

مجله اخلاق زیستی

دوره یازدهم، شماره سی و ششم، ۱۴۰۰
<https://doi.org/10.22037/bioeth.v10i36.30621>



مقاله پژوهشی

تأثیر اخلاق حرفه‌ای در پیش‌بینی میزان طفره‌روی اینترنتی با میانجی‌گری هویت سازمانی

عادل زاهد بابلان^۱، داود طوسی^{۲*}، رضا محمدزاده^۳، سلیم کاظمی^۴

۱. استاد مدیریت آموزشی، گروه علوم تربیتی، دانشکده علوم تربیتی و روان‌شناسی، دانشگاه محقق اردبیلی، اردبیل، ایران.
۲. دانشجوی دکتری مدیریت آموزشی، دانشکده علوم تربیتی و روان‌شناسی، دانشگاه محقق اردبیلی، اردبیل، ایران.
۳. دانشجوی دکتری مدیریت آموزشی، دانشکده علوم تربیتی و روان‌شناسی، دانشگاه محقق اردبیلی، اردبیل، ایران.
۴. دانشجوی دکتری مدیریت آموزشی، دانشکده علوم تربیتی و روان‌شناسی، دانشگاه محقق اردبیلی، اردبیل، ایران.

چکیده

زمینه و هدف: با ورود فناوری‌های جدید، به ویژه اینترنت در سازمان‌ها، دامنه تعاملات کارکنان با اینترنت بسیار گسترده شده است. با وجود مزیت‌های فراوان، این فناوری پیامدهای منفی نیز در پی داشته است که یکی از این پیامدهای منفی طفره‌روی اینترنتی می‌باشد. هدف پژوهش حاضر، بررسی تأثیر اخلاق حرفه‌ای در پیش‌بینی میزان طفره‌روی اینترنتی با میانجی‌گری هویت سازمانی است.

مواد و روش‌ها: این پژوهش با روش توصیفی - همبستگی و با آزمون مدل‌یابی معادلات ساختاری (SEM) انجام شد. جامعه آماری پژوهش را کلیه کارکنان دانشگاه محقق اردبیلی تشکیل دادند که از بین آن‌ها ۱۹۶ نفر با استفاده از روش نمونه‌گیری تصادفی انتخاب شدند. ابزارهای پژوهش شامل پرسشنامه اخلاق حرفه‌ای کادوزیر (۲۰۰۰ م)، پرسشنامه طفره‌روی اینترنتی ون‌دورن (۲۰۱۱ م) و پرسشنامه هویت سازمانی چنی (۱۹۸۳ م) بود. داده‌های حاصل با استفاده از روش معادلات ساختاری و با بهره‌گیری از نرم‌افزارهای SPSS 25 و Smart-PLS تحلیل شدند.

ملاحظات اخلاقی: در تدوین این پژوهش حفظ اصالت متون، صداقت و امانتداری رعایت شده و مشارکت‌کنندگان با آگاهی از اهداف پژوهش به پرسشنامه‌ها پاسخ دادند.

یافته‌ها: نتایج نشان داد که هر کدام از متغیرهای اخلاق حرفه‌ای و هویت سازمانی اثر معکوس و معنادار بر روی طفره‌روی اینترنتی دارند. همچنین اثر مستقیم اخلاق حرفه‌ای بر روی هویت سازمانی با مقدار t بالاتر از ۱/۹۶ و p -value کمتر از ۰/۰۰۵ از لحاظ آماری معنادار بود. به علاوه هویت سازمانی توانست به عنوان نقش میانجی در رابطه بین اخلاق حرفه‌ای و طفره‌روی اینترنتی کارکنان وارد مدل شود. در نهایت نیز مدل ساختاری پژوهش بعد از اصلاح، برازش مطلوب را با داده‌های تجربی پژوهش حائز بود.

نتیجه‌گیری: با توجه به نقش هویت سازمانی و اخلاق حرفه‌ای بر طفره‌روی اینترنتی لازم است سازمان‌ها جهت ارتقای هویت سازمانی و اخلاق حرفه‌ای تلاش بیشتری انجام داده و با شناسایی آثار مخرب و منفی طفره‌روی مجازی در جهت اصلاح و رفع آن تا حد امکان اقدام نمایند.

اطلاعات مقاله

تاریخ دریافت: ۹۹/۰۷/۰۷

تاریخ پذیرش: ۱۴۰۰/۰۲/۱۲

تاریخ انتشار: ۱۴۰۰/۰۵/۲۵

واژگان کلیدی:

اخلاق حرفه‌ای

طفره‌روی اینترنتی

هویت سازمانی

* نویسنده مسئول: داود طوسی

آدرس پستی: ایران، اردبیل، دانشگاه محقق اردبیلی، دانشکده علوم تربیتی و روان‌شناسی.

کد پستی: ۵۶۱۹۹۱۳۱۳۱

پست الکترونیک:

d.toosi67@gmail.com

۱. مقدمه

سازمان‌ها برای بقا و ماندگاری به کارکنانی نیاز دارند که فراتر از وظایف خود، ایفای نقش کنند و به هنجارهای سازمان پایبند بوده و از رفتارهای انحرافی (Deviant Behaviors) که باعث تهدید بقای سازمان می‌شود، پرهیز کنند و با این کار به دستیابی به اهداف سازمان، کمک کنند (۱). یکی از موضوعاتی که در سال‌های اخیر ذهن بسیاری از مدیران و پژوهشگران علوم رفتاری را به خود جلب نموده است، بحث رفتارهای انحرافی در سازمان و نحوه مدیریت این‌گونه رفتارها بوده است. رفتارهای انحرافی در سازمان به آن دسته از رفتارهای داوطلبانه و ارادی کارکنان اطلاق می‌شود که هنجارها و الزامات سازمانی را نادیده می‌گیرند و برای سازمان و اعضای آن ایجاد مزاحمت و تهدید می‌کنند. به عنوان یکی از این نوع رفتارها در حوزه منابع انسانی می‌توان به مفهوم طفره‌روی، یعنی تمایل افراد برای استفاده کمتر از توان خود در دستیابی به اهداف سازمانی اشاره کرد (۲). طفره‌روی در بسیاری از موارد ریشه در رفتار عنصر انسانی سازمان یعنی کارکنان سازمان، دارد (۳).

یکی از نمونه‌های طفره‌روی در سازمان‌ها «طفره‌روی اینترنتی (Cyber-Loafing)» است. با وجود اینکه اینترنت سهم به سزایی در کارایی کارکنان سازمان دارد، با مجاز کردن کارکنان، برای دسترسی سریع به اطلاعات مختلف و تسهیل ارتباطات در سراسر دنیا، نگرانی‌هایی برای مدیران سازمانی ایجاد شده است (۴). کارکنان در ساعاتی که باید مشغول انجام وظایفشان باشند، مشغول وقت‌گذرانی در اینترنت هستند. در این رابطه فعالیت‌هایی از قبیل استفاده از شبکه‌های اجتماعی، استفاده از وبلاگ‌ها، دانلود و آپلود محتوا، خرید آنلاین، استفاده از بازی‌های رایانه‌ای تحت وب، بررسی قیمت سهام و بورس، جستجوی اطلاعات غیر مرتبط با کار و بررسی و ارسال ایمیل‌های شخصی را می‌توان تحت عنوان وقت‌گذرانی اینترنتی،

طفره‌روی اینترنتی، پرسه‌زنی اینترنتی و یا سایبرلوفینگ مفهوم‌سازی نمود (۵).

