

تاریخ دریافت: ۹۴/۰۷/۲۷

تاریخ پذیرش: ۹۴/۰۹/۳۰

شناخت رابطه بازی‌های رایانه‌ای و مؤلفه‌های هوش هیجانی در میان دانش‌آموزان پسر تهرانی

نوشته

فاطمه نوری‌راد*

فاطمه بنیادی**

چکیده

هدف از مقاله حاضر مطالعه رابطه بین بازی رایانه‌ای و هوش هیجانی است. سؤال اصلی پژوهش این است که چه رابطه‌ای میان "هوش هیجانی" و "میزان" و "سابقه استفاده از بازی‌های رایانه‌ای" در بین دانش‌آموزان پسر تهرانی وجود دارد؟ روش به کار رفته در این پژوهش، پیمایش است. به این منظور تعداد ۱۵۰ نفر از دانش‌آموزان پسر شهر تهران در مقطع دبیرستان (متوسطه دوم) از طریق نمونه‌گیری خوشه‌ای چند مرحله‌ای برای پرکردن پرسشنامه انتخاب شدند. نتایج این پژوهش نشان داد اغلب دانش‌آموزان روزانه بین یک تا دو ساعت بازی رایانه‌ای می‌کنند و اغلب آنان بیش از هشت سال است که به بازی رایانه‌ای مشغول شده‌اند. بر اساس نتایج این تحقیق، بین برخی از مؤلفه‌های هوش هیجانی از جمله خودآگاهی هیجانی، واقع‌گرایی، مؤلفه کنترل تکانش و انعطاف‌پذیری با میزان و سابقه استفاده از بازی رایانه‌ای رابطه معنادار وجود دارد.

کلید واژه: بازی‌های رایانه‌ای، انگیزه‌های پرداختن به بازی رایانه‌ای، هوش هیجانی، دانش‌آموزان پسر تهرانی.

مقدمه و طرح مسئله

بازی‌های رایانه‌ای به عنوان یکی از قوی‌ترین و مؤثرترین رسانه‌های مجازی، در سال‌های اخیر با اقبال بسیار فزاینده‌ای روبه‌رو بوده‌اند. بازی‌های رایانه‌ای نماد سریع‌الرشدترین بخش رسانه‌های جهانی و صنعت سرگرمی هستند، گسترش ابزارهای هوشمند قابل حمل و نیز کاهش سن استفاده‌کنندگان از آنها سبب شده‌است که این بازی‌ها به عنوان دریچه‌ای برای سازمان‌دهی نگرش به دنیای پیرامون به خصوص برای کودکان و نوجوانان، جایگاه ویژه‌ای پیدا کنند و برای آنان به دنیایی تبدیل شود که بیشتر وقت خود را در آن می‌گذرانند، دنیای جذابی که حتی

* دانشجوی دکتری علوم ارتباطات، دانشگاه علامه طباطبائی fateme.noorirad@yahoo.com

** کارشناس ارشد علوم ارتباطات، دانشگاه علامه طباطبائی sf.bonyadi@gmail.com

بسیاری از بزرگسالان را به خود دعوت می‌کند. «بازیکنان حرفه‌ای به‌طور متوسط گاه روزانه تا ۱۶ ساعت بازی می‌کنند. بسیاری از آنان حاضر به رها کردن بازی‌ها تا اتمام آن نیستند، حتی اگر اتمام آن بیش از یک شبانه‌روز به طول انجامد.» (کوثری، ۱۳۸۷: ۵)

همان‌طور که اشاره شد، در میان صنایع مربوط به وسایل سرگرم‌کننده، صنعت بازی‌های رایانه‌ای پرشتاب‌ترین روند رشد را دارد. بازی‌های رایانه‌ای عمده‌ترین مخاطبان خود را از میان کودکان و نوجوانان انتخاب می‌کنند و نه تنها بخش قابل توجهی از اوقات فراغت این قشر را به خود اختصاص داده، حتی به‌نظر می‌رسد اوقاتی را که آنها باید به تکالیف درسی یا حضور در جمع خانواده اختصاص دهند نیز پوشش داده‌است. کودکان و نوجوانان در عصر حاضر به‌شدت تحت تأثیر این بازی‌ها قرار گرفته‌اند و با توجه به اهمیت بازی در زندگی اجتماعی این قشر سنی، بازی‌های رایانه‌ای به‌صورت اجتناب‌ناپذیری بخش عمده‌ای از جامعه‌پذیری کودکان و نوجوانان را به خود اختصاص داده‌است. (شاوردی، ۱۳۸۸: ۵)

اما دو رویکرد به این پدیده تقریباً نوظهور وجود دارد و تقریباً تمام تحقیقات با توجه به این دو رویکرد شکل گرفته‌است. عده‌ای این بازی‌ها را نویدبخش و مقدمه‌ای برای آشنایی بیشتر با رایانه دانستند و آن را همانند سایر اسباب‌بازی‌ها دارای کارکرد مثبت و مفید می‌دانند، که سبب افزایش خلاقیت در کودکان و نوجوانان، افزایش مهارت‌های هماهنگی و همچنین سامان‌بخشیدن به اوقات فراغت شده‌است. علاوه بر این در بازی‌های رایانه‌ای اصول یادگیری بسیار دقیقی به‌کار گرفته می‌شوند که از بسیاری نظام‌های آموزشی متریقی‌تر هستند.

عده‌ای دیگر معتقدند بازی‌های رایانه‌ای گفتمان‌هایی نظیر جنگ و خشونت را ترویج می‌کنند. آنها همچنین درباره محتوای بازی‌ها نگران‌اند زیرا این بازی‌ها با افزایش کیفیت سعی در هر چه بیشتر مجذوب‌ساختن مخاطبان خود دارند و چون این بازی‌ها حالت تعاملی دارند و فرد را درگیر ماجرا و سناریوی بازی می‌کنند، نگرانی‌ها دو چندان می‌شوند (فرقانی و علیزاده، ۱۳۸۶: ۳). این بازی‌ها این خطر را به‌همراه دارند که مرز بین واقعیت و خیال را از بین می‌برند، انسان‌ها را از زندگی مولد در جهان واقعی دور می‌کنند، مهارت‌هایی را بسط می‌دهند که مفید نیستند و گاهی در زندگی واقعی، افراد را به دردسر می‌اندازند. (پاتر، ۱۳۹۱: ۴۱۵) بازار داغ فروش بازی‌های رایانه‌ای و تأثیرات این بازی‌ها بر نوجوانان و جوانان به تحقیقات گسترده در این خصوص دامن می‌زند.

با گسترش فناوری‌های نوین ارتباطی و جهانی‌شدن، تحولات فناورانه از جمله بازی‌های رایانه‌ای جدید با فاصله‌ای بسیار ناچیز در کشورهای درحال توسعه مانند ایران نیز به‌عنوان سرگرمی جدید و جذاب مورد توجه بسیاری از جوانان و نوجوانان مورد استفاده قرار می‌گیرد. رواج رایانه در بسیاری از اقشار مختلف جامعه به‌عنوان وسیله‌ای برای ایفای نقش سرگرمی بوده‌است. هم‌اکنون با کاهش قیمت دستگاه‌های بازی و رایانه و موبایل‌های هوشمند تقاضا برای بازی‌های رایانه‌ای افزایش پیدا کرده‌است که ایران را به بازار خوبی برای فروش این

بازی‌ها تبدیل کرده‌است. این موضوع، ضرورت پژوهش پیرامون تأثیرات بازی‌های رایانه‌ای در میان نوجوانان را صد چندان می‌کند.

البته پژوهش‌های داخلی انجام‌شده پیرامون بازی‌های رایانه‌ای، عمدتاً به بازی رایانه‌ای با رویکرد انگیزشی و تحلیل محتوای بازی‌ها پرداخته‌اند و به بازی‌ها از منظر درون فرد کمتر توجه شده‌است، لذا در این تحقیق با توجه به نقش هوش هیجانی در پیش‌بینی موفقیت‌های زندگی افراد به رابطه بین مؤلفه‌های هوش هیجانی و میزان استفاده از بازی‌های رایانه‌ای پرداخته‌ایم. پژوهش‌ها نشان داده‌اند، «هوش هیجانی (EQ) بیش از هوش شناختی (IQ) پیش‌بینی‌کننده موفقیت فرد در زندگی است، افرادی که دارای کفایت هیجانی بالا هستند، مهارت‌های اجتماعی بهتر، روابط دراز مدت پایاتر و توانایی بیشتری برای حل تعارضات دارند». (مایر به نقل از شعبانی، ۱۳۹۳: ۳۳)

از آنجایی که ارتباط بین بازی‌های رایانه‌ای و هوش هیجانی از حوزه‌های میان‌رشته‌ای روان‌شناسی و ارتباطات است، و هوش هیجانی نیز از مفاهیم نسبتاً جدید در ادبیات روان‌شناسی است؛ تحقیقات کمی در این حوزه‌ها انجام شده‌است. پارکر و همکاران (۲۰۰۸) رابطه بین هوش هیجانی با اعتیاد به اینترنت و بازی‌های رایانه‌ای را بررسی کرده‌اند. نمونه آماری این تحقیق شامل ۴۵۹۸ دانش‌آموز سیزده تا هجده ساله بود. نتایج تحقیق نشان داد که بین میزان هوش هیجانی و میزان وابستگی به اینترنت و بازی‌های رایانه‌ای رابطه متوسط تا قوی برقرار است.

سندرز و همکاران (۲۰۰۰) نشان دادند نوجوانانی که زیاد از اینترنت (شامل بازی‌های آنلاین) استفاده می‌کردند ارتباط و تماسشان با والدینشان کاهش یافته بود و از نظر اجتماعی گوشه‌گیر و منزوی شده بودند. همچنین، آنان به این نتیجه مهم دست یافتند که استفاده افراطی از اینترنت موجب کاهش حمایت اجتماعی، تماس‌های اجتماعی، تنهایی و افسردگی می‌شود. می‌توان گفت که با توجه به نتایج تحقیق مذکور، این افراد در مؤلفه‌های خود مدیریتی، روابط میان‌فردی و انعطاف‌پذیری مشکل دارند.

