶/۶
	۳ - ۵ ساعت	۹۷	۲۶/۷
	بیش از ۵ ساعت	۴۳	۱۱/۸
	بدون پاسخ	۹	۲/۶

برای آزمون فرضیه‌ها و تجزیه و تحلیل داده‌ها، از مدل‌سازی معادلات ساختاری استفاده شد. به این منظور، نرم‌افزارهای AMOS22 و SPSS16 به کار گرفته شد. مدل پژوهش، در مجموع، شامل یازده سازه (عوامل محیطی، سیستم اعتقادی، ارزش‌های شخصی، محیط شخصی، خودباوری، محیط قانونی، نگرش نسبت به رعایت اخلاق اطلاعات، هنجار ذهنی، کنترل رفتاری درک‌شده، نیت رفتاری رعایت اخلاق اطلاعات و رعایت اخلاق اطلاعات) بود. برای مدل‌سازی معادلات ساختاری، ابتدا تحلیل عامل تأییدی برای متغیرها و ابعاد آنها انجام گرفت؛ سپس مدل اندازه‌گیری ارزیابی شد و پس از آن، برازش مدل پژوهش در جامعه آماری بررسی شد. لازم به ذکر است برازش مدل توسط یک سری شاخص‌ها بررسی می‌شود. سه دسته شاخص برازش در مدل‌سازی معادلات ساختاری در نظر گرفته می‌شود: شاخص‌های مطلق، شاخص‌های افزایشی و شاخص‌های مقتصد.

بر اساس نظر بایرن^۱ (۲۰۱۰) چنانچه حداقل سه شاخص در حد قابل قبول باشند، مدل برازش می‌شود. ابتدا، تحلیل عامل تأییدی برای متغیرها و ابعاد آنها انجام گرفت؛ سپس مدل اندازه‌گیری ارزیابی شد و پس از آن، برازش مدل پژوهش در جامعه آماری بررسی شد. برای بررسی فرضیه‌های پژوهش، مدل ساختاری ترسیم شد و ضرایب مسیر محاسبه شد (نمودار دو).



نمودار ۲. مدل ساختاری پژوهش

آزمون فرضیه‌های پژوهش. بایرن (۲۰۱۰) برای داده‌های نرمال کشیدگی کمتر از ۷ و چولگی بین ۳+ و ۳- را پیشنهاد می‌دهد. چولگی داده‌ها در فاصله ۱/۵۶۴- (ایتم ۱- نگرش به رفتار اخلاقی) و ۰/۸۷۹+ (ایتم ۶- نگرش به رفتار اخلاقی) و میزان کشیدگی داده‌ها در فاصله ۱/۱۰۶- (ایتم ۵- رفتار اخلاق اطلاعات) و ۱/۹۱۵+ (ایتم ۱۰- نگرش به رفتار اخلاقی) است که نشان از نرمال بودن داده‌ها است؛ بنابراین با تحقق این دو شرط، در این پژوهش از روش حداکثر درست‌نمایی استفاده شده است. نتیجه آزمون فرضیه‌های پژوهش در جدول چهار خلاصه شده است.

1. Byrne

جدول ۴. نتایج آزمون فرضیه‌ها

فرضیه	مسیر علی	نتیجه
فرضیه اول	عوامل محیطی ←	رد فرضیه
فرضیه دوم	سیستم اعتقادی ←	تأیید فرضیه
فرضیه سوم	ارزش‌های شخصی ←	تأیید فرضیه
فرضیه چهارم	محیط شخصی ←	تأیید فرضیه
فرضیه پنجم	خودباوری ←	تأیید فرضیه
فرضیه ششم	محیط قانونی ←	تأیید فرضیه
فرضیه هفتم	نگرش ←	تأیید فرضیه
فرضیه هشتم	هنجار ذهنی ←	تأیید فرضیه
فرضیه نهم	کنترل رفتاری ادراکی ←	رد فرضیه
فرضیه دهم	نیت رفتاری ←	تأیید فرضیه
فرضیه	اثر تعدیل‌کنندگی جنسیت	نتیجه
فرضیه یازدهم	عوامل محیطی ←	تأیید فرضیه
فرضیه دوازدهم	سیستم اعتقادی ←	رد فرضیه
فرضیه سیزدهم	ارزش‌های شخصی ←	رد فرضیه
فرضیه چهاردهم	محیط شخصی ←	رد فرضیه
فرضیه پانزدهم	خودباوری ←	رد فرضیه
فرضیه شانزدهم	محیط قانونی ←	تأیید فرضیه

