

Kompetencja społeczna i inteligencja emocjonalna a zaangażowanie w Internet

Podstawowym celem artykułu jest próba odpowiedzi na pytanie: dlaczego niektórzy ludzie angażują się w komunikację przez Internet; preferują tę formę kontaktu z innymi ludźmi, w porównaniu z naturalnymi relacjami bezpośrednimi.

Właściwościami psychologicznymi, które zostały wzięte pod uwagę przy wyjaśnianiu zjawiska zaangażowania w Internet, były kompetencja społeczna i inteligencja emocjonalna. Badanie miało charakter kwestionariuszowy, zostało przeprowadzone za pośrednictwem poczty elektronicznej (*e-mail*) na 48-osobowej grupie użytkowników Internetu.

Wyniki wskazują, że wysoki poziom zaangażowania w Internet jest istotnie związany z niższym poziomem kompetencji społecznych i inteligencji emocjonalnej, deklarowanym przez osoby badane. Uzyskane zależności wydają się także zgodne z badaniami innych autorów, zajmujących się problematyką Internetu. Kompetencja społeczna i inteligencja emocjonalna, traktowane jako predyktory, wyjaśniały 23% wariancji całkowitej zaangażowania w Internet (zmiennej zależnej, będącej tu konsekwencją posiadanych kompetencji). Wynik ten sugeruje, że należy poszukiwać jeszcze innych charakterystyk indywidualnych (np. cechy osobowości, style poznawcze itp.), które wspólnie z kompetencją społeczną i inteligencją emocjonalną mogą przyczyniać się do korzystania z Internetu i zaangażowania w to medium.

Słowa kluczowe: społeczeństwo, komunikacja, Internet, kompetencja społeczna, inteligencja emocjonalna.

Co sprzyja kształtowaniu satysfakcjonujących relacji z innymi ludźmi

Kompetencja społeczna

Od wielu lat poszukuje się przyczyn, które wyjaśniałyby, dlaczego niektórzy nawiązują satysfakcjonujące relacje z innymi, osiągają zamierzone cele, są zadowoleni z życia, dobrze radzą sobie w kontaktach społecznych, są lubiani. Pierwszą próbą wyjaśnienia tych różnic w funkcjonowaniu ludzi była koncepcja „inteligencji społecznej” Thorndike’a, ujmowana jako „zdolność do rozumienia innych ludzi i mądrego postępowania w stosunkach z nimi” (por. Kurcz 2000). Także inni naukowcy zauważyli konieczność umieszczenia inteligencji społecznej obok tych właściwości jednostki, które warunkują sprawne jej funkcjonowanie. Zarówno Guilford, jak i Cattel wymieniają ją w swoich koncepcjach jako jeden z czynników wpływających na ogólną inteligencję. Zdolności te określane są czasem jako „inteligencja praktyczna” czy „interpersonalna” (Plewicka 1981). Pojawiają się próby łączenia inteligencji społecznej z empatią, wrażliwością społeczną, asertywnością czy zdolnością do decentracji. Mówi się o „psychicznej zdolności prawidłowego oceniania uczuć, nastrojów i motywacji jednostek” (Wedek 1947; za: Plewicka 1981), czy umiejętności rozumienia i wglądu w czyjś punkt widzenia (decentracja), jako podstawie dla funkcjonalnej komunikacji interpersonalnej (Kurcz 2000).

Nawiązując do koncepcji Thorndike’a (por. Kurcz 2000), powinno się jeszcze zwrócić uwagę na dwa aspekty pojęcia inteligencji społecznej, dotyczące rozumienia i działania. W myśl tego Matczak (1997) wprowadza rozróżnienie między inteligencją społeczną a kompetencją społeczną, terminami często używanymi zamiennie. Otóż tzw. inteligencja społeczna warunkuje, wraz z innymi cechami intelektu (inteligencją werbalną, przestrzenną itd.) i zmiennymi osobowościowo-temperamentalnymi (np. ekstraintrowersja, empatia, orientacja poznawcza czy poziom reaktywności), powstawanie kompetencji społecznej. Kompetencja społeczna nabywana jest w trakcie treningu społecznego, jaki jednostka przechodzi w ciągu życia (którego skuteczność zależy właśnie od owych intelektualnych i osobowościowych właściwości) i oznacza wyuczoną umiejętność, pozwalającą na efektywne zastosowanie jej w sytuacjach społecznych. Są to zarówno schematy operacyjne (konkretne kompetencje i umiejętności), jak i wiedza społeczna (znajomość reguł, ukryte teorie osobowości itp.). Tak więc nie wystarczy być inteligentnym społecznie, trzeba jeszcze umieć ten potencjał wykorzystać. Dopiero tak pojęta kompetencja społeczna umożliwia nam rozumienie i działanie.

W związku z różnorodnością podejść i terminów stosowanych przy problematyce kompetencji społecznej, pewną próbę usystematyzowania podjęła Jakubowska (1996). Autorka proponuje patrzeć na interesujące nas zjawisko jako na zdolno-

ści/umiejętności ogólne (niespecyficzne, ujawniające się we wszystkich sytuacjach społecznych) z jednej strony, z drugiej natomiast jako specyficzne umiejętności radzenia sobie w konkretnych sytuacjach (ujawniające się bądź nie, w zależności od kontekstu).

W skład kompetencji społecznej rozumianej jako zdolności ogólne wchodzi: umiejętność adaptacyjna (zdolność przystosowania się i plastyczności zachowań w różnych kontekstach sytuacyjnych); umiejętność budowania więzi emocjonalnej (zdolność do tworzenia satysfakcjonujących relacji emocjonalnych i otrzymywania społecznego wsparcia); umiejętność efektywnego komunikowania się (zdolność do właściwego odczytywania intencji i interpretacji cudzych komunikatów, oraz odpowiedniego na nie reagowania); zdolność osiągania własnych celów (sprawczość w działaniu i kontaktach interpersonalnych).

Kompetencja społeczna jako specyficzna umiejętność radzenia sobie w różnych sytuacjach społecznych oznacza, że określony kontekst sytuacyjny (np. randka, przemówienie czy spór) wymaga użycia określonej strategii działania, a o kompetencji społecznej świadczy skuteczność zastosowanej strategii w osiągnięciu zamierzonego celu. W ten sposób może się okazać, że jedni ludzie funkcjonują lepiej w pewnych sytuacjach (narzucających uczestnikom odmienny cel), drudzy, z kolei, są lepsi w innych (Argyle 1991; za: Matczak 1997).

