

Investigating the Effect of Moral Perfectionism on Online Social Behavior with the Mediating Role of Online Interpersonal Trust and Moral Identity in Students of the Country's Top Sports Talent Olympiad

Kazem Cheragh birjandi^{1*}, Seyed Hossin Khaje¹

1. Department of Physical Education, Birjand Branch, Islamic Azad University, Birjand, Iran.

Received: 2022/07/07

Accepted: 2022/09/10

Original Research

Abstract

Objective: The purpose of this study was to investigate the effect of moral perfectionism on online social behavior with the mediating role of online interpersonal trust and moral identity in students of the country's top sports talent Olympiad.

Methodology: The research method is descriptive and field-based. The statistical population of the study included student-athletes of the country's student olympiads. Due to the infinity of the statistical population, the number of samples was 384 people according to Morgan's table and the sampling method was a multi-stage cluster. Research tools included Yang et al.'s (2015), Moral Perfectionism Questionnaire, Igres et al.'s Online Social Behavior Questionnaire (2018), Asura et al.'s online interpersonal trust questionnaire based on Mayer and Mishra model (2015), and Black and Reynolds's Moral Identity Questionnaire (2016). To ensure the validity of the questionnaires, the opinions and guidelines of experts in sports management science were used and their opinions were included in the final questionnaire.

Results: The results showed that moral identity and online interpersonal trust play a mediating role in the relationship between moral perfectionism and online social behavior; Also, the structural model of the research showed a favorable fit according to the index value of $GOF = 0.52$.

Conclusion: Therefore it is recommended that paying attention to ethics discussion, especially moral perfectionism and moral identity in schools and their teachings should be included for the development of desirable online social behavior in student-athletes.

Keywords: Moral perfectionism, online social behavior, online interpersonal trust, moral identity, top talents olympiad

* Corresponding author's e-mail address: kbirjandi@iaubir.ac.ir

بررسی تأثیر کمال‌گرایی اخلاقی بر رفتار اجتماعی آنلاین با نقش میانجی اعتماد بین فردی آنلاین و هویت اخلاقی در دانش‌آموزان المپیاد استعدادهای برتر ورزشی کشور

کاظم چراغ بیرجندی^{۱*}، سید حسین خواجه^۱

۱. گروه تربیت بدنی، واحد بیرجند، دانشگاه آزاد اسلامی، بیرجند، ایران.

مقاله پژوهشی

تاریخ دریافت: ۱۴۰۱/۰۴/۱۶

تاریخ پذیرش: ۱۴۰۱/۰۶/۱۹

چکیده

هدف: هدف از پژوهش حاضر، بررسی تأثیر کمال‌گرایی اخلاقی بر رفتار اجتماعی آنلاین با نقش میانجی اعتماد بین فردی آنلاین و هویت اخلاقی در المپیاد استعدادهای برتر ورزشی کشور بود.

روش‌شناسی: روش تحقیق از نوع توصیفی و به شکل میدانی است. جامعه آماری پژوهش شامل دانش‌آموزان ورزشکار المپیادهای دانش‌آموزی کشور بودند. با توجه به نامحدود بودن جامعه آماری ۳۸۴ نفر تعداد نمونه با توجه به جدول مورگان انتخاب شدند که در انتخابشان از شیوه نمونه‌گیری خوشه‌ای چندمرحله‌ای استفاده شد. ابزار پژوهش شامل پرسشنامه کمال‌گرایی اخلاقی یانگ و همکاران (۲۰۱۵)، پرسشنامه رفتار اجتماعی آنلاین ایگرس و همکاران (۲۰۱۸)، پرسشنامه اعتماد بین فردی آنلاین اسورا و همکاران بر اساس مدل مایر و میشر (۲۰۱۵) و پرسشنامه هویت اخلاقی بلک و رینولدز (۲۰۱۶) بود. برای اطمینان از روایی پرسشنامه‌ها، بعد از تدوین آن‌ها از نظرات و راهنمایی‌های استادان صاحب‌نظر در علم مدیریت ورزش استفاده شد و نظرات آن‌ها در پرسشنامه نهایی لحاظ گردید.

یافته‌ها: نتایج تحقیق نشان داد هویت اخلاقی و اعتماد بین فردی آنلاین در ارتباط بین کمال‌گرایی اخلاقی و رفتار اجتماعی آنلاین نقشی میانجی دارد؛ همچنین مدل ساختاری پژوهش با توجه به مقدار شاخص $GOF = 0.52$ نشان از برازش مطلوب داشت.

نتیجه‌گیری: توصیه می‌شود برای رشد رفتار اجتماعی آنلاین مطلوب در دانش‌آموزان ورزشکار، بحث اخلاق و به‌ویژه کمال‌گرایی اخلاقی و هویت اخلاقی در مدارس و آموزش‌های آنان گنجانده شود.

واژه‌های کلیدی: کمال‌گرایی اخلاقی، رفتار اجتماعی آنلاین، اعتماد بین فردی آنلاین، هویت اخلاقی، المپیاد استعدادهای برتر

مقدمه

طبق آمار منتشر شده مرکز افکارسنجی ایران (ایسپا) بیش از ۸۰ درصد از جمعیت جوان ایران با میانگین سنی ۱۵ الی ۲۴ سال از شبکه اینترنت استفاده می‌کنند. این در حالی است که میانگین استفاده از اینترنت در جمعیت جوان سایر کشورهای در حال توسعه دنیا ۶۷ درصد است (Abdollahi et al, 2021). نوجوانان جزو فعال‌ترین کاربران اینترنتند و گزارشی در آمریکا می‌گوید تقریباً نیمی از نوجوانان آمریکایی دائماً آنلاین می‌شوند و ۸۷٪ گزارش می‌دهند که حداقل روزانه از یک پلتفرم رسانه اجتماعی استفاده می‌کنند (Lysenstøen, 2020). این موضوع اهمیت موضوع رفتار اجتماعی را بیش از گذشته نشان می‌دهد. رفتار اجتماعی را می‌توان رفتاری داوطلبانه تعریف کرد که هدف آن سود رساندن به دیگران یا ارتقای هماهنگی بین فردی است (Erreygers et al, 2018) مانند به اشتراک گذاشتن منابع، کمک و آرامش دیگران، رفتارهای اجتماعی که برای قرن‌ها مورد توجه روانشناسان و متفکران بوده است. در دهه‌های گذشته، فناوری‌های دیجیتال فرصت‌های جدیدی را برای رفتار اجتماعی ایجاد کرده‌اند که اکنون می‌تواند به صورت آنلاین نیز انجام شود؛ بر این اساس، اشکال آنلاین رفتار اجتماعی مانند آزار و اذیت سایبری پدیدار شده است (Erreygers et al, 2018). به دلیل گستردگی و سرعت اینترنت، رفتارهای اجتماعی که در اینترنت اتفاق می‌افتد فراگیرتر از رفتارهای اجتماعی آفلاین شده‌اند و کاربران آنلاین تمایل دارند در اینترنت بیشتر از دنیای آفلاین کمک کنند (Zeng, 2020). رفتار اجتماعی آنلاین یا رفتار اجتماعی سایبری (Wang, G., & Hu, 2021)، به رفتار اجتماعی در زمینه دیجیتال (یعنی هنگام حضور در اینترنت) اشاره دارد (Lysenstøen, 2021) که انگیزه‌های پشت رفتار اجتماعی ممکن است نوع‌دوستانه یا خودخواهانه باشد. در حالی که رفتار اجتماعی نوع‌دوستانه به عنوان مثال مستلزم کمک به کسی با وجود هزینه‌های شخصی است و رفتار اجتماعی خودخواهانه به معنای انجام برخی اعمال خوب برای داشتن وجدان خوب است (Iv, 2021).

از متغیرهای مهم دیگر در کنار بحث رفتارهای اجتماعی، موضوع «کمال‌گرایی» است. هولندر (۱۹۸۷) برای اولین بار از کمال‌گرایی به عنوان یک ویژگی شخصیتی نام برد و آن را به صورت انتظاری بیش از حد داشتن از خود یا دیگران در موقعیتی خاص، تعریف کرد. پژوهش‌های اولیه، بر داشتن معیارهای سطح بالا به عنوان مفهومی کلیدی در تعریف کمال‌گرایی، تأکید داشتند. عیب اصلی تعاریف ارائه شده این بود که نمی‌توانست بین افراد کمالگرا و افراد عادی‌ای که معیارهای سطح بالایی داشتند و موفق و باکفایت بودند، تمایز قائل شود (Egan et al, 2018). شواهد حاکی از آن است که به دنبال معیارهای سطح بالا بودن می‌تواند منجر به جنبه‌های مثبتی نیز در زندگی فرد گردد و همیشه جنبه آسیب‌شناختی نداشته باشد (wang & le, 2021). کمال‌گرایی اخلاقی در پژوهش‌های فلسفی سابقه نسبتاً طولانی دارد که معمولاً با جست‌وجوی معیارهای اخلاقی سطح بالا و تلاش برای رسیدن به یک زندگی معنادار، مرتبط است (Hoseniyan, 2020).