در طی چند سال اخیر مطالعات گوناگونی درباره سوءاستفاده از منابع اینترنتی توسط کارکنان، صورت گرفته است (۶). همه این مطالعات بر این موضوع تأکید می‌کنند که در درجه نخست، طفره‌روی اینترنتی، رفتاری ارادی و داوطلبانه است؛ دوم اینکه رفتار مذکور در ساعت‌های کاری انجام می‌شود و برای اهداف شخصی کارکنان است. لذا، می‌توان گفت طفره‌روی اینترنتی یکی از مظاهر رفتارهای انحرافی در سازمان است که در ردیف رفتارهایی مانند غیبت، عدم صداقت، دزدی، تخاصم و درگیری در محل کار قرار دارد (۷). طفره‌روی اینترنتی متداول‌ترین شیوه اتلاف وقت در ساعت‌های کاری است، به طوری که برآوردهای به عمل آمده نشان می‌دهد که کارکنان محدوده زمانی کمتر از ۳ ساعت در هفته، تا ۲/۵ ساعت در روز را به طفره‌روی اینترنتی اختصاص می‌دهند. هزینه‌ها و آسیب‌هایی که از طریق این پدیده بر سازمان وارد می‌شود، بسیار گزاف است و مشکلات جدی برای سازمان‌ها به وجود آورده است (۸).

اگرچه اینترنت سهم به سزایی در کارایی کارکنان دارد، با این حال، اجازه‌دادن به کارکنان برای دسترسی سریع به اطلاعات در موضوعات مختلف و تسهیل ارتباطات در سراسر دنیا باعث به وجود آمدن نگرانی‌هایی برای کارفرمایان گردیده است (۴). نتایج مطالعه اوگرین و پیرسون نشان می‌دهد که ۶۰ الی ۸۰ درصد زمانی که افراد در محیط کاری از اینترنت استفاده می‌کنند، هیچ ارتباطی با کارشان ندارد (۹). مطالعات همچنین نشان داده است که ۳۰ تا ۴۰ درصد از بهره‌وری کارکنان به علت گردشگری آن‌ها در فضای مجازی کم می‌شود (۱۰). پدیده سایبرلوفینگ همچنان رو به افزایش است و این امر باعث جلب نظر مدیران سازمانی شده است. سوءاستفاده از اینترنت در محیط کار به مشکلی فراگیر برای کارفرمایان تبدیل شده است. هنگامی که کارکنان با فعالیت‌هایی مانند

بازی‌های آنلاین، خرید آنلاین، مدیریت سرمایه‌گذاری‌های شخصی، چت‌کردن، تماشای رسانه‌ها و سرزدن به سایت‌های خبری از اینترنت سوءاستفاده می‌کنند، آن‌ها علاوه بر اتلاف وقت کاری‌شان باعث کاهش پهنای باند اینترنتی سازمان می‌شوند (۹).

اما در این بین برخی از پژوهشگران هم به نتایج متفاوتی دست یافته‌اند. آن‌ها بر این باورند که در هر صورت طفره‌روی اینترنتی بد و یا ناشایست نیست. به اعتقاد ایشان، اینترنت نیازهای متفاوت کاری آنان را مرتفع ساخته و همچنین توانسته آنان را به سمت خلاقیت، انعطاف‌پذیری، دوستی و رفاقت سوق دهد و محیط آموزشی را توسعه بخشد (۱۱). این پژوهشگران معتقدند که طفره‌روی اینترنتی همچون ارسال و دریافت ایمیل‌های شخصی همانند انجام تلفن‌های شخصی در سر کار عمل می‌کند و بدین ترتیب این‌گونه به نظر می‌رسد که آن‌ها را به وجد و نشاط می‌آورد. خلاصه اینکه، برخی از پژوهشگران طفره‌روی اینترنتی را برای کارکنان مضر تشخیص داده و برخی دیگر نیز بر این باورند که طفره‌روی اینترنتی امکان دارد سبب افزایش بهره‌وری کارکنان گردد (۱۲).

با تمام این تفاسیر، فعالیت‌های طفره‌روی اینترنتی کارکنان باعث نگرانی بسیاری از سازمان‌ها شده و علاوه بر هزینه‌های محسوس، هزینه‌های نامحسوس ناشی از کاهش بهره‌وری و تولید و هزینه‌های فرصت نیز از این طریق به سازمان‌ها تحمیل می‌شوند که مدیریت این امر مهم، عزم جدی مدیران سازمان‌ها برای اتخاذ تدابیر عالی و حاکمیت اخلاق حرفه‌ای (Professional Ethics) در بین اعضای کارکنان سازمان را می‌طلبد (۱۳).

یکی از مسائل مهمی که در سال‌های اخیر در نظام حرفه‌ای مطرح شده است، بحث اخلاق و مؤلفه‌های اخلاقی است. اخلاق حرفه‌ای از جمله موضوعاتی است که در جامعه سازمانی و مدیریتی توجه اندکی بدان گردیده است (۱۴). اخلاق حرفه‌ای پرسش‌های اخلاقی و اصول ارزش‌های اخلاقی یک

نظام حرفه‌ای را شامل می‌شود و دربرگیرنده مجموعه‌ای از اصول و استانداردهای رفتار بشری است که رفتار افراد و گروه‌ها را تعیین می‌کند. در حقیقت، اخلاق حرفه‌ای، یک فرایند تفکر عقلایی (Rational Thinking) است و هدف اصلی آن محقق‌کردن این امر است که در سازمان چه ارزش‌هایی را چه موقع باید حفظ و اشاعه کرد (۱۵).

نقش راهبردی اخلاق حرفه‌ای در موفقیت معطوف به آینده سازمان غیر قابل انکار است و دوری از آن سازمان‌ها را سخت آسیب‌پذیر و متضرر می‌سازد (۱۶). اخلاق حرفه‌ای در هر بخشی از زندگی بشر نظیر آموزش، سیاست، اقتصاد و سلامت دارای اهمیت می‌باشد. نگاه به این مقوله در هر جامعه‌ای به فرهنگ حاکم بر آن جامعه، فلسفه، عقاید مذهبی و شخصیت فرد بستگی دارد (۱۷). حاکمیت اخلاق حرفه‌ای منافع زیادی برای سازمان دارد: از بعد داخلی، بر جنبه‌های بهبود روابط، کاهش تعارضات و افزایش تفاهم، افزایش تعهد و مسئولیت‌پذیری کارکنان و کاهش هزینه‌های ناشی از کنترل تأثیرگذار است و از دیدگاه مسئولیت اجتماعی نیز با افزایش مشروعیت سازمان و اقدامات آن، التزام اخلاقی در توجه به اهمیت ذی‌نفعان، افزایش درآمد، سودآوری و بهبود مزیت رقابتی، توفیق سازمانی و... بر سازمان تأثیر می‌گذارد (۱۸).