Przedstawiony wyżej przegląd sposobów ujmowania kompetencji społecznej zakłada, że posługiwanie się tym terminem nie ogranicza się tylko do umiejętności czy zdolności, lecz dotyczy także jego wykonawczego aspektu. Podsumowując, na kompetencję społeczną składają się psychiczne dyspozycje, które pozwalają na zdobywanie pewnych umiejętności (adaptacyjnych, komunikacyjnych, emocjonalnych, zadaniowych i sprawczych) ujawniających się w procesie porozumiewania się z innymi, umożliwiającymi realizację potrzeb jednostki. Jak pisze Jakubowska (1996, s. 39), „miarą tak rozumianej kompetencji społecznej byłoby efektywne porozumiewanie się, tj. takie, które umożliwia człowiekowi społeczną adaptację, pozwalając równocześnie na osiągnięcie celów instrumentalnych i/lub interpersonalnych”.

Inteligencja emocjonalna

Wcześniej wspomniano, co warunkuje kształtowanie się kompetencji społecznej. W poszczególnych umiejętnościach była wymieniana zdolność do empatii, decenteracji, samokontroli i innych, bezpośrednio związanych ze sferą emocjonalną człowieka. Właściwe „zarządzanie” emocjami, zarówno wewnątrz siebie, jak i w relacjach z innymi ludźmi, pozwala na wspomaganie poznawczego aspektu naszego intelektu, stanowiąc o skuteczności w naszych stosunkach interpersonalnych (Mayer i Salovey 1999).

Pojęcie „inteligencji emocjonalnej” po raz pierwszy zaproponowali Salovey i Mayer (1999). Przy jej sformułowaniu korzystali z wcześniejszego dorobku

Gardnera (1983), który rozwinął teorię inteligencji wielorakiej (*multiple intelligences*), gdzie, obok innych składowych, wymienił inteligencję intrapersonalną i interpersonalną, czyli zdolności do rozumienia swoich stanów emocjonalnych oraz intencji i emocji innych, w radzeniu sobie z ludźmi. Autorzy twierdzą, że inteligencja emocjonalna obejmuje umiejętność właściwej percepcji, oceny i wyrażania emocji, umiejętność dostępu do uczuć, zdolność ich generowania w momentach, gdy mogą wspomóc myślenie, umiejętność rozumienia emocji i ich regulowania w taki sposób, by wspomagać rozwój emocjonalny i intelektualny (Mayer i Salovey 1999). Tak rozumiana inteligencja emocjonalna staje się podstawą do wykształcenia konkretnych kompetencji, pozwalających człowiekowi na funkcjonalne zachowania w różnych sytuacjach.

Skupmy się teraz na tych aspektach inteligencji emocjonalnej, w których przejawia się jej znaczenie dla budowania satysfakcjonujących relacji z otoczeniem i zaspokajania potrzeb. Teoria ta, jako najbardziej podstawowe dla kształtowania inteligencji emocjonalnej, wymienia umiejętności właściwej oceny uczuć własnych oraz adekwatnego ich wyrażania. Od dziecka uczymy się identyfikować uczucia, rozróżniać je i klasyfikować, aby w późniejszych okresach życia umieć precyzyjnie określić własne potrzeby oraz potrafić dostrzegać niuanse między subtelnymi, czasem wręcz sprzecznymi stanami emocjonalnymi motywującymi do działania (Mayer i Salovey 1997). Wiąże się z tym także ekspresja emocji, czyli komunikowanie własnych uczuć, tak aby stały się one wskazówką dla uczestników interakcji i bezpośrednio wpływały na jej jakość i przebieg (Goleman 1995). Braki w tej sferze funkcjonowania, niewłaściwe reagowanie na specyfikę sytuacji i jej uczestników, nieznanostwo reguł rządzących interakcją powodują problemy, m.in. w nawiązywaniu i utrzymywaniu właściwych relacji społecznych.

Uczucia można dostrzegać nie tylko u siebie, ale także u innych ludzi. Z umiejętnością rozpoznawania i właściwego odczytywania intencji i stanów emocjonalnych innych, a także właściwego na nie reagowania wiąże się pojęcie empatii, wymieniane także przy okazji nabywania umiejętności komunikacyjnych (por. Kurcz 2000). Empatia jest podstawą zachowań altruistycznych i prospołecznych. Liczne badania wskazują, że osoby plasujące się wysoko na tym wymiarze posiadają wyższy status społeczny w grupie oraz więcej i bardziej satysfakcjonujących relacji interpersonalnych (Eisenberg, Fabes i Losoya 1999).

Do sprawnego funkcjonowania w wysoce zorganizowanym i znormalizowanym społeczeństwie bardzo ważna jest umiejętność regulacji emocji. Regulacja (czy inaczej samoregulacja) łączy w sobie m.in. zdolność do tolerowania często nieprzyjemnych stanów emocjonalnych; powstrzymywania się od wyrażania pewnych emocji i zaspokajania popędów w różnych sytuacjach; elastycznego sterowania własnymi działaniami, myślami i uczuciami; regulacji napięcia emocjonalnego. Umiejętności te oparte są na świadomej refleksji doznawanych i wyrażanych uczuć, prowadząc do strategicznego wykorzystania wiedzy o emocjach i zdolno-

ściach ich ekspresji w kontakcie z innymi ludźmi. Optymalna samoregulacja przyczynia się do osiągnięcia stanu dobrego samopoczucia, poczucia własnej skuteczności i łączności z innymi oraz osiągania wyznaczonych przez jednostkę celów (Saarni 1999).

Podsumowując rozważania na temat inteligencji emocjonalnej, warto postawić się słowami Golemana (1997): „Umiejętność właściwego obcowania z innymi jest cechą inteligencji emocjonalnej (...). Osoby, które wywierają wspaniałe wrażenie, potrafią na ogół doskonale kontrolować wyrażanie swoich emocji, są też wyczulone na sposoby reagowania innych osób, dzięki czemu potrafią stale dostosowywać się do cudzych emocji, aby mieć pewność, że osiągną pożądaną efekt” (s. 187–193).

