

An Examination of the Conceptual Structure of Corporate Social Responsibility Research Through Co-Word Analysis

Ehsan Dolatzarei¹, Omid Faraji^{2*}, Mostafa Izadpour³, Fatemeh Younesi Motie⁴

1. PhD Student of Accounting, Faculty of Management, University of Tehran, Tehran, Iran

2. Assistant Professor, Department of Financial Management and Accounting, Faculty of Management and Accounting, College of Farabi, University of Tehran, Qom, Iran

3. Assistant Professor of Accounting, Faculty of Management, University of Qom, Qom, Iran

4. PhD Student of Accounting, Faculty of Management and Accounting, College of Farabi, University of Tehran, Qom, Iran

(Received: March 14, 2022; Accepted: April 24, 2022)

Abstract

Asking the organizations to behave responsibly toward the society is an issue that has been increasingly affective on the building blocks of sustainable development (i.e., economy, society, and environment) in the last decades of the 20th century. This has led to the appearance of a concept called corporate social responsibility. This type of responsibility goes beyond economic and financial inquires and includes duties that are necessary for preserving, protecting, and helping the society. The purpose of this study was the examination of the conceptual structure of social responsibility research from 1975 to 2020. To this end, the analyses of co-word and social network data were used. The statistical population included 20168 documents indexed on the Web of Science database. The results showed that from among the 9442 keywords used in the documents, the top five highly frequent words have been corporate social responsibility, performance, management, CSR, and effect. The article “Strategy & Society” has been the most cited article (3527 citations), and Garcia Sanchez has been the top author in terms of document number (73 documents). The US is the top country in terms of the overall document number (4049 out of 20168). Moreover, the findings show that the “Journal of Business Ethics” has been the top publisher of articles in terms of document number (1496 articles), and “Copenhagen Business School” has been the top university in the world in terms of the number of documents (144 documents). The results of this study can provide researchers with a comprehensive outlook in their efforts to attain a deep understanding of the conceptual map of social responsibility research.

Keywords

corporate social responsibility, co-word analysis, social networks analysis, scientific map, Web of Science database.

* Corresponding Author, Email: omid_faraji@ut.ac.ir

بررسی ساختار مفهومی پژوهش‌های مسئولیت اجتماعی شرکتی از طریق تجزیه و تحلیل هم‌واژگانی

احسان دولت‌زاری^۱، امید فرجی^{۲*}، مصطفی ایزدپور^۳، فاطمه یونسی مطیع^۴

۱. دانشجوی دکتری حسابداری، دانشکده مدیریت، دانشگاه تهران، تهران، ایران

۲. عضو هیئت علمی گروه مدیریت مالی و حسابداری، دانشکده مدیریت و حسابداری، دانشکده‌گان فارابی، دانشگاه تهران، قم، ایران.

۳. استادیار، حسابداری، دانشکده مدیریت، دانشگاه قم، قم، ایران

۴. دانشجوی دکتری، حسابداری، دانشکده مدیریت و حسابداری، دانشکده‌گان فارابی، قم، ایران

(تاریخ دریافت: ۱۴۰۰/۱۲/۲۳ - تاریخ پذیرش: ۱۴۰۱/۰۲/۰۴)

چکیده

مطالبه‌گری از سازمان‌ها برای رفتار مسئولانه در قبال جامعه موضوعی است که با گسترش روزافزون اثرگذاری آن‌ها بر محورهای تشکیل‌دهنده توسعه پایدار، یعنی اقتصاد و جامعه و محیط زیست، در دهه‌های پایانی قرن بیستم شدت گرفته و سبب شده مفهومی به نام مسئولیت اجتماعی شرکتی ظهور پیدا کند. این مسئولیت از جستارهای اقتصادی و مالی فراتر می‌رود و مجموعه وظایفی را شامل می‌شود که در جهت حفظ، مراقبت، و کمک به جامعه ضروری هستند. هدف پژوهش حاضر بررسی ساختار مفهومی پژوهش‌های مسئولیت اجتماعی از سال ۱۹۷۵ تا سال ۲۰۲۰ بود و از تجزیه و تحلیل هم‌واژگانی و شبکه‌های اجتماعی برای تحلیل داده‌ها استفاده شد. جامعه آماری تعداد ۲۰,۱۶۸ سند نمایه شده در پایگاه وب آو ساینس بود. نتایج نشان داد از بین ۹,۴۴۲ کلیدواژه به کاررفته در اسناد، ۵ کلیدواژه پرتکرار عبارت‌اند از: مسئولیت اجتماعی شرکتی، عملکرد، مدیریت، مسئولیت اجتماعی شرکتی (به شکل مخفف)، اثر. مقاله «استراتژی و جامعه» با مجموع ۳۵۲۷ استناد پراستنادترین مقاله و گارسیا سانچز با ۷۳ سند برترین نویسنده از نظر تعداد اسناد است. کشور آمریکا با تعداد ۴,۰۴۹ سند از کل ۲۰,۱۶۸ سند برترین کشور از نظر تعداد اسناد است. به علاوه، یافته‌ها نشان داد مجله *اخلاق تجارت* با انتشار ۱,۴۹۶ عنوان مقاله برترین مجله از نظر تعداد مقالات و دانشگاه تجارت کپنهاگن با انتشار ۱۴۴ سند برترین دانشگاه جهان از نظر تعداد اسناد است. یافته‌های حاصل از این پژوهش می‌تواند به پژوهشگران افق دید جامعی را در رسیدن به درکی عمیق از نقشه مفهومی پژوهش‌های مسئولیت اجتماعی بدهد.

کلیدواژگان

پایگاه اطلاعاتی وب آو ساینس، تجزیه و تحلیل شبکه‌های اجتماعی، تجزیه و تحلیل هم‌واژگانی، مسئولیت اجتماعی شرکتی، نقشه علمی.

* رایانامه نویسنده مسئول: omid_faraji@ut.ac.ir

مقدمه

مسئولیت اجتماعی به یک اولویت اجتناب‌ناپذیر برای کسب‌وکارها در سراسر جهان تبدیل شده است (kuo et al. 2021). مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها در پیوند با مسئولیت شرکت در برابر جامعه، انسان‌ها، و محیطی است که شرکت در آن فعالیت می‌کند و این مسئولیت از جستارهای اقتصادی و مالی فراتر می‌رود. برانکو^۱ و رودریگز (۲۰۰۶) بیان می‌کنند که مسئولیت اجتماعی به مسائل اخلاقی مربوط به تصمیم‌گیری و رفتار شرکت مربوط می‌شود. بنابراین مسئولیت اجتماعی به مسائل پیچیده‌ای مانند حفاظت از محیط زیست، مدیریت منابع انسانی، سلامت و ایمنی کارکنان، روابط با تأمین‌کنندگان و مشتریان مربوط می‌شود.

امروزه، یک شرکت برای رسیدن به اهدافش به صورت عمومی باید از کیفیت رابطه‌اش با ذی‌نفعانش حمایت کند. چون این یک عامل کلیدی است که می‌تواند به موفقیت شرکت کمک کند یا به آن لطمه زند (Barić 2017). موفقیت شرکت‌ها به اجرای فعالیت‌های مرتبط با مسئولیت اجتماعی در مدل‌های تجاری‌شان بستگی دارد که عملکرد مالی مطلوب‌تر را تضمین می‌کند (Lee et al. 2018; Khediri 2021). مسئولیت اجتماعی به یک هنجار در دنیای تجاری امروزی تبدیل شده است و اجرای آن یک ضرورت برای سازمان‌هاست (Botero Pérez & Franco Acosta 2017). زیرا مسئولیت اجتماعی برای نیل به پایداری کسب‌وکار ضروری است و در عین حال مسیر رسیدن به یک موقعیت متوازن را، که در آن همه برنده خواهند بود، هموار می‌سازد (Bian et al. 2021). پژوهشگران روانشناسی پایداری و توسعه پایدار به اهمیت مسئولیت اجتماعی در گرایش سازمان به رفاه کارکنان اشاره کرده‌اند (Pérez et al. 2018). تعهد شرکت به فعالیت‌های مسئولیت اجتماعی اثر مثبتی بر سطح عملکرد پایداری شرکت‌ها می‌گذارد (Mallah & Jaaron 2021). یک شرکت به کمک فعالیت‌های مسئولیت اجتماعی می‌تواند حس اعتماد را بین کارکنانش تحریک کند و حسن شهرت سازنده‌ای را ایجاد کند (Yadav et al. 2018).

تحقیقات مسئولیت اجتماعی ماهیت بین‌رشته‌ای و پیچیدگی‌های خاص خود را دارند (Porter & Kramer 2006) و به‌واقع مسئولیت اجتماعی را نمی‌توان خاص یک رشته تلقی کرد. نتیجه چنین

وضعیتی این است که دانش نظری به طور مداوم از رشته‌های مختلف به تحقیقات مسئولیت اجتماعی منتقل خواهد شد و این پدیده سبب بروز تغییرات مداوم در موضوعات مطرح در پژوهش‌های مسئولیت اجتماعی خواهد شد. هدف پژوهش حاضر این است که با استفاده از روش پذیرفته شده تجزیه و تحلیل هم‌واژگانی^۱ (Uyar et al. 2020) به ترسیم ساختار مفهومی^۲ و تحلیل شبکه‌های اجتماعی^۳ تحقیقات مسئولیت اجتماعی بپردازد.