شایان ذکر است، یکی از ویژگی‌های مهم هوش هیجانی اکتسابی بودن آن است؛ به عبارت دیگر، هوش هیجانی برخلاف هوش شناختی، از طریق آموزش، افزایش‌پذیر است. به همین علت، مهم است که بدانیم کدام بخش‌ها و مؤلفه‌های هوش هیجانی با مصرف بازی‌های رایانه‌ای ارتباط دارند و شناخت دقیق‌تری نسبت به آن پیدا کنیم تا آموزش مهارت‌های هوش هیجانی در برنامه‌های آموزشی سواد رسانه‌ای گنجانده شود، اگر افراد از اهداف خود، آگاهی داشته باشند و از بازی‌های رایانه‌ای برای رسیدن به آن اهداف بهره بگیرند، می‌توان مدعی شد از سواد رسانه‌ای برخوردارند چراکه می‌توانند هیجانات خود را کنترل و کارکردهای مثبت بازی را برای خود افزایش دهند. اما برای رسیدن به این نقطه ابتدا بایستی تحقیقات مقدماتی و بنیادی برای شناخت نوع این رابطه در کاربران ایرانی صورت گیرد، از اینجاست که سؤال مقاله حاضر

این گونه شکل می گیرد: «آیا بین مؤلفه های هوش هیجانی و نوع و میزان مصرف بازی های رایانه ای در دانش آموزان پسر تهرانی رابطه وجود دارد؟»

مفاهیم نظری تحقیق

بازی های رایانه ای

از گذشته های دور تاکنون پدیده ای روانی- اجتماعی و زیستی با نام "بازی" در جهت کسب لذت، تمدد اعصاب، آرام بخشی جسم و ذهن، اقناع نیازهای آنی یا بلندمدت و ... در زندگی انسان ها و خصوصاً کودکان و نوجوانان وجود داشته و بخش تفکیک ناپذیر زندگی آنان قلمداد شده است. به همین جهت دانشمندان زیادی، به خصوص روان شناسان و جامعه شناسان، بخشی از مطالعات خود را به بررسی این پدیده و نقش آن در زندگی انسان، به ویژه در زندگی کودکان و نوجوانان اختصاص داده اند.

اما بازی های رایانه ای غیر از خصلت رسانه ای، در واقع نوعی "بازی" هستند، بدین جهت بررسی و شناخت پدیده بازی برای شناخت بیشتر بازی های رایانه ای مفید به نظر می رسد. بازی، فرصت هایی را برای ابراز خود و خلاقیت در کودک فراهم می کند و نیز راهی برای تخلیه هیجان ها و انرژی اضافی است. کودکان و نوجوانان از طریق بازی با فرهنگ جامعه خویش آشنا می شوند؛ هنجارها و ارزش های اجتماعی را درونی می کنند و در نهایت، نقش های اجتماعی را می پذیرند (پویان فر، ۱۳۶۱: ۱۷۸). بازی وسیله ای است برای احساسات، برقراری روابط، توصیف تجربیات، آشکار کردن آرزوها و خود شکوفایی. فعالیت بازی در واقع تلاش کودک برای کنار آمدن با محیط است که از این طریق او خود را می یابد و دنیا را درک می کند. بازی، کمک می کند تا کودکان و نوجوانان بتوانند با دسترسی به حقایق و واقعیت های پیرامونش، با خویشتن و دیگران بهتر سازگار شود. هرچه کودک، بازی و مشارکت کند، بیشتر در می یابد که در چه سطحی از کارایی و ارزشمندی است و چه توقع و انتظاری می تواند از محیط پیرامون خود داشته باشد.

نکته شایان توجه این است که میزان تأثیر پذیری کودک و نوجوان در بازی های رایانه ای به بالاترین اندازه ممکن می رسد، زیرا بر اساس پژوهش ها، کودکان ۲۰ درصد آنچه را که می شنوند و ۴۰ درصد آنچه را که مشاهده می کنند، می آموزند. ولی این مقدار، برای آنچه همزمان می بینند، می شنوند و با علاقه با آن کار می کنند، به بیش از ۷۵ درصد می رسد. بر این اساس، با توجه به اینکه کودک و نوجوان، در فرایند بازی های رایانه ای، هم می بینند، هم می شنوند و هم به خاطر ماهیت تفریحی و سرگرمی بازی، به آن علاقه دارند و حاضرند ساعت ها به بازی مشغول باشند، به شدت از محتوای این گونه بازی ها متأثر می شوند. (آنسلمو، ۱۳۷۹: ۶۱)

افزون بر این، در رسانه های جدید نظیر بازی های رایانه ای واقعیت بالقوه، وجود دارد. فرد می تواند در خانه هایی که برای او طراحی شده است راه برود، در موزه یا شهری که نقاشی ها و

خیابان‌هایش ساخت رایانه است قدم بزند، اما موقعیت او نه به برنامه یا فیلم رایانه‌ای بلکه به حرکات واقعی‌اش بستگی دارد. علاوه بر آن، امکان دارد که بیش از یک نفر، واقعیت بالقوه‌ای را در زمانی واحد مشاهده کنند و حرکات هر دوی آنها فضای واحد را تحت تأثیر قرار دهد.

واقعیت بالقوه، انگاره‌های خیال‌گونه‌اند که به موجب تفاوتشان با واقعیت بیرونی، بازی و اکتشاف را فرا می‌خوانند و جنبه‌ای از تخیل برقرار می‌دارند. واقعیت بالقوه با قراردادن فرد در درون دنیاهای متفاوت، فرضی بودن تصویر ویدئویی را فراتر می‌برد. تأثیر این رسانه‌ها و واقعیت بالقوه، تکثیر یافتن انواع واقعیاتی است که شخص در جامعه با آنها مواجه می‌شود. (پاستر، ۱۳۷۷: ۵ - ۶۴)

در این پژوهش آنچه به‌عنوان مهم‌ترین وجه ممیزه میان بازی‌های رایانه‌ای و سایر بازی‌ها مورد توجه قرار گرفته‌است، توجه به «واقعیت بالقوه» در بازی‌های رایانه‌ای است. وجود واقعیت بالقوه در بازی‌های رایانه‌ای، می‌تواند بر برخی مؤلفه‌های هوش هیجانی مثل کنترل تکانش، و واقع‌گرایی که در ادامه درباره آنها بحث خواهد شد تأثیرگذار باشد.

ویژگی‌های اساسی بازی‌های رایانه‌ای

از ویژگی‌های اصلی بازی‌های رایانه‌ای که با مؤلفه‌های هوش هیجانی در ارتباط‌اند، می‌توان به موارد زیر اشاره کرد:

۱. **تعاملی بودن (interactivity).** ویژگی‌های اصلی سیستم‌های ارتباطی جدید است، به گونه‌ای که به‌خاطر این ویژگی، رسانه‌های جدید را رسانه‌های تعاملی نیز می‌نامند. تعاملی بودن به مفهوم دوسویه شدن و دارا شدن ویژگی‌های کانال‌های بین فردی و جمعی و به‌طور همزمان و تغییر مفهوم جریان یکسویه اطلاعات است.

تعامل. تمایل کیفی سیستم‌های ارتباطی است و چنین کیفیتی، ارتباط مؤثرتر و فعال‌تر را به‌وجود می‌آورد و موجب رضایت بیشتر شرکت‌کنندگان در ارتباط می‌شود. در این سیستم ارتباطی، فرد فعال است و نهایتاً، ارتباط جنبه دوسویه دارد. (علیزاده، ۱۳۸۵: ۱۱)

اما بازی‌های رایانه‌ای این تعامل را بیشتر بسط می‌دهند. چنانچه گرت می‌گوید صور قدیمی‌تر رسانه خودشان «همواره از قبل» تعاملی‌اند. از این حیث که مصرف‌کنندگان متون را می‌خوانند و یا تفسیر می‌کنند اما بازی‌های ویدئویی و رایانه‌ای با ترکیب شیوه‌های روان‌شناختی سنتی تعامل با شیوه‌های فیزیکی یا بیرونی این فرایند را بیش از اینها بسط می‌دهند. (گرت، ۱۳۸۷: ۱۵۹)

تعامل در بازی‌های رایانه‌ای با تعامل در سایر رسانه‌ها متفاوت است تا جایی که حتی می‌توان ادعا کرد: «تمایز بازی‌های رایانه‌ای [با سایر رسانه‌ها] در تعامل است؛ وضعیت انفعالی در سینما و تلویزیون با محیطی که در آن کنش‌های بازی‌کنندگان پیامد مستقیم بر دنیای تجسم یافته دارد، جایگزین شده‌است.» (گرت، ۱۳۸۷: ۱۵۶)