Dotychczasowe teorie kompetencji społecznej i inteligencji emocjonalnej oparte były głównie na badaniach i analizie sytuacji w kontakcie bezpośrednim, gdzie człowiek ma do dyspozycji wszystkie kanały dla transferu informacji i uczuć. Przyjrzymy się teraz komunikacji za pośrednictwem Internetu – najdoskonalszemu z istniejących mediów – i jego właściwościom (możliwościom i ograniczeniom) w kontekście pełnienia przez niego funkcji społecznych i zaspokajania ludzkich potrzeb.

Internet jako alternatywna forma kontaktu

Sposób, w jaki sposób będziemy się komunikować, będzie rzutował na to, w jakim stopniu zaspokoimy potrzebę bycia człowiekiem – istotą społeczną. Najbardziej pierwotną i jednocześnie podstawową (aż do dzisiaj) formą komunikacji jest kontakt bezpośredni, implikujący uczestnictwo wszystkich modalności dostępnych człowiekowi. Jest on najpełniejszą, najdoskonalszą i najbardziej efektywną formą relacji interpersonalnych. Wraz z rozwojem społeczeństw (przestrzennym i technologicznym) na tym bazowym wzorcu komunikowania, z konieczności zapewnienia kontaktu zostają nadbudowane różne techniki porozumiewania się, zwane mediami. Jak pisał McLuhan (1975), „media są przedłużeniami naszych zmysłów”, trafnie odzwierciedlając ich naturę – pośrednicząc w kontakcie z rzeczywistością i drugim człowiekiem, przełamując bariery czasu i przestrzeni, umożliwiając „bezpieczny kontakt z nieznanym”.

Najbardziej rozwiniętym medium w dzisiejszych czasach jest Internet, pozwalający na interaktywny, multimedialny i natychmiastowy kontakt z innymi ludźmi, bez względu na fizyczną odległość dzielącą członków interakcji. Aby mówić o Internecie w kategoriach zaspokajania przez niego różnych potrzeb, należy wykazać, że pozwala on na ustanawianie prawdziwych i głębokich relacji interpersonalnych, opartych na dzieleniu się emocjami i uczuciami.

Ograniczenia nakładane na Internet

Zarzuty pod adresem Internetu dotyczą głównie braku bezpośredniego kontaktu (za czym idzie ograniczenie kanałów, którymi przekazywane są komunikaty niewerbalne i treści emocjonalne) oraz anonimowość osób komunikujących się. Culnan i Markus (1987; za: Pistol-Danio 1998) nawiązując do ograniczeń, jakimi cechuje się Internet, zaproponowali tzw. teorię zredukowanych wskazówek (*cues filtered out theory*), twierdząc, że komputer filtruje znaczną liczbę informacji niezbędnych do nawiązania i utrzymania satysfakcjonujących relacji interpersonalnych, a dostępnych w kontakcie bezpośrednim. Wymieniają m.in. mowę ciała, właściwości wokalne, wygląd zewnętrzny. Z kolei Sproull i Kiesler (1986) podkreślają brak kontekstu sytuacyjnego, ram społecznych, w których odbywa się komunikacja, co powoduje, że kontakty przez Internet są zdepersonalizowane i nieadaptacyjne. Baym (1995; za: Chenault 1998) nazywa Internet „społeczną próżnią”.

Tożsamość i atrakcyjność jednostki odgrywa znaczącą rolę w komunikacji. Identyfikacja jest kluczowa dla zrozumienia i oceny interakcji – czy osoba jest wiarygodna, czy nie i jakie ma intencje, wpływa na sposób jej oceny (Aronson 1995). Według Nęcki (1996), podczas kontaktu z nieznaną osobą dochodzi do szybkiego „rozpoznania” partnera, co pozwala obu stronom podjąć decyzje o przerwaniu lub kontynuacji interakcji. Owo rozpoznanie polega właśnie na wnioskowaniu z zewnętrznych cech partnera i kontekstu społecznego. W Internecie w zasadzie jedynym dostępnym narzędziem porozumiewania się i autoprezentacji jest przekaz pisemny (Donath 1996), brak jest zatem tych wszystkich wskazówek, które w realnym świecie pomagają nam w określeniu, jak się zachować, ile powiedzieć o sobie, czy ujawniać swoje prawdziwe uczucia, jaka będzie reakcja itd. (Mehrabian 1981; za: Chenault 1998). Zgodnie z teorią Altmana i Taylora (1973; za: Chenault 1998), miarą pozytywnych relacji, nawiązania satysfakcjonującego silnego kontaktu jest właśnie poziom „samoujawniania się” i „głębokość” wymiany emocjonalnej. „Odkrywanie” prowadzi do lubienia, lubienie do „odkrywania”. Takie spojrzenie związane jest także z teorią „redukcji niepewności” – większa wiedza o partnerze prowadzi do rozwoju zaufania, poczucia intymności i bliskości, rozwoju relacji interpersonalnych (Parks i Adelman 1983). Lea i Spears (1995), uwypuklając argumenty przeciwko Internetowi, wymieniają główne cechy, niezbędne do nawiązania, podtrzymania i rozwoju relacji interpersonalnych: obecność fizyczną, komunikację niewerbalną, częstotliwość kontaktu, informacje o partnerze i kontekście społecznym.

Podsumowując, komunikacja przez Internet oparta na przekazie pisemnym, ze zredukowaną liczbą wskazówek niewerbalnych i sytuacyjnych, postrzegana jest przez wyżej wymienionych autorów jako nieludzka, pozbawiona tła emocjonalnego, fałszywa, a nawet wroga. Sądzą oni, że niemożliwe jest nawiązanie satysfakcjonujących relacji interpersonalnych, a idea wspólnoty, społeczeństwa jest tylko iluzją.

Internet jako medium społeczne

Czy rzeczywiście zarzuty te są uzasadnione? Czy kontakt z drugim człowiekiem w Internecie sprowadza się do kontaktu z „zimnym ekranem”, pozbawionym emocji? Niewątpliwie ograniczenia Internetu obiektywnie istnieją, jednak ludzie nauczyli się przekraczać te bariery w dążeniu do nawiązania satysfakcjonujących relacji z innymi, w niektórych nawet przypadkach przeobrażając wstępne ograniczenia w nowe możliwości, niedostępne niekiedy w kontakcie „twarzą w twarz”.