به منظور دستیابی به اهداف پژوهش، پژوهش حاضر از کلمات کلیدی ۲۰,۱۶۸ سند منتشر شده در مجلات نمایه شده در پایگاه وب آو ساینس^۴ بهره گرفته است. گفتنی است پایگاه وب آو ساینس از سمت پژوهش‌های معتبر پیشین به عنوان منبعی معتبر برای مرور سیستماتیک معرفی شده است (مثلاً، Uyar et al. 2020). پژوهش حاضر بازه زمانی ۱۹۷۵ تا ۲۰۲۰ را برای تجزیه و تحلیل‌های خود انتخاب کرده است. چون مجلات علمی پیش از سال ۱۹۷۵ به ندرت از کلمات کلیدی استفاده می‌کردند و محتوای آن‌لاین خاصی در مورد آن‌ها وجود ندارد.

این مطالعه چندین دانش‌افزایی مهم برای پیشینه پژوهشی مسئولیت اجتماعی به ارمغان خواهد آورد. در وهله نخست، عمده پژوهش‌های کتاب‌سنجی^۵ حسابداری بر تجزیه و تحلیل الگوهای مبتنی بر نویسندگان (Kılıç et al. 2019؛ فرجی و همکاران ۱۳۹۹)، مجلات (Carmona et al. 1999)، دانشگاه‌ها (Brown & Gardner)، و مناطق جغرافیایی مختلف (Shiffrin & Borner 2004) تمرکز کرده‌اند. چنین تحلیل‌هایی، به‌رغم بینش‌های سودمندی که ارائه می‌کنند، در به تصویر کشیدن ساختار مفهومی یک رشته پژوهشی عاجزند (Ding et al. 2001). پژوهش حاضر بر آن است تا به واسطه تجزیه و تحلیل هم‌واژگانی و تجزیه و تحلیل شبکه‌های اجتماعی درک از ساختار مفهومی پژوهش‌های مسئولیت اجتماعی را گسترش دهد و شکاف موجود در مباحث را مرتفع کند. دوم، تمرکز این مطالعه بر تجزیه و تحلیل پژوهش‌های مسئولیت اجتماعی به یک شیوه کمی است (Faraji et al. 2022). سوم، پژوهش حاضر نمایی جامع از وضعیت حال حاضر پژوهش‌های

1. co-word analysis
2. conceptual structure
3. social network analysis (SNA)
4. web of science (WOS)
5. Bibliometric

مسئولیت اجتماعی ارائه خواهد کرد و در عین حال برای محققان و مطالعات آینده نیز در شناسایی شکاف‌های تحقیقاتی راهگشا خواهد بود.

سایر بخش‌های این مقاله به صورت زیر ساختار بندی شده است. بخش دوم به مرور پیشینه می‌پردازد. بخش سوم به روش‌شناسی پژوهش اختصاص یافته است. بخش چهارم یافته‌های پژوهش را با استفاده از تجزیه و تحلیل شبکه‌های اجتماعی و نقشه‌های تصویرسازی مورد بحث و بررسی قرار می‌دهد. بخش نهایی مقاله با ارائه مفاهیم و محدودیت‌ها به پایان می‌رسد.

پیشینه پژوهش

تحلیل‌های کتاب‌سنجی

روش‌های کتاب‌سنجی محققان را قادر می‌سازند تا یافته‌های خود را بر اساس داده‌های کتاب‌شناختی جمع‌آوری شده توسط دانشمندان دیگری که در همان زمینه پژوهشی فعالیت می‌کنند، ایجاد کرده و ایده‌های خود را از طریق استناد و همکاری به رشته تحریر درآورند (Zupic & Cater 2015: 430). پس از جمع‌آوری و تجزیه و تحلیل این داده‌های کتاب‌شناختی، بینش‌هایی را می‌توان در مورد ساختار فکری و مفهومی یک حوزه پژوهشی، شبکه‌های اجتماعی، و علایق موضوعی ارائه کرد. تکنیک هم‌استنادی^۱، به عنوان یکی از اصلی‌ترین تکنیک‌های تحلیل استنادی و کتاب‌شناختی، مبتنی بر این ایده است که مقالاتی که با یکدیگر هم‌استناد هستند از نظر محتوا مشابه‌اند (Zupic & Cater 2015). این تجزیه و تحلیل در یافتن موضوعات اصلی در یک مجموعه از اسناد (مثلاً در حاکمیت شرکتی، حسابرسی، مسئولیت اجتماعی، و غیره) و شناسایی ساختار فکری یک حوزه مفید است (Habib, 2022). تحلیل هم‌رخدادی^۲ کلمات کلیدی، به عنوان یکی از اصلی‌ترین مشخصه‌های تحلیل هم‌واژگانی (Sedighi 2016)، بر این فرض استوار است که ظهور کلمات خاص به طور هم‌زمان در اسناد مختلف نشان‌دهنده ارتباط بین این اسناد در سطح مفهومی است (Yang et al. 2012; Hu & Zhang 2015; Feng et al. 2017) و می‌تواند ایده‌های زیربنایی این اسناد را نمایان سازد (Hu & Zhang 2015). خوانندگان مقالات بدون درگیر شدن با متن کامل مقالات می‌توانند از طریق

1. co-citation

2. co-occurrence

تجزیه و تحلیل کلیدواژه‌ها ساختار مفهومی یک رشته را مشخص کنند (Romo-Fernandez et al. 2013). تنها نکته‌ای که وجود دارد این است که این تجزیه و تحلیل بر اساس دو پیش‌فرض اصلی بنا شده است. نخست، کلمات کلیدی به‌کاررفته در اسناد با دقت بالایی از سوی نویسندگان انتخاب شده‌اند و به‌درستی آینه تمام‌نمای محتوای مقالات هستند؛ دوم، وقوع هم‌رخدادی بین دو سند مختلف حاکی از وجود همبستگی بین این دو سند است (Feng et al. 2017). زوج کتاب‌شناختی^۱ مبتنی بر این پیش‌فرض است که شباهت بین دو سند به منابع مشترک آن‌ها در پیشینه پژوهش بستگی دارد (Habib, 2022). گرچه روش‌های کتاب‌سنجی به طور گسترده برای ترسیم زمینه‌های مدیریت استراتژیک، کارآفرینی، و نوآوری استفاده شده‌اند، در حوزه حسابداری و مالی این روش مورد اقبال چندانی قرار نگرفته است. با این حال، برخی از مطالعات اخیر بر این روش تمرکز کرده‌اند (مثلاً، Uyar et al. 2020; Shen 2021; Linnenluecke et al. 2020; Donthu et al. 2020; Belloque et al. 2021; Kumar et al. 2021; Bellucci et al. 2021; Bamel et al. 2022).

پژوهشگران داخلی نیز به تجزیه و تحلیل‌های کتاب‌سنجی توجه داشته‌اند. مثلاً صدیقی و جلالی‌منش (۱۳۹۱) به مطالعه روند پژوهش در حوزه مدیریت دانش در بازه زمانی ۲۰۰۱ تا ۲۰۱۰ و ترسیم ساختاری آن پرداختند. کاملی و همکارانش (۱۳۹۹) به ترسیم قلمرو و خوشه‌بندی تحقیقات مدیریت دانش بر اساس تحلیل هم‌واژگانی مقالات نمایه‌شده در پایگاه وب آو ساینس پرداختند. گرامی‌راد و همکارانش (۱۳۹۴) تولیدات علمی حوزه‌های حسابداری و مالی ایران در پایگاه اطلاعاتی وب آو ساینس در بازه زمانی ۲۰۰۳ تا ۲۰۱۰ را بررسی کردند. حسینی و همکارانش (۱۳۹۸) به تحلیل جریان علمی پژوهش‌های حسابداری در پایگاه اطلاعاتی وب آو ساینس پرداختند. حسینی و همکارانش (۱۳۹۹) تحلیل جریان علمی پژوهش‌های حسابداری مدیریت در پایگاه اطلاعاتی وب آو ساینس را در دستور کار قرار دادند. کرمی و همکارانش (۱۴۰۱) به تجزیه و تحلیل ساختار مفهومی دو مجله تخصصی حسابداری رفتاری پرداختند. فرجی و همکارانش (۱۳۹۹) نیز همکاری تحقیقاتی مؤثر در مجلات حسابداری را بررسی کردند.

مسئولیت اجتماعی شرکت

مسئولیت اجتماعی تعاریف مختلفی دارد. کارول (۱۹۷۹) قابل قبول‌ترین تعریف را ارائه می‌کند. مسئولیت اجتماعی یک شرکت شامل انتظارات اقتصادی، قانونی، اخلاقی، و اختیاری است که جامعه از شرکت در یک نقطه زمانی مشخص دارد. این نشان می‌دهد که شرکت‌های درگیر در مسئولیت اجتماعی باید تلاش کنند هم‌زمان که سود مورد انتظار سهام‌داران را کسب می‌کنند، از قانون هم تبعیت کنند، رفتاری اخلاق‌گرایانه داشته باشند، و به طور کلی به ارزش‌های اجتماعی مطلوب نزد سهام‌داران بها بدهند (Shen & Chang 2009). با استناد به گرن (۲۰۰۸)، شرکت‌هایی که از اصول مسئولیت اجتماعی پیروی می‌کنند بر این باورند که با عمل مسئولانه و اخلاقی شانس بیشتری برای موفقیت دارند. مسئولیت‌های اجتماعی و اصول اخلاقی شایسته توجه‌اند. بنابراین، مدیران شرکت‌ها باید به خاطر صلاح سهام‌داران به مسائل اجتماعی توجه کنند (Godfrey 2005).