کمال‌گرایی اخلاقی از کمال‌گرایی ناشی می‌شود. کمال‌گرایی را می‌توان با تعیین استانداردهای بسیار بالا همراه با نگرانی در مورد اشتباهات و ارزیابی‌های منفی دیگران تعریف کرد (Guo, 2018). تعداد زیادی از محققان به این توافق رسیده‌اند که کمال‌گرایی یک گرایش شخصیتی چندبعدی است که به طور مداوم شامل دو بعد مرتبه بالاتر است که به آنها کمال‌گرایی معیارهای شخصی و نگرانی‌های ارزیابی کمال‌گرایی گفته می‌شود. کمال‌گرایی چندبعدی غالباً به یک حوزه اختصاص دارد (ژنگ و همکاران، ۲۰۲۰). مطالعات قبلی معیارهای مربوط به کمال‌گرایی را مانند ورزش، فرزندپروری و ظاهر فیزیکی پیشنهاد کرده‌اند (Zeng, 2021). با توجه به این پیشینه، یانگ، استوبر و وانگ

(۲۰۱۵) ساختار کمال‌گرایی اخلاقی را پیشنهاد کردند که به جستجوی معیارهای اخلاقی بالا و نگرانی در مورد اشتباهات اخلاقی اشاره دارد.

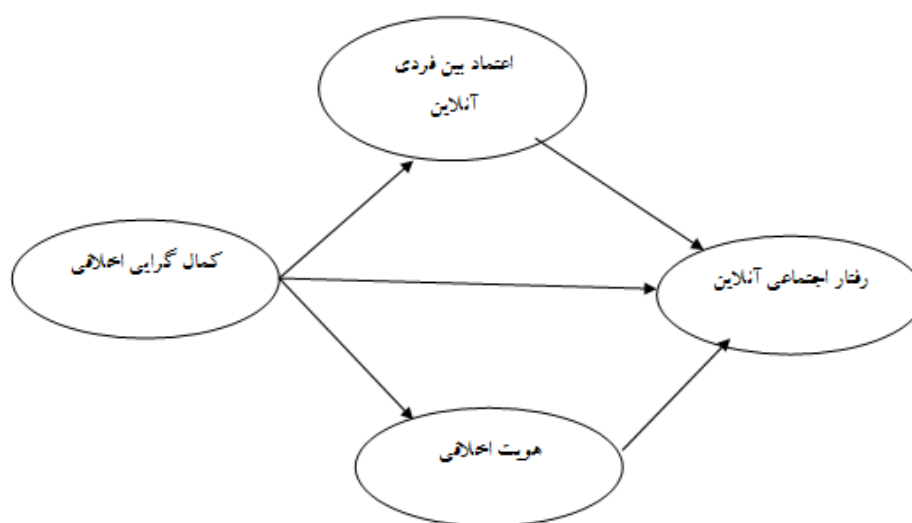
سنت دیرینه‌ای در فلسفه وجود دارد که کمال‌گرایی اخلاقی را با اخلاقیاتی مانند استدلال اخلاقی پیوند می‌دهد (Egan, 2021)؛ بنابراین، افراد با سطوح بالای کمال‌گرایی اخلاقی نیز دارای سطوح بالایی از استدلال اخلاقی‌اند که به طور کلی به عنوان پیش‌بینی‌کننده رفتارهای اجتماعی تلقی می‌شود (Carlo, 2014). برخی تحقیقات تجربی از این مفهوم حمایت می‌کنند برای مثال، گیلمن، آدامز و نونوپولوس (۲۰۱۱) نشان دادند که کمال‌گرایان نسبت به افراد غیر کمال‌گرا جامعه‌پذیرتر و کمتر مخرب تلقی می‌شوند. مطالعات متعددی رابطه مثبت بین قضاوت‌های اخلاقی و رفتارهای اجتماعی را نشان می‌دهد؛ بنابراین، کمال‌گرایی اخلاقی ممکن است ارتباط مثبتی با رفتار اجتماعی داشته باشد (Abdollahi et al, 2021). مطالعه اخیر نشان داد که معیارهای اخلاقی شخصی به طور مثبت با ارزش‌های اخلاقی، فضایل، کمک متقابل، بخشش، هویت اخلاقی و محکومیت رفتارهای نادرست مرتبط است. نگرانی در مورد اشتباهات اخلاقی به طور مثبت با بدهکاری و عدم تعهد اخلاقی همراه بود و رابطه منفی‌ای با اتکای به خود داشت (Stoerber, 2017). افراد موقعیت‌های اجتماعی را تفسیر می‌کنند و بر رفتارهای بعدی آنها تأثیر می‌گذارد؛ بنابراین رفتار افراد تحت تأثیر محیط اجتماعی که در آن زندگی می‌کنند قرار می‌گیرد (Wang et al, 2021)؛ از این رو، تحقیقات در مورد رفتار مشارکتی نشان داده است که اعتماد بین فردی به طور مثبتی بر تمایلات همکاری در بین افراد تأثیر می‌گذارد (Acedo et al, 2019). اعتماد بین فردی هزینه‌های همکاری را کاهش می‌دهد و نقطه شروع، پیش‌نیاز و پایه روابط اجتماعی است (ملاتی و همکاران، ۲۰۱۶). اعتماد بین فردی معیاری برای سنجش روابط فردی است. وقتی اعتماد همتایان بسیار باشد، نزدیک‌تر می‌شوند و تمایلات همکاری مهم‌تر می‌شود. با این حال، زمانی که اعتماد همتایان کم است، از هم دورتر می‌شوند و تمایلات همکاری کمتر می‌شود (Wang et al, 2021) بگذارند، کار تیمی با کیفیت تر خواهد بود (Yang et al, 2015).

با توجه به فراگیر شدن رفتار اجتماعی آنلاین، تعداد زیادی از عوامل فردی و زمینه‌ای که بر رفتار اجتماعی آنلاین تأثیر می‌گذارند مانند کمروبی یا اعتقاد به دنیای عادلانه، شناسایی شده‌اند؛ اما عامل شخصیتی کمال‌گرایی اخلاقی تا حد زیادی نادیده گرفته شده است (Guo, 2018). شواهد فزاینده نشان می‌دهد که کمال‌گرایی اخلاقی ممکن است افراد را به انجام رفتارهای اجتماعی آنلاین برانگیزد؛ اما ماهیت پیوند بین کمال‌گرایی اخلاقی و رفتار اجتماعی آنلاین نامشخص است.

از جمله متغیرهای مهم دیگر در باب اخلاق موضوع هویت اخلاقی است که امروزه نقش تعیین‌کننده‌ای در شکل‌گیری رفتارهای فردی و اجتماعی دارد (Itani et al, 2022). هویت شامل نگرشها، ویژگی‌ها، خلق و خو و هر آن چیزی است که فرد را از دیگران متمایز می‌کند. نخستین بار اریکسون (۲۰۰۲) هویت‌یابی را گامی مهم در گذار از نوجوانی و ورود به مرحله بزرگسالی در نظر گرفت و معتقد بود هویت که شامل حقیقت وجودی فرد است، در محوری‌ترین بخش وجود فرد قرار دارد. پس از اریکسون، نظریه‌پردازان بسیاری به بررسی مؤلفه‌ها، ساختار، چگونگی شکل‌گیری و انواع هویت پرداختند که در این بین، هویت اخلاقی طی چند سال اخیر توجه پژوهشگران را به خود جلب کرده است (Pletti et al, 2022). منظور از هویت اخلاقی خودپنداشتی شخصی است که بر اساس مجموعه‌ای از صفات اخلاقی تشکیل شده است (Paramita et al, 2022)؛ به عبارت دیگر، هویت اخلاقی نمایانگر پایبندی فرد به ارزشها و اصول اخلاقی است. نخستین بار Belasi (1980) با مطرح ساختن این مفهوم، رفتار اخلاقی را در بسیاری از پژوهشها پیش‌بینی کرد هویت اخلاقی انگیزه اخلاقی عمل کردن در رفتار است؛ بین قضاوت و عمل

اخلاقی رابطه برقرار می‌کند و منجر به انجام رفتار اخلاقی بر اساس اصول اخلاقی تنیده در هویت فرد می‌شود (Itani et al, 2022).