To, że Internet może być traktowany jako medium społeczne, potwierdzają badania i analizy licznych autorów zajmujących się problematyką tworzenia społeczności internetowych. Parks i Floyd (1996) w badaniach dotyczących grup dyskusyjnych otrzymali wyniki, że aż 60% badanych deklarowało nawiązanie bliskich kontaktów interpersonalnych. Im głębszy kontakt został nawiązany, tym większy był poziom bliskości emocjonalnej, intymności, zależności, zaangażowania i odpowiedzialności za partnera.

Wellman i Gulia (1995) uważają, że wprawdzie Internet został stworzony dla przekazywania informacji, ale ludzie sami zweryfikowali jego możliwości, używając go do zaspokajania potrzeb społecznych, poczucia przynależności, wsparcia społecznego i emocjonalnego. Smolowe (1994; za: Chenault 1998) dowodzi, że aż 80% osób korzystających z komunikacji za pośrednictwem sieci komputerowych robi to w poszukiwaniu kontaktów społecznych, towarzystwa i wspólnoty. Podobne rezultaty uzyskali McCormick i McCormick (1992), którzy w badaniach nad treścią wiadomości przekazywanych przez Internet wykazali, że mniej niż połowa korespondencji dotyczyła spraw zadaniowych; cała reszta miała charakter wysoce intymnej relacji, co może wskazywać na społeczne funkcje Internetu.

W tym samym kierunku idą rozważania Rheingolda (1996). Opisuje on swoje doświadczenia jako uczestnika *The WELL (Whole Earth Lectronic Link)* – komputerowego systemu konferencyjnego. Porównuje tę formę kontaktu do pubu, funkcjonującego 24 godziny na dobę, gdzie zawsze można spotkać kogoś godnego uwagi, z kim można podzielić się swoimi uczuciami i spostrzeżeniami na dowolny temat. Szczególną uwagę zwraca na takie cechy Internetu, jak poczucie wspólnoty, bezpieczeństwa, wsparcia emocjonalnego i afiliacji. Przedstawia kontakty przez Internet jako „emocjonalną więź niewidocznych przyjaciół”, będących członkiem „wirtualnej społeczności” – wspólnoty nie pod względem lokalizacji, ale pod kątem zainteresowań i potrzeb. Suler (1998) dokonuje szczegółowego przeglądu, w jaki sposób kontakt przez Internet pomaga w realizacji niemalże wszystkich potrzeb wymienianych przez Maslowa (1964), uwypuklając „zdolności” Internetu do transferu treści emocjonalnych i ustanawiania bliskich więzi interpersonalnych, poczucia uczestnictwa i przynależności do tworzonego społeczeństwa.

Ludzie różnią się pod względem tego, jakie potrzeby chcą realizować w Internecie. Tak zwani *light-users*, czyli osoby rzadko korzystające z Internetu, poszukują tam głównie informacji, zaspokajając potrzebę poszerzenia wiedzy, a potrzebę kontaktu z innymi ludźmi pozostawiają zwykle komunikacji w rzeczywistym świecie. W tym celu używają głównie asynchronicznych form komunikacji, takich jak *e-mail*, strony *www* i *Grupy dyskusyjne*. Z kolei *heavy-users* deklarują, że Internet pozwala im na zaspokajanie potrzeb społecznych. Szukają tam nowych znajomości, towarzystwa, wsparcia społecznego, wybierając bardziej interaktywne formy komunikacji (*IRC*, *Chat*, *MUD*) (Hellerstain 1985; Young 1997). Różnią się także od sporadycznych użytkowników częstotliwością oraz czasem, jaki poświęcają na kontakt przez Internet (Young 1997). Wyniki badań wskazują także na nawiązanie przez te osoby znacznie głębszych i bogatszych emocjonalnie relacji z innymi „mieszkańcami wirtualnej społeczności” (Parks i Floyd 1996). Wydaje się to zgodne z twierdzeniem Walthera (1993), iż nawiązanie satysfakcjonujących relacji interpersonalnych w Internecie jest możliwe, i związane jest głównie z czasem, jaki należy poświęcić na ich ustanowienie, a nie z jakościowo odmiennymi procesami, które, zdaniem innych autorów, stanowią tylko namiastkę, iluzję prawdziwego społeczeństwa i uczestnictwa. Lea i Spears (1995) takie krytyczne podejście do Internetu wiążą z błędnymi założeniami, że nawiązanie poprawnych relacji interpersonalnych możliwe jest tylko w rzeczywistym świecie (gdzie partnerzy są obecni fizycznie), nie dostrzegając zupełnie faktów płynących z badań nad komunikacją zapośredniczoną przez to medium.

Druża strona anonimowości

Brak bezpośredniego kontaktu oraz względna anonimowość członków interakcji w Internecie to główny obszar ataków i krytyki tego medium, które w sposób oczywisty utrudniają i wydłużają nawiązywanie relacji. Jednak z drugiej strony, mogą być traktowane jako warunki sprzyjające realizacji potrzeb niektórych użytkowników (Young 1997). Anonimowość i brak fizycznego kontaktu stwarzają poczucie bezpieczeństwa – restrykcje za nieadekwatne społecznie zachowania nie są tak silne jak w rzeczywistym świecie. Zatem pewne osoby mogą przechodzić w Internecie swoisty trening umiejętności społecznych, „wypробowywać” różne sposoby i techniki zachowania, w zależności od sytuacji i uczestników (Bruckman 1992; za: Parks i Floyd 1996).

Ryzyko łączące się z nawiązaniem interakcji i koszty jej zakończenia dzięki tym „ograniczeniom” Internetu są zminimalizowane, przez co staje się on atrakcyjnym medium dla ludzi nieśmiałych (Miller 1995). Możemy „stanąć z boku”, „przyjrzeć się” prowadzonej komunikacji i po przemyśleniu sami zdecydować czy wziąć w niej udział. Odwrotnie niż w rzeczywistym świecie, gdzie najpierw spotykamy ludzi, aby ich poznać – w Internecie najpierw możemy poznać, aby zdecydować o spotkaniu (Rheingold 1996).