مسئولیت‌پذیری اجتماعی سازمان‌ها را می‌توان به چهار بُعد مسئولیت اقتصادی^۱، مسئولیت قانونی^۲، مسئولیت اجتماعی^۳، و مسئولیت اخلاقی^۴ تقسیم کرد که این تقسیم‌بندی هم‌سو با تقسیم‌بندی کارول (۱۹۹۱) است. نخستین بُعد مسئولیت‌پذیری اجتماعی سازمان‌ها بُعد اقتصادی است که در آن تمرکز اصلی بر فعالیت‌ها و اقدامات اقتصادی سازمان است و هدف و مسئولیت اولیه تعریف‌شده در هر بنگاه اقتصادی کسب سود است. دومین بُعد مسئولیت‌پذیری اجتماعی در سازمان‌ها بُعد قانونی است که هدف آن ملزم کردن سازمان‌ها برای عمل در چارچوب قانون و مقررات عمومی است. قوانینی که توسط جامعه تعیین شده و همه، اعم از شهروندان و سازمان‌ها، موظف به ارج‌گذاری و احترام به قوانین و مقررات به عنوان یک ارزش اجتماعی تعریف‌شده هستند. به بعد قانونی مسئولیت‌پذیری اجتماعی التزام اجتماعی نیز می‌گویند. سومین بُعد مسئولیت‌پذیری اجتماعی سازمان‌ها بُعد اجتماعی است که دربرگیرنده مجموعه تعهدات و وظایفی است که سازمان باید با نگرش همه‌جانبه حفظ وحدت و مصالح عمومی کشور و به منظور حفظ و کمک به جامعه انجام دهد. چهارمین و آخرین بُعد مسئولیت‌پذیری اجتماعی سازمان‌ها بُعد اخلاقی

-
1. economic responsibility
 2. legal responsibility
 3. social responsibility
 4. ethic responsibility

است. انتظار اصلی جامعه از سازمان به منظور رعایت این بعد از مسئولیت‌پذیری اجتماعی این است که سازمان، به مثابه عضوی از جامعه، از ارزش‌ها و هنجارها و اعتقادات و باورهای مردم پاسداری کند و شئونات و مسائل اخلاقی را در کارها و فعالیت‌های خود مورد توجه قرار دهد. این بُعد از مسئولیت‌پذیری اجتماعی را پاسخگویی اجتماعی نیز می‌گویند (آقایی و کاظم‌پور ۱۳۹۵: ۱۰۳).

در سال‌های اخیر، به خاطر توجه رو به رشد شرکت‌های فعال در صنایع مختلف به مسئولیت اجتماعی (خارجی: Ramzan et al. 2021; Guo et al. 2020 و داخلی: حجازی و رجب‌دردی ۱۳۹۹؛ رحمانیان کوشکی و ایمان‌روی ۱۴۰۰) مطالعه حاضر انگیزه می‌گیرد تا سیر تکاملی و جریان‌های تحقیقاتی مسئولیت اجتماعی را نمایان کند. به این منظور سؤالاتی مشخص شده است که پژوهش حاضر قصد دارد از طریق تجزیه و تحلیل هم‌واژگانی و تجزیه و تحلیل شبکه‌های اجتماعی به آن‌ها پاسخ دهد:

سؤال پژوهشی ۱: موضوعات اصلی که ساختار تحقیقات مسئولیت اجتماعی را تشکیل می‌دهند کدام‌اند؟

سؤال پژوهشی ۲: موضوعات غالب، اشباع‌شده، از بین رفته، و در حال ظهور در حوزه مسئولیت اجتماعی کدام‌اند؟

سؤال پژوهشی ۳: پراستنادترین مقالات، برترین نویسندگان، برترین کشورها، برترین مجلات، و برترین دانشگاه‌ها در حوزه تحقیقات مسئولیت اجتماعی کدام‌اند؟

روش پژوهش

در پژوهش حاضر به پیروی از پژوهش‌های پیشین (مثلاً، Uyar et al. 2020; Xie et al. 2020) از پایگاه داده وب آو ساینس برای جست‌وجوی اسناد و اطلاعات تکمیلی استفاده شده است. مجموعه‌های اصلی وب آو ساینس شامل سه پایگاه داده استنادی عمده است؛ یعنی نمایه استنادی علوم (SCI)^۱، نمایه استنادی علوم اجتماعی (SSCI)^۲، نمایه استنادی هنر و علوم انسانی (A & S)

1. science citation index
2. social sciences citation index

(HCI)^۱. پژوهش‌های مسئولیت اجتماعی عمدتاً در بخش‌های SCI و SSCI گنجانده شده‌اند. با در نظر داشتن بازه زمانی انتخاب‌شده برای پژوهش حاضر (۱۹۷۵ تا ۲۰۲۰)، در تاریخ ۲۲ سپتامبر ۲۰۲۱، اقدام به جست‌وجوی فرمول *Corporate Social Responsibility در پایگاه وب آو ساینس شد و تعداد ۲۰,۱۶۸ سند دریافت شد که جامعه آماری پژوهش حاضر را تشکیل می‌دهند. اسنادی که کلیدواژه‌های انتخاب‌شده ما در عنوان، کلیدواژگان، و یا چکیده آن‌ها ذکر شده باشد در جامعه آماری پژوهش حاضر جای دارند. سپس، اطلاعات دریافتی از پایگاه وب آو ساینس به منظور ترسیم شبکه‌های اجتماعی به نرم‌افزار VOSviewer^۲ منتقل و از روش‌های تجزیه و تحلیل هم‌واژگانی و تجزیه و تحلیل شبکه‌های اجتماعی به منظور تحلیل داده‌ها استفاده شده است.

از تجزیه و تحلیل هم‌واژگانی به طور گسترده برای درک ساختار مفهومی حوزه‌های پژوهشی مختلف استفاده شده است. مثلاً اوپار و همکارانش (۲۰۲۰) با استفاده از تجزیه و تحلیل هم‌واژگانی به بررسی ساختار مفهومی رشته حسابداری پرداختند. یک فرض اساسی در تجزیه و تحلیل هم‌واژگانی این است که به شرط انتخاب دقیق کلیدواژه‌ها توسط نویسندگان اسناد (Feng et al. 2017) کلیدواژه‌های موجود در اسناد ارتباطات عمیقی با یکدیگر خواهند داشت و به واسطه تجزیه و تحلیل کلیدواژه‌های به‌کاررفته در اسناد می‌توان از ساختار مفهومی یک حوزه پژوهشی شناخت پیدا کرد و پیوندهای کلیدی بین موضوعات تحقیقاتی را مشخص ساخت (Ding et al. 2001; Khasseh et al. 2017; Ravikumar et al. 2015; Sedighi 2016).

تجزیه و تحلیل شبکه‌های اجتماعی فرایند بررسی ساختارهای اجتماعی از طریق استفاده از شبکه‌ها و نظریه نمودار^۳ است. تجزیه و تحلیل شبکه‌های اجتماعی ساختارهای شبکه‌ای را از نظر گره‌ها (بازیگران، افراد، یا آیتم‌های درون شبکه) و پیوندها، لبه‌ها، یا ارتباطات (روابط یا تعاملات) که آن‌ها را به هم متصل می‌کنند مشخص می‌کند (Freeman 2004). در سال‌های اخیر، پژوهش‌های انجام‌شده در رشته‌های مختلف از روش تجزیه و تحلیل شبکه‌های اجتماعی برای

1. arts and humanities citation index

۲. یک ابزار نرم‌افزاری برای ساخت و تصویرسازی شبکه‌های کتاب‌سنجی است.

3. graph theory

ترسیم شبکه‌های هم‌رخدادی^۱، شبکه‌های هم‌نویسندگی^۲، شبکه‌های همکاری‌های بین‌کشوری^۳ و غیره استفاده کرده‌اند (Yang et al. 2021). مثلاً ژانگ و همکارانش (۲۰۱۵) شبکه‌های اجتماعی مطالعات حوزه خلاقیت را ترسیم کردند و اوپار و همکارانش (۲۰۲۰) برای تجزیه و تحلیل پژوهش‌های حسابرسی از تجزیه و تحلیل هم‌واژگانی و شبکه‌های اجتماعی بهره بردند. در پژوهش‌های پیشین، متناسب با ویژگی‌های خاص نرم‌افزارهای تحلیل شبکه‌های اجتماعی، از نرم‌افزارهای مختلفی مانند CoPalRed، CiteSpace، Bibexcel، و VOSviewer به منظور مرور پیشینه و تحلیل‌های کتاب‌شناختی استفاده شده است. هر یک از این نرم‌افزارها دارای ویژگی‌ها و الگوریتم‌های خاص خودشان هستند و انتخاب هر یک از آنها به اهداف تحقیق بستگی دارد (Cobo et al. 2011). تجزیه و تحلیل شبکه‌های اجتماعی با استفاده از نرم‌افزار VOSviewer مجموعه متفاوتی از تجزیه و تحلیل‌ها را ارائه می‌دهد؛ مانند شبکه‌های هم‌رخدادی میان کلمات کلیدی، شبکه‌های هم‌استنادی و زوج‌های کتاب‌شناختی میان منابع، نویسندگان، مجلات و دانشگاه‌ها، شبکه‌های هم‌نویسندگی میان نویسندگان، مجلات، کشورها و دانشگاه‌ها، و غیره (Van Eck & Waltman, 2021). در نتیجه در پژوهش حاضر به منظور تصویرسازی شبکه‌های اجتماعی از نرم‌افزار VOSviewer استفاده شد.