شباهنگ و همکاران (۲۰۲۱) در پژوهشی با عنوان «اعتیاد به اخبار آنلاین: اضطراب آینده، ترس از دست دادن اخبار و اعتماد بین فردی به مصرف بیش از حد اخبار آنلاین» نشان دادند که ترس از دست دادن اخبار و اعتماد بین فردی با اعتیاد به اخبار آنلاین مرتبط بود. اضطراب بالای آینده و ترس از دست دادن اخبار، تمایل به مصرف بیش از حد اخبار را پیش‌بینی می‌کرد و برعکس، آنهایی که اعتماد بین فردی زیادی داشتند، اعتیاد کمتری به اخبار آنلاین نشان می‌دادند (Shabahang et al, 2021). لاسنستون و همکاران (۲۰۲۱) در پژوهشی با عنوان، مروری بر رابطه بین استفاده از رسانه‌های اجتماعی و رفتار اجتماعی آنلاین در میان نوجوانان نشان دادند رسانه‌های اجتماعی می‌تواند تأثیرات مثبت و منفی‌ای بر رفتار اجتماعی آنلاین در نوجوانان باقی بگذارد (Lysenstøen, 2021). در پژوهش‌های دیگر، ژنگ و همکاران (۲۰۲۰) هویت اخلاقی تا حدی واسطه ارتباط بین کمال‌گرایی اخلاقی و رفتار اجتماعی آنلاین است. علاوه بر این، اعتماد بین فردی آنلاین، ارتباط بین هویت اخلاقی و رفتار اجتماعی آنلاین را تعدیل کرد. به طور خاص، ارتباط بین هویت اخلاقی و رفتار اجتماعی آنلاین برای شرکت‌کنندگان با اعتماد بین فردی آنلاین زیاد معنادار بود (Zeng, 2021). نیکولا (۲۰۲۰) روابط ایجاد شده در محیط بازی آنلاین اغلب از الگوهایی از واقعیت پیروی می‌کند، در هر دو مورد، نوجوانان عمدتاً با میل به معاشرت، لذت بازی و تمایل به تعلق داشتن به یک گروه متحرکند (Nicola, 2020).



شکل ۱. مدل نظری تحقیق

رشد ورزش دانش‌آموزی در سال‌های اخیر با اجرای راهبردهای استراتژیک در بدنه ورزش دانش‌آموزی باعث شده است این حوزه از ورزش کشور بیش از گذشته مورد توجه مدیران ورزش کشور قرار گیرد. المپیادهای ورزشی دانش‌آموزان به عنوان یکی از تورنمنت‌های مهم ورزشی در سطح دانش‌آموزی، میدان رقابتی از استعدادها و ورزشی کشور است که می‌تواند سرمایه مناسبی برای رشته‌های ورزشی در سطح قهرمانی باشد. حال قشر دانش‌آموز ورزشکار در مسیر موفقیت خود به مؤلفه‌ها و گزاره‌های زیادی برخورد می‌کنند که می‌تواند باعث رشد و موفقیت آنان گردد. حال کمال‌گرایی اخلاقی به عنوان یکی از موضوعات مهم در عصر حاضر و قرار گرفتن در کنار متغیرهای مهم دیگر از

قبیل رفتار اجتماعی آنلاین و اعتماد بین فردی آنلاین باعث شده که سؤالاتی برای بررسی بیشتر ارائه گردد؛ بنابراین در این پژوهش به دنبال پاسخ این سؤالیم که آیا کمال‌گرایی اخلاقی بر رفتار اجتماعی آنلاین و در دانش‌آموزان ورزشکار المپیادهای دانش‌آموزی کشور تأثیرگذار است؟ و اعتماد بین فردی آنلاین می‌تواند در این رابطه نقش میانجی داشته باشد؟

روش‌شناسی پژوهش

پژوهش حاضر کاربردی و از نوع همبستگی و به شکل میدانی صورت گرفته است. جامعه آماری پژوهش شامل دانش‌آموزان ورزشکار المپیادهای دانش‌آموزی کشور بودند. با توجه به نامحدود بودن جامعه آماری ۳۸۴ نفر تعداد نمونه با توجه به جدول مورگان انتخاب شدند که شیوه نمونه‌گیری به صورت خوشه‌ای چندمرحله‌ای بود. ابزار پژوهش شامل پرسشنامه کمال‌گرایی اخلاقی یانگ و همکاران (۲۰۱۵) با ۱۶ گویه وان (۲۰۰۹) در پژوهشی ضریب آلفای کرونباخ را ۰/۷۶ گزارش کرد. پرسشنامه رفتار اجتماعی آنلاین ایگرس و همکاران (۲۰۱۸) با ۱۰ گویه و ایگرس (۲۰۱۸) در پژوهش پایایی آن را با ضریب آلفای کرونباخ عدد ۰/۸۵ گزارش کرد. همچنین یانگ و همکاران (۲۰۱۵) در پژوهش خود ضریب آلفای کرونباخ را ۰/۸۳ گزارش کردند. پرسشنامه اعتماد بین فردی آنلاین اسورا و همکاران براساس مدل مایر و میشر (۲۰۱۵) با ۱۲ گویه؛ ایگرس و همکاران (۲۰۱۸) در پژوهشی پایایی آن را با ضریب آلفای کرونباخ ۰/۷۲ گزارش نمودند. پرسشنامه هويت اخلاقی بلک و رینولدز (۲۰۱۶) با ۱۹ گویه مورد استفاده قرار گرفتند. برای اطمینان از روایی پرسشنامه‌ها، بعد از تدوین آن‌ها از نظرات و راهنمایی‌های استادان صاحب‌نظر در علم مدیریت ورزش استفاده شد و نظرات آن‌ها در پرسشنامه نهایی لحاظ گردید. برای اطمینان از پایایی پرسشنامه‌ها ۳۰ نسخه آن در مطالعه مقدماتی بین نمونه‌ها که به‌طور کاملاً تصادفی انتخاب شده بود، توزیع شد و ضریب آلفای کرونباخ برای کمال‌گرایی اخلاقی ($\alpha=0/90$)، رفتار اجتماعی آنلاین ($\alpha=0/81$)، اعتماد بین فردی آنلاین ($\alpha=0/85$) و برای هويت اخلاقی ($\alpha=0/79$) به دست آمد. در ادامه برای تجزیه و تحلیل داده‌ها از روش‌های آمار توصیفی (میانگین، انحراف معیار) و استنباطی (کالموگروف-اسمیرنوف، مدل‌سازی معادلات ساختاری) با استفاده از نرم افزارهای اس.پی.اس.اس. نسخه ۲۲ و اسمارت پلاس نسخه ۳ در سطح معناداری $p \geq 0.05$ استفاده شد.

جدول ۱. ویژگی‌های جمعیت‌شناختی شرکت‌کنندگان

جنسیت	فراوانی	درصد
پسر	۲۲۰	۵۷/۲۹
دختر	۱۶۴	۴۲/۷۰
مقطع تحصیلی	فراوانی	درصد
متوسطه اول	۲۶۴	۶۸/۷۵
متوسطه دوم	۱۲۰	۳۱/۲۵

یافته‌های پژوهش

برای سنجش برازش مدل اندازه‌گیری از روایی همگرا^۱، روایی واگرا^۲ و پایایی ابزار که شامل سه معیار ضرایب بار عاملی^۳، ضرایب آلفای کرونباخ^۴ و پایایی ترکیبی^۵ است، بهره گرفته شد. همان‌گونه که در جدول ۲، نشان داده شده است، هر سه متغیر پنهان پژوهش دارای مقدار آلفای کرونباخ و پایایی ترکیبی بالای ۰/۷ هستند و مناسب بودن وضعیت پایایی را می‌توان مورد قبول دانست.

جدول ۲: معیارهای آلفای کرونباخ، پایایی ترکیبی و روایی همگرای متغیرهای پژوهش

متغیرهای مکنون	ضریب آلفای کرونباخ (Alpha \geq 0/7)	ضریب پایایی ترکیبی (CR \geq 0/7)	میانگین واریانس استخراج شده (AVE \geq 0/5)
اعتماد بین فردی	۰/۷۰	۰/۷۱	۰/۵۰
رفتار اجتماعی آنلاین	۰/۷۸	۰/۸۶	۰/۶۰
هویت اخلاقی	۰/۷۰	۰/۷۰	۰/۵۱
کمال‌گرایی اخلاقی	۰/۷۵	۰/۸۲	۰/۵۰

برای بررسی روایی واگرای مدل اندازه‌گیری از معیار فورنل و لارکر استفاده شد. بر اساس این معیارها، روایی واگرای قابل قبول یک مدل حاکی از آن است که یک سازه در مدل نسبت به سازه‌های دیگر تعامل بیشتری با شاخص‌هایش دارد.

همان‌گونه که در جدول ۳، مشاهده می‌شود، می‌توان اظهار داشت که در پژوهش حاضر سازه‌ها (متغیرهای مکنون) در مدل تعامل بیشتری با شاخص‌های خود دارند تا با سازه‌های دیگر؛ به عبارتی روایی واگرای مدل در حد مناسبی بوده است.