۲. **جمع‌زدایی (demassification).** این ویژگی بدین معنی است که این رسانه‌ها، کم‌وبیش در مقابل رسانه‌های جمعی قرار می‌گیرند و کنترل سیستم‌های ارتباطی از تولیدکننده پیام به مصرف‌کننده پیام منتقل شده‌است، و ما با پیدایش این تکنولوژی‌ها از یک ارتباط جمعی، به‌سوی شکل پیشرفته‌تری از ارتباط چهره‌به‌چهره همگانی پیش می‌رویم. (علیزاده، ۱۳۸۵: ۱۱)
 ۳. **ناهمزمانی (asynchronous).** به این معنی که فرد توانایی فرستادن یا دریافت پیام را در زمان دلخواه و درخور و مناسب خود داراست. این رسانه‌ها توانایی غلبه بر زمان را به‌عنوان متغیری مؤثر بر فرایند ارتباطی، دارا هستند. (راجرز، به نقل از علیزاده، ۱۳۸۵: ۱۲)
 ۴. **تمرکززدایی (decentralization).** در این رسانه، مرکزیت با فرستنده نیست، بلکه با گیرندگان است. در رسانه‌های جدید افراد مشارکت بیشتری را در فرایند ارتباط به عهده می‌گیرند.
 ۵. **ظرفیت باند (band capacity).** ظرفیت باند به میزان ورودی اطلاعات به یک مجموعه اطلاق می‌شود و یک ویژگی رقابتی به حساب می‌آید. (علیزاده، ۱۳۸۵: ۱۲)
 ۶. **انعطاف‌پذیری (flexibility).** این ویژگی باعث شده، هروقت که اراده کنیم، بتوانیم وارد سپهر اطلاعات شویم، در چنین حالتی زمان و مکان معنا ندارد. (شکرخواه، ۱۳۷۹: ۱۴)
 ۷. **فضای مجازی (cyber space).** بازی‌های رایانه‌ای دارای نوعی فضای مجازی است. فضای مجازی در حقیقت نوعی فراقضا و فراذهن است. فضایی است که همه‌جا هست اما هیچ‌کجا نیست، فضایی است که در پرتوی در دسترس قرار دادن اطلاعات وسیع و سریع، به فرد قدرت نمادین بیشتر می‌بخشد؛ اما در همه حال او را وابسته‌تر، بی‌قدرت‌تر و مضطرب‌تر از پیش می‌کند، فضای سیال و بی‌حدودی است که به‌سادگی، همیشه در دسترس همگان است اما به همان سادگی که ایجاد می‌شود از بین‌رفته و محو می‌شود. فضایی است که به‌واسطه عدم‌حضور نشانه‌های فیزیکی، همه در آن بی‌جسم، بی‌مکان و متعاقباً قدری گمنام و به‌طرز نامحسوسی کنترل‌ناپذیرند و در عین حال به‌واسطه خصوصیات و چارچوب‌های مستحکم تکنولوژیکی آن، به‌شدت تحت کنترل ساختارهای بی‌شمار مرئی و نامرئی موجود در این فضا است.
- فضایی که از سویی تقویت‌کننده هویت‌های ملی و محلی و از سویی دیگر تضعیف‌کننده آنها و مروج هویتی جهانی و فرامحلی است. فضایی که از سویی ترویج‌دهنده سبک زندگی استاندارد و یا بهتر بگوییم نیمه‌استاندارد و از پیش تعیین‌شده است و از سویی مروج سبک‌های مختلف و متعدد زندگی. (ذکایی و خطیبی، ۱۳۸۵: ۱۱۳)

هوش هیجانی^۱ (Emotional Intelligence (EI))

در خلال دو دهه گذشته مقالات پژوهشی و کتاب‌های زیادی باموضوع هوش هیجانی منتشر شده‌است.

گرچه مفهوم هوش هیجانی مفهومی قدیمی است، اما این مفهوم درواقع بعد از انتشارات کتاب گلمن (Golman) (۱۹۹۵) درباره هوش هیجانی شناخته‌تر و عمومی‌تر شد (کان و دستراویس، ۲۰۱۰: ۱۱۳). و لذا مفهوم هوش هیجانی از اواخر سال ۱۹۹۵ به‌عنوان یک موضوع و بحث داغ مطرح شد و روابط مبتنی بر آن، چه به‌صورت جزئی و چه به‌صورت کلی اهمیت ویژه‌ای یافت. گلمن هوش هیجانی را این‌گونه تعریف می‌کند: «هوش هیجانی آگاهی نسبت به عواطف خود، مدیریت عواطف، برانگیختن خود، شناسایی عواطف دیگران، تنظیم روابط با دیگران می‌باشد، هوش هیجانی مهارتی است که دارنده آن می‌تواند از طریق خودمدیریتی آن را بهبود بخشد، از طریق همدلی، تأثیر آنها را درک کند و از طریق مدیریت روابط به شیوه‌ای رفتار کند که روحیه خود و دیگران را بالا ببرد. هوش هیجانی نوعی از هوش و حاکی از شناخت احساسات خویش و استفاده از آن برای اتخاذ کردن تصمیم‌های مناسب در زندگی است.» (شعبانی، ۱۳۹۳: ۶-۳۲)

هوش هیجانی طیف گسترده‌ای از مهارت‌ها و برجسته‌ترین آنها مهارت اجتماعی است که بر مبنای خودآگاهی، یعنی توانایی شناخت دقیق احساسات، عطف و ویژگی‌های خود است. از طرفی یکی از اساسی‌ترین مهارت‌های هوش هیجانی مقاومت در مقابل تکانه است که ریشه در تمام خویش‌داری‌های هیجانی دارد. (جعفری و فاتحی زاده، ۱۳۹۰: ۸۱)

مبانی نظری

الف. نظریه‌های ارتباطی

رویکردهای غالب در بررسی تأثیرات اجتماعی و روانی رسانه‌های جدید در جامعه، در دو دسته کلی تکنولوژی و اجتماعی قرار می‌گیرد و در هر دسته نیز نظریه‌های چندی مطرح می‌شود. در رویکرد تکنولوژی می‌توان از نظریه‌ها و مدل‌های غنای رسانه‌ای، حضور اجتماعی، نشانه‌های تقلیل‌یافته اجتماعی و پردازش اطلاعات اجتماعی نام برد و در رویکرد اجتماعی هم نظریه استفاده و رضامندی مطرح است.

در رویکرد بررسی تأثیرات رسانه‌های جدید، بیشتر به عوامل اجتماعی توجه می‌شود. درواقع از محدود نظریه‌هایی که نیازهای روانی و اجتماعی مخاطبان را عامل اصلی استفاده آنان از رسانه‌ها می‌داند، نظریه «استفاده و رضامندی» است. نظریه استفاده و رضامندی درواقع نظریه‌ای رایج در مطالعات توصیفی و اکتشافی در خصوص نحوه استفاده افراد از رسانه‌ها و تأثیر این استفاده در رفتار آنهاست (ذکایی، ۱۳۸۴: ۵). این نظریه همچنین از محدود نظریه‌های ارتباطی است که مخاطب را فعال قلمداد می‌کند به همین جهت از این نظریه به‌صورت گسترده‌ای در مطالعه رسانه‌های نو استفاده می‌شود. سؤال اساسی نظریه مذکور، این است که «چرا مردم از رسانه‌ها استفاده می‌کنند و آنها را برای چه منظوری به‌کار می‌برند؟» (مک‌کوایل، ۱۳۸۲: ۱۰۴) درواقع رویکرد استفاده و رضامندی متضمن تغییر کانون توجه از مقاصد ارتباطگر

به مقاصد دریافت‌کننده است. این رویکرد می‌کوشد معلوم کند رسانه چه کارکردهایی برای افراد مخاطب عرضه می‌کند.

بنا بر نظر اکثر پژوهشگران نظریه استفاده و رضامندی ریشه در کارکردگرایی، به‌ویژه کارکردگرایی ساختاری فردگرایانه دارد. در این گونه کارکردگرایی به نیازهای کنشگران و ساختارهای بزرگ (مانند نهادهای اجتماعی، ارزش‌های فرهنگی) به دلیل پاسخ‌های کارکردی و نیازهای متعلق به آن تأکید می‌شود. (ریترز، ۱۳۷۴: ۱۲۰)

فرضیات اساسی این رویکرد بدین شرح است:

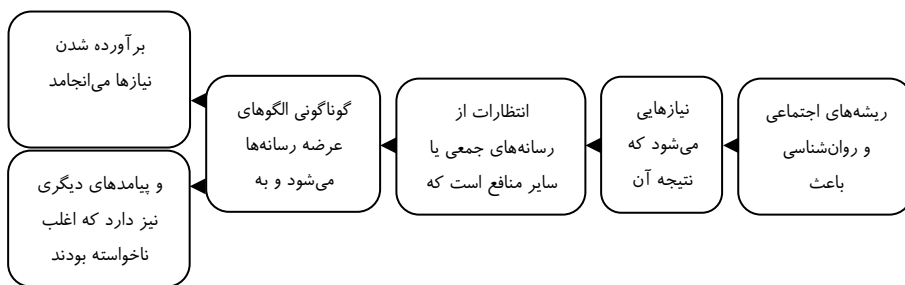
الف. انتخاب رسانه و محتوا عموماً فعالیت‌های عقلانی و معطوف به اهداف و رضامندی‌های خاص است. پس مخاطبان فعال هستند و شکل‌گیری آنها را می‌توان منطقاً تبیین کرد.

ب. یکایک مخاطبان نسبت به نیازهای رسانه‌ای که از شرایط شخصی (فردی) و اجتماعی (مشترب) ریشه می‌گیرند، آگاهی دارند و می‌توانند این نیازها را در قالب انگیزش‌های مختلف بیان کنند.

ج. کاربری شخصی رسانه‌ها، به بیان کلی، بیشتر از اصول زیبایی‌شناختی یا فرهنگی در شکل‌گیری مخاطبان نقش و اهمیت دارد.

د. تمام یا اغلب عوامل تأثیرگذار بر شکل‌گیری مخاطبان (انگیزه‌ها رضایت مورد انتظار یا به‌دست آمده، گزینش‌های رسانه‌ای و متغیر پس‌زمینه‌ای) را می‌توان، به‌لحاظ نظری، تعیین کرد. (مک‌کویل، ۱۳۸۲: ۱۰۵)

در حقیقت فرض اصلی الگوی استفاده و رضامندی این است که افراد مخاطب، کم‌وبیش، به‌صورت فعال، به‌دنبال محتوایی هستند که بیشترین رضایت را فراهم کند. درجه این رضایت به نیازها (و علایق) فرد بستگی دارد. افراد هر قدر بیشتر احساس کنند که محتوایی نیاز آنان را برآورده می‌کند، احتمال آنکه این محتوا را انتخاب کنند، بیشتر است. الگوی این رویکرد را بلامر و کانز (۱۹۷۴) در نموداری ارائه دادند (ویندال و دیگران، ۱۳۷۶: ۲۷۴). در الگوی بلامر و کانز، نیازهای افراد از پس‌زمینه‌های اجتماعی و روان‌شناختی آنان ریشه می‌گیرند و افراد به جست‌وجوی رسانه‌هایی می‌پردازند که بتوانند نیازهای آنان را برآورده سازند. برآورده شدن نیاز به رضایت مخاطب و استفاده بیشتر از آن رسانه منجر می‌شود، در غیر این صورت مخاطبان به جست‌وجوی رسانه دیگری می‌پردازند.