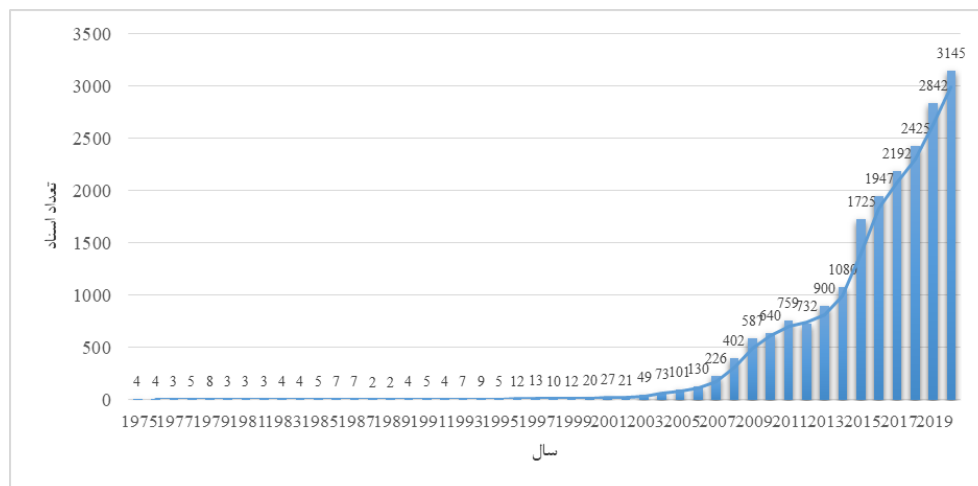
یافته‌های پژوهش

پژوهش حاضر بررسی‌های خود را با تجزیه و تحلیل تعداد اسناد منتشره در هر سال آغاز می‌کند. مرور روند کلی تعداد اسناد انتشار یافته در بازه زمانی مورد بررسی (۱۹۷۵ تا ۲۰۲۰) نشان از جهت‌گیری کاملاً صعودی طی سال‌های اخیر دارد. همان‌طور که در جدول ۱ نشان داده شده است از مجموع ۲۰,۱۶۸ سند انتشار یافته در بازه زمانی مورد بررسی، بیشترین تعداد انتشار اسناد در سال ۲۰۲۰ با ۳,۱۴۵ عنوان سند است. به علاوه، روند زمانی انتشار اسناد در قالب نمودار میله‌ای در شکل ۱ ارائه شده است.

-
1. co-occurrence network
 2. co-authorship network
 3. country and regional networks

جدول ۱. تعداد انتشار اسناد بر حسب سال

سال	تعداد اسناد	درصد از کل	میزان رشد	جهت رشد	سال	تعداد اسناد	درصد از کل	میزان رشد	جهت رشد
۱۹۷۵	۴	۰/۰۰۱	-	-	۱۹۹۲	۴	۰/۰۰۱	-	-
۱۹۷۶	۴	۰/۰۰۱	۰	↗	۱۹۹۳	۷	۰/۰۰۲	۰/۰۰۱	↗
۱۹۷۷	۳	۰/۰۰۱	-۰/۲۵	↘	۱۹۹۴	۹	۰/۰۰۲	۰/۰۰۱	↗
۱۹۷۸	۵	۰/۰۰۲	۰/۶۶	↗	۱۹۹۵	۵	۰/۰۰۲	-۰/۴۴	↘
۱۹۷۹	۸	۰/۰۰۳	۰/۶	↗	۱۹۹۶	۱۲	۰/۰۰۵	۱/۴	↗
۱۹۸۰	۳	۰/۰۰۱	-۰/۶۵	↘	۱۹۹۷	۱۳	۰/۰۰۶	۰/۰۸	↗
۱۹۸۱	۳	۰/۰۰۱	۰	-	۱۹۹۸	۱۰	۰/۰۰۴	-۰/۲۳	↘
۱۹۸۲	۳	۰/۰۰۱	۰	-	۱۹۹۹	۱۲	۰/۰۰۵	۰/۲	↗
۱۹۸۳	۴	۰/۰۰۱	۰/۳۳	↗	۲۰۰۰	۲۰	۰/۰۰۹	۰/۶۶	↗
۱۹۸۴	۴	۰/۰۰۱	۰	-	۲۰۰۱	۲۷	۰/۰۰۱	۰/۳۵	↗
۱۹۸۵	۵	۰/۰۰۲	۰/۲۵	↗	۲۰۰۲	۲۱	۰/۰۰۱	-۰/۲۲	↘
۱۹۸۶	۷	۰/۰۰۳	۰/۴	↗	۲۰۰۳	۴۹	۰/۰۰۲	۱/۳۳	↗
۱۹۸۷	۷	۰/۰۰۳	۰	-	۲۰۰۴	۷۳	۰/۰۰۳	۰/۴۹	↗
۱۹۸۸	۲	۰/۰۰۰۶	-۰/۸۷	↘	۲۰۰۵	۱۰۱	۰/۰۰۵	۰/۳۸	↗
۱۹۸۹	۲	۰/۰۰۰۶	۰	-	۲۰۰۶	۱۳۰	۰/۰۰۶	۰/۲۸	↗
۱۹۹۰	۴	۰/۰۰۱	۱	↗	۲۰۰۷	۲۲۶	۰/۰۰۱۱	۰/۸۳	↗
۱۹۹۱	۵	۰/۰۰۲	۰/۲۵	↗	۲۰۰۸	۴۰۲	۰/۰۰۱۹	۰/۸۷	↗
مجموع اسناد: ۲۰,۱۶۸ سند					۲۰۰۹	۱,۳۳۳	۰/۰۰۲	۱/۳۳	↗
					۲۰۱۰	۲,۱۹۲	۰/۰۰۴	۰/۶۶	↗
					۲۰۱۱	۲,۴۲۵	۰/۰۰۵	۰/۳۵	↗
					۲۰۱۲	۲,۸۴۲	۰/۰۰۶	۰/۲۸	↗
					۲۰۱۳	۳,۱۴۵	۰/۰۰۷	۰/۱۱	↗



شکل ۱. روند زمانی انتشار اسناد

پرتکرارترین کلیدواژه‌ها و سیر تحول آن‌ها در هر سال

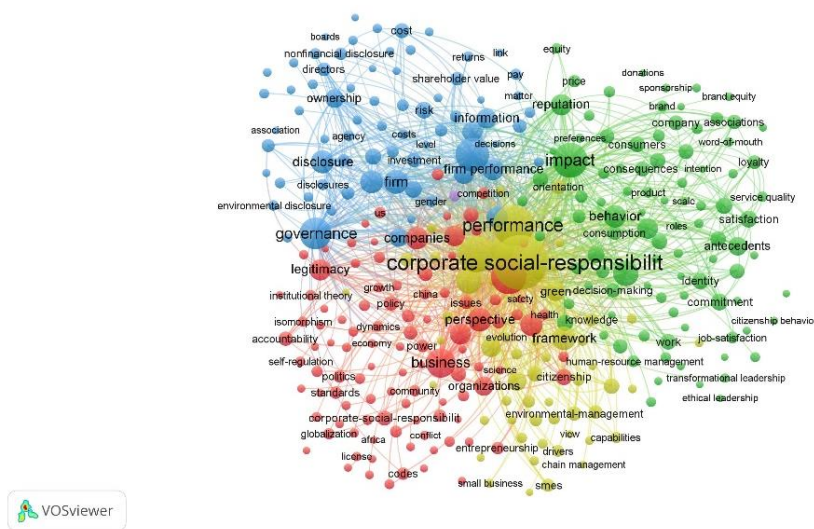
تجزیه و تحلیل هم‌رخدادی و یافتن کلیدواژه‌های پرتکرار می‌تواند موضوع‌های کلیدی تحقیقاتی را به نمایش بگذارد. در مجموع، در بازه زمانی ۱۹۷۵ تا ۲۰۲۰ تعداد ۹,۴۴۲ کلیدواژه^۱ در پژوهش‌های مسئولیت اجتماعی استفاده شده است. در این پژوهش، مطابق با پژوهش‌های معتبر پیشین (مثلاً Dai & Zhang 2020) به تعیین حد آستانه‌ای^۲ تکرار کلیدواژه‌ها اقدام شد. بر اساس بررسی‌های انجام‌شده، حد آستانه‌ای ۵۰ تکرار در نظر گرفته شد. در نتیجه، کلیدواژه‌هایی که دست‌کم ۵۰ مرتبه تکرار داشته‌اند در ترسیم شبکه‌های هم‌رخدادی جای گرفتند و در مجموع تعداد ۳۲۹ کلیدواژه این حد آستانه‌ای را برآورده کردند.

پس از بررسی‌های انجام‌شده ده کلیدواژه پرتکرار در حوزه تحقیقات مسئولیت اجتماعی به این قرار است: مسئولیت اجتماعی شرکتی^۳ با ۶۷۷۳ تکرار، عملکرد^۴ با ۳۲۶۹ تکرار، مدیریت^۵ با ۲۴۰۸ تکرار، مسئولیت اجتماعی شرکتی (به شکل مخفف)^۶ با ۲۲۸۷ تکرار، اثر^۷ با ۲۱۸۹ تکرار، عملکرد مالی^۸ با ۲۰۳۶ تکرار، حاکمیت^۹ با ۱۷۳۵ تکرار، تجارت^{۱۰} با ۱۳۸۱ تکرار، پایداری^{۱۱} با ۱۰۶۰ تکرار، مدل^{۱۲} با ۹۸۸ تکرار.