O Internecie często mówi się jako o „medium demokratycznym”, wyrównującym szanse, dającym jednakowy status wszystkim użytkownikom (Baym 1995; za: Chenault 1998). W związku z tym, że komunikacja oparta jest głównie na tekście, jednostka może uwolnić się od wielu stereotypów związanych np. z płcią, wiekiem, pochodzeniem czy wyglądem zewnętrznym, które w rzeczywistym świecie powodują niekiedy błędne atrybucje (Donath 1997; Lewicka i Wojciszke 2000). Jest to także ogromna szansa dla ludzi kalekich, upośledzonych, niepełnosprawnych. W Internecie te rzeczy nie mają znaczenia, liczy się to, co ktoś ma do powiedzenia, jakie wartości sobą reprezentuje, czy jest kompetentny merytorycznie.

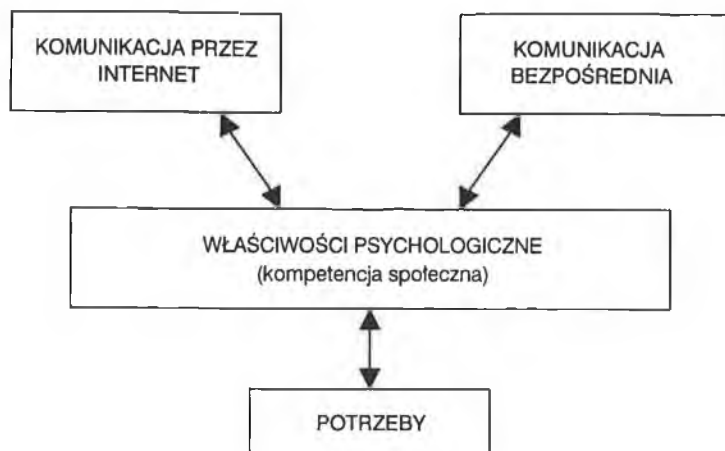
W świecie fizycznym obowiązuje zasada: „jedno ciało – jedna tożsamość”. Internet dzięki swym właściwościom i liczbie oferowanych usług umożliwia tworzenie tylu elektronicznych osobowości, ile tylko zdołamy wykreować (Donath 1997). Pozwala to na prezentację siebie z różnych stron w taki sposób, w jaki chcemy się zaprezentować. Sami „zarządzamy” swoim obrazem, jak pisze Suler (1998): „chcemy być zauważeni, ale nie oglądani”, zwracając uwagę innych na te cechy naszej osoby, które właśnie chcemy pokazać. Internet jest zatem swego rodzaju „halą treningową” dla różnych osobowości, spełnieniem snu o Ja idealnym, niemożliwym do osiągnięcia w świecie fizycznym (Young 1997).

Problemy badawcze

Przytoczone w poprzednim rozdziale właściwości Internetu mogą okazać się niezwykle atrakcyjne dla osób, które mają problemy w nawiązywaniu i utrzymywaniu satysfakcjonujących relacji z innymi ludźmi w rzeczywistym świecie, co z kolei jest konsekwencją posiadanych kompetencji społecznych i emocjonalnych. „Bezpieczna anonimowość” Internetu z jednej, a potencjał społeczny, jaki zawiera w sobie to medium, z drugiej strony, może być przesłanką, dla jakiej ludzie o niskim poziomie ww. kompetencji będą korzystali z Internetu w celu realizacji wielu potrzeb, coraz bardziej angażując się w to medium i zapośredniczoną przez nie komunikację. Relację tę obrazuje proponowany poniżej model, ujmujący podstawowy problem tego tekstu: dlaczego pewni ludzie preferują komunikację (kontakt) z innymi ludźmi przez Internet, w porównaniu z naturalnymi kontaktami bezpośrednimi? Czy pewne cechy (kompetencja społeczna i inteligencja emocjonalna) predestynują ludzi do większego zaangażowania w to medium?

Aby sprawdzić przydatność tego modelu, należy postawić pytania wynikające z przeprowadzonych wcześniej rozważań:

1. Czy i w jaki sposób ludzie wysoko zaangażowani w korzystanie z Internetu różnią się pod względem kompetencji społecznej i inteligencji emocjonalnej od ludzi nisko zaangażowanych.



Rycina 1. Kompetencja społeczna i inteligencja emocjonalna a zaangażowanie w Internet. Preferowana forma kontaktu w zależności od posiadanych cech psychologicznych.

2. Czy i w jakim stopniu kompetencja społeczna i inteligencja emocjonalna są predyktorami zaangażowania w Internet.

Metoda

Osoby badane

Badanie kwestionariuszowe przeprowadzono w 48-osobowej grupie ochotników, rekrutujących się spośród użytkowników polskich grup dyskusyjnych, kanałów IRC oraz studentów Szkoły Wyższej Psychologii Społecznej. Osoby badane przydzielone zostały do grup o niskim ($n = 24$) i wysokim ($n = 24$) poziomie zaangażowania w Internet. Podział został przeprowadzony względem mediany ($Me = 83,5$) wyników uzyskanych w kwestionariuszu mierzącym poziom zaangażowania w Internet (zmienna grupująca).

Narzędzia

Kwestionariusz zaangażowania w Internet. Jest to zmodyfikowana przez autora niniejszego badania wersja polskiej adaptacji kwestionariusza mierzącego uzależnienie od Internetu (adaptacja i normalizacja autorstwa Szmajdzińskiego, 1999; oryginalne narzędzie wraz z opisem znaleźć można w: tamże). Modyfikacja polegała na usunięciu z 5-punktowej skali typu Likerta pozycji „nie mam zdania”

i miała na celu ukierunkowanie odpowiedzi badanych (bardziej przejrzysty przydział do grup o wysokim i niskim natężeniu zaangażowania w Internet). Rzetelność wykorzystanego kwestionariusza zaangażowania w Internet wyniosła $\alpha = 0,92$.