شکل ۱ الگوی نظریه استفاده و رضامندی

(مک‌کوایل، ۱۳۸۲: ۱۰۵)

همچنان که ذکر شد انگیزه‌ها از نیازها ناشی می‌شود و جنبه‌های کنشی آنها را تشکیل می‌دهند. درواقع مخاطبان برای ارضابخشی نیازهای خود به رسانه‌ها مراجعه می‌کنند و کارکرد رسانه‌ها پاسخ‌گویی به نیازهای مخاطبان است. رسانه‌ای درجذب و نگهداری مخاطبان موفق خواهد بود که بتواند به نیازهای آنان پاسخ دهد. به بیان دیگر، ارضای مخاطب پس از استفاده از رسانه به رضایت‌مندی او منجر خواهد شد. (سورین و تانکارد، ۱۳۸۱: ۴۲۴)

بر اساس مفاهیم موجود در نظریه استفاده و رضامندی نوع مصرف بازی‌های رایانه‌ای و علاقه‌شان به هرکدام مدنظر قرار گرفته‌است، دانش‌آموزان به بازی‌های مراجعه می‌کنند که حداکثر رضایت را برایشان فراهم آورد.

ب. نظریه هوش هیجانی بار - آن (Bar-on)

بار-آن هوش هیجانی را عامل مهمی در شکوفایی توانایی افراد برای کسب موفقیت در زندگی تلقی می‌کند و آن را با سلامت عاطفی و در مجموع سلامت روانی افراد مرتبط می‌داند. از دیدگاه وی هوش هیجانی را می‌توان با پنج مؤلفه و ۱۵ عامل زیر تشریح کرد:

۱. مؤلفه‌های درون‌فردی که بیانگر توانایی شخص در آگاهی از هیجان‌ها و کنترل آنها است و شامل این موارد می‌شود: الف. حرمت نفس (توانایی خودآگاهی، درک و پذیرش خویش و احترام به خود)، ب. خودآگاهی هیجانی (میزان آگاهی فرد از احساسات خویش و فهم این احساسات)، ج. جرئت‌مندی (ابراز احساسات، باورها، افکار و دفاع از حق و حقوق خویش به شیوه‌ای سازنده)، د. استقلال (توانایی رهبری خود، خویشتنداری فکری و عملی و رهایی از وابستگی‌های هیجانی)، ه. خودشکوفایی (توانایی تشخیص استعدادهای ذاتی و استعداد انجام کارهایی که شخص نه تنها خواهان اجرای آن است بلکه از توانایی انجام آن نیز برخوردار است و از انجام آن لذت می‌برد).

۲. مؤلفه‌های میان‌فردی که توانایی شخص برای سازگاری با دیگران و اعمال مهارت‌های اجتماعی است و شامل این موارد می‌شود: الف. همدلی (توانایی آگاهی از احساسات دیگران و درک و تحسین آن احساسات)، ب. مسئولیت اجتماعی (توانایی فرد در معرفی

خود به عنوان عضوی مفید و سازنده و دارای حس همکاری در گروه اجتماعی خویش)، ج. ارتباط میان فردی (توانایی ایجاد و حفظ روابط رضایت بخش متقابل که نزدیکی عاطفی و صمیمیت از ویژگی های آن است).

۳. مؤلفه های سازگاری که شامل این موارد می شود: الف. آزمون واقعیت (توانایی ارزیابی رابطه بین تجربه عاطفی؛ آنچه فرد حس کرده، و عینیت های موجود؛ آنچه در عالم واقع وجود داشته است)، ب. انعطاف پذیری (توانایی کنار آمدن با هیجان ها، افکار و رفتارهای فرد در شرایط و موقعیت های متغیر)، ج. حل مسئله (توانایی تشخیص، خلق و به کارگیری راه حل های مؤثر).

۴. مؤلفه های مدیریت استرس که شامل این موارد است: الف. تحمل استرس (تحمل فرد در برابر رویدادهای ناخوشایند، شرایط تنش زا و هیجان های شدید)، ب. کنترل تکانش (توانایی مقاومت فرد در برابر تنش ها یا وسوسه و کنترل هیجان های خویش).

۵. مؤلفه های خلق و خوی عمومی که شامل این موارد است: الف. خوش بینی (توانایی توجه به جنبه های روشن تر زندگی و حفظ نگرش مثبت، حتی هنگام وجود احساسات منفی و ناخوشایند)، ب. شادکامی (توانایی احساس رضایت از خود و دیگران، سرزندگی و ابراز احساسات مثبت). (بار- آن، ۲۰۰۶: ۲۱-۳)

فرضیات پژوهش

به اعتبار آنچه ذکر شد، فرضیات پژوهش در قسمت میزان و نوع مصرف بازی های رایانه ای و علاقه به سبک های گوناگون بازی های رایانه ای از مفاهیم نظریه استفاده و رضامندی بهره برده است و در سنجش مؤلفه های هوش هیجانی به مدل بار- آن توجه داشته است. بر این اساس فرضیات این پژوهش عبارت اند از:

بین خودآگاهی هیجانی و میزان مصرف بازی رایانه ای دانش آموزان پسر تهرانی رابطه معناداری وجود دارد.

بین خودآگاهی هیجانی و سابقه مصرف بازی رایانه ای دانش آموزان پسر تهرانی رابطه معناداری وجود دارد.

بین واقع گرایی و میزان مصرف بازی رایانه ای دانش آموزان پسر تهرانی رابطه معناداری وجود دارد.

بین واقع گرایی و سابقه مصرف بازی رایانه ای دانش آموزان پسر تهرانی رابطه معناداری وجود دارد.

بین کنترل تکانش و میزان مصرف بازی رایانه ای دانش آموزان پسر تهرانی رابطه معناداری وجود دارد.

بین کنترل تکانش و سابقه مصرف بازی رایانه‌ای دانش‌آموزان پسر تهرانی رابطه معناداری وجود دارد.

بین انعطاف‌پذیری و میزان مصرف بازی رایانه‌ای دانش‌آموزان پسر تهرانی رابطه معناداری وجود دارد.

بین انعطاف‌پذیری و سابقه مصرف بازی رایانه‌ای دانش‌آموزان پسر تهرانی رابطه معناداری وجود دارد.

بین روابط میان‌فردی و میزان مصرف بازی رایانه‌ای دانش‌آموزان پسر تهرانی رابطه معناداری وجود دارد.

بین روابط میان‌فردی و سابقه مصرف بازی رایانه‌ای دانش‌آموزان پسر تهرانی رابطه معناداری وجود دارد.

بین توانایی حل مسئله و میزان مصرف بازی رایانه‌ای دانش‌آموزان پسر تهرانی رابطه معناداری وجود دارد.

بین توانایی حل مسئله و سابقه مصرف بازی رایانه‌ای دانش‌آموزان پسر تهرانی رابطه معناداری وجود دارد.

روش‌شناسی تحقیق

در این پژوهش از روش پیمایش استفاده شده که با تعیین نمونه و طرح سؤالاتی آغاز می‌شود. این روش غالباً به تعیین افرادی که نماینده گروه مورد بررسی هستند (نمونه) و طرح سؤالاتی که باید از آنها پرسیده شود آغاز می‌شود و باید به مطالعه پرسش‌هایی بپردازد که درواقع پاسخگویان قادرند به آنها پاسخ دهند. از این‌رو این مطالعات بر نگرش‌ها، عقاید، پاره‌ای از اطلاعات درباره شرایط زندگی و مقولاتی که افراد را معین و متمایز می‌گرداند متمرکز هستند. البته برای آشنایی بیشتر با ویژگی‌های بازی‌های رایانه‌ای و نحوه انجام این بازی‌ها توسط نوجوانان علاوه بر انجام بازی‌های رایانه‌ای و بررسی انواع بازی با حضور در گیم‌نت‌ها به مشاهده امکانات گیم‌نت‌ها و اعمال بازیکنان نوجوان در این محیط‌ها پرداختیم. همچنین تعدادی مصاحبه انفرادی و گروهی با نوجوانان در این گیم‌نت‌ها انجام دادیم که درطراحی اولیه گویه‌ها و تصحیح برخی گویه‌های استفاده شده در تحقیق مؤثر بوده‌اند. علاوه بر این مطالعات کتابخانه‌ای برای بررسی پیشینه پژوهش و درک موضوع، بخشی از کار بوده‌است.

جامعه آماری این پژوهش شامل همه دبیرستان‌های نظری شهر تهران است. سازمان آموزش و پرورش تهران شامل ۱۹ منطقه است که براساس آمار موجود در سایت اینترنتی این سازمان^۲ در سال ۱۳۹۰ در این ۱۹ منطقه جمعاً ۱۲۱۸ آموزشگاه وجود دارد که ۲۹۴۵۴۸ دانش‌آموز در دوره متوسطه در آن مشغول تحصیل هستند؛ دانش‌آموزان دوره فنی حرفه‌ای و کارودانش جزء این آمار نیستند.

برای این تحقیق با توجه به جدول نمونه‌گیری مورگان حجم نمونه با خطای نمونه‌گیری ۵ درصد، ۴۰۰ نفر محاسبه شد. و با در نظر گرفتن صرف مقطع دوم دبیرستان پسرانه، ۱۵۰ نفر به عنوان حجم نمونه نهایی تعیین شد که نتایج پس از پخش پرسشنامه‌ها، و حذف موارد مخدوش با در نظر گرفتن ۱۰۲ نفر از پاسخگویان که در مقطع دوم متوسطه تحصیل می‌کردند، تحلیل و بررسی شد.

روش نمونه‌گیری این تحقیق خوشه‌ای چند مرحله‌ای است، در مرحله اول مناطق ۱۹ گانه آموزش و پرورش تهران با استفاده از نظرات کارشناسان سازمان آموزش و پرورش تهران و نیز استفاده از نحوه نمونه‌گیری پژوهشگران دیگر مانند علیزاده (۱۳۸۵) به سه منطقه شمالی (۱۹ و ۳ و ۵ و ۶ و ۷)، مرکزی (۸ و ۹ و ۱۰ و ۱۱ و ۱۲ و ۱۳) و جنوبی (۱۴ و ۱۵ و ۱۶ و ۱۷ و ۱۸ و ۱۹) تقسیم شدند. سپس از هریک از این مناطق یک منطقه به قید قرعه انتخاب شد که مناطق (۱ و ۱۰ و ۱۶) بود. در مرحله بعد با استفاده از لیست مدارس هریک از مناطق به روش تصادفی سه دبیرستان پسرانه انتخاب شد.