جدول ۳: (آزمون فورنل لاکر) AVE

متغیرهای مکنون	اعتماد بین فردی آنلاین	رفتار اجتماعی آنلاین	هویت اخلاقی	کمال‌گرایی اخلاقی
اعتماد بین فردی	۰/۵۱			
رفتار اجتماعی آنلاین	۰/۳۵	۰/۷۷		
هویت اخلاقی	۰/۲۲	۰/۲۶	۰/۵۰	
کمال‌گرایی اخلاقی	۰/۶۳	۰/۷۶	۰/۲۱	۰/۶۲

$p \leq 0/01^{**}$

بر اساس نتایج در جدول ۴، ضریب تعیین برای متغیر درون‌زا مقدار قابل قبول است که کیفیت مدل ساختاری را نشان می‌دهد. علاوه بر این با توجه به اینکه مقدار SRMR محاسبه شده برای مدل ترسیم شده ۰/۰۷۸ هست و

1. Convergent Validity
2. Discriminant Validity
3. Factor load coefficients
4. Cronbachs Alpha
5. Composite Reliability

مقادیر کمتر از ۰/۰۸ به‌عنوان برازش خوب مدل تفسیر می‌شود؛ می‌توان وضعیت مطلوب و سازگاری مدل را تأیید کرد.

جدول ۴: ضریب تعیین متغیر درونزای و شاخص برازش مدل

متغیرهای درونزا	اعتماد بین فردی	رفتار اجتماعی آنلاین	هویت اخلاقی
ضریب تعیین	۰/۳۹	۰/۶۲	۰/۱۰
SRMR	۰/۰۷۸		

با توجه به جدول ۵، شاخص افزونگی فقط برای متغیرها درونزا (متغیر ملاک) محاسبه می‌گردد و مانند شاخص اشتراکی باید مقدار آن مثبت باشد. در کتاب‌های آماری سه مقدار ۰/۰۱، ۰/۲۵ و ۰/۳۶ را به‌عنوان مقادیر ضعیف، متوسط و قوی برای GOF معرفی نموده‌اند؛ پس با توجه به نتایج مقدار این دو شاخص نیز مطلوب گزارش می‌شود.

جدول ۵: برآورد پارامترهای مدل ساختاری

متغیر	شاخص اشتراکی	شاخص افزونگی
اعتماد بین فردی	۰/۰۳	۰/۰۸
رفتار اجتماعی آنلاین	۰/۳۴	۰/۳۵
هویت اخلاقی	۰/۰۹	۰/۰۷
کمال‌گرایی اخلاقی	۰/۲۷	-

$$GOF = \sqrt{\text{Communalities}} * R^2 = \sqrt{0.39 * 0.71} = 0.52$$

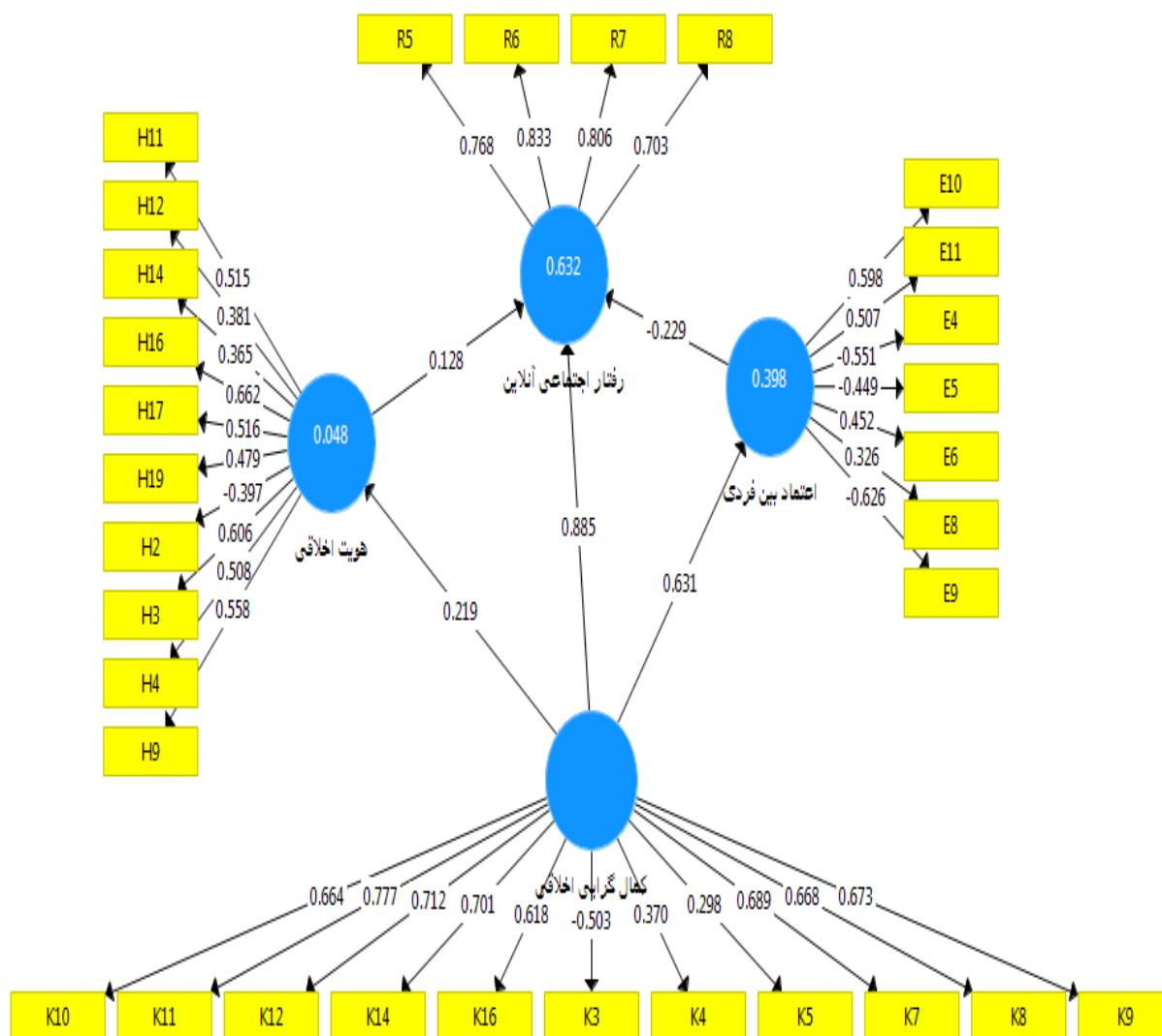
همانطور که از جدول ۶، استنباط می‌شود کلیه مسیرهای بین متغیرهای تحقیق جزء مسیرهای کمال‌گرایی اخلاقی به اعتماد بین فردی آنلاین و اعتماد بین فردی آنلاین به رفتار اجتماعی آنلاین معنادار است.

جدول ۶: ضرایب مسیر مدل ساختاری و اثر کل متغیرها

مسیر	ضریب اثر استاندارد	t-value	سطح معناداری
کمال‌گرایی اخلاقی به اعتماد بین فردی آنلاین	۰/۶۳	۱/۲۹	۰/۹۶
کمال‌گرایی اخلاقی به رفتار اجتماعی آنلاین	۰/۸۸	۲۷/۸۲	۰/۰۰۱
کمال‌گرایی اخلاقی به هویت اخلاقی	۰/۲۱	۲/۸۴	۰/۰۰۱
هویت اخلاقی به رفتار اجتماعی آنلاین	۰/۱۲	۲/۲۱	۰/۰۲۷
اعتماد بین فردی آنلاین به رفتار اجتماعی آنلاین	-۰/۲۲	۱/۳۳	۰/۱۸۰
کمال‌گرایی اخلاقی < هویت اخلاقی < رفتار اجتماعی آنلاین		۲/۳۷	۰/۰۱۸
کمال‌گرایی اخلاقی < اعتماد بین فردی آنلاین < رفتار اجتماعی آنلاین		۴/۸۸	۰/۰۰۱

شکل ۲ مدل تحلیل عاملی تأییدی و معادلات ساختاری را در حالت تخمین ضرایب استاندارد نشان می‌دهد. در این نمودار اعداد و یا ضرایب به دو دسته تقسیم می‌شوند: دسته اول با عنوان معادلات اندازه‌گیری اند که روابط بین