همچنان که در جدول پنج آمده است ضریب تعیین رفتار اخلاق اطلاعات برابر با ۰/۰۷ است؛ بنابراین ۷ درصد تغییرات رفتار اخلاق اطلاعات توسط نیت رفتاری تبیین می‌شود و ۹۳ درصد آن توسط متغیرهایی که در این مدل در نظر گرفته نشده است. ضریب تعیین نیت رفتاری برابر با ۰/۴۱۱ است و این بدان معنی است که متغیرهای کنترل رفتاری درک‌شده، نگرش و هنجار ذهنی ۴۱ درصد تغییرات نیت رفتاری را تعیین می‌کند؛ همچنین ۷ درصد تغییرات کنترل رفتاری درک‌شده توسط متغیرهای خودباوری و محیط قانونی تبیین می‌شود و ۱۰ درصد سازه نگرش توسط متغیرهای ارزش‌های شخصی، سیستم اعتقادی و عوامل محیطی تبیین می‌شود. در نهایت، ۴ درصد تغییرات سازه هنجار ذهنی توسط متغیر محیط شخصی تبیین می‌شود.

جدول ۵. ضرایب تعیین متغیرهای مدل

متغیر	رفتار اخلاق اطلاعات	نیت رفتاری	کنترل رفتاری درک‌شده	نگرش	هنجار ذهنی
ضریب تعیین	۰/۰۷۳	۰/۴۱۱	۰/۰۷۵	۰/۱۰۴	۰/۰۴۵

بررسی اثر تعدیل‌کنندگی متغیر جنسیت. به‌منظور بررسی اثر تعدیل‌کنندگی متغیر جنسیت بر رابطه متغیرهای مستقل و متغیر وابسته پژوهش، دو گروه مدل تعریف شد. نتایج بررسی دو گروه مدل برای تک‌تک رابطه‌ها به‌صورت جدول شش است.

جدول ۶. بررسی اثر تعدیل‌کنندگی جنسیت

کنترل رفتاری درک‌شده	هنجارهای ذهنی	نگرش	عوامل محیطی
		۲/۲۳۸	عوامل محیطی
		-۱/۵۹۷	سیستم‌های اعتقادی
		۰/۸۰۱	ارزش‌های شخصی
	-۱/۳۹۰		محیط شخصی
-۲/۱۸۶			خودباوری
۲/۶۳۸			محیط قانونی