ابزار پژوهش. در این تحقیق از تکنیک پرسشنامه برای جمع‌آوری داده‌ها استفاده شده است. سؤال‌های پرسشنامه در پنج قسمت تدوین شده است. در قسمت اول سؤالات باز مربوط به استفاده از رسانه‌ها و فعالیت‌های فراغتی قرار داده شده، در قسمت دوم سؤالات مربوط به میزان انجام بازی‌های رایانه‌ای، محل بازی و نوع بازی‌ها آمده است. در قسمت سوم گویه‌های مربوط به گرایش پاسخگویان به بازی‌های رایانه‌ای و انگیزه‌ها و دلایل انجام این بازی‌ها و در قسمت چهارم سؤالات مربوط به مشخصات پاسخگویان و خانواده آنها آمده است. در بخش آخر هم به سؤالات استاندارد شده هوش هیجانی بار-آن پرداخته شد.

آزمون هوش هیجانی بار-آن، دارای ۹۰ سؤال و ۱۵ مقیاس است که توسط بار-آن بر روی ۳۸۳۱ نفر از شش کشور (آرژانتین، آلمان، هند، نیجریه و آفریقای جنوبی) که ۴۸/۸ درصد آنان مرد و ۵۱/۲ درصد آنان زن بودند، اجرا شده و به‌طور سیستماتیک در آمریکای شمالی هنجاریابی شد. نتایج حاصل از هنجاریابی نشان داد که آزمون از حد مناسبی از اعتبار و روایی برخوردار است. پایایی آزمون از طریق محاسبه آلفای کرونباخ برای کل آزمون ۰/۹۳ درصد گزارش شده است. قابل ذکر است که گرچه مطابق با نظر بار-آن، هوش هیجانی به معنی اندازه‌گیری صفات شخصیتی و یا ظرفیت شناختی نیست عموماً اندازه‌گیری‌های خودگزارشی هوش هیجانی و شناختی، یکپارچه می‌شوند چراکه هر دو مدعی اندازه‌گیری صفات هستند و هر دو اندازه‌گیری در قالب خودگزارشی ارائه می‌شوند. (بار-آن، به نقل از داوری، ۱۳۸۶: ۵۲)

نمره‌گذاری. از آنجا که گزینه‌ها بر روی یک طیف پنج درجه‌ای لیکرت تنظیم شده‌اند نمره‌گذاری از پنج به یک (کاملاً موافقم ۵ و کاملاً مخالفم ۱) و در بعضی سؤالات با محتوای منفی یا معکوس، که در جدول نمره‌گذاری با علامت * مشخص شده‌اند (از موافقم ۱ و کاملاً

مخالفم ۵) انجام می‌شود. نمره کل هر مقیاس، برابر با مجموع نمرات هر یک از سؤالات آن مقیاس و نمره کل آزمون برابر با مجموع نمرات ۱۵ مقیاس است. کسب امتیاز بیشتر در این آزمون، نشانگر موفقیت برتر فرد در مقیاس مورد نظر یا در کل آزمون و بر عکس است. مثلاً کسب امتیاز بالاتر در مقیاس خود ابرازی؛ نشان‌دهنده، خود ابرازی بیشتر در فرد است.

یافته‌های پژوهش

در این بخش یافته‌ها با توجه به فرضیه‌ها و متغیرهای تحقیق، در چند محور اصلی مطرح می‌شود و پس از ذکر نتایج توصیفی تحقیق، به بحث پیرامون رابطه میزان و نوع مصرف بازی‌های رایانه‌ای و هریک از مؤلفه‌های هوش هیجانی می‌پردازیم.

یافته‌های آمار توصیفی

۱. میزان ساعات استفاده از بازی‌های رایانه‌ای: بر اساس با توجه به یافته‌های جدول ۱، از بین ۱۰۲ پاسخگو، بیشترین ساعات بازی با ۳۴/۳ درصد و تعداد ۳۵ نفر به "یک تا دو ساعت" و کمترین آن ۶/۹ درصد و ۷ مورد به "بیش از پنج ساعت" اختصاص داشته‌است.

جدول ۱ چگونگی توزیع فراوانی پاسخگویان براساس میزان ساعات استفاده از بازی‌های رایانه‌ای

میزان ساعات استفاده	فراوانی	درصد فراوانی
۰ تا ۱ ساعت	۲۹	۲۸/۴
۱ تا ۲ ساعت	۳۵	۳۴/۳
۳ تا ۵ ساعت	۱۲	۱۱/۸
بیش از ۵ ساعت	۷	۶/۹
کل	۸۳	۸۱/۴
از دست رفته	۱۹	۱۸/۶
جمع	۱۰۲	۱۰۰

۲. سابقه استفاده از بازی‌های رایانه‌ای: با توجه به یافته‌های جدول ۲، از بین ۱۰۲ پاسخگو، بیشترین سابقه استفاده از بازی رایانه‌ای با ۳۷/۵ درصد و تعداد ۳۳ به "بیش از ۸ سال" و کمترین آن ۹/۱ درصد و ۸ مورد به "صفر تا دو سال" اختصاص داشته‌است.

جدول ۲ چگونگی توزیع فراوانی پاسخگویان براساس سابقه استفاده از بازی‌های رایانه‌ای

سابقه بازی	فراوانی	درصد فراوانی
۰ تا ۲ سال	۸	۷/۸
۲ تا ۴ سال	۱۱	۱۰/۷
۴ تا ۶ سال	۲۲	۲۱/۶
۶ تا ۸ سال	۱۴	۱۳/۸
بالای ۸ سال	۳۳	۳۲/۴
کل	۸۸	۸۶/۳
از دست رفته	۱۴	۱۳/۷
جمع	۱۰۲	۱۰۰

۳. علاقه به بازی انواع سبک‌های بازی:

الف. بازی‌های ورزشی. با توجه به یافته‌های جدول ۳، از بین ۱۰۲ پاسخگو، بیشترین علاقه به بازی‌های ورزشی با ۴۹/۵ درصد و تعداد ۵۰ به گزینه "خیلی زیاد" و کمترین علاقه با ۸/۹ درصد و ۹ مورد به گزینه "کم" اختصاص داشته‌است. بازی‌های ورزشی معمولاً به دو دسته تقسیم می‌شوند: بازی‌های ورزشی ابر قهرمانی و بازی‌های ورزشی شبیه‌سازی. از معروف‌ترین بازی‌های این ژانر می‌توان به سری بازی‌های فوتبال اشاره کرد. که بر اساس سؤالات دیگری که در پرسشنامه مطرح شده بود، از جمله محبوب‌ترین بازی‌ها برای پاسخگویان محسوب می‌شد.

جدول ۳ چگونگی توزیع فراوانی پاسخگویان براساس علاقه به بازی‌های رایانه‌ای ورزشی

علاقه به بازی ورزشی	فراوانی	درصد فراوانی
خیلی کم	۱۱	۱۰/۸
کم	۹	۸/۹
متوسط	۱۵	۱۴/۸
زیاد	۱۶	۱۵/۶
خیلی زیاد	۵۰	۴۹
کل	۱۰۱	۹۹/۱
از دست رفته	۱	۰/۹
جمع	۱۰۲	۱۰۰

ب. بازی‌های مسابقه‌ای. با توجه به یافته‌های جدول ۴، از بین ۱۰۲ پاسخگو، بیشترین علاقه به بازی‌های مسابقه‌ای با ۳۴/۷ درصد و تعداد ۳۵ نفر به گزینه "خیلی زیاد" و کمترین علاقه با ۵ درصد و ۵ مورد به گزینه "خیلی کم" اختصاص داشته‌است.

جدول ۴ چگونگی توزیع فراوانی پاسخگویان براساس علاقه به بازی‌های رایانه‌ای مسابقه‌ای

علاقه به بازی مسابقه‌ای	فراوانی	درصد فراوانی
خیلی کم	۵	۴/۹
کم	۸	۷/۹
متوسط	۲۲	۲۱/۵
زیاد	۳۱	۳۰/۵
خیلی زیاد	۳۵	۳۴/۳
کل	۱۰۱	۹۹/۱
از دست رفته	۱	۰/۹
جمع	۱۰۲	۱۰۰

ج. بازی‌های اکشن. با توجه به یافته‌های جدول ۵، از بین ۱۰۲ پاسخگو، بیشترین علاقه به بازی‌های اکشن با ۵۵ درصد و تعداد ۵۵ نفر به گزینه "خیلی زیاد" و کمترین علاقه با ۶ درصد

و ۶ مورد به گزینه "خیلی کم" و "کم" اختصاص داشته است. بازی های اکشن به سه گروه بزرگ و پرتعداد تقسیم بندی می شود، به طور کلی به بازی هایی اکشن گفته می شود که دارای صحنه های اکشن زیادی در بازی باشند و بسیاری از بازی هایی که در دل خود حالت های تیراندازی یا شمشیری فراوان داشته باشند و بیشترین وقت بازی به انجام همین کارهای اکشن بازی بگذرد. چهار گروه کلی این سبک را اکشن ماجراجویی، جنگجویی (فایتینگ)، خیالی و تیراندازی است.