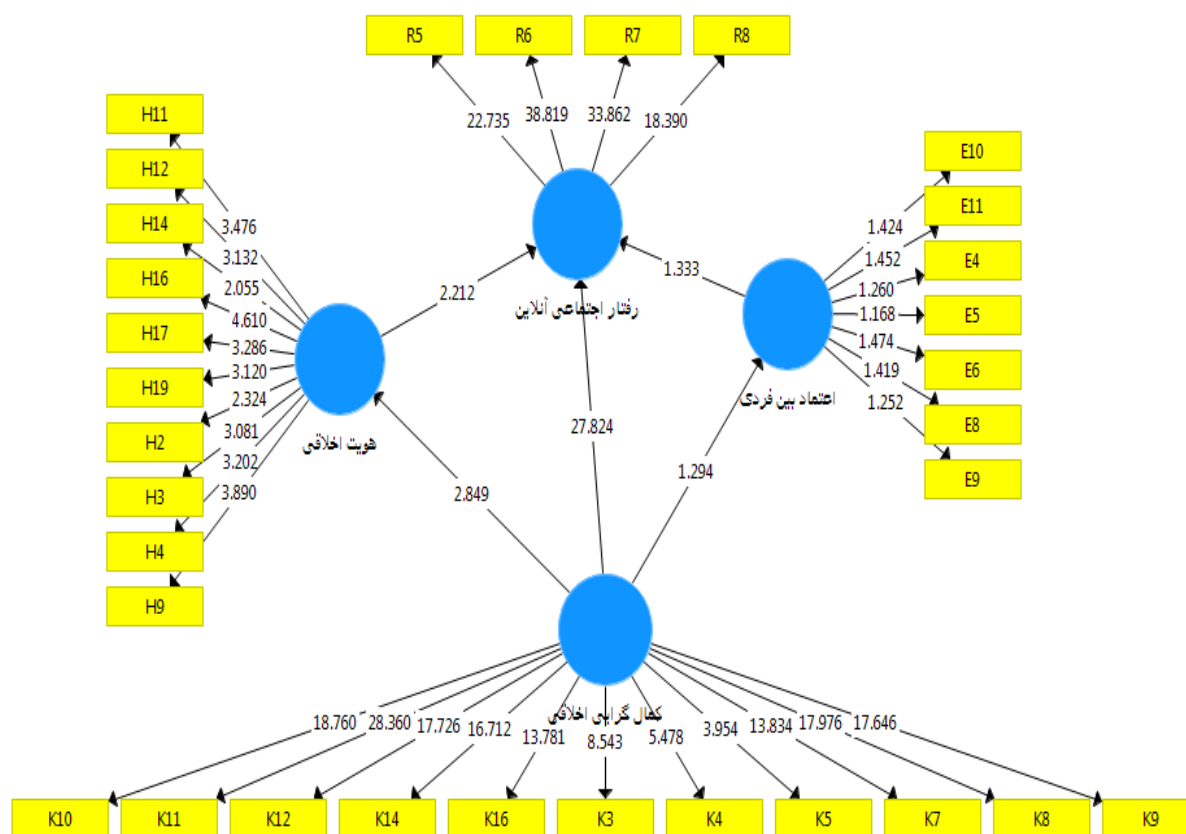
متغیرهای پنهان (متغیرهای اصلی تحقیق) و آشکار (سؤالات پرسشنامه) است (روابط بین بیضی و مستطیل)، این معادلات را اصطلاحاً بارهای عاملی^۱ گویند. دسته دوم معادلات ساختاری اند که روابط بین متغیرهای پنهان و پنهانند؛ به این ضرایب اصطلاحاً ضرایب مسیر^۲ گفته می‌شود و برای آزمون فرضیات استفاده می‌شوند.



شکل ۲. مدل در حالت تخمین ضرایب استاندارد

مدل ۳ در واقع تمامی معادلات اندازه‌گیری (بارهای عاملی) و معادلات ساختاری (ضرایب مسیر) را با استفاده از آماره t ، آزمون می‌کند. بر طبق این مدل، بار عاملی در سطح اطمینان ۹۵٪ معنادار است اگر مقدار آماره t خارج بازه $-۱/۹۶$ تا $+۱/۹۶$ قرار گیرد.

1. Loading factor
2. Path coefficient



شکل ۳: مدل پژوهش در حالت ضرایب تی

آزمون سوبل (Sobel test equation)

برای آزمودن تأثیر متغیر میانجی، آزمون پر کاربرد به نام آزمون سوبل^۱ (نام‌های دیگر آزمون سوبل: رویکرد حاصل ضرب، روش دلتا یا رویکرد نظریه نرمال) وجود دارد که برای معناداری تأثیر میانجی یک متغیر در رابطه با دو متغیر دیگر به کار می‌رود. در پژوهش حاضر متغیرهای اعتماد بین فردی آنلاین و هویت اخلاقی نقش میانجی را بین کمال‌گرایی اخلاقی و رفتار اجتماعی آنلاین ایفا می‌کند. در آزمون سوبل، Z-value از طریق فرمول ۱ به دست می‌آید که در صورت بیشتر شدن این مقدار از ۱/۹۶ می‌توان در سطح اطمینان ۹۵ صدم معنادار بودن تأثیر میانجی یک متغیر را تأیید کرد (سوبل، ۱۹۸۲).

a: مقدار ضریب مسیر میان متغیر مستقل و میانجی

b: مقدار ضریب مسیر میان متغیر میانجی و وابسته

sa: خطای استاندارد مربوط به مسیر میان متغیر مستقل و میانجی

sb: خطای استاندارد مربوط به مسیر میان متغیر میانجی و وابسته

$$z - \text{value} = \frac{a \times b}{\sqrt{(b^2 \times S_a^2) + (a^2 \times S_b^2) + (S_a^2 \times S_b^2)}} = 1/99 \quad \text{فرمول (۱)}$$

با توجه به نتایج فرمول ۱ مقدار آزمون سوبل بیشتر از ۱/۹۶ در سطح اطمینان ۹۵ صدم است؛ تأثیر میانجی‌گری متغیر اعتماد بین فردی آنلاین در ارتباط بین کمال‌گرایی اخلاقی و رفتار اجتماعی آنلاین تأیید می‌شود.

1. Sobel

$$\text{z - value} = \frac{a \times b}{\sqrt{(b^2 \times S_a^2) + (a^2 \times S_b^2) + (S_a^2 \times S_b^2)}} = 0.50 \quad \text{فرمول (۲)}$$

با توجه به نتایج فرمول ۲ مقدار آزمون سوبل کمتر از ۱/۹۶ در سطح اطمینان ۹۵ صدم است؛ تأثیر میانجی‌گری متغیر هویت اخلاقی در ارتباط بین کمال‌گرایی اخلاقی و رفتار اجتماعی آنلاین تأیید نمی‌شود.

بحث و نتیجه‌گیری

نتایج پژوهش نشان داد اعتماد بین فردی آنلاین و هویت اخلاقی در تأثیر کمال‌گرایی اخلاقی بر رفتار اجتماعی آنلاین در ال‌مپیاد استعدادهای برتر ورزشی کشور نقش میانجی دارد. این نتایج با پژوهش‌های ژنگ و همکاران (۲۰۲۰) همسوست.

ژنگ و همکاران (۲۰۲۰) نشان داد که پس از کنترل جنسیت، سن اینترنت و استفاده روزانه از زمان آنلاین، هویت اخلاقی تا حدی واسطه ارتباط بین کمال‌گرایی اخلاقی و رفتار اجتماعی آنلاین است. علاوه بر این، اعتماد بین فردی آنلاین ارتباط بین هویت اخلاقی و رفتار اجتماعی آنلاین را تعدیل کرد. به طور خاص، ارتباط بین هویت اخلاقی و رفتار اجتماعی آنلاین برای شرکت‌کنندگان با اعتماد بین فردی آنلاین زیاد معنادار بود. با این حال، برای شرکت‌کنندگانی که اعتماد بین فردی آنلاین کمی دارند، بی‌اهمیت می‌شود. یافته‌های مطالعه حاضر اهمیت شناسایی مکانیسم‌هایی را که ارتباط میانجی بین کمال‌گرایی اخلاقی و رفتار اجتماعی آنلاین را تعدیل می‌کنند، برجسته می‌کند. اگرچه تحقیقات زیادی در مورد رفتار اجتماعی آنلاین وجود دارد، تاکنون رفتار اجتماعی آنلاین نوجوانان مورد توجه تحقیقاتی کمی قرار گرفته است. در قیاس با تعریف رفتار جامعه‌پسند آنلاین، رفتار اجتماعی آنلاین را می‌توان به عنوان رفتار داوطلبانه در یک زمینه الکترونیکی با هدف سود رساندن به دیگران خاص یا ترویج روابط هماهنگ با دیگران تعریف کرد. این شامل رفتارهایی مانند آرامش دادن به دوست از طریق وسایل الکترونیکی، به اشتراک‌گذاری آنلاین منابع و اطلاعات با همکلاسی، و کمک به همکلاسی‌های آنلاین است. اقدامات کوچکی مانند لایک کردن پست یک دوست و ارسال یک پیام خوب به کسی نیز رفتار اجتماعی آنلاین محسوب می‌شود؛ زیرا این اقدامات به حفظ روابط خوب با دیگران کمک می‌کند.

از آنجا که فضای مجازی با ناشناس بودن و پیچیدگی همراه است، اعتماد بین فردی آنلاین اهمیت زیادی برای درگیر شدن در فعالیت‌های اینترنتی، مانند رفتار به اشتراک‌گذاری دانش دارد؛ با این حال، افرادی که سطح اعتماد پایینی دارند، کمتر به اطلاعات آنلاین اعتقاد دارند و ممکن است در انگیزه کمک گرفتن شک کنند؛ بنابراین کمتر به دیگران کمک می‌کنند. این نتیجه همچنین با دیدگاه اجتماعی-شناختی هویت اخلاقی مطابقت دارد که فرض می‌کند هویت اخلاقی یک ساختار دانشی از بازنمایی‌های اخلاقی مرتبط است و عوامل موقعیتی ممکن است هویت اخلاقی فردی را فعال کنند و در نتیجه رفتارهای اجتماعی را افزایش دهند (آکوینو و همکاران، ۲۰۰۹). افراد با اعتماد بین فردی زیاد، محیط آنلاین را امن می‌دانند و به احتمال زیاد به اطلاعات آنلاین اعتماد می‌کنند؛ بنابراین دسترسی به هویت اخلاقی را تقویت می‌کنند که خود باعث افزایش رفتار اجتماعی آنلاین می‌شود.