پرتکرارترین کلیدواژه‌ها در ۴ شاخه و همچنین با ۴ رنگ مختلف تفکیک شده‌اند. کلیدواژه‌هایی که به لحاظ محتوایی به یک‌دیگر شباهت داشته باشند در یک خوشه‌بندی قرار خواهند گرفت. مثلاً کلیدواژه‌های «اثر» و «شهرت»^{۱۳} در خوشه سبز رنگ قرار گرفته‌اند (شکل ۲). در شکل ۲، تجزیه و تحلیل هم‌رخدادی به تصویر کشیده شده است. اندازه دایره‌ها بیانگر تعدد

-
1. keywords plus
 2. threshold
 3. corporate social responsibility
 4. performance
 5. management
 6. csr
 7. impact
 8. financial performance
 9. governance
 10. business
 11. sustainability
 12. model
 13. reputation

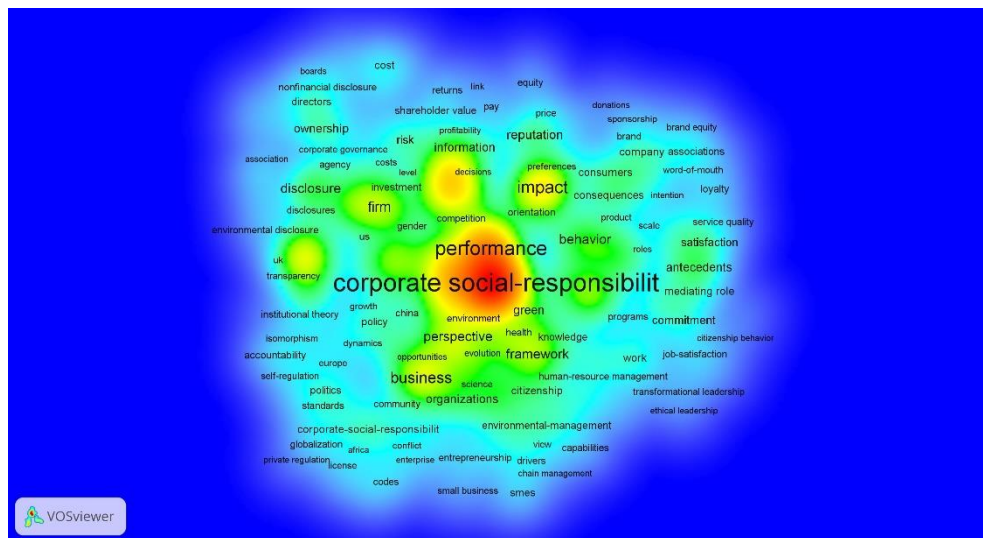
تکرار کلیدواژه‌هاست؛ به این معنی که هر چه دایره مربوط بزرگ‌تر باشد آن کلیدواژه پرتکرارتر بوده است. ضخامت خطوط نیز نمایانگر ارتباط بین کلیدواژه‌های میان چندین خوشه و کلیدواژه‌های داخل یک خوشه است و تفسیر آن بدین شکل است که هر قدر ضخامت خطوط بین دو کلیدواژه بیشتر باشد می‌توان ادعا کرد که میان آن دو کلیدواژه وابستگی بیشتری وجود دارد (Sedighi 2016). در نقشه نمایش داده شده در شکل ۲، تعداد ۴ خوشه وجود دارد و همان‌طور که از شکل پیداست همه خوشه‌ها در هم تنیده هستند و ارتباطاتی قوی بین ۴ خوشه وجود دارد. این موضوع دال بر وابستگی بالای حوزه‌های مختلف مسئولیت اجتماعی با یکدیگر است. گفتنی است می‌توان برای هر یک از خوشه‌ها بر اساس تکرار کلیدواژه‌ها یک نماینده انتخاب کرد (Faraji et al. 2022). به عبارت دیگر، «تجارت» نماینده خوشه قرمز، «اثر» نماینده خوشه سبز، «حاکمیت» نماینده خوشه آبی، و «مسئولیت اجتماعی» نماینده خوشه زرد هستند.



شکل ۲. شبکه هم‌رخدادی کلیدواژه‌های پرتکرار

ترسیم نقشه کلیدواژه‌ها بر حسب چگالی نیز حاوی اطلاعات بسیار مفیدی است. تفسیر نقشه چگالی بدین‌گونه است که هر قدر یک کلیدواژه به سمت بخش قرمز رنگ نقشه متمایل باشد آن کلیدواژه پرتکرارتر بوده و هر قدر به سمت بخش‌های سبز رنگ و آبی رنگ متمایل باشد آن

کلیدواژه کمتر مورد توجه پژوهشگران بوده است (Uddin et al. 2015). همان‌طور که در شکل ۳ مشخص شده است کلیدواژه‌هایی مانند «مسئولیت اجتماعی»، «عملکرد»، «اثر»، «تجارت»، «محیط»، «چشم‌انداز»، «فرصت‌ها»، و «تصمیمات»^۴ (کلیدواژه‌های حاضر در مناطق قرمز رنگ و نارنجی رنگ نقشه) تا به امروز توجه زیادی را از سوی پژوهشگران به خود جلب کرده و عملاً اشباع شده‌اند. با وجود این، کلیدواژه‌هایی نظیر «رضایت شغلی»^۵ و «رهبری اخلاق‌گرایانه»^۶ هنوز از سمت پژوهشگران این حوزه توجه لازم را دریافت نکرده‌اند. ولی ممکن است در آینده‌ای نه چندان دور به موضوعات کلیدی مباحث مسئولیت اجتماعی تبدیل شوند.



شکل ۳. پرتکرارترین کلیدواژه‌ها بر حسب چگالی

ابروازگان تحقیقات مسئولیت اجتماعی نیز در شکل ۴ و با استفاده از نرم‌افزار VOYANT ترسیم شده است. ابرواژگان به نوعی یک لیست وزن‌دار شده برای تصویرسازی داده‌های متنی یا

1. environment
2. perspective
3. opportunities
4. decisions
5. job satisfaction
6. ethical leadership

زبانی است و در سال‌های اخیر توجه زیادی را به سمت خود جلب کرده است (Jin 2017). گفتنی است هر قدر اندازه فونت یک کلیدواژه بزرگ‌تر باشد آن کلیدواژه پرتکرارتر بوده است.



شکل ۴. ابرواژگان موضوعی مسئولیت اجتماعی

پراستنادترین مقاله‌ها

ده مقاله پراستناد حوزه مسئولیت اجتماعی در جدول ۲ نشان داده شده‌اند. نتایج حاکی از آن است که مقاله «استراتژی و جامعه» با مجموع ۳۵۲۷ استناد پراستنادترین مقاله است. این یافته می‌تواند به پژوهشگران و خوانندگان در شناسایی شاخص‌ترین مقالات مسئولیت اجتماعی که پیشینه پژوهشی این حوزه را شکل داده‌اند کمک کند.

برترین نویسندگان، کشورها، مجلات، و دانشگاه‌ها

جدول ۳ ده نویسنده، کشور، مجله، و دانشگاه برتر جهان را از نظر تعداد اسناد منتشره نشان می‌دهد. نتایج نشان می‌دهد گارسیا سانچز با ۷۳ سند برترین نویسنده حوزه مسئولیت اجتماعی از نظر تعداد اسناد است. همچنین کشور آمریکا با تعداد ۴,۰۴۹ سند از کل ۲۰,۱۶۸ سند (حدود ۲۱ درصد از اسناد) برترین کشور از نظر تعداد اسناد است. به‌علاوه، یافته‌ها نشان می‌دهد مجله *خلاق* تجارت با انتشار ۱,۴۹۶ عنوان مقاله برترین مجله از نظر تعداد مقالات بوده و همچنین دانشگاه

تجارت کپنهاگن با انتشار ۱۴۴ سند برترین دانشگاه از نظر تعداد اسناد در این حوزه است. چنین یافته‌ای به پژوهشگران کمک می‌کند تا با شاخص‌ترین مقالات، پژوهشگران، کشورها، مجلات، و دانشگاه‌ها در زمینه تحقیقات مسئولیت اجتماعی آشنا بشوند.