اخلاق حرفه‌ای شاخه‌ای از اخلاق کاربردی است که به مباحث اخلاقی در حرفه و سازمان و همچنین به تحلیل و بررسی مشکلات و معضلات اخلاقی می‌پردازد و در جهت رفع یا اصلاح آن‌ها قدم برداشته و ناظر بر افعال ارادی حرفه‌مندان در حیطه فعالیت‌های حرفه‌ای خودشان است (۱۹). بنابراین آشنایی با معیارهای اخلاقی و پایبندی به آن‌ها به تعالیم اخلاقی و حرفه‌ای افراد شاغل در یک نهاد و به تبع آن، ارتقای جایگاه اجتماعی آن نهاد یا سازمان در جامعه و تأثیرگذاری آن بر افراد کمک می‌نماید (۲۰). اخلاق حرفه‌ای همچنین می‌تواند بهره‌وری را در سازمان افزایش داده، ارتباطات را بهبود بخشد و درجه خطرپذیری را کاهش دهد، زیرا هنگامی که

اخلاق حرفه‌ای در سازمان حاکم است جریان اطلاعات به راحتی تسهیل می‌گردد و قبل از ایجاد حادثه مدیر از آن اطلاع می‌یابد (۲۱). در چند سال اخیر خوشبختانه تحقیقات نسبتاً زیادی در داخل و خارج از کشور در زمینه اخلاق حرفه‌ای صورت گرفته است و جنبه‌های مختلف آن توسط محققان و صاحب‌نظران مورد بررسی قرار گرفته است.

یکی از مفاهیمی که همواره از اخلاق حرفه‌ای متأثر بوده است، مفهوم هویت سازمانی (Organizational Identification) کارکنان می‌باشد. از آنجا که هویت، نقشی کلیدی در تئوری سازی علوم اجتماعی (Social Science Theorizing) بازی می‌کند، در طی سال‌های اخیر این مفهوم با عنوان هویت سازمانی، به ادبیات سازمانی نیز راه یافته است، به طوری که بسیاری از مکاتب پذیرفته‌اند که این مفهوم، کلید فهم سازمان‌های مدرن است (۲۲). هویت سازمانی از چالش برانگیزترین مباحث سازمانی است که با اعمال و رفتار سازمان‌ها رابطه مستقیم دارد و محرک پنهان بسیاری از کارهای گروهی و تلاش‌های اجتماعی است (۲۳).

مطالعاتی که در خصوص رابطه اخلاق حرفه‌ای و هویت سازمانی صورت گرفته، حاکی از آن است که اخلاق حرفه‌ای در هویت سازمانی کارکنان نقش مؤثری دارد. هویت سازمانی مفهومی است که بر اساس آن اعضای سازمان خود را با کل سازمان نه با گروه خاص یا با رشته حرفه‌ای و تخصصی خود، یکی دانسته و دوست دارند که با آن مورد شناسایی قرار گیرند. مواردی مانند میزان وفاداری به سازمان و مدیران سازمان، احساس غرور و افتخار از عضویت در سازمان، تمایل به ماندن در سازمان و دفاع از ارزش‌های سازمان در داخل و خارج از سازمان از عوامل شناسایی این هویت است (۲۴).

به زعم پژوهشگران از آنجایی که هویت سازمانی اعضای یک سازمان برای کارکرد مؤثر آن لازم است، شاید به عنوان یکی از ارکان مهم سازمان مد نظر قرار گیرد، چراکه در معنادهی به تجارب، سازماندهی افکار و اخذ تصمیمات نقش مهمی ایفا

می‌کند و از لحاظ نظری و تجربی با نگرش‌ها، رفتارها و پیامدهای کاری مرتبط است (۲۵). این مقوله یکی از ویژگی‌های مهم منابع انسانی شاغل در سازمان‌ها می‌باشد و از جمله متغیرهایی است که در کمک به اطمینان از کارکرد کارکنان در جهت منافع سازمان، حائز اهمیت بسیار می‌باشد. از این رو مفهوم هویت سازمانی به عنوان ابزاری برای تحلیل بسیاری از جنبه‌های سازمان‌ها محسوب می‌شود (۲۶).

در طی سال‌های اخیر، پژوهشگران سازمانی با تمرکز بیشتری به شناسایی عوامل مؤثر بر ادراک و رفتار کارکنان برای تحقق بهتر اهداف سازمان‌ها پرداخته‌اند که می‌توان گفت از جمله آن‌ها، بررسی هویت در سازمان است (۲۶). آرغده در تحقیقی با موضوع بررسی رابطه بین اخلاق حرفه‌ای با پاسخگویی فردی اساتید با نقش میانجی هویت سازمانی نشان داد که بین اخلاق حرفه‌ای با پاسخگویی و هویت سازمانی رابطه مثبت و معناداری وجود دارد (۲۷). بدین‌گونه که هرگونه افزایش در میزان اخلاق حرفه‌ای همراه با افزایش در هویت سازمانی خواهد بود و هرگونه افزایش در میزان هویت سازمانی همراه با افزایش در میزان پاسخگویی خواهد بود. همچنین رحیمی در پژوهشی تحت عنوان نقش میانجی هویت سازمانی در رابطه بین اخلاق حرفه‌ای با رفتار انحرافی کار در کارکنان اداره کل آموزش و پرورش استان فارس به این نتیجه رسید که با میانجی‌گری هویت سازمانی، اخلاق حرفه‌ای اثر علی غیر مستقیم بر رفتار انحرافی کار می‌گذارد (۲۸). به عبارتی، افراد با اخلاق حرفه‌ای و هویت سازمانی بالا دارای رفتار انحرافی پایینی خواهند بود. یافته‌های دیگر نشان داد که بین هویت سازمانی با عملکرد شغلی (Job Performance) کارکنان امور مالیاتی، رابطه معناداری وجود دارد (۲۹). مطالعه‌ای با عنوان بررسی ارتباط هویت سازمانی، مشتری‌مداری و عملکرد شرکت‌های کوچک و متوسط که بر روی کارمندان چند شرکت انجام شد، نشان داد بین هویت سازمانی و مؤلفه‌های آن با عملکرد شغلی و مشتری‌مداری رابطه وجود دارد (۳۰).

- اخلاق حرفه‌ای به طور غیر مستقیم از طریق متغیر میانجی هویت سازمانی بر طفره‌روی اینترنتی تأثیر دارد.

۲. ملاحظات اخلاقی

موضوعات اخلاقی همچون سرقت ادبی، امانتداری علمی، رضایت آگاهانه، انتشار چندگانه و... در پژوهش حاضر مورد توجه قرار گرفته‌اند.

۳. مواد و روش‌ها

این پژوهش از نظر هدف، بنیادی و از نظر ماهیت و روش توصیفی - همبستگی و به طور مشخص مبتنی بر مدل معادلات ساختاری است. جامعه مورد مطالعه در این پژوهش کلیه کارکنان دانشگاه محقق اردبیلی شامل ۴۰۰ نفر هستند. در پژوهش حاضر جهت برآورد حجم نمونه، از جدول گرجسی مورگان استفاده شده است. بر اساس جدول ۱۹۶ نفر به صورت تصادفی به عنوان نمونه انتخاب شده‌اند. به منظور ارزیابی روابط میان متغیرهای مدل مفهومی، داده‌ها به صورت کمی و با استفاده از مجموعه‌ای از پرسشنامه‌های استاندارد گردآوری شده‌اند. گزینه‌های تعبیه‌شده برای پاسخگویی به گویه‌ها از نوع مقیاس نمره‌گذاری این پرسشنامه در یک طیف پنج درجه لیکرتی از کاملاً مخالفم (۱) تا کاملاً موافقم (۵) درجه‌بندی شده است.