هویت اخلاقی ممکن است یکی از مکانیسم‌های بالقوه واسطه در پیوند بین کمال‌گرایی اخلاقی و رفتار اجتماعی آنلاین باشد. کمال‌گرایی اخلاقی ممکن است بر اساس شواهد نظری و تجربی قبلی با هویت اخلاقی مرتبط باشد. از یک سو، هویت اخلاقی مشتمل بر خوشه‌ای از صفات اخلاقی است و به میزان اهمیت ویژگی‌های اخلاقی برای خود اشاره دارد. بر اساس رویکرد اجتماعی-شناختی، هویت اخلاقی ممکن است مستلزم داشتن خود طرحواره اخلاقی

باشد که ساختار دانش ذهنی است که می‌تواند با تغییرپذیری موقعیتی فعال شود (هاردی و کارلو، ۲۰۱۱).
کمال‌گرایی اخلاقی که با تعیین معیارهای اخلاقی بالا همراه با نگرانی در مورد اشتباهات اخلاقی مشخص می‌شود، با قضاوت‌های اخلاقی و ارزش‌های اخلاقی مرتبط است.

نتایج پژوهش نشان داد کمال‌گرایی اخلاقی بر رفتار اجتماعی آنلاین در المپیاد استعدادهای برتر ورزشی کشور تأثیر معناداری دارد. این نتایج با تحقیقات ژنگ و همکاران (۲۰۲۰) همسوست.
ژنگ و همکاران (۲۰۲۰) اهمیت شناسایی مکانیسم‌هایی را که ارتباط میانجی بین کمال‌گرایی اخلاقی و رفتار اجتماعی آنلاین را تعدیل می‌کنند، برجسته می‌کند.

نقش رفتارهای اجتماعی آنلاین در زمان کنونی با رشد فناوری‌های ارتباطی و ابزارهای ارتباطی بیش از گذشته مشخص است و مدت زمان بسیاری از نوجوانان و جوانان را در رسانه‌های اجتماعی و به صورت مجازی سپری می‌گردد. کنش‌های موجود در این نوع از ارتباط و تأثیرات آن در زندگی و تمامی ابعاد می‌تواند از جمله پژوهش‌هایی باشد که نیاز به بررسی‌های فراوان و مد نظر قرار دادن گزینه‌های بسیاری است. از سویی اگرچه بسیاری از نوآوری‌ها با انگیزه تأمین رفاه و آسایش و تحکیم ارزش‌های انسانی و برای رسیدن به کمال شکل گرفته است؛ به دلیل برخی کج‌فکری‌ها و استفاده‌های نادرست از ابزارهای جدید، این اختراعات، گاه جسم و جان و اخلاق و روان انسان‌ها را مورد آسیب قرار داده و گاه فرهنگ و اعتقادات و رفتارهای اجتماعی آنها را دگرگون کرده است؛ در شبکه‌های اجتماعی، همواره اعضای شبکه به صورت مستقیم یا غیر مستقیم به شرکت در فعالیت‌های واقعی در زندگی اجتماعی تحریک و تشویق می‌شوند. تأثیرگذاری قابل توجه شبکه‌های اجتماعی بر میزان و کیفیت مشارکت‌های اجتماعی در جوامع مختلف به حدی بوده است که اخیراً تعداد قابل توجهی از شبکه‌های اجتماعی، دقیقاً با هدف توسعه مشارکت اجتماعی مردم در زمینه‌های خاص ایجاد شده‌اند؛ این نوع مشارکت در بستر محیط آنلاین و تأثیرپذیر بودن از متغیرهای فراوان دیگر، باعث خلق تئوری‌های فراوان در این حوزه شده است.

نتایج پژوهش نشان داد کمال‌گرایی اخلاقی بر اعتماد بین فردی آنلاین المپیاد استعدادهای برتر ورزشی کشور تأثیر معناداری ندارد. وجود متغیرهای میانجی دیگر می‌تواند دلیل این عدم تأثیرگذاری بین دو متغیر باشد که نیاز است عوامل تأثیرگذار بر اعتماد بین فردی آنلاین بیشتر مورد بررسی قرار گیرد؛ برای مثال احتمال اینکه سن فرد برای تأثیرگذاری کمال‌گرایی اخلاقی بر اعتماد بین فردی آنلاین تأثیرگذار باشد نیاز به بررسی بیشتر و مطالعات تجربی دارد. مقوله اعتماد در فضای آنلاین موضوع بسیار پیچیده است که حداقل تحقیقات این حوزه برای پوشش دادن تمامی ابعاد این موضوع کافی نیست.

اعتماد، مقدمه‌ای برای ارتباط با دیگران و نگرش نسبت به خود و دنیای اطراف است که بر رفتار و اعمال ما تأثیر می‌گذارد. ریشه این نگرش نظریه‌آریکسون است که بیان می‌کند اعتماد از تجربیات اولیه دوران کودکی حاصل می‌شود و جزء ارکان ضروری شکل‌گیری هر رابطه‌ای است. اعتماد، یکی از مهمترین کیفیت‌ها در هر رابطه نزدیک و صمیمی است و بیشتر در کنار تعهد و عشق به عنوان هسته مرکزی رابطه‌ای ایده‌آل در نظر گرفته می‌شود. حال ورزشکاران در دوران نوجوانی و جوانی در حال شکل دادن روابط بین دوستان خویشند و این نوع رابطه‌ها در رسیدن به اهداف و یا حتی دوری از آن نقش تعیین‌کننده‌ای دارد؛ پس کمال‌گرایی اخلاقی به عنوان یک پارامتر مهم برای تقویت بخشیدن به این رابطه قلمداد می‌گردد و می‌توان با رشد اصول اخلاقی و گرایش به کمال‌گرایی نوجوانان و جوانان ورزشکارا را به سمت روابط بین فردی و یا اعتماد بین فردی آنلاین مطمئن سوق داد.

نتایج پژوهش نشان داد اعتماد بین فردی آنلاین بر رفتار اجتماعی آنلاین در المپیاد استعدادهای برتر ورزشی کشور تأثیر معناداری ندارد. نتایج تحقیقات لاسنستون و همکاران (۲۰۲۱) و وانگ و همکاران (۲۰۲۱) ناهمسو با پژوهش حاضر است. از دلایل این ناهمسویی می‌تواند جامعه مورد نظر این پژوهش با پژوهش‌های ذکر شده باشد که در این بین موضوع فرهنگ کشور از دلایل احتمالی این ناهمسویی است. اعتماد بین افراد و رفتار اجتماعی در محیط رسانه‌ها مجازی و آنلاین از جمله متغیرهای مهم اجتماعی و فرهنگی‌اند که بنا به مقتضیات هر جامعه می‌تواند اثرات مختلفی بر یکدیگر داشته باشند. لاسنستون و همکاران (۲۰۲۱) نشان دادند که رسانه‌های اجتماعی می‌توانند تأثیرات مثبت و منفی‌ای بر رفتار اجتماعی آنلاین در نوجوانان بگذارند. وانگ و همکاران (۲۰۲۱) دانشجویان با روابط خوب با همسالان و جهت‌گیری ارزشی اجتماعی، تمایل بیشتری به همکاری نشان می‌دهند.

بسیار روشن است که رفتارهای اجتماعی آنلاین، ریشه مهم و اصلی اعتماد بین فردی آنلاین و هر زمان بین دو فرد و یا یک گروه اصول رفتار مشخصی وجود داشته باشد می‌توان به نوعی اعتماد یا عدم اعتماد بین افراد اشاره نمود. ارتباط تنگاتنگ این دو مؤلفه می‌تواند اثرات بسیاری بر روابط بین گروهی در این سنین داشته باشد. از سویی دیگر خانواده اصلی‌ترین نهاد اجتماعی است و اعتماد یکی از ارکان بهداشت روانی در خانواده به شمار می‌رود؛ اگر پدر و مادر روابط گرم، صمیمانه و توأم با اعتماد با فرزندان داشته باشند و همواره نیازهای عاطفی فرزندان را از راه مطلوب و در حد لزوم تأمین کنند، آنها با غرور و اعتماد پا به عرصه زندگی اجتماعی می‌گذارند. جنبه‌های عاطفی روابط پدر و مادر با فرزندان و برعکس در ایجاد اعتماد جایگاه و نقش محوری دارد؛ والدین مهمترین عامل برای ایجاد اعتماد و فضای همراه با آرامشند؛ از این رو نوجوان در برزخ بی پناهی نیاز به محبت، درک و پذیرش دارد پس گاهی علل ناسازگاری نوجوان، احساس فقدان مهر و محبت و پذیرش از جانب اولیاست.