Kwestionariusz kompetencji społecznej KKS. Do pomiaru kompetencji społecznej wykorzystano część oryginalnego kwestionariusza KKS-A – tzw. skalę G (składającą się z 17 pozycji wyodrębnionych na podstawie analizy czynnikowej wszystkich pozycji testowych), jako zawierającą największy ładunek czynnika społecznego. Założenia teoretyczne kompetencji społecznej, na podstawie których powstał ten kwestionariusz, przedstawione zostały w rozdziale drugim (Matczak 1997). Biorąc pod uwagę wewnętrzną rzetelność skali G ($\alpha = 0,88$) i jej korelację z wynikiem łącznym Kwestionariusza KKS-A ($r = 0,90$; $p < 0,001$) można uznać tę skalę za niejako konkurencyjną wobec całego narzędzia (Matczak 1997). Rzetelność skali G w opisywanych badaniach osiągnęła wartość $\alpha = 0,89$.

Kwestionariusz inteligencji emocjonalnej INTE. Przy pomiarze inteligencji emocjonalnej (podstawy teoretyczne już zostały przedstawione w tym tekście) posłużono się oryginalnym Kwestionariuszem Inteligencji Emocjonalnej INTE (por. Jaworowska i Matczak 2001). Rzetelność wykorzystanego w badaniu kwestionariusza wyniosła $\alpha = 0,88$, co potwierdza dobre parametry psychometryczne tego narzędzia.

Procedura

Badanie zostało przeprowadzone za pośrednictwem poczty elektronicznej (za zgodą autorów kwestionariuszy). Anons o prowadzonym badaniu został umieszczony na wybranych 40 polskich Grupach dyskusyjnych o różnej tematyce oraz na dostępnych kanałach IRC. Procedura ta pozwoliła na wyodrębnienie osób, które (z dużym prawdopodobieństwem) są zaangażowane w korzystanie z Internetu. Po uzyskaniu deklaracji uczestnictwa, osoby badane otrzymywały e-mail z załączonymi kwestionariuszami i dokładną instrukcję ich wypełnienia. Po wypełnieniu osoby badane miały odesłać kwestionariusze tą samą drogą (e-mail).

Celem uzupełnienia liczby respondentów w badaniu udział wzięli studenci Wydziału Psychologii Społecznej SWPS. Procedura przebiegała identycznie jak we wcześniejszych przypadkach. Zdecydowano się na nią ze względu na reprezentatywność i standaryzację warunków eksperymentu dla wszystkich osób badanych.

Wyniki

Związki między zaangażowaniem w Internet a kompetencją społeczną i inteligencją emocjonalną

Porównując wyniki osób z niskim i z wysokim poziomem zaangażowania w korzystanie z Internetu (podział według mediany wszystkich wyników Kwestionariusza zaangażowania w Internet), stwierdzono różnice międzygrupowe. Średni wynik zaangażowania w korzystanie z Internetu w grupie nisko zaangażowanych jest niższy ($M=73,71$; $SD=8,28$) niż w grupie wysoko zaangażowanych ($M=104,58$; $SD=16,13$), a różnica ta jest istotna statystycznie $t(46) = -8,34$; $p < 0,001$.

Jeśli chodzi o poziom kompetencji społecznych, osoby zakwalifikowane do grupy nisko zaangażowanej uzyskują wyniki wyższe niż badani wysoko zaangażowani, jednakże różnica ta nie była istotna statystycznie. Natomiast grupy te różnią się między sobą pod względem inteligencji emocjonalnej: średnie wyniki kwestionariusza INTE osób nisko zaangażowanych w Internet są wyższe w porównaniu z wynikami osób wysoko zaangażowanych, na poziomie istotnym statystycznie $t(46) = 2,21$; $p < 0,03$. Uzyskane wyniki zaprezentowano w tabeli 1.

Tabela 1. Kompetencja społeczna i inteligencja emocjonalna w grupie nisko i wysoko zaangażowanej w korzystanie z Internetu

Zmienna	Grupa	<i>n</i>	<i>M</i>	<i>SD</i>
Kompetencja społeczna	nisko zaangażowani	24	49,87	9,01
	wysoko zaangażowani	24	45,96	8,65
Inteligencja emocjonalna	nisko zaangażowani	24	130,38	12,51
	wysoko zaangażowani	24	121,62	14,86

Przeanalizowano także siłę związku między uwzględnionymi w badaniu zmiennymi. Okazało się, że poziom zaangażowania w Internet jest ujemnie skorelowany z poziomem posiadanej inteligencji emocjonalnej ($r = -0,41$; $p < 0,01$). Innymi słowy, im większe deklarowane przez badanych zaangażowanie w Internet, tym niższą inteligencją emocjonalną się cechują. W przypadku kompetencji społecznej występuje taka sama zależność: im wyższy poziom zaangażowania w Internet, tym niższy wskaźnik kompetencji społecznej ($r = -0,42$; $p < 0,01$). Stwierdzono również dodatni związek między posiadanymi kompetencjami społecznymi a inteligencją emocjonalną osób badanych: $r = 0,49$; $p < 0,01$.

Kompetencja społeczna i inteligencja emocjonalna jako predyktory zaangażowania w Internet

Jako zmienne niezależne (objaśniające) traktowane są tutaj kompetencja społeczna i inteligencja emocjonalna, będące prawdopodobnie cechami pierwotnymi wobec zaangażowania w Internet. W procesie socjalizacji najpierw nabywamy typowych dla inteligencji emocjonalnej i kompetencji społecznej cech i właściwości, a zaangażowanie w Internet jest najprawdopodobniej ich pochodną. Zmienną zależną (objaśnianą) w tym modelu jest poziom zaangażowania w Internet.

Tabela 2. Kompetencja społeczna i inteligencja emocjonalna jako predyktory zaangażowania w Internet. Wyniki analizy regresji

Predyktory	<i>B</i>	β	<i>t</i>	<i>ist. t</i>	<i>F</i>
Kompetencja społeczna	-0,66	-0,29	-1,96	0,06	6,84*
Inteligencja emocjonalna	-0,37	-0,27	-1,77	0,08	

* $p < 0,01$

Współczynnik determinacji uzyskany na podstawie danych osiągnął wartość $R^2 = 0,23$ ($p < 0,01$), czyli około 23% wariacji całkowitej poziomu zaangażowania w Internet wyjaśnione jest przez posiadaną kompetencję społeczną i inteligencję emocjonalną. Standaryzowane współczynniki cząstkowe regresji wyniosły odpowiednio: dla zmiennej Kompetencja społeczna $\beta = -0,29$; dla zmiennej Inteligencja emocjonalna $\beta = -0,27$. Ujemne wartości obu współczynników wskazują, iż predykcja zmiennej zależnej (zaangażowania w Internet), na podstawie zmiennych niezależnych, odbywa się na zasadzie odwrotności: niższy poziom kompetencji społecznej i inteligencji emocjonalnej powoduje wyższy poziom zaangażowania w Internet. Zaobserwowany poziom istotności współczynników sugeruje raczej pewien trend (skłonność) uzyskanej zależności, zgodny z wcześniejszymi przewidywaniami.