برای سنجش اخلاق حرفه‌ای از پرسشنامه استاندارد کادوزیر (۲۰۰۰ م.) استفاده شد. این پرسشنامه شامل ۱۶ سؤال و ۸ بعد مسئولیت‌پذیری (۱-۲)، صادق بودن (۳-۴)، عدالت و انصاف (۵-۶)، وفاداری (۷-۸)، برتری‌جویی و رقابت‌طلبی (۹-۱۰)، احترام به دیگران (۱۱-۱۲)، همدردی با دیگران (۱۳-۱۴) و رعایت و احترام نسبت به ارزش‌ها و هنجارهای اجتماعی (۱۵-۱۶) می‌باشد. برای سنجش سازه طفره‌روی اینترنتی پرسشنامه ون دورن (۲۰۱۱ م.) به کار گرفته شد. این پرسشنامه شامل ۲۱ سؤال و ۷ گویه توسعه‌ای (۱۲، ۱۶،

همچنین نتایج آن‌ها نشان داد که هویت سازمانی و مؤلفه‌های آن تأثیر چشم‌گیری بر عملکرد شغلی کارکنان شرکت‌ها دارد. همچنین جو اخلاقی (Moral Atmosphere) محیط کار بر هویت سازمانی مؤثر است و کارکنانی که خود را با سازمانشان هویت‌یابی می‌کنند تعهد بالاتری به سازمان داشته و تمایل کمتری به ترک شغل و سازمان خود دارند (۳۱).

بررسی پیشینه پژوهشی در زمینه رابطه بین اخلاق حرفه‌ای با طفره‌روی اینترنتی با نقش واسطه‌ای هویت سازمانی نشان می‌دهد که این تحقیقات در مورد کارکنان سازمان‌ها به ویژه سازمان‌های آموزشی با محدودیت مواجه است و تاکنون پژوهشی در این زمینه انجام نگرفته است. بنابراین با توجه به اهمیت حاکمیت اخلاق حرفه‌ای در سازمان‌ها و میزان تأثیرگذاری آن بر مسأله طفره‌روی اینترنتی کارکنان که در سال‌های اخیر با ورود رایانه و فناوری‌های الکترونیکی (Electronic Technologies)، به ویژه اینترنت به سازمان‌ها پدید آمده، لازم است این موضوع بیش از پیش مورد توجه قرار گیرد. بر اساس خلأ موجود، در این پژوهش تأثیر اخلاق حرفه‌ای بر طفره‌روی اینترنتی با نقش میانجی‌گری هویت سازمانی مورد بررسی قرار گرفت. به عبارتی هدف از انجام پژوهش حاضر تأثیر اخلاق حرفه‌ای بر میزان طفره‌روی مجازی با میانجی‌گری هویت سازمانی می‌باشد.

۱-۱. مدل مفهومی پژوهش: با توجه به مبانی نظری و پیشینه پژوهش، مدل مفهومی مطابق شکل ۱ به عنوان مدل تحقیق مطرح می‌شود.

بر اساس مدل مفهومی فرضیه‌های پژوهش به شرح زیر ذکر می‌شود:

- اخلاق حرفه‌ای به طور مستقیم بر طفره‌روی اینترنتی تأثیر دارد.

- اخلاق حرفه‌ای به طور مستقیم بر هویت سازمانی تأثیر دارد.
- هویت سازمانی به طور مستقیم بر طفره‌روی اینترنتی تأثیر دارد.

است. وضعیت سابقه آزمودنی‌ها نشان‌دهنده این است که بیشترین تعداد آزمودنی‌ها سابقه ۱۰ تا ۱۵ سال با ۴۸ درصد دارند و کمترین تعداد مربوط به سابقه زیر ۵ سال به میزان ۱۴ می‌باشد.

در تحلیل توصیفی داده‌های پژوهش، شاخص‌های آمار توصیفی از جمله میانگین، انحراف معیار و همبستگی پیرسون برای متغیرهای مورد مطالعه محاسبه شده است.

از جدول ۱ می‌توان نتیجه گرفت که بین اخلاق حرفه‌ای و طفره‌روی اینترنتی رابطه معکوس و معنادار در سطح کمتر از ۰/۰۵ وجود دارد. رابطه بین هویت سازمانی و اخلاق حرفه‌ای مثبت و معنادار و رابطه بین هویت سازمانی و طفره‌روی اینترنتی معکوس و معنادار به دست آمده است. میانگین متغیرهای مورد پژوهش برای هر کدام از متغیرهای اخلاق حرفه‌ای (۳/۵۴)، طفره‌روی اینترنتی (۲/۷۴) و هویت سازمانی با بالاترین میانگین (۴/۰۹) به دست آمده است. انحراف معیار اخلاق حرفه‌ای (۰/۶۴۸)، طفره‌روی مجازی (۰/۴۷۶) و هویت سازمانی (۰/۶۹۹) می‌باشد.

۴-۱. برازش مدل اندازه‌گیری: در این تحقیق، برازش مدل با معیارهای پایایی، روایی همگرا و روایی واگرا بررسی شد. برای بررسی پایایی دو معیار آلفای کرونباخ و پایایی ترکیبی (CR) محاسبه شد. مقدار این دو معیار باید بزرگ‌تر یا مساوی ۰/۷ باشد تا پایایی مدل اندازه‌گیری قابل قبول باشد. همچنین روایی پرسشنامه نیز توسط دو معیار روایی همگرا و روایی واگرا بررسی شد. برای ارزیابی روایی همگرا معیار میانگین واریانس استخراج شده (AVE) محاسبه شد که مقدار قابل قبول برای آن باید بزرگ‌تر یا مساوی ۰/۵ باشد. نتایج این معیارها برای متغیرها مطابق جدول ۳ می‌باشد.

جدول ۲ نشان می‌دهد همه مقادیر آلفای کرونباخ و پایایی ترکیبی سازه‌های پژوهش از ۰/۷ بیشتر است. همچنین مقدار AVE نیز برای سازه‌ها بزرگ‌تر از ۰/۵ به دست آمده است که

۲۰)، اعتیادگونه (۱۳، ۱۷، ۲۱)، سرگرمی و فراغت (۳، ۶، ۹)، بازیابی (۱۰، ۱۴، ۱۸)، اجتماعی (۱، ۴، ۷)، انحرافی (۱۱، ۱۵، ۱۹) و اطلاعاتی (۲، ۵، ۸) می‌باشد. همچنین برای سنجش سازه هویت سازمانی از پرسشنامه ۱۸ سؤالی چنی (۱۹۸۳ م.) شامل سه بعد وفاداری (۷ تا ۱۲)، شباهت (۱۳ تا ۱۸) و عضویت (۱ تا ۶) استفاده شده است.

در این پژوهش جهت تعیین روایی ابزارهای اندازه‌گیری ابتدا سه پرسشنامه استاندارد به کار گرفته شده با استفاده از سایر مطالعات انجام شده و ادبیات مرتبط با موضوع تحقیق، بومی‌سازی شد و سپس توان سنجش خصیصه‌های مورد نظر در پرسشنامه توسط جمعی از خبرگان، مشتمل بر اساتید دانشگاه و کارشناسان مورد تأیید قرار گرفت. به منظور تعیین پایایی پرسشنامه با استفاده از نرم‌افزار SPSS 25، آلفای کرونباخ مجموعه آیت‌های پرسشنامه اخلاق حرفه‌ای در خارج از کشور برابر ۰/۸۴، پرسشنامه طفره‌روی اینترنتی در مطالعه کاکلیان (۱۳۹۳ ش.) برابر ۰/۸۳ و پرسشنامه هویت سازمانی در پژوهش نصر اصفهانی و دهکردی برابر با ۰/۸۰ می‌باشد که حاکی از پایایی بالایی بوده است.