نتایج پژوهش نشان داد کمال‌گرایی اخلاقی بر هویت اخلاقی در دانش‌آموزان المپیاد استعدادهای برتر ورزشی کشور تأثیر معناداری دارد. این نتایج با تحقیقات ژنگ و همکاران (۲۰۲۰) همسوست. ژنگ و همکاران (۲۰۲۰) نشان داد که پس از کنترل جنسیت، سن اینترنت و استفاده روزانه از زمان آنلاین و هویت اخلاقی تا حدی واسطه ارتباط بین کمال‌گرایی اخلاقی و رفتار اجتماعی آنلاین است.

برخی محققان بر اساس رویکردهای مختلف روان‌شناسی در زمینه تحول اخلاق درباره عوامل تسهیل رشد اخلاقی نوجوانان و همچنین فرایند شکل‌گیری آنها نظریاتی ارائه کرده‌اند. در این میان یکی از مسائل مورد توجه، انگیزش اخلاقی است. انگیزش اخلاقی، عاملی است که انسان را انگیزه‌مند می‌سازد که رفتار اخلاقی داشته باشد. هویت اخلاقی به عنوان انگیزه‌ای برای رفتار اخلاقی در نظر گرفته می‌شود. پژوهش‌ها نشان داده‌اند افرادی که از لحاظ هویت اخلاقی در سطح بالاتری قرار دارند، هم تمایل و هم رفتار اخلاقی بیشتری نشان می‌دهند؛ بنابراین به نظر می‌رسد میان هویت اخلاقی و رفتار اخلاقی همبستگی مثبتی وجود دارد. به نظر بلیسی (۱۹۹۶) بالاترین درجه از پایداری اخلاقی زمانی به دست می‌آید که فهم اخلاقی به جزئی برجسته از خود درآید. خانواده و مدرسه به مثابه کارگزاران جامعه‌پذیری اخلاقی، الگوهای اجتماعی‌اند که تمام کنش‌ها و آموزش‌های مرتبط با شکل‌دهی هویت‌های مختلف نوجوانان و از جمله هویت اخلاقی‌شان به وقوع می‌پیوندد. افرادی که سطوح بالاتری از معیارهای اخلاقی دارند، عاملیت اخلاقی زیاده‌تری خواهند داشت زیرا احساس می‌کنند که مسئول برآورده کردن استانداردهای اخلاقی خویشند؛ بنابراین، منطقی است که استنباط کنیم که کمال‌گرایی اخلاقی با هویت اخلاقی همراه است.

نتایج این پژوهش نشان داد هویت اخلاقی بر رفتار اجتماعی آنلاین المپیاد استعدادهای برتر ورزشی کشور تأثیر معناداری دارد. این نتایج با تحقیقات ژنگ و همکاران (۲۰۲۰)، نیکولا (۲۰۲۰) همسوست.

ژنگ و همکاران (۲۰۲۰) نشان داد هویت اخلاقی تا حدی واسطه ارتباط بین کمال‌گرایی اخلاقی و رفتار اجتماعی آنلاین است. علاوه بر این، اعتماد بین فردی آنلاین ارتباط بین هویت اخلاقی و رفتار اجتماعی آنلاین را تعدیل کرد. نیکولا (۲۰۲۰) نشان داد روابط ایجاد شده در محیط بازی آنلاین اغلب از الگوهایی از واقعیت پیروی می‌کند، در هر دو مورد، نوجوانان عمدتاً با میل به معاشرت، لذت بازی و تمایل به تعلق داشتن به یک گروه متحرکند. گاهی روابط آنلاین عنصر اجتماعی نوجوانان در ازای پیام‌های مثبت، همکاری یا کمک، حمایت متقابل می‌شود، این تأثیر در زندگی واقعی نیز منعکس می‌شود.

مطالعات نظری و تجربی نیز از ارتباط هویت اخلاقی با رفتارهای اجتماعی حمایت می‌کنند. بر اساس نظریه خود-الگو (بلاسی، ۱۹۸۳، ۲۰۰۴)، فرد تمایل طبیعی دارد که به شیوه‌هایی مطابق با خودپنداره‌اش رفتار کند؛ بنابراین، وقتی هویت فردی بر اخلاق محوری باشد، رفتاری منطبق با خود اخلاقی خود انجام خواهد داد. مطالعات تجربی این مفهوم را تأیید می‌کنند. به عنوان مثال، آکونو، فریمن، رید، لیم و فلیس (۲۰۰۹) دریافتند که فرد تمایل دارد تا به شیوه‌ای سازگار با خودپنداره خود عمل کند که باعث می‌شود فرد درگیر رفتار اجتماعی باشد. مطالعات گسترده نشان داده است که هویت اخلاقی با طیفی از رفتارهای اجتماعی مانند رفتار شهروندی سازمانی، خیریه و مشارکت مدنی مرتبط است.

این احتمال وجود دارد که رفتارهای اجتماعی آنلاین بتواند با انگیزه‌های مختلفی هدایت شود و برخی ممکن است توسط ویژگی‌های خاص بافت آنلاین تسهیل یا مهار شوند؛ به‌ویژه، پتانسیل ناشناس ماندن آنلاین، امکان دستیابی به مخاطبان زیادی تقریباً فوری، عمومی بودن برخی از پلتفرم‌ها و فقدان نشانه‌های غیرکلامی در ارتباطات دیجیتال متنی ممکن است بر انگیزه‌های اجتماعی افراد و اقدامات اجتماعی آنها تأثیر بگذارد. از یک سو، سهولت انجام ناشناس آنلاین ممکن است رفتار اجتماعی ناشناس را تسهیل کند و پتانسیل دستیابی به مخاطبان بزرگ از طریق پلتفرم‌های رسانه‌های اجتماعی یا انجمن‌های عمومی و وبسایت‌ها ممکن است رفتارهای اجتماعی را ترویج کنند که انگیزه آن میل به جلب احترام و تأیید دیگران است (زیرا این پلتفرم‌ها امکان نمایش عمومی آسان اقدامات اجتماعی را فراهم می‌کنند)؛ اما همچنین سازگار است. رفتار اجتماعی، زمانی که دیگران علناً برای کمک فریاد می‌زنند. از سوی دیگر، کمبود نشانه‌های رفتار غیرکلامی در ارتباطات دیجیتال مبتنی بر متن ممکن است پاسخ‌های همدلانه را کاهش دهد.

نتایج پژوهش نشان داد اعتماد بین فردی در تأثیر کمال‌گرایی اخلاقی بر رفتار اجتماعی آنلاین در المپیک استعداد‌های برتر ورزشی کشور نقش میانجی دارد.

نظریه هویت اجتماعی معتقد است که احساس افراد از خود بستگی به گروه‌هایی دارد که به آن تعلق دارند. وقتی افراد خود را بخشی از یک گروه می‌دانند؛ این برای آنها تبدیل به یک گروه درون‌گروهی می‌شود، در حالی که گروه‌های دیگری که به آنها تعلق ندارند، خارج از گروهند. این پدیده درون‌گروهی در مقابل برون‌گروهی، مستلزم ارج نهادن به درون‌گروه بر بیرون‌گروه است که ممکن است به افزایش رفتار اجتماعی نسبت به درون‌گروه و افزایش رفتار ضد اجتماعی یا ضد اجتماعی آنلاین با چه کسی در تعاملند، سود ببرند. اعتماد در گروه‌های ورزشی که از مهمترین عوامل در انسجام گروه و برای افزایش رفتارهای اجتماعی سازنده است حال در بستر محیط آنلاین اعتماد بیشتر مورد توجه بوده و نیاز به دقت و توجه بیشتری از سوی نوجوانان و جوانان به این موضوع است؛ بنابراین احتمال اینکه متغیرهای اخلاقی یکی از مهمترین پارامترهای رشد اعتماد و رفتار اجتماعی سازنده باشد، بسیار زیاد است.

نتایج حاصل از آزمون فرضیه هفتم این پژوهش نشان داد هویت اخلاقی در تأثیر کمال‌گرایی اخلاقی بر رفتار اجتماعی آنلاین در المپیاد استعدادهای برتر ورزشی کشور نقش میانجی ندارد. این نتایج با تحقیقات ژنگ و همکاران (۲۰۲۰) ناهم‌سوست. ژنگ و همکاران (۲۰۲۰) نشان دادند آنلاین، هویت اخلاقی تا حدی واسطه ارتباط بین کمال‌گرایی اخلاقی و رفتار اجتماعی آنلاین است؛ علاوه بر این، اعتماد بین فردی آنلاین ارتباط بین هویت اخلاقی و رفتار اجتماعی آنلاین را تعدیل کرد.