جدول ۵ چگونگی توزیع فراوانی پاسخگویان براساس علاقه به بازی های رایانه ای اکشن

علاقه به بازی اکشن	فراوانی	درصد فراوانی
خیلی کم	۶	۵/۹
کم	۶	۵/۹
متوسط	۱۲	۱۱/۷
زیاد	۲۱	۲۰/۷
خیلی زیاد	۵۵	۵۳/۹
کل	۱۰۰	۹۸/۱
از دست رفته	۲	۱/۹
جمع	۱۰۲	۱۰۰

د. بازی های استراتژی. با توجه به یافته های جدول ۶، از بین ۱۰۲ پاسخگو، بیشترین علاقه به بازی های استراتژی با ۳۱/۳ درصد و تعداد ۳۱ نفر به گزینه "خیلی زیاد" و کمترین علاقه با ۱۵ درصد و ۱۵/۲ مورد به گزینه "خیلی کم" اختصاص داشته است. بازی استراتژیک بازی هایی هستند که کنترل یک ملت یا گروه در اختیار کاربر است و باید به جمع آوری چیزهایی که برای ادامه حیات نیاز است پردازد و از نیروی فکر برای غلبه بر دشمنان خود استفاده کند. دو نوع کلی برای این بازی ها وجود دارد: بازی های استراتژی همزمان که به مدیریت دانش و منابع بستگی دارد. بازی کننده یگان های زیادی در اختیار دارد که باید آنها را در میدان جنگ علیه یک یا چند دشمن بچیند. بازی های استراتژی نوبتی که ریتم کندی دارد و به بازی کننده اجازه می دهد سر فرصت برای حرکت بعدی اش تصمیم بگیرد. وقتی بازی کننده در حال تصمیم گیری است بازی کاملاً متوقف می شود. وقتی که اولین بازی کننده زمان تصمیم گیری اش تمام شد نوبت به بازی کننده بعدی می رسد. آن قدر این اتفاق تکرار می شود که نوبت های هر دو طرف تمام شود. بعد رایانه خود به خود همه یگان ها را با توجه به دستورات دو طرف حرکت می دهد، برنده درگیری ها را تعیین می کند و نتیجه را به بازی کننده ها نشان می دهد.

جدول ۶ چگونگی توزیع فراوانی پاسخگویان براساس علاقه به بازی‌های رایانه‌ای استراتژی

علاقه به بازی استراتژی	فراوانی	درصد فراوانی
خیلی کم	۱۵	۱۴/۷
کم	۱۳	۱۲/۷
متوسط	۱۸	۱۷/۶
زیاد	۲۲	۲۱/۶
خیلی زیاد	۳۱	۳۰/۴
کل	۹۹	۹۷/۰۵
از دست رفته	۳	۲/۹۵
مجموع	۱۰۲	۱۰۰

۴. نوع بازی مورد علاقه. با توجه به یافته‌های جدول ۷، از بین ۱۰۲ پاسخگو، بیشترین نوع بازی مورد علاقه با ۶۵/۷ درصد و تعداد ۶۵ نفر به گزینه "هر دو مورد" و کمترین نوع بازی مورد علاقه با ۱۶/۲ درصد و ۱۶ مورد به گزینه "فردی" اختصاص داشته‌است.

جدول ۷ چگونگی توزیع فراوانی پاسخگویان براساس نوع بازی رایانه‌ای مورد علاقه

نوع بازی رایانه‌ای مورد علاقه	فراوانی	درصد فراوانی
فردی	۱۶	۱۵/۷
گروهی	۱۸	۱۷/۶
هر دو	۶۵	۶۳/۷
کل	۹۹	۹۷/۰۵
از دست رفته	۳	۲/۹۵
مجموع	۱۰۰	۱۰۰

نکته قابل توجه از یافته‌های جداول فوق، این است که دانش‌آموزان فارغ از نوع و سبک بازی، به همه انواع آن ابراز علاقه فراوان و تجربه انواع این بازی‌ها را نیز داشتند. براساس یافته‌های آمار توصیفی و مشاهدات انجام شده می‌توان گفت دانش‌آموزان مورد بررسی از جمله کاربران پرمصرف بازی‌های رایانه‌ای بودند و کاربر فراغتی یا گهگاهی محسوب نمی‌شدند بلکه غالباً به‌طور حرفه‌ای بازی‌ها را دنبال می‌کردند، این نکته به اهمیت بررسی ارتباط بین میزان و نوع مصرف این کاربران و هوش هیجانی ایشان می‌افزاید.

یافته‌های آمار استنباطی

جدول ۸ آزمون کای اسکوئر بین متغیر ساعات استفاده از بازی‌های رایانه‌ای و مؤلفه خودآگاهی هیجانی

میزان خطای دو طرفه	درجه آزادی	ارزش	
۰/۰۳۳	۳۹	۵۶/۶۸۸	آزمون کای اسکوئر پیرسون
۰/۲۵۳	۳۹	۴۴/۴۶۱	نسبت احتمال
۰/۰۶۴۰	۱	۳/۴۳۳	ارتباط خطی
		۹۷	تعداد موارد معتبر
۸/۲ درصد فراوانی مورد انتظار کمتر از ۵ دارند.			

با توجه به مقدار آزمون کای اسکوئر محاسبه شده در جدول ۸ به میزان ۵۶/۶۸۸ و درجه آزادی ۳۹ با ۵ درصد خطا و ۹۵ درصد اطمینان رابطه بین دو متغیر معنی دار است. به عبارت دیگر بین "میزان ساعت استفاده از بازی‌های رایانه‌ای و مؤلفه خودآگاهی هیجانی در هوش هیجانی" رابطه برقرار است. بین خودآگاهی هیجانی و میزان مصرف بازی رایانه‌ای دانش‌آموزان پسر تهرانی رابطه معناداری وجود دارد. لذا فرضیه "بین خودآگاهی هیجانی و میزان مصرف بازی رایانه‌ای دانش‌آموزان پسر تهرانی رابطه معناداری وجود دارد"، تأیید می‌شود.

۱۶۵

جدول ۹ آزمون کای اسکوئر بین متغیر سابقه از بازی‌های رایانه‌ای و مؤلفه خودآگاهی هیجانی

میزان خطای دو طرفه	درجه آزادی	ارزش	
۰/۰۴۲	۵۲	۷۰/۸۷۸	آزمون کای اسکوئر پیرسون
۰/۰۱۸	۵۲	۷۵/۶۴۴	نسبت احتمال
۰/۰۴۹	۱	۳/۸۷۳	ارتباط خطی
		۷۰	تعداد موارد معتبر
۲۱ درصد از موارد فراوانی کمتر از ۵ دارند.			

با توجه به مقدار آزمون کای اسکوئر محاسبه شده در جدول ۹، به میزان ۷۰/۸۷۸ و درجه آزادی ۵۲ با ۵ درصد خطا و ۹۵ درصد اطمینان رابطه بین دو متغیر معنی دار است. به عبارت دیگر بین "سابقه استفاده از بازی‌های رایانه‌ای و مؤلفه خودآگاهی هیجانی در هوش هیجانی" رابطه برقرار است. لذا فرضیه "بین خودآگاهی هیجانی و سابقه مصرف بازی رایانه‌ای دانش‌آموزان پسر تهرانی رابطه معناداری وجود دارد" تأیید می‌شود.

جدول ۱۰ آزمون کای اسکوتر بین متغیر میزان ساعات استفاده از بازی‌های رایانه‌ای و مؤلفه حل مسئله

میزان خطای دو طرفه	درجه آزادی	ارزش	
۰/۹۷	۴۸	۳۱/۳۵۹	آزمون کای اسکوتر پیرسون
۰/۸۳۷	۴۸	۳۸/۴۱۱	نسبت احتمال
۰/۳۴۱	۱	۰/۹۰۵	ارتباط خطی
		۹۰	تعداد موارد معتبر
۱۰ درصد فراوانی مورد انتظار کمتر از ۵ دارد.			

با توجه به مقدار آزمون کای اسکوتر محاسبه شده در جدول ۱۰، به میزان ۳۱/۳۵۹ و درجه آزادی ۴۸ با ۵ درصد خطا و ۹۵ درصد اطمینان رابطه بین دو متغیر معنی دار نیست، به عبارت دیگر بین "میزان ساعت استفاده از بازی‌های رایانه‌ای و مؤلفه حل مسئله در هوش هیجانی" رابطه معنی دار برقرار نیست. لذا فرضیه "بین توانایی حل مسئله و میزان مصرف بازی رایانه‌ای دانش آموزان پسر تهرانی رابطه معناداری وجود دارد"، رد می شود.

جدول ۱۱ آزمون کای اسکوتر بین متغیر سابقه استفاده از بازی‌های رایانه‌ای و مؤلفه حل مسئله

میزان خطای دو طرفه	درجه آزادی	ارزش	
۰/۲۱۷	۶۴	۷۲/۵۶۲	آزمون کای اسکوتر پیرسون
۰/۳۷۵	۶۴	۶۶/۹۸۳	نسبت احتمال
۰/۰۶۳	۱	۳/۴۶۹	ارتباط خطی
		۹۰	تعداد موارد معتبر
۱۰ درصد فراوانی مورد انتظار کمتر از ۵ دارد.			

با توجه به مقدار آزمون کای اسکوتر محاسبه شده در جدول ۱۱، به میزان ۷۲/۵۶۲ و درجه آزادی ۶۴ با ۵ درصد خطا و ۹۵ درصد اطمینان رابطه بین دو متغیر معنی دار نیست به عبارت دیگر بین "سابقه استفاده از بازی‌های رایانه‌ای و مؤلفه حل مسئله در هوش هیجانی" رابطه معنی دار برقرار نیست. لذا فرضیه "بین توانایی حل مسئله و سابقه مصرف بازی رایانه‌ای دانش آموزان پسر تهرانی رابطه معناداری وجود دارد"، رد می شود.

جدول ۱۲ آزمون کای اسکوتر بین متغیر میزان ساعات استفاده از بازی‌های رایانه‌ای و مؤلفه روابط میان فردی

میزان خطای دو طرفه	درجه آزادی	ارزش	
۰/۵۸۹	۴۸	۴۵/۱۸۲	آزمون کای اسکوتر پیرسون
۰/۴۱۵	۴۸	۴۹/۴۶۵	نسبت احتمال
۰/۷۰۹	۱	۰/۱۳۹	ارتباط خطی
		۹۰	تعداد موارد معتبر
۱۰ درصد فراوانی مورد انتظار کمتر از ۵ دارد.			

با توجه به مقدار آزمون کای اسکوتر محاسبه شده در جدول ۱۲، به میزان ۴۵/۱۸۲ و درجه آزادی ۴۸ با ۵ درصد خطا و ۹۵ درصد اطمینان رابطه بین دو متغیر معنی دار نیست؛ به عبارت دیگر بین "میزان ساعت استفاده از بازی‌های رایانه‌ای و مؤلفه روابط بین فردی در هوش هیجانی" رابطه برقرار نیست. لذا فرضیه "بین روابط میان فردی و میزان مصرف بازی رایانه‌ای دانش‌آموزان پسر تهرانی رابطه معناداری وجود دارد"، رد می‌شود.