برای تحلیل داده‌ها نرم افزارهای SPSS 25 و Smart pls به کار گرفته شد. شاخص‌های توصیفی، میانگین، انحراف استاندارد و ضرایب همبستگی محاسبه شده و روابط فرضی ساختاری با مدل معادلات ساختاری آزمون شد و شاخص‌های برازندگی مدل نهایی گزارش شده است.

۴. یافته‌ها

نتایج امار توصیفی نشان داد که ۲۴ درصد آزمودنی‌ها زن و ۷۶ درصد آزمودنی‌ها مرد هستند، بیشتر آزمودنی‌ها تحصیلات کارشناسی ارشد با ۴۳ درصد و کمترین میزان تحصیلات مربوط به کاردانی با ۱۲ می‌باشد. همچنین بیشتر آزمودنی‌ها در رده سنی ۴۰ تا ۵۰ سال با ۵۲ درصد می‌باشند و رده سنی بالای ۶۰ سال دارای کمترین فراوانی شامل ۸ درصد بوده

نشان می‌دهد پایایی و روایی همگرایی مدل پژوهش قابل قبول است. نتایج بررسی روایی واگرا نیز در جدول ۴ آمده است. مقادیر به دست آمده در جدول ۳ نتایج نشان داد جذر میانگین واریانس استخراج شده برای هر یک از سازه‌ها در مقایسه با همبستگی آن سازه با سازه‌های دیگر بیشتر است. بنابراین پرسشنامه دارای اعتبار کافی است.

۲-۴. برازش مدل ساختاری: برای بررسی برازش مدل ساختاری از معیارهای مقادیر R Square، ضریب معناداری Z که در مدل ارائه می‌شود و معیار Q2 استفاده شده است.

مطابق جدول ۴، مقدار R Square برای سازه هویت سازمانی ۰/۴۰۱ و برای سازه طفره‌روی اینترنتی ۰/۳۱۳ می‌باشد که نشان‌دهنده مقدار مناسبی می‌باشد. همچنین مقادیر Q2 نشان می‌دهد متغیرهای درون‌زای هر دو سازه قابلیت پیش‌بینی قوی با سازه‌های مربوط به خود را دارند.

۳-۴. آزمون مدل مفهومی و فرضیه‌های پژوهش: پس از تأیید روایی و پایایی، مدل ساختاری تحقیق ارزیابی شد. با استفاده از این مدل می‌توان به بررسی فرضیه‌های پژوهش پرداخت. برای آزمون مدل مفهومی و فرضیه‌های پژوهش از معادلات ساختاری استفاده شده است. شکل ۲ و ۳ مدل خروجی نرم‌افزار Smart pls را نشان می‌دهد.

با توجه به مقادیر ضرایب معناداری T و ضریب مسیر به دست آمده در مدل‌های شماره ۲ و ۳ و همچنین جدول ۵ می‌توان نتیجه گرفت که ضرایب معناداری T از ۱/۹۶ بیشتر است، پس در سطح اطمینان ۹۵ درصد فرضیه‌های پژوهشی تأیید می‌شود. همچنین منفی بودن ضرایب مسیر بین هویت سازمانی و طفره‌روی اینترنتی و بین اخلاق حرفه‌ای و طفره‌روی اینترنتی نشان‌دهنده اثر منفی این سازه‌ها بر یکدیگر می‌باشد و مثبت بودن ضریب مسیر بین اخلاق حرفه‌ای و هویت سازمانی نشان‌دهنده اثر مثبت بر یکدیگر است.

همچنین با توجه به نتایج ارائه شده در جدول ۶، تأثیر غیر مستقیم متغیر اخلاق حرفه‌ای بر طفره‌روی اینترنتی با میانجی‌گری هویت سازمانی نشان داده شده است. با توجه به مقدار ضریب مسیر و مقدار T به دست آمده می‌توان نتیجه گرفت فرضیه ما مبنی بر تأثیر اخلاق حرفه‌ای بر طفره‌روی اینترنتی با نقش میانجی هویت سازمانی تأیید می‌شود.

۵. بحث

هدف اصلی از انجام پژوهش حاضر، تأثیر اخلاق حرفه‌ای در پیش‌بینی میزان طفره‌روی اینترنتی با میانجی‌گری هویت سازمانی بوده است. با انجام این مطالعه پی بردیم که میزان توجه یا عدم توجه به اخلاق حرفه‌ای کارکنان، همواره سطوح متفاوت طفره‌روی اینترنتی از سوی کارکنان سازمان را به دنبال دارد که این امر از میزان حاکمیت اخلاق سازمانی در سازمان ناشی می‌شود. همچنین با انجام این مطالعه به این مهم پی برده شد که هویت سازمانی کارکنان نیز همواره سطوح مختلفی از طفره‌روی اینترنتی را به همراه دارد که این نیز می‌تواند از میزان وفاداری کارکنان به سازمان و مدیران، احساس غرور و افتخار از عضویت، تمایل به ماندن و دفاع از ارزش‌های سازمان در داخل و خارج از سازمان ناشی شود. همچنین در پژوهش حاضر به وجود رابطه‌ای مثبت و معنادار بین اخلاق حرفه‌ای کارکنان با هویت سازمانی آنان پی برده شد. همانطور که در بخش‌های پیشین مشاهده می‌شود، در راستای تبیین بهتر علل و عوامل پدیده طفره‌روی اینترنتی در سازمان‌ها، تلاش‌هایی انجام شده و طفره‌روی اینترنتی حاصل شده از سوی کارکنان سازمان به عنوان معلول متغیرهای مختلفی همچون اخلاق حرفه‌ای و هویت سازمانی در نظر گرفته شده است.

بررسی فرضیه‌های مطالعه حاضر، نتایجی را منعکس نموده است که مورد بررسی قرار خواهند گرفت. در ابتدا باید گفت که نتایج تحقیق حاضر حاکی از اثرگذاری مثبت و معنادار

اخلاق حرفه‌ای بر هویت سازمانی بوده است. هنگامی که در یک سازمان ارزش‌های اخلاقی حاکم باشد، اعضای سازمان خود را جزء سازمان و با سازمان یکی دانسته، هویت خود را در دل آن تصور می‌نمایند و موفقیت‌ها و شکست‌های سازمانی را موفقیت‌ها و شکست‌های خود می‌دانند. بنابراین آشنایی با معیارهای اخلاقی و پایبندی به آن‌ها به تعالیم اخلاقی و حرفه‌ای افراد شاغل در یک نهاد به تقویت هویت سازمانی افراد کمک می‌نماید این یافته با نتایج پژوهش‌های ارغده (۲۰۱۵ م.) (۲۷)، رحیمی (۲۰۱۵ م.) (۲۸)، دیکونیک (۲۰۱۱ م.) (۳۱)، جورج و همکاران (۲۰۰۰ م.) (۳۲) و پترسون (۲۰۰۲ م.) (۳۳) همسو می‌باشد.