چنانچه در سطح اطمینان ۹۵ درصد و خطای ۵ درصد، نسبت بحرانی^۱ بیش از عدد ۱/۹۶ باشد، متغیر جنسیت در رابطه مذکور اثر تعدیل‌کنندگی دارد و چنانچه نسبت بحرانی از ۱/۹۶ کوچک‌تر باشد، متغیر تعدیل‌کننده نیست. نسبت بحرانی در مورد اثر تعدیل‌کنندگی جنسیت در رابطه محیط قانونی و ادراک کنترل رفتاری دانشجویان در رعایت اخلاق اطلاعات، برابر با ۲/۶۳۸ است و چون از میزان ۱/۹۶ بیشتر است در سطح اطمینان ۹۵ درصد، فرضیه پژوهش تأیید می‌شود؛ بنابراین جنسیت رابطه بین محیط قانونی و ادراک کنترل رفتاری دانشجویان در رعایت اخلاق اطلاعات را تعدیل می‌کند. باتوجه به نقش تعدیل‌کننده جنسیت در رابطه محیط قانونی و ادراک کنترل رفتاری، برای بررسی تأثیر متغیر جنسیت در این رابطه، دو گروه مدل ایجادشده به‌طور جداگانه بررسی و تحلیل شد. نتایج نشان داد شدت این رابطه در مدل مربوط به زنان با $\beta = ۰/۲۰۲$ و $p < ۰/۰۵$ و مردان با $\beta = ۰/۱۴۱$ و $p < ۰/۰۵$ است که در نتیجه، شدت این رابطه در زنان بیشتر از مردان است. به عبارتی، رابطه بین محیط قانونی و ادراک کنترل رفتاری دانشجویان دختر قوی‌تر از دانشجویان پسر است. این نتیجه حاکی از آن است که نوع جنسیت (در این جا زن بودن) شدت این رابطه را تحت‌تأثیر قرار می‌دهد و نسبت بحرانی در مورد اثر تعدیل‌کنندگی جنسیت در رابطه عوامل محیطی و نگرش دانشجویان در رعایت اخلاق اطلاعات، برابر با ۲/۲۳۸ است و چون از میزان ۱/۹۶ بیشتر است در سطح اطمینان ۹۵ درصد، فرضیه پژوهش تأیید می‌شود؛ بنابراین جنسیت رابطه بین عوامل محیطی و نگرش دانشجویان در رعایت اخلاق اطلاعات را تعدیل می‌کند. باتوجه به نقش تعدیل‌کننده جنسیت در رابطه عوامل محیطی

1. Critical ratios

و نگرش دانشجویان، برای بررسی تأثیر متغیر جنسیت در این رابطه، دو گروه مدل ایجاد شده به‌طور جداگانه بررسی و تحلیل شد. نتایج نشان داد شدت این رابطه در مدل مربوط به زنان با $\beta = ۰/۱۰۴$ و $p < ۰/۰۵$ و مردان با $\beta = ۰/۰۳۳$ و $p > ۰/۰۵$ است. همان‌طور که مشاهده می‌شود این رابطه در مورد مردان معنادار نیست. به‌عبارتی، شدت این رابطه در زنان بیشتر از مردان است و رابطه بین عوامل محیطی و نگرش دانشجویان دختر معنادار است این نتیجه حاکی از آن است که نوع جنسیت (در این جا زن بودن) شدت این رابطه را تحت تأثیر قرار می‌دهد و در دختران دانشجو بین عوامل محیطی و نگرش رابطه معنادار وجود دارد؛ در حالی که این رابطه بین پسران دانشجو بی‌معناست.

۵. نتیجه‌گیری و پیشنهادها

یافته‌ها نشان می‌دهند که سیستم اعتقادی فرد (شامل ارزش‌های مذهبی و باورهای وی در محیط مذهبی)، ارزش‌های شخصی فرد (اهداف شخصی فرد، تجربه و روحیه فرد)، محیط شخصی (خانواده، همسالان و افراد نزدیک و مهم برای فرد)، خودباوری (میزان تاثیرگذاری فرد در محیط)، محیط قانونی (حکومت و قانون‌گذاری)، نگرش، هنجارهای ذهنی (نقش گروه‌های مرجع مهم) و نیت رفتاری فرد به‌طور مستقیم یا غیرمستقیم بر رعایت اخلاق اطلاعات توسط فرد تاثیر بسزایی دارند. با توجه به نتایج تحلیل مسیر و آزمون فرضیه‌های پژوهش، نیت رفتاری بر رعایت اخلاق اطلاعات تاثیر مثبت و معناداری دارد؛ همچنین سیستم اعتقادی، ارزش‌های شخصی، محیط شخصی و نگرش نسبت به رعایت اخلاق اطلاعات به‌طور غیرمستقیم بر رعایت اخلاق اطلاعات مؤثر است. از طرفی ضریب تعیین رعایت اخلاق اطلاعات به‌دست آمد که نشان می‌دهد نیت رفتاری در رعایت اخلاق اطلاعات، درصد تغییرات متغیر رعایت اخلاق اطلاعات را تبیین می‌کند و درصد تغییرات آن توسط متغیرهای دیگری که در مدل مدنظر قرار نگرفته است، تبیین می‌شود؛ همچنین نتایج آزمون فرضیه‌ها نشان داد متغیر جنسیت رابطه عوامل محیطی با نگرش دانشجویان به رعایت اخلاق اطلاعات و رابطه محیط قانونی با کنترل رفتاری درک شده را تعدیل می‌کند و جنسیت در سایر رابطه‌های بررسی شده نقش تعدیل‌کنندگی ندارد.