جدول ۱۳ آزمون کای اسکوتر بین متغیر سابقه استفاده از بازی‌های رایانه‌ای و مؤلفه روابط میان فردی

میزان خطای دو طرفه	درجه آزادی	ارزش	
۰/۴۹۲	۶۸	۶۷/۵۵۷	آزمون کای اسکوتر پیرسون
۰/۵۹۹	۶۸	۶۴/۴۶۶	نسبت احتمال
۰/۰۵۵	۱	۳/۶۹۴	ارتباط خطی
		۹۰	تعداد موارد معتبر
۱۵/۳ درصد فراوانی مورد انتظار کمتر از ۵ دارد.			

با توجه به مقدار آزمون کای اسکوتر محاسبه شده در جدول ۱۳، به میزان ۶۷/۵۵۷ و درجه آزادی ۶۸ با ۵ درصد خطا و ۹۵ درصد اطمینان رابطه بین دو متغیر معنی دار نیست؛ به عبارت دیگر بین "سابقه استفاده از بازی‌های رایانه‌ای و مؤلفه روابط میان فردی در هوش هیجانی" رابطه معنی دار برقرار نیست. لذا فرضیه "بین روابط میان فردی و سابقه مصرف بازی رایانه‌ای دانش‌آموزان پسر تهرانی رابطه معناداری وجود دارد"، رد می‌شود.

جدول ۱۴ آزمون کای اسکوتر بین متغیر میزان ساعات استفاده از بازی‌های رایانه‌ای و مؤلفه واقع‌گرایی

میزان خطای دو طرفه	درجه آزادی	ارزش	
۰/۰۳۵	۴۸	۳۱/۳۵۹	آزمون کای اسکوتر پیرسون
۰/۰۳۷	۴۸	۳۸/۴۱۱	نسبت احتمال
۰/۰۴۱	۱	۰/۹۰۵	ارتباط خطی
		۹۰	تعداد موارد معتبر

۲۲ درصد فراوانی مورد انتظار کمتر از ۵ دارد.

با توجه به مقدار آزمون کای اسکوتر محاسبه شده در جدول ۱۴، به میزان ۳۱/۳۵۹ و درجه آزادی ۴۸ با ۵ درصد خطا و ۹۵ درصد اطمینان رابطه بین دو متغیر معنی دار است؛ به عبارت دیگر بین "میزان ساعات استفاده از بازی‌های رایانه‌ای و مؤلفه واقع‌گرایی در هوش هیجانی" رابطه برقرار است. لذا فرضیه "بین واقع‌گرایی و میزان مصرف بازی رایانه‌ای دانش‌آموزان پسر تهرانی رابطه معناداری وجود دارد"، تأیید می‌شود.

جدول ۱۵ آزمون کای اسکوتر بین متغیر سابقه استفاده از بازی‌های رایانه‌ای و مؤلفه واقع‌گرایی

میزان خطای دو طرفه	درجه آزادی	ارزش	
۰/۰۱۷	۶۴	۷۲/۵۶۲	آزمون کای اسکوتر پیرسون
۰/۳۷۵	۶۴	۶۶/۹۸۳	نسبت احتمال
۰/۰۱۳	۱	۳/۴۶۹	ارتباط خطی
		۹۹	تعداد موارد معتبر

۱۱/۴ درصد فراوانی مورد انتظار کمتر از ۵ دارد.

با توجه به مقدار آزمون کای اسکوتر محاسبه شده در جدول ۱۵، به میزان ۷۲/۵۶۲ و درجه آزادی ۶۴ با ۵ درصد خطا و ۹۵ درصد اطمینان رابطه بین دو متغیر معنی دار است؛ به عبارت دیگر بین "سابقه استفاده از بازی‌های رایانه‌ای و مؤلفه واقع‌گرایی در هوش هیجانی" رابطه برقرار است. لذا فرضیه "بین واقع‌گرایی و سابقه مصرف بازی رایانه‌ای دانش‌آموزان پسر تهرانی رابطه معناداری وجود دارد"، تأیید می‌شود.

۱۶۸

چهارم / سال بیست و ششم / شماره ۴

جدول ۱۶ آزمون کای اسکوتر بین متغیر میزان ساعات استفاده از بازی‌های رایانه‌ای و مؤلفه کنترل تکانش

میزان خطای دو طرفه	درجه آزادی	ارزش	
۰/۰۴۱	۵۴	۷۳/۳۷۰	آزمون کای اسکوتر پیرسون
۰/۰۶۶	۵۴	۷۰/۴۲۳	نسبت احتمال
۰/۹۶۳	۱	۰/۰۰۲	ارتباط خطی
		۹۱	تعداد موارد معتبر
۲۱/۹ درصد فراوانی مورد انتظار کمتر از ۵ دارد.			

با توجه به مقدار آزمون کای اسکوتر محاسبه شده در جدول ۱۶، به میزان ۷۳/۳۷۰ و درجه آزادی ۵۴ با ۵ درصد خطا و ۹۵ درصد اطمینان رابطه بین دو متغیر معنی‌دار است؛ به عبارت دیگر بین "میزان ساعت استفاده از بازی‌های رایانه‌ای و مؤلفه کنترل تکانش در هوش هیجانی" رابطه برقرار است. لذا فرضیه "بین کنترل تکانش و میزان مصرف بازی رایانه‌ای دانش‌آموزان پسر تهرانی رابطه معناداری وجود دارد"، تأیید می‌شود.

جدول ۱۷ آزمون کای اسکوتر بین متغیر سابقه استفاده از بازی‌های رایانه‌ای و مؤلفه کنترل تکانش

میزان خطای دو طرفه	درجه آزادی	ارزش	
۰/۲۱۸	۷۲	۸۱/۰۳۵	آزمون کای اسکوتر پیرسون
۰/۰۲۹۳	۷۲	۷۸/۰۳۱	نسبت احتمال
۰/۰۸۲	۱	۳/۰۱۷	ارتباط خطی
		۹۴	تعداد موارد معتبر
۲۰/۵ درصد فراوانی مورد انتظار کمتر از ۵ دارد.			

با توجه به مقدار آزمون کای اسکوتر محاسبه شده در جدول ۱۷، به میزان ۸۱/۰۳۵ و درجه آزادی ۷۲ با ۵ درصد خطا و ۹۵ درصد اطمینان رابطه بین دو متغیر معنی‌دار نیست؛ به عبارت دیگر بین "سابقه استفاده از بازی‌های رایانه‌ای و مؤلفه کنترل تکانش در هوش هیجانی" رابطه برقرار نیست. لذا فرضیه "بین کنترل تکانش و سابقه مصرف بازی رایانه‌ای دانش‌آموزان پسر تهرانی رابطه معناداری وجود دارد"، رد می‌شود.

جدول ۱۸ آزمون کای اسکوتر بین متغیر میزان ساعات استفاده از بازی‌های رایانه‌ای و مؤلفه انعطاف‌پذیری

میزان خطای دو طرفه	درجه آزادی	ارزش	
۰/۰۵۰	۵۱	۶۸/۶۹۰	آزمون کای اسکوتر پیرسون
۰/۰۷۱	۵۱	۳۸/۴۱۱	نسبت احتمال
۰/۹۳۶	۱	۰/۰۰۷	ارتباط خطی
		۹۳	تعداد موارد معتبر
۱۹/۳ درصد فراوانی مورد انتظار کمتر از ۵ دارد.			

با توجه به مقدار آزمون کای اسکوتر محاسبه شده در جدول ۱۸، به میزان ۶۸/۶۹۰ و درجه آزادی ۵۱ با ۵ درصد خطا و ۹۵ درصد اطمینان رابطه بین دو متغیر معنی دار است؛ به عبارت دیگر بین "میزان ساعت استفاده از بازی‌های رایانه‌ای و مؤلفه انعطاف‌پذیری در هوش هیجانی" رابطه برقرار است. لذا فرضیه "بین انعطاف‌پذیری و میزان مصرف بازی رایانه‌ای دانش‌آموزان پسر تهرانی رابطه معناداری وجود دارد"، تأیید می‌شود.

جدول ۱۹ آزمون کای اسکوتر بین متغیر سابقه استفاده از بازی‌های رایانه‌ای و مؤلفه انعطاف‌پذیری

میزان خطای دو طرفه	درجه آزادی	ارزش	
۰/۰۴۴	۷۲	۸۹/۱۱۳	آزمون کای اسکوتر پیرسون
۰/۰۶۹	۷۲	۷۵/۳۹۳	نسبت احتمال
۰/۰۳۶	۱	۰/۳۸۴	ارتباط خطی
		۹۶	تعداد موارد معتبر
۹ درصد فراوانی مورد انتظار کمتر از ۵ دارد.			

با توجه به مقدار آزمون کای اسکوتر محاسبه شده در جدول ۱۹، به میزان ۸۹/۱۱۳ و درجه آزادی ۷۲ با ۵ درصد خطا و ۹۵ درصد اطمینان رابطه بین دو متغیر معنی دار است، به عبارت دیگر بین "سابقه استفاده از بازی‌های رایانه‌ای و مؤلفه انعطاف‌پذیری در هوش هیجانی" رابطه برقرار است. لذا فرضیه "بین انعطاف‌پذیری و سابقه مصرف بازی رایانه‌ای دانش‌آموزان پسر تهرانی رابطه معناداری وجود دارد"، تأیید می‌شود.

نتیجه‌گیری

نتایج این پژوهش نشان داد اغلب دانش‌آموزان روزانه بین یک تا دو ساعت بازی رایانه‌ای می‌کنند و اغلب آنان بیش از ۸ سال است که پرداختن به بازی رایانه‌ای را شروع کرده‌اند، و این

مسئله حاکی از آن است که بازی‌های رایانه‌ای به‌عنوان بخش جدایی‌ناپذیر بازی‌های دوران کودکی این افراد بوده‌است. دانش‌آموزان انواع سبک‌های بازی‌های رایانه‌ای را انجام داده و به آن علاقه‌مند هستند.