Dyskusja

Uzyskane w badaniu wyniki wydają się zgodne z prowadzonymi wcześniej rozważaniami nad specyfiką Internetu jako medium oraz kompetencją społeczną i inteligencją emocjonalną jako jednymi z bazowych właściwości, niezbędnymi do nawiązywania satysfakcjonujących relacji z innymi i zaspokajaniem potrzeb społecznych. Różnice w poziomach inteligencji emocjonalnej między osobami nisko zaangażowanymi i wysoko zaangażowanymi oraz powiązanie poziomu zaangażo-

wania w Internet z poziomem posiadanych kompetencji społecznych i inteligencją emocjonalną może wskazywać, że ludzie, realizując różne potrzeby, wybierają w tym celu określone „sytuacje”, których właściwości przyczyniają się do zaspokajania tych potrzeb (Argyle 1999). Przez „sytuacje” rozumiane są tutaj również specyficzne sposoby komunikowania – Internet wydaje się „pewnego rodzaju sytuacją”, a jego cechy pozwalają na zaspokajanie różnych potrzeb społecznych i indywidualnych (por. Chenault 1998; Reingold, 1996; Suler 1998).

Posiadanie charakterystycznych dla kompetencji społecznych i inteligencji emocjonalnej właściwości (omawianych szerzej w części teoretycznej), u podstaw których leżą umiejętności do właściwego odczytywania emocji (swoich i innych ludzi), właściwego ich wyrażania oraz regulacji i radzenia sobie z przeżywanymi uczuciami (Mayer i Salovey 1999), powodują, iż osoby, które charakteryzują się wyższym poziomem tych cech, z większym prawdopodobieństwem będą realizowały swoje potrzeby raczej w świecie rzeczywistym niż za pośrednictwem mediów (grupa *nisko zaangażowana*). Osoby te prawdopodobnie nawiązują w kontakcie bezpośrednim bardziej satysfakcjonujące relacje interpersonalne, uzyskują społeczne wsparcie i akceptację, lepiej zaspokajają potrzeby związane z afiliacją i altruizmem (Argyle 1999), które są niezbędne do utrzymania dobrego samopoczucia i stanu psychicznego oraz właściwego przystosowania do życia w społeczeństwie. Internet jest dla nich swego rodzaju dodatkiem, narzędziem używanym do innych celów niż zaspokajanie potrzeby obcowania z innymi ludźmi. Realizację tej potrzeby, ze względu na posiadane kompetencje, pozostawiają relacjom bezpośrednim – korzystnej dla nich formie kontaktu.

Z kolei niższy poziom kompetencji społecznej i inteligencji emocjonalnej, związany z większym zaangażowaniem w Internet, może wskazywać, że w realizacji wielu z motywacji społecznych osoby takie będą preferować kontakt zapośredniczony przez media. Omawiane wcześniej specyficzne cechy Internetu (m.in. brak bezpośredniego kontaktu, względna anonimowość, a zarazem pełna interaktywność, szybkość i multimedialność) stwarzają dla nich bardziej korzystne warunki do zaspokajania wielu potrzeb, których nie są w stanie w zadowalający sposób zrealizować w rzeczywistym świecie. Internet może być wspomnianą „halą treningową” dla różnych zachowań, postaw, reakcji (także emocjonalnych) (Bruckman 1992; za: Parks i Floyd 1996). Anonimowość i brak bezpośredniego kontaktu zapewnia swego rodzaju ochronę przed negatywnymi ocenami, które w rzeczywistym środowisku wpływają na pogorszenie samooceny i poczucia skuteczności. Ta forma kontaktu pozwala także na „świadome zarządzanie” swoim wizerunkiem i przebiegiem relacji, czyli kreowanie tych aspektów naszej osoby, na które chcemy zwrócić uwagę. Ze względu na niższy poziom kompetencji społecznych i emocjonalnych często nie jest to możliwe w naturalnych kontaktach „twarzą w twarz” (Donath 1997). W ten sposób osoby te mogą uzyskać wsparcie i aprobatę społeczną, nawiązać i utrzymać liczne

kontakty interpersonalne (Parks i Floyd 1996), odzyskać poczucie wpływu i sprawstwa – jednym słowem realizować niezaspokojone potrzeby z rzeczywistego świata (por. Suler 1998).

Można przeprowadzić pewną analogię między rezultatami tego badania a badaniami Young (1997) nad osobami patologicznie korzystającymi z Internetu (*pathological Internet use*). Otóż osoby takie charakteryzowały się większymi skłonnościami do depresji, niższą samooceną, lękiem przed odrzuceniem i negatywnymi stanami emocjonalnymi. Używały one Internetu w celu przekroczenia trudności, jakich doświadczały w nawiązywaniu relacji interpersonalnych w rzeczywistym świecie, odnajdując w „wirtualnym społeczeństwie” możliwość bycia adekwatnym (Young 1997).

Także Hecht-Orzack (za: Young 1999) udowodniła powiązania między patologicznym używaniem Internetu a skłonnościami depresyjnymi. Osoby cierpiące na depresję doświadczają stanów smutku, przygnębienia oraz lęku przed sytuacjami społecznymi. Mają ograniczone zdolności do właściwego odczytywania, komunikowania i regulowania emocji, przejawiają często nieadekwatne społecznie zachowania (por. Puzyński 1999). W związku z tym mają problemy w radzeniu sobie z ludźmi, w nawiązywaniu i utrzymywaniu satysfakcjonujących stosunków z innymi, narażając się na odrzucenie (Argyle 1999; Goleman 1997). Z tych powodów depresja często wiązana jest z niskim poziomem kompetencji społecznych i inteligencji emocjonalnej (por. Jaworowska i Matczak 2001).