پیشنهادها. با توجه به اینکه محیط شخصی فرد (خانواده، همسالان و افراد نزدیک و مهم برای فرد) نقش مهم و تاثیرگذاری بر رعایت اخلاق اطلاعات توسط فرد دارند، افزایش آگاهی این افراد درباره اخلاقیات در هنگام استفاده از اینترنت و فناوری اطلاعات موجب تاثیرگذاری بر فرد می‌شود. با توجه به نقش خودباوری فرد (تاثیرگذاری فرد در محیط)، پرورش شخصیت‌های مستقل و خودباور در رعایت اخلاق اطلاعات تاثیرگذار است. از طرف دیگر عمل به اخلاقیات

توسط گروه‌های مرجع به دلیل تاثیرگذاری زیاد آنها بر افراد بسیار مهم است و باید تلاش شود که این‌گونه افراد نقش تاثیرگذار خود را دانسته و بهتر به وظایف خود عمل کنند. در پژوهش حاضر داده‌ها براساس آنچه خود فرد گزارش داده، جمع‌آوری شده است. توجه به این نکته مهم است که تعصبی که فرد برای مطلوبیت اجتماعی دارد ممکن است بر شیوه پاسخ دادن وی تاثیرگذار بوده است. با توجه به تمرکز این پژوهش بر روی دانشجویان، بهتر است پژوهش‌های آینده طیف وسیع‌تری از جمعیت و قشرهای مختلف را مورد بررسی قرار دهند؛ همچنین سایر متغیرهای جمعیت‌شناختی مانند وضعیت اقتصادی فرد و تاثیر آن بر روی رعایت اخلاق اطلاعات می‌تواند به‌عنوان متغیر تعدیل‌گر مورد بررسی قرار گیرد.

منابع

۱. احمدی، علی اصغر (۱۳۷۴). *روانشناسی شخصیت از دیدگاه اسلامی*، چاپ هشتم. تهران: انتشارات امیر کبیر.
۲. پاینده، حسین (۱۳۸۳). *شحنه باید که دزد در راه است*، سخن سمت، شماره ۱۳.
۳. رضاییان، علی (۱۳۷۹). *مبانی مدیریت رفتار سازمانی*، چاپ نهم. تهران: انتشارات سمت.
۴. سکاران، اوما (۱۳۸۴). *روش‌های تحقیق در مدیریت (ترجمه صائبی، محمد و شیرازی، محمود)*. تهران: موسسه آموزش و پژوهش.
۵. شریفی صحی، محسن؛ پورخالقی، مهدخت (۱۳۹۰). سرقت ادبی عبدالواسع جبلی از دیوان سنایی، *جستارهای ادبی*، شماره ۱۷۵.
۶. شریفی، احمد حسین (۱۳۹۳). *آیین زندگی (اخلاق کاربردی)*، چاپ یکصد و بیست و ششم. قم: دفتر نشر معارف.
۷. لاودن، کنت‌سی؛ لاودن، جین‌پی (۱۳۸۹). *سیستم‌های اطلاعات مدیریت (ترجمه مصطفوی، سیداکبر و حسینی، سیدمجتبی)* تهران: فدک ایساتیس.
۸. میرباقری، سید محمدمهدی (۱۳۸۹). *اخلاق و فناوری اطلاعات. علوم اجتماعی: رشد آموزش علوم اجتماعی*، ۴۷.
۹. هاگ، استیفن (۱۳۹۳). *سیستم‌های اطلاعاتی مدیریت برای دانشجویان مدیریت و MBA* (ترجمه: نوروزی، احمد؛ نوروزی، ابراهیم و محمد ولی‌پور). تهران: آذرخش.
10. Ajzen, I. (2011). The theory of planned behaviour: reactions and reflections. *Psychology & health, 26(9)*, 1113-1127 .
11. Ajzen, I., & Fishbein, M. (1980). *Understanding attitudes and predicting social behavior*. Englewood Cliffs, NJ: Prentice-Hall.
12. Byrne, B.M. (2010). *Structural Equation Modeling with AMOS: Basic Concepts, Applications, & Programming*, 2th edition, New York: Taylor & Francis Group.
13. Calluzzo, V. J., & Cante, C. J. (2004). Ethics in information technology and software use. *Journal of Business Ethics, 51(3)*, 301-312 .
14. Chiang, L., & Lee, B. (2011). Ethical Attitude and Behaviors Regarding Computer Use. *Ethics & Behavior, 21(6)*, 481-497 .
15. Chuang, T.-M. (2013). Know it Morally vs. Do it Morally: The Ethical Gap of College Students in Informational Norm. Department of Information and Communications, Shih Hsin University, Taipei, Taiwan
16. Ferrell, O.C. and Gresham, L.G. (1985). A contingency framework for understanding ethical decision making in marketing, *Journal of Marketing, 49*, 87-96.
17. Fornell C, Larcker DF.(1981). Evaluating structural equation models with Unobservable variables & measurement error, *J Marketing Res, 18(1)*, 39-47.
18. Gentry, L., & Calantone, R. (2002). A comparison of three models to explain shop-bot use on the web. *Psychology & Marketing, 19(11)*, 945-956 .
19. Hsiao, C.-H., & Yang, C. (2011). The impact of professional unethical beliefs on cheating intention. *Ethics & Behavior, 21(4)*, 301-316 .