جدول ۲. ده مقاله پر استناد

تعداد کل استادهای دریافتی	سال انتشار	نام مجله	نویسنده(ها)	عنوان مقاله
۳۵۲۷	۲۰۰۶	<i>Harvard business review</i>	Porter & Kramer	Strategy & Society
۲۹۱۶	۲۰۰۱	<i>Academy of management review</i>	McWilliams & Siegel	Corporate social responsibility: A theory of the firm perspective
۲۵۰۸	۲۰۰۸	<i>Journal of cleaner production</i>	Seuring & Müller	From a literature review to a conceptual framework for sustainable supply chain management
۲۰۶۹	۲۰۰۱	<i>Journal of marketing Research</i>	Sen & Bhattacharya	Does doing good always lead to doing better? Consumer reactions to corporate social responsibility
۱۹۱۸	۲۰۰۷	<i>Academy of management Review</i>	Campbell	Why would corporations behave in socially responsible ways? An institutional theory of corporate social responsibility
۱۸۸۸	۲۰۰۸	<i>Academy of management Review</i>	Matten & Moon	Implicit” and “explicit” CSR: A “conceptual framework for a comparative understanding of corporate social responsibility
۱۸۲۸	۱۹۹۷	<i>Journal of marketing</i>	Brown & Dacin	The company and the product: Corporate associations and consumer product responses
۱۵۸۳	۲۰۰۰	<i>Strategic management journal</i>	McWilliams & Siegel	Corporate social responsibility and financial performance: correlation or misspecification?
۱۵۴۲	۲۰۰۴	<i>Journal of business ethics</i>	Garriga & Melé	Corporate social responsibility theories: Mapping the territory
۱۵۱۲	۲۰۱۲	<i>Journal of management</i>	Aguinis & Glavas	What we know and don't know about corporate social responsibility: A review and research agenda

ادامهٔ جدول ۳. برترین نویسندگان، کشورها، مجلات، دانشگاه‌ها

برترین نویسندگان		برترین کشورها		برترین مجلات				برترین دانشگاه‌ها	
نام نویسنده	تعداد اسناد	سهم از کل اسناد	نام کشور	تعداد اسناد	سهم از کل اسناد	نام مجله	دانشگاه	کشور	تعداد اسناد
MARTINEZ-FERRERO J	۳۸	٪۰٫۱۷۸	ایتالیا	۲۱۹	٪۰٫۸۶	BUSINESS STRATEGY AND THE ENVIRONMENT	University of Salamanca	اسپانیا	۱۰۷
KIM J	۳۵	٪۰٫۱۷۴	آلمان	۲۰۶	٪۰٫۸۱	JOURNAL OF BUSINESS RESEARCH	Monash University	استرالیا	۱۰۲
KIM Y	۳۴	٪۰٫۱۶۹	فرانسه	۱۹۱	٪۰٫۹۴۷	BUSINESS SOCIETY	University of Amsterdam	هلند	۹۰
LINDGREEN A	۳۴	٪۰٫۱۶۹	هلند	۱۲۰	٪۰٫۹۹۳	ETHICS & ACCOUNTING	University of Groningen	هلند	۹۰
						Business, Management and Accounting			
						Business, Management and Accounting			
						Business, Management and Accounting			
						Business, Management and Accounting			

بحث و نتیجه

پژوهش حاضر قصد داشت تا وضعیت فعلی پژوهش‌های انجام شده در حوزهٔ مسئولیت اجتماعی را به شکلی دقیق تصویرسازی کند. نتایج نشان می‌دهد تعداد مقالات این حوزه در سال‌های اخیر به طور چشمگیری افزایش یافته است. در واقع، در دهه‌های پایانی قرن بیستم با گسترش روزافزون اثرگذاری سازمان‌ها بر محورهای تشکیل‌دهندهٔ توسعهٔ پایدار، یعنی «اقتصاد» و «جامعه» و «محیط زیست»، شاهد افزایش مطالبه‌گری از سازمان‌ها در حوزه‌های اجتماعی بوده‌ایم و منجر به این شده است که مفهومی به نام مسئولیت اجتماعی سازمان‌ها در دنیای مدیریت ظهور پیدا کند.

طبیعتاً پژوهشگران نیز در سال‌های اخیر توجه بالایی به این مفاهیم داشته‌اند. در ادامه، باید به سه سؤال پژوهشی مطرح شده پاسخ‌های قانع‌کننده‌ای داده شود.

سؤال نخست این بود که موضوعات اصلی که ساختار تحقیقات مسئولیت اجتماعی را تشکیل می‌دهند کدام‌اند. به این منظور از تجزیه و تحلیل هم‌رخدادی برای یافتن کلیدواژه‌های پرتکرار استفاده شده است که می‌تواند موضوع‌های کلیدی تحقیقاتی را به نمایش بگذارد. در مجموع ۲۰,۱۶۸ سند در مجله‌های نمایه‌شده در پایگاه وب آو ساینس منتشر شده است. روند کلی تعداد مقالات منتشرشده در حوزه تحقیقات مسئولیت اجتماعی از سال‌های ۱۹۷۵ تا ۲۰۲۰ حاکی از یک روند کاملاً صعودی است. نتایج نشان می‌دهد کلیدواژه‌های «مسئولیت اجتماعی شرکتی»، «عملکرد»، «مدیریت»، «مسئولیت اجتماعی شرکتی (به شکل مخفف)»، «اثر»، «عملکرد مالی»، «حاکمیت»، «تجارت»، «پایداری»، و «مدل» به ترتیب ده کلیدواژه پرتکرار در تحقیقات مسئولیت اجتماعی هستند و در واقع این کلیدواژه‌ها اصلی‌ترین موضوعات مباحث مسئولیت اجتماعی‌اند.

سؤال دوم این بود که موضوعات غالب، اشباع‌شده، از بین رفته، و در حال ظهور در حوزه مسئولیت اجتماعی کدام‌اند. برای پاسخ به این سؤال از نقشه چگالی کلیدواژه‌ها استفاده شده است (شکل ۳). نتایج حاکی از آن است که کلیدواژه‌هایی مانند «مسئولیت اجتماعی»، «عملکرد»، «اثر»، «تجارت»، «محیط»، «چشم‌انداز»، «فرصت‌ها»، و «تصمیمات» تا امروز توجه زیادی را از سوی پژوهشگران به خود جلب کرده و عملاً اشباع شده‌اند. ولی کلیدواژه‌هایی نظیر «رضایت شغلی» و «رهبری اخلاق‌گرایانه» هنوز از سمت پژوهشگران این حوزه توجه لازم را دریافت نکرده‌اند. این یافته می‌تواند برای پژوهشگران مفید باشد. زیرا قادر خواهند بود توجه و تمرکز خود را به موضوعات حل‌نشده و در حال پدیدار شدن منتقل کنند.

سؤال سوم این بود که پراستنادترین مقالات، برترین نویسندگان، برترین کشورها، برترین مجلات، و برترین دانشگاه‌ها در حوزه تحقیقات مسئولیت اجتماعی کدام‌اند. نتایج نشان می‌دهد مقاله «استراتژی و جامعه» با مجموع ۳,۵۲۷ استناد پراستنادترین مقاله بوده و گارسیا سانچز با ۷۳ سند برترین نویسنده حوزه مسئولیت اجتماعی از نظر تعداد اسناد است. همچنین کشور آمریکا با تعداد ۴,۰۴۹ سند از کل ۲۰,۱۶۸ سند (حدود ۲۱ درصد از اسناد) برترین کشور از نظر تعداد اسناد

است. به علاوه، یافته‌ها نشان می‌دهد مجله *اخلاق تجارت* با انتشار ۱,۴۹۶ عنوان مقاله برترین مجله از نظر تعداد مقالات بوده و همچنین دانشگاه تجارت کپنهاگن با انتشار ۱۴۴ سند برترین دانشگاه از نظر تعداد اسناد در این حوزه است. چنین یافته‌ای به پژوهشگران کمک می‌کند تا با شاخص‌ترین مقالات، پژوهشگران، کشورها، مجلات، و دانشگاه‌ها در زمینه تحقیقات مسئولیت اجتماعی آشنا بشوند.

پژوهش حاضر پیامدهای خط‌مشی، عملیاتی، و تحقیقاتی متعددی را برای مباحث مسئولیت اجتماعی پیشنهاد می‌دهد. در وهله نخست، مطالعه حاضر با معرفی بینش نوین در خصوص ساختار مفهومی پژوهش‌های مسئولیت اجتماعی به کمک تجزیه و تحلیل هم‌واژگانی و شبکه‌های اجتماعی شکل گرفته براساس داده‌هایی از پایگاه داده وب آو ساینس، برای مباحث مسئولیت اجتماعی دانش‌افزایی‌های عمده‌ای را به ارمغان می‌آورد و می‌تواند تحولات دانشی مسئولیت اجتماعی را نمایان سازد. علاوه بر این، ضمن ارائه تصویری جامع از وضعیت فعلی تحقیقات مسئولیت اجتماعی، یافته‌های این مطالعه می‌تواند به واسطه روشن کردن شکاف‌های موجود در مباحث مسئولیت اجتماعی و جهت‌دهی به مطالعات آتی، راه تحقیقات آینده را هموار کند. سازمان‌ها نیز در هر نوع و اندازه می‌توانند از یافته‌های ارائه شده در پژوهش حاضر در ایجاد تغییرات در سیستم‌های ارتباطی، گزارش‌دهی، و کنترلی خود در مورد مسئولیت اجتماعی بهره ببرند. سیاست‌گذاران و قانون‌گذاران نیز می‌توانند از موضوعات غالب شناسایی شده در مطالعه حاضر به عنوان موضوعات مهم برای قانون‌گذاری و تنظیم استاندارد استفاده کنند.