نتایج این پژوهش برخی فرضیه‌های تحقیق را تأیید و برخی را رد کردند. فرضیه‌های تأیید شده عبارت‌اند از: معنی‌داری رابطه “خودآگاهی هیجانی”، “واقع‌گرایی”، “کنترل تکانش” و “انعطاف‌پذیری” با “میزان استفاده از بازی رایانه‌ای”؛ و همچنین معنی‌داری رابطه “خودآگاهی هیجانی”، “واقع‌گرایی”، “کنترل تکانش” و “انعطاف‌پذیری” با “سابقه استفاده از بازی رایانه‌ای”. فرضیه‌های معنی‌داری رابطه “روابط میان‌فردی” و “توانایی حل مسئله” با “میزان استفاده از بازی‌های رایانه‌ای” و معنی‌داری رابطه “روابط میان‌فردی” و “توانایی حل مسئله” با “سابقه استفاده از بازی‌های رایانه‌ای” فرضیه‌های رد شده این پژوهش هستند.

با توجه به نظریه استفاده و رضامندی و مدل هوش هیجانی بار-آن، که چهارچوب نظری این پژوهش بوده‌است عدم تأیید فرضیه در این مؤلفه‌ها را می‌توان این‌گونه تبیین کرد، از آنجایی که دانش‌آموزان مورد بررسی به بازی‌های رایانه‌ای گروهی و حضور در گیم‌نت‌ها برای بازی علاقه‌مند بودند، بازی با مؤلفه ارتباطات میان‌فردی ایشان (توانایی بر ایجاد و حفظ روابط رضایت‌بخش متقابل) رابطه معناداری نداشته‌است، چراکه بازی رایانه‌ای و محتوای آن به‌عنوان بخشی از روابط روزمره آنان با سایرین بوده، به‌ویژه وارد گفت‌وگوهای آنان با دوستانشان شده‌است. علاوه بر این سابقه و میزان استفاده از بازی‌های رایانه‌ای با مؤلفه حل مسئله رابطه معناداری نداشته‌است که می‌توان آن را این‌گونه توجیه کرد: حل مسئله توانایی تشخیص، خلق و به‌کارگیری راه‌حل‌های مؤثر است، این موضوع بیشتر در ارتباط با نوع بازی است که افراد انجام می‌دهند. برای مثال احتمالاً افرادی که بیشتر بازی استراتژیک انجام می‌دهند، در این مؤلفه مهارت پیدا کنند، اما افرادی که بیشتر بازی‌های اکشن یا مسابقه‌ای انجام می‌دهند در این مؤلفه تضعیف می‌شوند. از آنجایی که افراد مورد بررسی به انواع بازی‌ها علاقه‌مند بودند و آنها را انجام می‌دادند، ارتباط مؤلفه حل مسئله و میزان مصرف رسانه‌ای ایشان تأیید نشده‌است.

در نهایت باید اشاره کنیم که، پژوهش‌های تجربی نشان می‌دهند هوش هیجانی ممکن است بهترین پیش‌بینی‌کننده موفقیت در تمامی سطوح زندگی باشد و ابعاد هوش هیجانی می‌توانند پیامدهای مهم زندگی فرد را پیش‌بینی کنند. توجه به قابلیت‌های هیجانی در عصر حاضر نشان می‌دهد که در پرداختن به بازی‌های رایانه‌ای، علاوه بر انگیزش‌های موجود در خود بازی‌ها، افراط در بازی‌های رایانه‌ای متأثر از ویژگی‌های فردی-روانی کاربران هم هست. لذا پرداختن به آموزش هوش هیجانی در سطوح مختلف خانوادگی، اجتماعی و تحصیلی می‌تواند گامی مؤثر در ارتقای سطح بهداشت روان اعضای جامعه و ارتقای سواد رسانه‌ای در برخورد با رسانه‌های جدید باشد. افراد با هوش هیجانی بالاتر رژیم مصرف رسانه‌ای مناسب‌تری در پیش

می‌گیرند و این امر به خصوص در نوع مواجهه کاربران در بازی‌های رایانه‌ای و اینترنت مشهود است.

پیشنهادهای پژوهش

بر اساس نتایج و تجارب حاصل از این پژوهش، موارد زیر جهت پروژه‌های تحقیقاتی آتی و پژوهش‌های آزاد و آکادمیک پیشنهاد می‌شوند:

- بررسی ارتباط بین هوش هیجانی و مصرف رسانه‌ای در سطح گسترده‌تر در میان کاربران رسانه‌های گوناگون و با جنسیت و سنین متفاوت
- بررسی اثربخشی آموزش مهارت‌های هوش هیجانی بر رژیم مصرف رسانه‌ای کاربران
- بررسی نقش هریک از مؤلفه‌های هوش هیجانی در گرایش به انواع متفاوت بازی‌های رایانه‌ای
- مطالعه ارتباط هوش هیجانی و اعتیاد به بازی‌های رایانه‌ای و اینترنت
- مطالعه کیفیت حضور در شبکه‌های مجازی و بازی‌های آنلاین و ارتباط آن با مؤلفه‌های هوش هیجانی.

پی‌نوشت‌ها

۱. با عنوان EQ هم به کار می‌رود.

۲. www.tehranedu.ir

منابع

- آنسلمو، ساندر (۱۳۷۹)، *رشد در دوره اولیه کودکی*، ترجمه علی آخشینی، مشهد، آستان قدس رضوی.
- پاتر، دبلیو جیمز (۱۳۹۱)، *بازشناسی رسانه‌های جمعی با رویکرد سواد رسانه‌ای*. ترجمه امیر یزدیان، پیام آزادی و منا نادعلی، قم، مرکز پژوهش‌های اسلامی صدا و سیما.
- پاستر، مارک (۱۳۷۷)، *عصر دوم رسانه‌ها*، ترجمه غلامحسین صالحیار، تهران، انتشارات مؤسسه ایران.
- پویان‌فرد، علیرضا (۱۳۶۱)، *تئوری‌های اولیه بازی*، نام انتشارات مفقود.
- جعفری، نسیم؛ مریم فاتحی‌زاده (۱۳۹۰)، "پیش‌بینی اعتیاد به اینترنت بر پایه هوش هیجانی در دانشجویان دانشگاه اصفهان" *دانش و پژوهش در روانشناسی کاربردی*، شماره ۴۵، زمستان.
- داوری، رحیم (۱۳۸۶)، "رابطه خلاقیت و هوش هیجانی، با سبک‌های کنار آمدن با استرس"، *اندیشه و رفتار*، دوره دوم، شماره ۶ زمستان.
- ذکایی، محمدسعید و فاخره خطیبی (۱۳۸۵)، "رابطه حضور در فضای مجازی و هویت مدرن پژوهشی در بین کاربران اینترنتی جوان ایرانی" *فصلنامه علوم اجتماعی دانشگاه علامه طباطبائی*، شماره ۳۳، بهار.
- ذکایی، محمدسعید (۱۳۸۴)، "پسرهای جوان و ارزش‌های مردانگی"، *مجله جامعه‌شناسی ایران*، شماره ۳.
- ریترز، جورج (۱۳۷۴)، *نظریه جامعه‌شناسی در دوران معاصر*، ترجمه محسن ثلاثی، تهران، انتشارات جامعه‌شناسان.
- سایت آموزش و پرورش شهر تهران: www.tehranedu.ir
- سورین، ورنر؛ جیمز تانکارد (۱۳۸۱)، *نظریه‌های ارتباطات*، ترجمه علیرضا دهقان، تهران، انتشارات دانشگاه تهران.

شاوردی، تهمینه (۱۳۸۸)، "بررسی نظرات کودکان، نوجوانان و مادران نسبت به اثرات اجتماعی بازی‌های رایانه‌ای"، فصلنامه تحقیقات فرهنگی، سال دوم، شماره ۷.

شعبانی، جعفر (۱۳۹۳)، هوش هیجانی (مفاهیم، نظریه‌ها و کاربردها)، تهران، ساوالان.

شکرخواه، یونس (۱۳۷۹)، تکنولوژی‌های ارتباطی و جامعه اطلاعاتی، تهران، انتشارات اندیشه.

علیزاده، عبدالرحمان (۱۳۸۵)، "جوانان و بازی‌های رایانه‌ای: بررسی میزان و عوامل مؤثر بر گرایش دانش آموزان شهر تهران به بازی‌های رایانه‌ای"، پایان‌نامه کارشناسی ارشد، تهران، دانشکده علوم اجتماعی دانشگاه علامه طباطبائی.

فرقانی، محمدمهدی و عبدالرحمن علیزاده (۱۳۸۶)، "بررسی میزان استفاده جوانان از بازی‌های رایانه‌ای و عوامل مؤثر بر آن" فصلنامه علوم اجتماعی (دانشگاه علامه طباطبائی)، پاییز و زمستان شماره ۳۹-۳۸.

کوثری، مسعود (۱۳۸۷)، درآمدی بر بازی‌های رایانه‌ای و ویدیویی، تهران، نشر سلمان.

گرت، هانس‌هاینریش (۱۳۸۰)، منش فرد و ساختار اجتماعی (روانشناسی نهادهای اجتماعی)، مترجم افسانه افسری، تهران، آگاه.

مک‌کوایل، دنیس (۱۳۸۲)، مخاطب شناسی، ترجمه مهدی منتظر قائم، تهران، مرکز مطالعات و تحقیقات رسانه‌ها.

ویندال، سون و دیگران (۱۳۷۶)، کاربرد نظریه‌های ارتباطات، ترجمه علیرضا دهقان، تهران، مرکز مطالعات و تحقیقات رسانه‌ها.

Bar-On, R. (2006), "The Bar-On model of emotional_social intelligence (ESI)". *Psicothema*, 18 , spring. Available at <http://www.eiconsortium.org/>

Kun.B., Demetrovics.Z (2010), *Emotional Intelligence and Addictions: A Sysrematic Reviw.*, substance Use & Misue, 45.

Parker, J. D. A., Taylor, R. N., Eastabrook, J. M., Schell, S. L., & Wood, L. M. (2008), *Problem gambling in adolescence: Relationships with internet misuse, gaming abuse and emotional intelligence*. Personality and Individual Differences, 45.

Sanders, C. E., Field, T. M., Diego, M., & Kaplan, M. (2000), "The relationship of Internet use to depression and social isolation among adolescents". *Adolescence*, N.35.