به طور خاص، کمال‌گرایی اخلاقی ادزی با ارزش‌های اخلاقی مانند ارزش‌های خود متعالی مرتبط است، که مشخص شد به طرح‌واره اخلاقی کمک می‌کند؛ در نتیجه کمال‌گرایی اخلاقی دانشجویان می‌تواند هویت اخلاقی آنها را فعال کند. ارتباط بین هویت اخلاقی و یافته‌های رفتار اجتماعی آنلاین با خود مدل هویت اخلاقی و نظریه هم‌ساخت سازگار است. بر اساس الگوی خود بلاسی رفتار اخلاقی با قضاوت اخلاقی برانگیخته می‌شود و افراد مسئول اعمال خودند. افراد با هویت اخلاقی بالا به احتمال زیاد ایده‌آلهایی دارند که مهم است که یک فرد اخلاقی باشند؛ بنابراین، افراد با هویت اخلاقی زیاد ممکن است احساس مسئولیت کنند که رفتاری اجتماعی داشته باشند تا با خود اخلاقی خود سازگار باشند. علاوه بر این، با توجه به ارتباط بین رفتار اجتماعی آنلاین و رفتار اجتماعی آنلاین، منطقی است که متوجه شویم هویت اخلاقی به طور قابل توجهی با رفتار اجتماعی آنلاین مرتبط است.

مطالعات قبلی نشان داده‌اند که ارزش‌های اخلاقی مانند خودتعالی به فعال‌سازی طرح‌واره اخلاقی کمک می‌کند؛ بنابراین، افراد با سطوح بالای کمال‌گرایی اخلاقی ممکن است دارای سطوح بالایی از ارزش‌های اخلاقی باشند که خود با هویت اخلاقی مرتبط است. از سوی دیگر، هویت اخلاقی را می‌توان با احساس عاملیت و مسئولیت‌پذیری روزافزون فعال کرد. در پایان با توجه به نتایج تحقیق پیشنهاد شود، مربیان ورزش خانواده‌ها با پرورش شاخصه‌های مهم اخلاقی که منجر به کمال در نوجوانان و جوانان ورزشکار می‌شود، زمینه رفتارهای مطلوب اجتماعی را در بسترهای آنلاین فراهم آورند؛ مربیان خود الگوهای خوبی از اخلاق برای ورزشکاران این سنینند و می‌توانند با تقلید رفتاری باعث بروز رفتارهای مطلوب در ورزشکاران شوند.

برای پرورش هویت اخلاقی در نوجوانان از لحاظ بعد فردی، می‌توان راهکارهایی همچون رشد شناختی و ارزیابی پیوسته اخلاقی خود، توجه به عواطف انسانی مانند حفظ کرامت انسانی و برقراری پیوندهای اجتماعی همدلانه و متعهدانه را به کار برد. همچنین در بعد محیطی با توجه به اهمیت خانواده راهکار مانند شیوه‌های انضباطی والدین، ایجاد فرصت و انگیزه، تعمیق دینداری ایجاد گردد.

مبانی اخلاق و ایجاد هویت اخلاقی مطلوب در نوجوانان از سنین ابتدایی و به شکل کاملاً تجربی توسط معلمان و والدین در فرد ایجاد گردد که در زمان برخورد نوجوان با فضای مجازی و آنلاین شیوه درستی از اخلاق و ارتباط شکل گرفته و از بسیاری از ناهنجاری‌های اخلاقی جلوگیری گردد.

معیارهای اعتماد بین فردی آنلاین برای نوجوانان و جوانان به درستی تبیین گردد و آنان را به خطرات عدم بی‌اعتمادی در محیط آنلاین آشنا سازند و ورزش و محیط ورزشی را برای تقویت اعتماد بین فردی توسعه دهند.

منابع

- Abdollahi, A., Hashemi, F., Faraji, H. R., Hosseinian, S., & Allen, K. A. (2021). Moral disengagement: Mediator between moral perfectionism and Machiavellian behavior among undergraduates?. *Psychological Reports, 124*(6), 2761-2773. (Persian)
- Acedo-Carmona, C., & Gomila, A. (2019). Personal trust extends cooperation beyond trustees: a Mexican study. *International Journal Psychology, 54*, 687-704. doi: 10.1002/ijop.12500

- Carlo, G. (2014). *The development and correlates of prosocial moral behaviors*. In M. Killen, & J. G. Smetana (Eds.). *Handbook of moral development*. New York, NY: Psychology Press.
- Egan, S. J., Piek, J. P., & Dyck, M. J. (2015). Positive and negative perfectionism and the big five personality factors. *Behaviour Change, 32*(2), 104-113
- Erreygers, S., Vandebosch, H., Vranjes, I., Baillien, E., & De Witte, H. (2018). Positive or negative spirals of online behavior? Exploring reciprocal associations between being the actor and the recipient of prosocial and antisocial behavior online. *New Media & Society, 20*(9), 3437-3456.
- Erreygers, S., Vandebosch, H., Vranjes, I., Baillien, E., & De Witte, H. (2018). Development of a measure of adolescents' online prosocial behavior. *Journal of Children and Media, 12*(4), 448-464.
- Evans, A. M., Stavrova, O., & Rosenbusch, H. (2021). Expressions of doubt and trust in online user reviews. *Computers in Human Behavior, 114*, 106556.
- Guo, Q., Sun, P., & Li, L. (2018). Shyness and online prosocial behavior: A study on multiple mediation mechanisms. *Computers in Human Behavior, 86*, 1-8.
- Hoseniyan, S. (2020). Psychometric properties of the Persian version of the scale of moral perfectionism in students. *Journal of Applied Psychology, 14*(55), 221-201. (Persian)
- Itani, O. S., Chonko, L., & Agnihotri, R. (2022). Salesperson moral identity and value co-creation. *European Journal of Marketing*.
- Jing, Y., Cai, H., Bond, M. H., Li, Y., Stivers, A. W., & Tan, Q. (2021). Levels of interpersonal trust across different types of environment: The micro-macro interplay between relational distance and human ecology. *Journal of Experimental Psychology: General, 150*(7), 1438.
- Lv, Y., Qiao, X., Leng, J., Zheng, Y., & Guo, Q. (2021). Mindfulness promotes online prosocial behavior via cognitive empathy. *International Journal of Environmental Research and Public Health, 18*(13), 7017.
- Lysenstøen, C., Bøe, T., Hjetland, G. J., & Skogen, J. C. (2021). A review of the relationship between social media use and online prosocial behavior among adolescents. *Frontiers in Psychology, 12*.
- Lysenstøen, C. (2020). *To What Extent is Social Media Use Related to Online Prosocial Behavior Among Adolescents?* (Master's thesis, The University of Bergen).
- Malti, T., Averdijk, M., Zuffianò, A., Ribeaud, D., Betts, L. R., Rotenberg, K. J., & et al. (2016). Children's trust and the development of prosocial behavior. *International Journal Behav. 40*, 262-270. doi: 10.1177/0165025415584628
- Nicola, G. C. (2020). The prosocial behaviour of adolescents in online video games. A Literature Review. *Revista Universitară de Sociologie, 16*(1), 202-216.
- Paramita, W., Indarti, N., Virgosita, R., Herani, R., & Sutikno, B. (2022). Let ethics lead your way: The role of moral identity and moral intensity in promoting social entrepreneurial intention. *Journal of Business Venturing Insights, 17*, e00299.
- Pletti, C., Decety, J., & Paulus, M. (2022). Neural processing of moral content reflects moral identity in 10-year-old children. *Developmental science*.
- Shabahang, R., Aruguete, M. S., & Shim, H. (2021). Online News Addiction: Future Anxiety, Fear of Missing Out on News, and Interpersonal Trust Contribute to Excessive Online News Consumption. *Online Journal of Communication and Media Technologies, 11*(2), e202105.
- Stoeber, J. (2017). The psychology of perfectionism: An introduction. In *The Psychology of Perfectionism* (pp. 17-30). Routledge
- Van Eyghen, H. (2021). Biases for Evil and Moral Perfection. *Religions, 12*(7), 521.
- Wang, G., & Hu, W. (2021). Peer relationships and college students' cooperative tendencies: Roles of interpersonal trust and social value orientation. *Frontiers in Psychology, 12*.
- Yang, H., Stoeber, J., & Wang, Y. (2015). Moral perfectionism and moral values, virtues, and judgments: A preliminary investigation. *Personality and Individual Differences, 75*(75), 229-233.
- Zhou, Y., Wu, Q., Han, X. G., Cui, J. L., Zhai, M. Z., Zou, H. H., & et al. (2020). The development of peer circle in junior high school students and its influence on cooperative tendency, expectation, and behavior. *Psychol. Dev. Educ. 36*, 555-562. doi: 10.16187/j.cnki.issn1001-4918.2020.05.06
- Zeng, P., Zhao, X., Xie, X., Long, J., Jiang, Q., Wang, Y., ... & Wang, P. (2020). Moral perfectionism and online prosocial behavior: The mediating role of moral identity and the moderating role of online interpersonal trust. *Personality and Individual Differences, 162*, 110017.