گفتنی است که پژوهش حاضر نیز به مانند همه پژوهش‌های دیگر عاری از محدودیت نیست. شاخص‌ترین محدودیت مطالعه حاضر از محدودیت در پایگاه اطلاعات علمی وب آو ساینس ناشی می‌شود. با اینکه پایگاه وب آو ساینس یک پایگاه اطلاعاتی جامع است، همه تحقیقات مسئولیت اجتماعی را ارائه نمی‌دهد و فقط مقالاتی را که دارای شاخص‌های SCIE، SSCI، AHCI، ESCI، BKCI، CPCI و CCR هستند در بر می‌گیرد. در نتیجه، خوانندگان باید در تعمیم نتایج دقت لازم را به عمل آورند. همچنین، پایگاه وب آو ساینس در بررسی‌های کتاب‌سنجی فقط به تحلیل هم‌واژگانی مقالات در عنوان، چکیده، و کلیدواژه‌ها بسنده می‌کنند و به تحلیل و بررسی

عمیق متون نمی پردازند. در همین زمینه، پژوهش‌های آتی می‌توانند به بررسی عمیق‌تر تحقیقات مسئولیت اجتماعی بپردازند. مثلاً، می‌توانند بررسی کنند که این تحقیقات از چه مدل‌هایی برای مسئولیت اجتماعی استفاده می‌کنند، از نظر روش‌شناسی چگونه می‌باشند (کمی، کیفی، و یا آمیخته)، روش جمع‌آوری داده‌های آن‌ها به چه شکل بوده است، و سایر تحلیل‌ها. در نهایت، مطالعات آتی می‌توانند بررسی کنند که چه نظریه‌هایی در مطالعات مسئولیت اجتماعی نقش دارند تا غالب‌ترین دیدگاه‌های نظری در حیطه پژوهش‌های مسئولیت اجتماعی نمایان گردد.

منابع

- آقایی، محمدعلی؛ مرتضی کاظم‌پور (۱۳۹۵). «تأثیر مسئولیت‌پذیری اجتماعی و تنوع‌پذیری محصولات بر عملکرد شرکت»، *حسابداری ارزشی و رفتاری*، ۱(۱)، ص ۹۹ - ۱۲۱.
- حجازی، رضوان؛ حسین رجب‌دری (۱۳۹۹). «رابطه افشای اطلاعات مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکت و دقت پیش‌بینی مدیران»، *حسابداری و منافع اجتماعی*، ۱۰(۴)، ص ۷۳ - ۹۱.
- حسینی، سید علی؛ فاطمه گرامی‌راد؛ طیبه زارع‌زردینی (۱۳۹۸). «تحلیل جریان علمی پژوهش‌های حسابرسی در پایگاه اطلاعاتی وب آو ساینس»، *دانش حسابداری مالی*، ۶(۴)، ص ۲۵ - ۴۶.
- حسینی، سید علی؛ فاطمه گرامی‌راد؛ طیبه زارع‌زردینی (۱۳۹۹). «تحلیل جریان علمی پژوهش‌های حسابداری مدیریت در پایگاه اطلاعاتی وب آو ساینس»، *حسابداری مدیریت*، ۱۳(۴۷)، ص ۱۲۵ - ۱۴۲.
- رحمانیان کوشکچی، عبدالرسول؛ زهرا ایمان روی (۱۴۰۰). «تأثیر اعتماد به نفس بیش از حد مدیرعامل بر مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکت‌ها با نقش تعدیلگر مالکیت نهادی در شرکت‌های پذیرفته‌شده در بورس اوراق بهادار تهران»، *حسابداری و منافع اجتماعی*، ۱۱(۳)، ص ۴۹ - ۶۸.
- صدیقی، مهری؛ عمار جلالی‌منش (۱۳۹۱). «مطالعه روند پژوهش در حوزه مدیریت دانش در بازه زمانی ۲۰۰۱ - ۲۰۱۰ و ترسیم ساختاری از آن»، *پردازش و مدیریت اطلاعات*، ۲۸(۲)، ص ۳۶۳ - ۳۹۲.
- فرجی، امید؛ فخرالدین محمدرضایی؛ مهدی خداکرمی؛ ایمان سوخکیان (۱۳۹۹). «همکاری تحقیقاتی مؤثر، وضعیت و موانع موجود: عاملی مهم برای پذیرش مقالات در مجلات معتبر بین‌المللی حسابداری»، *بررسی‌های حسابداری و حسابرسی*، آماده انتشار.
- کاملی، بهروز؛ حمیدرضا یزدانی؛ امین حکیم؛ سید محمدباقر جعفری (۱۳۹۹). «ترسیم قلمرو و خوشه‌بندی تحقیقات مدیریت دانش بر اساس تحلیل هم‌واژگانی مقالات نمایه‌شده در پایگاه وب علوم (WOS)»، *مدیریت نوآوری در سازمان‌های دفاعی*، ۳(۴)، ص ۷۷ - ۱۰۴.
- کرمی، غلامرضا؛ احسان دولت‌زارعی؛ امید فرجی (۱۴۰۱). «بیست و یک سال تحقیقات رفتاری حسابداری: تجزیه و تحلیل کتاب‌شناختی»، *مطالعات تجربی حسابداری مالی*، آماده انتشار.

گرامی‌راد، فاطمه؛ مهدی محمدی؛ نرگس سرلک (۱۳۹۴). «توليدات علمي حوزه‌های حسابداری و مالی ایران در پایگاه اطلاعاتی Web of Science ۲۰۰۳ - ۲۰۱۳»، *حسابداری مدیریت*، ۸(۲۶)، ص ۱۳۱ - ۱۴۴.

References

- Aghaei, M. A. & Kazempour, M. (2016). "The effect of corporate social responsibility and product diversification on performance evaluation", *Journal of Value & Behavioral Accounting*, 1(1), pp. 99-121. (in Persian)
- Aguinis, H. & Glavas, A. (2012). "What we know and don't know about corporate social responsibility: A review and research agenda", *Journal of Management*, 38(4), pp. 932-968.
- Bamel, U., Pereira, V., Del Giudice, M., & Temouri, Y. (2022). "The extent and impact of intellectual capital research: a two decade analysis", *Journal of Intellectual Capital*, 23(2), pp. 375-400.
- Barić, A. (2017). "Corporate social responsibility and stakeholders: Review of the last decade (2006-2015)", *Business Systems Research: International Journal of the Society for Advancing Innovation and Research in Economy*, 8(1), pp. 133-146.
- Belloque, G., Linnenluecke, M. K., Marrone, M., Singh, A. K., & Xue, R. (2021). "55 years of Abacus: Evolution of Research Streams and Future Research Directions", *Abacus*, 57(3), pp. 593-618.
- Bellucci, M., Marzi, G., Orlando, B., & Ciampi, F. (2021). "Journal of Intellectual Capital: a review of emerging themes and future trends", *Journal of Intellectual Capital*, 22(4), pp. 744-767.
- Bian, J., Liao, Y., Wang, Y.-Y., & Tao, F. (2021). "Analysis of firm CSR strategies", *European Journal of Operational Research*, 290(3), pp. 914-926.
- Botero Pérez, D. & Franco Acosta, A. (2017). *Responsabilidad social empresarial-búsqueda sistemática de información: factores diferenciadores de los artículos*.
- Branco, M. C. & Rodrigues, L. L. (2006). "Corporate social responsibility and resource-based perspectives", *Journal of Business Ethics*, 69(2), pp. 111-132.
- Brown, T. J. & Dacin, P. A. (1997). "The company and the product: Corporate associations and consumer product responses", *Journal of Marketing*, 61(1), pp. 68-84.
- Brown, L. D., & Gardner, J. C. (1985). "Applying citation analysis to evaluate the research contributions of accounting faculty and doctoral programs", *Accounting Review*, 60(2), pp. 262-277.
- Campbell, J. L. (2007). "Why would corporations behave in socially responsible ways? An institutional theory of corporate social responsibility", *Academy of Management Review*, 32(3), pp. 946-967.
- Carmona, S., Gutiérrez, I., & Cámara, M. (1999). "A profile of European accounting research: evidence from leading research journals", *European Accounting Review*, 8(3), pp. 463-480.
- Cobo, M. J., López-Herrera, A. G., Herrera-Viedma, E., & Herrera, F. (2011). "Science mapping software tools: Review, analysis, and cooperative study among tools",

- Journal of the American Society for information Science and Technology*, 62(7), pp. 1382-1402.
- Corroll, A. (1979). "A Three-dimensional Conceptual Model of Corporate Social Performance", *Academy of Management Review*, 4, pp. 497-505.
- Carroll, A. B. (1991). "The pyramid of corporate social responsibility: Toward the moral management of organizational stakeholders", *Business horizons*, 34(4), pp. 39-48.
- Dai, Sh. & Zhang, W. (2020). "Knowledge map of environmental crisis management based on keywords network and co-word analysis, 2005–2018", *Journal of Cleaner Production*, 262, 121168.
- Ding, Y., Chowdhury, Gobinda G., & Foo, S. (2001). "Bibliometric cartography of information retrieval research by using co-word analysis", *Information Processing & Management*, 37(6), pp. 817–842.
- Donthu, N., Kumar, S., & Pattnaik, D. (2020). "Forty-five years of Journal of Business Research: A bibliometric analysis", *Journal of Business Research*, 109, pp. 1–14.
- Faraji, O., Asiaei, K., Rezaee, Z., Bontis, N., & Dolatzarei, E. (2022). "Mapping the conceptual structure of intellectual capital research: A co-word analysis". *Journal of Innovation & Knowledge*, 7(3), 100202.
- Faraji, O., Mohammadrezaei, F., Khodakarami, M. & Soukhakian, I. (2020). "Effective Research Collaboration, Status and Barriers: An Important Factor for Accepting Articles in Top International Accounting Journals", *Accounting and Auditing Review*, (Forthcoming), doi: 10.22059/acctgrev.2020.289096.1008272. (in Persian)
- Feng, J., Zhang, Y. Q., & Zhang, H. (2017). "Improving the co-word analysis method based on semantic distance", *Scientometrics*, 111(3), pp. 1521–1531.
- Freeman, L. (2004). *The Development of Social Network Analysis*, Empirical Press.
- Garriga, E. & Melé, D. (2004). "Corporate social responsibility theories: Mapping the territory", *Journal of Business Ethics*, 53(1-2), pp. 51-71.
- Geramirad, F., Mohammadi, M., & Sarlak, N. (2015). "Scientific products in the fields of accounting and finance in Iran at the Web of Science (2003-2013)", *Management Accounting*, 8(26), pp. 131-144. (in Persian)
- Godfrey, P. C. (2005). "The relationship between corporate philanthropy and shareholder wealth: A risk management perspective", *Academy of Management Review*, 30(4), pp. 777-798.
- Grant, T. (2008). "Corporate social responsibility: A necessity not a choice", *International Business Report*.
- Guo, J., Huang, P., & Zhang, Y. (2020). "Accounting conservatism and corporate social responsibility", *Advances in Accounting*, 51, pp. 1-10.
- Habib, A. (2022). "Publishing literature reviews", *Pacific Accounting Review*, 34(3), pp. 399–405.
- Hejazi, R. & Rajabdorri, H. (2020). "The Relationship between disclosure of social responsibility information and accuracy of managers forecast", *Accounting and Social Interests*, 10(4), pp. 73-91. (in Persian)
- Hosseini, S. A., Geramirad, F., & Zare Zardeini, T. (2021). "Analysis of the scientific stream of management accounting research in the Web of Science database", *Management Accounting*, 13(47), pp. 125-142. (in Persian)