همچنین بر اساس نتایج این مطالعه، اخلاق حرفه‌ای بر طفره‌روی اینترنتی کارکنان تأثیر منفی و معنی‌داری دارد. به عبارت دیگر هرچه کیفیت اخلاق حرفه‌ای از قبیل افزایش تفاهم و کاهش تعارضات، افزایش تعهد و مسئولیت‌پذیری کارکنان، توفیق سازمانی و... بالاتر برود، از میزان طفره‌روی اینترنتی کارکنان کاسته می‌شود. همانطور که قبلاً هم بحث شد، طفره‌روی اینترنتی، یعنی سوءاستفاده از اینترنت سازمان برای امور شخصی. بنابراین هرچه میزان کیفیت التزام اخلاقی و پایبندی به ارزش‌های اخلاقی در فرد بالاتر رود، بالطبع از میزان طفره‌روی اینترنتی کاسته می‌شود. در این زمینه پژوهشی که به صورت مستقیم انجام گرفته باشد، یافت نشد، لیکن نتایج تحقیق هلن و بلانچارد (۲۰۰۸ م.) (۱۱) هم‌راستا با تحقیق حاضر می‌باشد.

نتیجه دیگر تحقیق حاکی از آن است که هویت سازمانی در طفره‌روی اینترنتی تأثیر منفی و معنی‌داری دارد. به عبارت دیگر هرچه میزان هویت سازمانی فرد بالا رود، بر میزان طفره‌روی اینترنتی وی در سازمان کاسته می‌شود. در واقع سازمان‌ها می‌توانند از طریق افزایش هویت، رفتار اعضا خود را جهت دهند، زیرا در سازمانی که اعضا آن از هویت بالایی برخوردار هستند، احتمال بروز رفتارهایی مانند طفره‌روی

اینترنتی که در واقع متداول‌ترین شیوه اتلاف وقت در ساعت‌های کاری است، کاهش می‌یابد. نتایج به دست‌آمده با تحقیقات واعظی و همکاران (۲۰۱۶ م.) (۳۴)، ابراهیمی (۲۰۱۰ م.) (۳۵) و اسکو (۲۰۱۲ م.) (۳۶) هم‌راستا می‌باشد. نتایج به دست‌آمده همچنین مؤید نقش میانجی هویت سازمانی در رابطه بین اخلاق حرفه‌ای با طفره‌روی اینترنتی بود. در راستای این نتیجه، پژوهش هرباچ (۲۰۰۹ م.) نشان داد که درک اخلاق حرفه‌ای به طور مستقیم یا غیر مستقیم هویت سازمانی را تحت تأثیر قرار می‌دهد (۳۷) و با اینکه هویت سازمانی هم به صورت مثبت و هم منفی عمل می‌کند، اما با استفاده از اخلاق حرفه‌ای به عنوان یک پیش‌بین برای درک هویت سازمانی می‌توان از اثرات منفی هویت سازمانی جلوگیری کرد. در اینجا نیز هویت سازمانی به عنوان یک متغیر میانجی اثرات اخلاق حرفه‌ای را جذب و آن را به متغیر وابسته منتقل می‌کند. در این میان مؤلفه وفاداری نقش واسطه‌ای پررنگ‌تری را ایفا می‌کند.

۶. نتیجه‌گیری

پیشرفت‌های حاصل از فناوری، حوزه‌های زیادی را تحت تأثیر قرار داده و زندگی اجتماعی و سازمانی افراد را تغییر داده است. با گسترش مداوم قابلیت‌های رایانه‌ای و فناوری اطلاعات افراد زمان بیشتری از زندگی خود را در این فضا سپری می‌کنند. بدون شک اینترنت و فضای مجازی فرصت‌های بسیاری را برای کارکنان ایجاد می‌کند و باعث افزایش سطح دانش، مهارت و عملکرد افراد می‌شود، اما با وجود این پتانسیل‌ها و فرصت‌های متنوع، اینترنت می‌تواند به یک منبع غیر بهره‌ور تبدیل شود و باعث طفره‌روی در کار سازمانی شود. این پدیده که طفره‌روی اینترنتی نامیده می‌شود، خطر مهمی برای سازمان‌ها به شمار می‌آید.

در تحقیق حاضر نقش متغیرهای اخلاق حرفه‌ای و هویت سازمانی بر طفره‌روی اینترنتی مورد بررسی قرار گرفت و طبق

یافته‌های پژوهش حاضر می‌توان دریافت که افراد با اخلاق حرفه‌ای و هویت سازمانی بالا دارای رفتار انحرافی پایینی خواهند بود؛ لذا در این خصوص مدیران سازمانی به ویژه سازمان‌های آموزشی می‌توانند با مد نظر قراردادن این موضوع به ایجاد راهکارهایی از قبیل برقراری جو اخلاق حرفه‌ای و تعمیق مفاهیم پایبندی به ارزش‌های اخلاقی و هویت سازمانی در نظام باورهای کارکنان، مسأله طفره‌روی اینترنتی کارکنان خود را مدیریت کرده و به اثربخشی سازمان خود کمک کنند.

۷. تقدیر و تشکر

بدین‌وسیله نویسندگان مقاله بر خود لازم می‌دانند از تمام کارکنان دانشگاه محقق اردبیلی که در این پژوهش ما را یاری کردند، تشکر و قدردانی نمایند.

۸. سهم نویسندگان

عادل زاهد بابلان: راهنمایی و نظارت بر اجرای پژوهش.
داود طوسی، رضا محمدزاده و سلیم کاظمی: نگارش و تألیف مقاله.

۹. تضاد منافع

هیچ‌گونه تضادی بین نویسندگان وجود ندارد.

جدول ۱: میانگین، انحراف معیار و ضرایب همبستگی بین متغیرهای پژوهش

سازه	اخلاق حرفه‌ای	طفره‌روی اینترنتی	هویت سازمانی
اخلاق حرفه‌ای	۱		
طفره‌روی اینترنتی	-۰/۵۹	۱	
هویت سازمانی	۰/۵۸	-۰/۵۰	۱
میانگین	۳/۵۴	۲/۷۴	۴/۰۹
انحراف معیار	۰/۶۴۸	۰/۴۷۶	۰/۶۹۹

جدول ۲: آلفای کرونباخ، پایایی ترکیبی و میانگین واریانس استخراج شده (AVE)

سازه پژوهش	آلفای کرونباخ	پایایی ترکیبی (CR)	میانگین واریانس استخراج شده (AVE)
اخلاق حرفه‌ای	۰/۹۱۶	۰/۹۳۲	۰/۶۳۲
هویت سازمانی	۰/۸۷۲	۰/۹۲۲	۰/۵۳۸
طفره‌روی اینترنتی	۰/۸۵۴	۰/۹۳۲	۰/۷۹۷

جدول ۳: روایی واگرایی سازه‌های پژوهش

سازه پژوهش	اخلاق حرفه‌ای	هویت سازمانی	طفره‌روی اینترنتی
اخلاق حرفه‌ای	۰/۷۹۵		
هویت سازمانی	۰/۵۵۹	۰/۸۹۳	
طفره‌روی اینترنتی	۰/۵۸۲	۰/۵۳۳	۰/۷۳۳

جدول ۴: شاخص‌های برازش مدل ساختاری

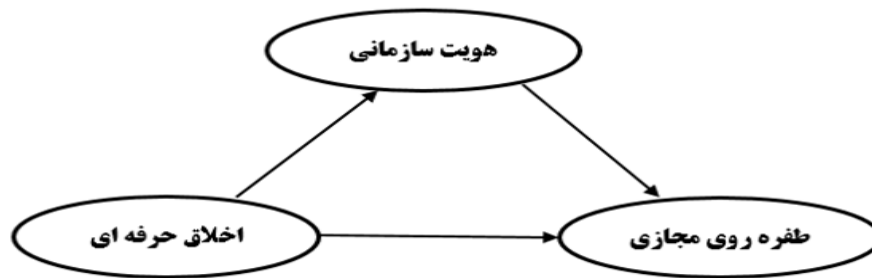
سازه	مقدار R Square	Q2
هویت سازمانی	۰/۴۰۱	۰/۲۰۵
طفره‌روی اینترنتی	۰/۳۱۳	۰/۲۴۴