20. Hair, J.R., Joseph F., Black, William C. & Anderson, Rolph E.(2006). *Multivariate Data Analysis, 7th edition*. Pearson College Division.
21. Ho, R. (2006). *Handbook of univariate and multivariate data analysis and interpretation with SPSS*, London/Newyork: Taylor & Francis Group, LLC.
22. Lau, T., Wong, Y., Chan, K., & Law, M. (2001). Information technology and the work environment—does IT change the way people interact at work?, *Human Systems Management, 20(3)*, 267-279 .
23. Laudon, K.C., Laudon, J.P. (2014). *Management Information Systems: Managing the Digital Firm (13/e)*, Prentice Hall, NJ.
24. Leonard, L. N., & Cronan, T. P. (2005). Attitude toward ethical behavior in computer use: a shifting model. *Industrial Management & Data Systems, 105(9)*, 1150-1171.
25. Molnar, K. K., & Kletke, M. G. (2012). Does the Type of Cheating Influence Undergraduate Students' Perceptions of Cheating. Springer Science Business Media .
26. Nga, J. K., & Lum, E. W. (2013). An Investigation into Unethical Behavior Intentions Among Undergraduate Students: A Malaysian Study. *Journal of Academic Ethics, 11(1)*, 45-71 .
27. Ravis, A. & Sheeran, P. (2003). Social influences and the theory of planned behaviour: Evidence for a direct relationship between prototypes and young people's exercise behavior. *Psychology and Health, 18*, 567-583.
28. Rossler, B. (2005). *The Value of Privacy*. Cambridge: Polity Press.
29. Salam, A. (2010). Information Ethics from an Islamic Perspectives. *Encyclopedia of Information Ethics and Security*, Ed. By: Marian Quigley, Encyclopedia of Information Ethics and Security, USA.
30. Siegfried, R. M. (2004). Student attitudes on software piracy and related issues of computer ethics. *Ethics and Information technology, 6(4)*, 215-222 .
31. Snyder, M. G. (2005). Cyberethics & Internet downloads: An age-by-age guide to teaching children what they need to know. PARENTGUIDE News. Available from http://www.tweensandteensnews.com/archives/2005/editorial_oct05/CyberEthics.php.
32. Steidlmeier, P. (1993). The moral legitimacy of intellectual property claims: American business and developing country perspectives. *Journal of Business Ethics, 12(2)*, 157-164.
33. Yoon, C. (2011). Theory of planned behavior and ethics theory in digital piracy: An integrated model. *Journal of Business Ethics, 100(3)*, 405-417 .