- Hosseini, S., Geramirad, F., & Zare Zardini, T. (2020). "Analyze the Scientific Flow of Auditing Research on the Web of Science Database", *Financial Accounting Knowledge*, 6(4), pp. 25-46. (in Persian)
- Hu, J. & Zhang, Y. (2015). "Research patterns and trends of Recommendation System in China using co-word analysis", *Information Processing & Management*, 51(4), pp. 329-339.
- Jin, Y. (2017). "Development of Word Cloud Generator Software Based on Python", *Procedia Engineering*, 174, pp. 788-792. <https://doi.org/10.1016/j.proeng.2017.01.223>
- Kameli, B., Yazdani, H., Hakim, A., & Jafari, S. (2021). "Mapping and Clustering of Knowledge Management Research Based on Co-Word Analysis of Articles Indexed in Web of Science (WoS) Website", *Innovation Management in Defense Organizations*, 3(4), pp. 77-104. (in Persian)
- Karami, G., Dolatzarei, E., & Faraji, E. (2022). "Twenty-One Years of the Behavioral Accounting Research: A Bibliometric Analysis", *Empirical Studies in Financial Accounting*. (Forthcoming). (in Persian)
- Khasseh, A. A., Soheili, F., Moghaddam, H. S., & Chelak, A. M. (2017). "Intellectual structure of knowledge in iMetrics: A co-word analysis", *Information Processing & Management*, 53(3), pp. 705-720.
- Khediri, K. B. (2021). "CSR and investment efficiency in Western European countries", *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*, 28(6), pp. 1769-1784.
- Kılıç, M., Uyar, A., & Koseoglu, M. A. (2019). "Co-authorship network analysis in the accounting discipline", *Australian Accounting Review*, 29(1), pp. 235-251.
- Kumar, S., Pandey, N., Burton, B., & Sureka, R. (2021). "Research patterns and intellectual structure of Managerial Auditing Journal: a retrospective using bibliometric analysis during 1986-2019", *Managerial Auditing Journal*, 36(2), pp. 280-313.
- Kuo, Y. F., Lin, Y. M., & Chien, H. F. (2021). "Corporate social responsibility, enterprise risk management, and real earnings management: Evidence from managerial confidence", *Finance Research Letters*, 41, 101805.
- Lee, J., Graves, S. B., & Waddock, S. (2018). "Doing good does not preclude doing well: corporate responsibility and financial performance", *Social Responsibility Journal*, 14(4), pp. 764-781.
- Linnenluecke, M. K., Marrone, M., & Singh, A. K. (2020). "Conducting systematic literature reviews and bibliometric analyses", *Australian Journal of Management*, 45(2), pp. 175-194.
- Mallah, M. F. & Jaaron, A. A. M. (2021). "An investigation of the interrelationship between corporate social responsibility and sustainability in manufacturing organisations: an empirical study", *International Journal of Business Performance Management*, 22(1), pp. 15-43.
- Matten, D. & Moon, J. (2008). "Implicit" and "explicit" CSR: A conceptual framework for a comparative understanding of corporate social responsibility", *Academy of Management Review*, 33(2), pp. 404-424.
- McWilliams, A. & Siegel, D. (2000). "Corporate social responsibility and financial performance: correlation or misspecification?", *Strategic Management Journal*, 21(5), pp. 603-609.

- McWilliams, A. & Siegel, D. (2001). "Corporate Social Responsibility: A Theory of the Firm Perspective", *Academy of Management Review*, 26(1), pp. 117-127.
- Musgrove, P., Binns, R., Page-Kennedy, T., & Thelwall, M. (2003). "A method for identifying clusters in sets of interlinking Web spaces", *Scientometrics*, 58(3), pp. 657-672.
- Pérez, S., Fernández-Salinero, S., & Topa, G. (2018). "Sustainability in organizations: perceptions of corporate social responsibility and Spanish employees' attitudes and behaviors", *Sustainability*, 10(10), 3423.
- Porter, M. E. & Kramer, M. R. (2006). "Strategy and society: the link between corporate social responsibility and competitive advantage", *Harvard Business Review*, 84(12), pp. 78-92.
- Rahmanian Koushkaki, A. & Imanrooy, Z. (2021). "The effect of CEO confidence on corporate social responsibility; with role of moderating of institutional ownership in firms listed in Tehran stock exchange", *Accounting and Social Interests*, 11(3), pp. 49-68. (in Persian)
- Ramzan, M., Amin, M., & Abbas, M. (2021). "How does corporate social responsibility affect financial performance, financial stability, and financial inclusion in the banking sector? Evidence from Pakistan", *Research in International Business and Finance*, 55, 101314.
- Romo-Fernández, L. M., Guerrero-Bote, V. P., & Moya-Anegón, F. (2013). "Co-word based thematic analysis of renewable energy (1990-2010)", *Scientometrics*, 97(3), pp. 743-765.
- Ravikumar, S., Agrahari, A., & Singh, S. N. (2015). "Mapping the intellectual structure of scientometrics: A co-word analysis of the journal *Scientometrics* (2005-2010)", *Scientometrics*, 102(1), pp. 929-955.
- Sedighi, M. (2016). "Application of word co-occurrence analysis method in mapping of the scientific fields (case study: the field of Informetrics)", *Library Review*, 65(1/2), pp. 52-64.
- Sedighi, M. & Jalalimanesh, A. (2013). "Study of Research Trend in Knowledge Management Field (2001-2010) and Mapping its Structure", *Iranian Journal of Information processing and Management*, 28(2), pp. 363-392. (in Persian)
- Sen, S. & Bhattacharya, C. B. (2001). "Does doing good always lead to doing better? Consumer reactions to corporate social responsibility", *Journal of marketing Research*, 38(2), pp. 225-243.
- Seuring, S. & Müller, M. (2008). "From a literature review to a conceptual framework for sustainable supply chain", *Journal of Cleaner Production*, 16(15), pp. 1699-1710.
- Shen, C. H. & Chang, Y. (2009). "Ambition versus conscience, does corporate social responsibility pay off? The application of matching methods", *Journal of Business Ethics*, 88(1), pp. 133-153.
- Shen, Y. (2021). "CEO characteristics: a review of influential publications and a research agenda", *Accounting & Finance*, 61(1), pp. 361-385. <https://doi.org/10.1111/acfi.12571>
- Shiffrin, R. M. & Börner, K. (2004). *Mapping knowledge domains*.
- Uddin, S., Khan, A., & Baur, L. A. (2015). "A Framework to Explore the Knowledge Structure of Multidisciplinary Research Fields", *PLOS ONE*, 10(4), e0123537.

- Uyar, A., Kılıç, M., & Koseoglu, M. A. (2020). "Exploring the conceptual structure of the auditing discipline through co-word analysis: An international perspective", *International Journal of Auditing*, 24(1), pp. 53–72.
- Van Eck, N. J., & Waltman, L. (2021). VOSviewer manual. *Manual for VOSviewer Version 1.6.17*.
- Xie, L., Chen, Z., Wang, H., Zheng, C., & Jiang, J. (2020). "Bibliometric and visualized analysis of scientific publications on atlantoaxial spine surgery based on Web of Science and VOSviewer", *World Neurosurgery*, 137, pp. 435–442.
- Yadav, R. S., Dash, S. S., Chakraborty, S., & Kumar, M. (2018). "Perceived CSR and corporate reputation: the mediating role of employee trust", *Vikalpa*, 43(3), pp. 139–151.
- Yang, R., Wong, C. W. Y., & Miao, X. (2021). "Analysis of the trend in the knowledge of environmental responsibility research", *Journal of Cleaner Production*, 278, 123402.
- Yang, Y., Wu, M., & Cui, L. (2012). "Integration of three visualization methods based on co-word analysis", *Scientometrics*, 90(2), pp. 659–673.
- Zupic, I. & Čater, T. (2015). "Bibliometric Methods in Management and Organization", *Organizational Research Methods*, 18(3), pp. 429–472.