جدول ۵: تحلیل مسیر اثرات مستقیم بین متغیرهای اصلی پژوهش

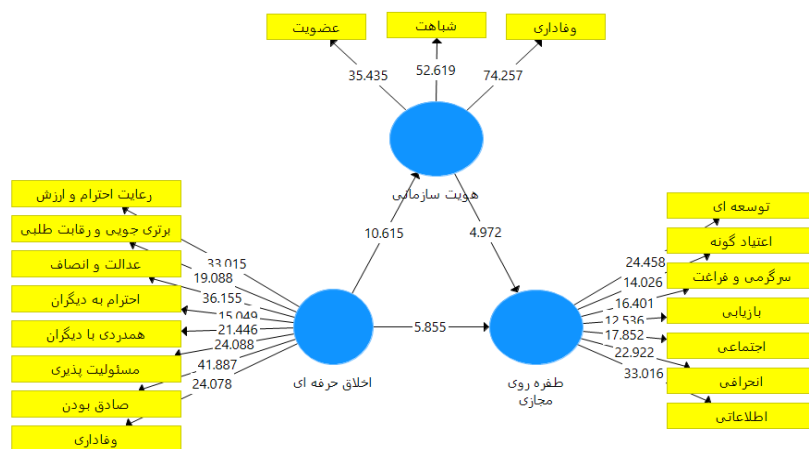
فرضیه	ضریب مسیر	مقدار t	نتیجه
اخلاق حرفه‌ای - طفره‌روی اینترنتی	- ۰/۴۲	۵/۸۵۵	تأیید
اخلاق حرفه‌ای - هویت سازمانی	۰/۵۶	۱۰/۶۱۵	تأیید
هویت سازمانی - طفره‌روی اینترنتی	- ۰/۳۰۲	۴/۹۷۲	تأیید

جدول ۶: تحلیل مسیر اثر غیر مستقیم در الگوی پژوهش

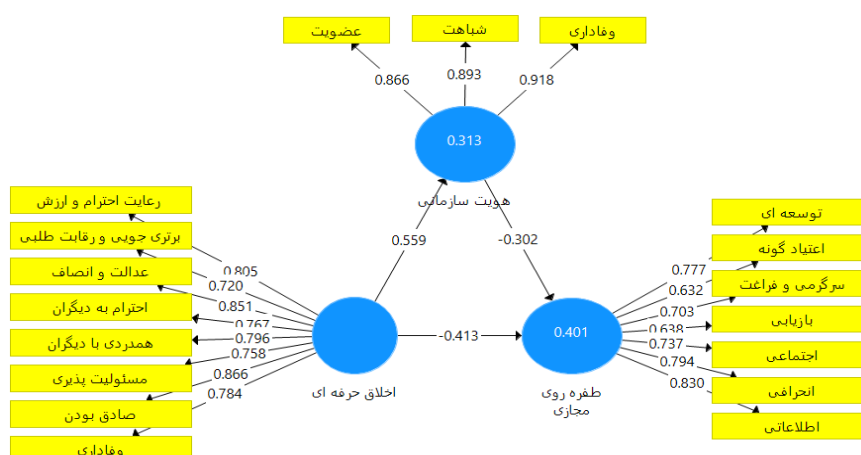
فرضیه	ضریب مسیر	مقدار T	نتیجه
اخلاق حرفه‌ای - هویت سازمانی - طفره‌روی اینترنتی	- ۰/۱۷۰	۴/۵۶۲	تأیید



شکل ۱: مدل مفهومی پژوهش



شکل ۲: مدل اندازه گیری در حالت استاندارد



شکل ۳: مدل اندازه گیری در حالت معناداری

References

1. Amirkhani A, Ghaleh Aghababaei F. The impact of organizational silence on organizational citizenship behavior. *Journal of Management Studies in Development and Evolution*. 2017; 26(85): 24-109. [Persian]
2. Goll PC, Lim KP. Disclosing intellectual capital in company annual reports Evidence from Malaysia. *Journal of Intellectual Capital*. 2014; 5(3): 500-510.
3. Kravitz DA, Martin B. Ringelmann rediscovered: The original article . *Journal of Personality and Social Psychology*. 2014; 11(2): 11-19.
4. Machado CF, Machado JC, Sousa MC. Human Resource Management and the Internet: Challenge and/or Threat to Workplace Productivity? In Human Resource Management and Technological Challenges. Carolina: Springer International Publishing; 2014. p.149-168.
5. Sheriff A, Ravishankar G. The Techniques and Rationale of ESurveillance Practices in Organizations. *International Journal of Multidisciplinary Research*. 2012; 2v(2): 281-290.
6. Lim VK, Chen DJ. Cyberloafing at the workplace: Gain or drain on work?, *Behaviour and Information Technology*. 2012; 31(4): 343-353.
7. Anandarajan M. Internet abuse in the workplace. *Communications of the ACM*. 2002; 45(1): 53-54.
8. Malachowski D. Wasted time at work costing companies billions. 2005. Available at: <https://www.salary.com/>.
9. Ugrin JC, Pearson JM, Odom MD. Profiling cyber-slackers in the workplace: Demographic, cultural and workplace factors. *Journal of Internet Commerce*. 2008; 6(3): 75-89.
10. Verton D. Employers ok with e-surfing Computer world. 2000. Available at: <https://www.computerworld.com/article/2590041/employers-ok-with-e-surfing.html>.
11. Henle CA, Blanchard AL. The interaction of work stressors and organizational sanctions on cyberloafing. *Journal of Managerial Issues*. 2008; 20(3): 383-400.
12. Blau G, Yang Y, Ward-Cook K. Testing a Measure of Cyber Loafing. *Journal of Allied Health*. 2006; 35(1): 9-17.
13. Zoghbi-Manrique-de-Lara P. Reconsidering the boundaries of the cyberloafing activity: The case of a university. *Behaviour and Information Technology*. 2012; 31(5): 469-479.
14. Jafariyani H, Yazarlou A. Investigating factors affecting professional ethics among industrial managers (private sector of Golestan province). *Organizational Behavior Studies*. 2015; 4(1): 25-50. [Persian]
15. Eskandari E, Irandoost M. The relationship of job ethics and organizational citizenship behavior with organizational performance. *Ethics in Science and Technology*. 2016; 10(4): 107-114. [Persian]
16. Ahmadi H, Karimi H, Saaveh M. Components of professional ethics in universities. *National Congress of Higher Education of Iran*. 2017; 1(1): 1-11.
17. Pakdemirli A, Koca B. the importance of vocational ethics in paramedic education, vocational ethic course for paramedics. Izmir: SHSweb of Conference; 2016. p.1-26.
18. Gharamaleki A. Professional ethics in Alavi management. *Journal of Andisheh Hoze*. 2011; 12(8): 105-333. [Persian]
19. Ghanbari S, Ardalan M, Beheshtirad R, Soltanzadeh V. Professional Ethics of Faculty Members and Their Relationship with The Quality of Higher Education. *Journal of Ethics in Science and Technology*. 2015; 10(2): 45-56.
20. Amrahi A, Soltanzadeh V, Esm Hosseini GHR. Teaching ethics of faculty members situation from the viewpoints of nursing students. *Educ Strateg Med Sci*. 2014; 7(4): 235-240. [Persian]
21. Erfanikhah M. Investigating the relationship between compliance with the components of professional ethics and administrative health in the organization (Case Study: Cultural and Religious Centers in Qom Province. Master Thesis. *University of Tehran*. 2015; 15(2): 85-99. [Persian]
22. Dahlla R. The influence of organizational identity, image and reputation on organizational strategic response to institutional pressures. Unpublished doctoral dissertation. Master Thesis. Toronto: York University; 2008.
23. Hatch M, Schultz M. The Dynamics of Organizational Identity. *J Human Relations*. 2012; 55(8): 989-1018.
24. Fuller J, Marler L, Hester K, Frey L. Construed External Image and Organizational Identification: A

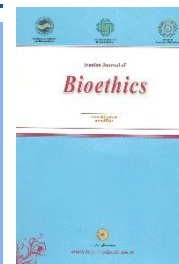
- Test of the Moderating Influence of Need for Self-Steem. *The Journal of Social Psychology*. 2006; 146(6): 701-716.
25. Foreman P, Whetten D. Members' Identification with Multiple-Identity Organizations. *J Organization Science*. 2002; 13(6): 618-635.
26. Riketta M. Organizational identification: A meta-analysis. *J Vocational Behave*. 2005; 66(2): 358-384.
27. Arghadeh F. Investigating the Relationship between Professional Ethics and Individual Responsibility of Professors with the Mediating Role of Organizational Identity. Master Thesis. Tabriz: Faculty of Educational Sciences and Psychology, Shahid Madani University of Azerbaijan; 2015. [Persian]
28. Rahimi R. The mediating role of organizational identity in the relationship between professional ethics and deviant work behavior in employees of the General Directorate of Education of Fars Province. Master Thesis. Faculty of Literature and Humanities, Payame Noor University; 2015. [Persian]
29. Irandoost M, Bahmani K, Najafi G. Investigating the effect of organizational identity on job performance (Case Study: Tax Administration of Kurdistan Province). Sanandaj: National Conference on Management, Organizational Culture and Human Resources; 2014. Available at: <https://www.civilica.com/doc/1047191>.
30. Bergami M, Bagozzi RP. Self-categorization, affective commitment and group self esteem as distinct aspects of social identity in the organization. *Br J Soc Psychol*. 2000; 39(4): 55-77.
31. De Coninck JB. The effects of ethical climate on organizational identification, supervisory trust and turnover among salespeople. *Journal of Business Research*. 2011; 64(6): 617-624.
32. Deshpande SP, George E, Joseph J. Ethical climate and managerial success in Russian organizations. *J Bus Ethic*. 2000; 23: 211-217.
33. Peterson DK. Deviant workplace behavior and the organizations ethical climate. *Journal of Business and Psychology*. 2002; 17(1): 47-61.
34. Vaezi R, Hosseinpour D, Ranjbar M. The effect of organizational justice on the occurrence of deviant behavior based on the mediating role of perception of organizational justice. *J Organizational Behavior Studies*. 2016; 5(3): 112-185. [Persian]
35. Ebrahimi Balout Bazeh A. Investigating the effect of perception of organizational policies and organizational support on the occurrence of deviant behaviors. Master Thesis. Tehran: Tarbiat Modares University; 2010.
36. Askew KL. The Relationship between Cyberloafing and Task Performance and an Examination of the Theory of Planned Behavior as a Model of Cyberloafing. Master Thesis. Florida: University of South Florida; 2012.
37. Herrbach O, Mignonac K. Is ethical PO fit really related to individual outcomes: A study of management-level employees. *Bus Society*. 2007; 46(3): 304-330.



Majale "Akhlāq-i zīstī" (i.e., Bioethics Journal)

2021; 11(36): e2

<https://doi.org/10.22037/bioeth.v10i36.30621>



ORIGINAL RESEARCH



The Impact of Professional Ethics in Predicting the Cyber-Loafing Mediated by Organizational Identity

Adel Zahed Babelan¹, Davood Toosi^{2*}, Reza Mohammadzadeh³, Salim Kazemi⁴

1. Professor of Educational Management, Department of Educational Sciences, Faculty of Educational Sciences and Psychology, Mohaghegh Ardabili University, Ardabil, Iran.

2. Ph.D. Student in Educational Management, Faculty of Educational Sciences and Psychology, Mohaghegh Ardabili University, Ardabil, Iran.

3. Ph.D. Student in Educational Management, Faculty of Educational Sciences and Psychology, Mohaghegh Ardabili University, Ardabil, Iran.

4. Ph.D. Student in Educational Management, Faculty of Educational Sciences and Psychology, Mohaghegh Ardabili University, Ardabil, Iran.

ARTICLE INFORMATION

Article history:

Received: 28 September 2020

Accepted: 02 May 2021

Published online: 15 August 2021

Keywords:

Professional Ethics

Cyber-Loafing

Organizational Identity

ABSTRACT

Background and Aim: With the advent of new technologies, especially the Internet in organizations, the scope of employee interactions with the Internet has become much wider. Despite the many advantages of this technology, it has also had negative consequences. One of these negative consequences is Cyberloafing. The purpose of this study is to investigate the role of professional ethics with the mediating role of organizational identity in predicting the level of Cyberloafing.

Materials and Methods: This study was performed by descriptive-correlation method and by structural equation modeling (SEM) test. The statistical population of the study consisted of all employees of Mohaghegh Ardabili University, of which 196 people were selected using random sampling method. The research instruments included the Cadozir Professional Ethics Questionnaire (2000), the Van Doorn Cyber-loafing Questionnaire (2011) and the Cheney Organizational Identity Questionnaire (1983). The data were analyzed using structural equation method using Spss 25 and Smart-PLS software.

Ethical Considerations: In compiling this study, preserving the originality of the texts, honesty and trustworthiness were observed and the participants answered the questionnaires with the knowledge of the research objectives.

Findings: The results showed that each of the variables of professional ethics and organizational identity have a reversible and significant effect on Cyberloafing. Also, the direct effect of professional ethics on organizational identity with a value of t higher than 1.96 and p -value less than 0.005 was statistically significant. In addition, organizational identity was able to enter the model as a mediating role in the relationship between professional ethics and Cyberloafing. Finally, the structural model of the research after correction had the desired fit with the experimental data of the research.

Conclusion: Considering the role of organizational identity and professional ethics on Cyber-loafing, it is necessary to make more efforts in organizations to promote organizational identity and professional ethics; and identifying the destructive and negative effects of Cyber-loafing in order to eliminate it as much as possible.

* Corresponding Author: Davood Toosi

Address: Faculty of Educational Sciences and Psychology, Mohaghegh Ardabili University, Ardabil, Iran.

Postal Box: 5619913131

Email: d.toosi67@gmail.com

© Copyright (2018) Medical Ethics and Law Research Center, Shahid Beheshti University of Medical Sciences, Tehran, Iran.

Cite this article as: Zahed Babelan A, Toosi D, Mohammadzadeh R, Kazemi S. The Impact of Professional Ethics in Predicting the Cyber-loafing Mediated by Organizational Identity. *Majale "Akhlāq-i zīstī" (i.e., Bioethics Journal)*. 2021; 11(36): e2.