Także inne badania wskazują na trafność uzyskanych wyników. Miller (1995) pisze o intensywniejszym używaniu Internetu przez osoby nieśmiałe, podkreślając anonimowość i brak bezpośredniego kontaktu jako atrakcyjne dla tych osób atrybuty komunikacji przez Internet. Peele (1991; za: Young 1999) mówi o ludziach cierpiących na brak intymnych oraz silnych więzi z innymi, mających niski poziom poczucia sprawstwa pewności siebie, którzy w Internecie znajdują ujście dla swych potrzeb i problemów z kontaktami bezpośrednimi. Z badań przeprowadzonych wśród japońskich studentów (Kobayashi i in. 2000; za: Cwalina 2000) wynika, że komunikacja *on-line* jest dla takich osób łatwiejszą formą kontaktu niż rozmowa „twarzą w twarz”. Relacje interpersonalne *off-line* wymagają bowiem określonych umiejętności społecznych oraz orientacji na innych (np. udzielania innym wsparcia, empatii, asertywności itp.). Poza tym są one często hamowane przez nieśmiałość i lęk przed odrzuceniem. W przypadku nawiązywania kontaktów internetowych, ze względu na specyfikę tego medium, zmienne te nie odgrywają znaczącej roli. Młodzi ludzie, nawiązujący „sieciowe” przyjaźnie, nabierają zatem większej pewności siebie, nie obawiają się zdemaskowania prawdy o sobie ani o własnej nieatrakcyjności fizycznej.

Young (1998) w innym badaniu nad ludźmi intensywnie korzystającymi z Internetu odnotował następujące właściwości tych osób: preferowanie pracy w pojedynkę, ograniczanie kontaktów społecznych, bardziej emocjonalne reakcje na

innych ludzi, błędne odczytywanie lub brak akceptacji zasad powszechnie obowiązujących w społeczeństwie. Zachowania te wydają się związane z posiadanymi kompetencjami społecznymi i emocjonalnymi.

Jeśli chodzi o stwierdzoną w badaniach dodatnią zależność między wynikami z kwestionariusza KKS i INTE, potwierdza ona próby teoretycznego łączenia tych dwóch właściwości jako współoddziałujących na siebie w tworzeniu specyficznych kompetencji. Jak przekonaliśmy się wcześniej, jednym ze składników kompetencji społecznej jest umiejętność budowania więzi emocjonalnych i efektywnego komunikowania się, uzależnione właśnie od posiadanych zdolności do odczytywania, reagowania i „zarządzania” emocjami (Jakubowska 1996). Z kolei ukształtowanie inteligencji emocjonalnej zależy m.in. od znajomości reguł rządzących zachowaniami społecznymi, a zatem od ogólnie pojętej socjalizacji (Eisenberg, Fabesi Losoya 1999).

Biorąc pod uwagę niezwykle złożoność zjawiska korzystania z Internetu, fakt, iż kompetencja społeczna i inteligencja emocjonalna tłumaczy 23% wariacji poziomu zaangażowania w Internet, powinno się uznać za wynik dość wysoki. Pozostałe zróżnicowanie można przypisać wielu cechom i właściwościom, które wpływają na realizację potrzeb i korzystanie z Internetu. Część z nich była już wspomniana w tym tekście, m.in. skłonności do depresji, poziom empatii, zdolność do decyzyjności, kompetencja komunikacyjna, uwarunkowania fizyczne. Inne to chociażby style poznawcze (zależność vs niezależność od pola; abstrakcyjność vs konkretność; por. Matczak 2000), samoocena czy cechy składające się na trójczynnikową strukturę osobowości Eysencka (ekstrawersja, neurotyczność, psychotyczność) (Eysenck i Eysenck 1985; za: Strelau 1998). Zasadne wydaje się zatem prowadzenie dalszych badań i analiz uwzględniających wyżej wymienione zmienne, co mogłoby rzucić szersze światło na powody, dla jakich pewne osoby angażują się w komunikację przez Internet, przedkładając niejedenkrotnie to medium nad naturalny kontakt twarzą w twarz.

Na koniec niniejszego tekstu warto jeszcze zadać pytanie, jakie są z kolei przyczyny niewykształtowania wystarczającego poziomu kompetencji społecznych i inteligencji emocjonalnej (zapewniających efektywne funkcjonowanie w realnym społeczeństwie) i przenoszenia kontaktów z innymi do Internetu. Teoretycy koncepcji kompetencji społecznych i inteligencji emocjonalnej sądzą, iż przyczyną takiego stanu rzeczy należy dopatrywać się w obowiązującym współcześnie modelu społeczeństwa, którego specyfika wpływa na proces socjalizacji i charakter relacji społecznych (Eisenberg i in. 1999; Goleman 1997). W obecnych czasach, w związku z coraz większym tempem życia i „pogonią za pieniądzem” charakteryzującymi społeczeństwa zachodnie, następuje upadek podstawowych idei i wartości. Tradycyjna rodzina, dająca wsparcie i będąca punktem odniesienia w krystalizowaniu zintegrowanej tożsamości, przestaje pełnić swoje funkcje jako podstawowy czynnik w kształtowaniu społeczno-emocjonalnych kompetencji

(Goleman 1997). Coraz większa mobilność, rozproszenie przestrzenne i atomizacja społeczeństwa powoduje załamanie więzi społecznej, osamotnienie, brak poczucia przynależności, struktury i sensu egzystencji – jednym słowem niemożności zrealizowania wielu potrzeb ludzkich (Toffler 1986). W ostatecznym rozrachunku czynniki te wpływają na rosnący poziom stresu, skłonności depresyjnych, zaburzeń psychicznych, które cechują współczesne społeczeństwa (Toffler 1986; Young 1997). Jak wielokrotnie podkreślano w tej pracy, pewną alternatywą (lub „środkiem zaradczym”) dla takiego stanu rzeczy może być komunikacja przez Internet, przyczyniająca się do zmniejszenia deficytu niezrealizowanych potrzeb z rzeczywistego świata (por. Suler 1998).

Interesujące stanowisko w tej dyskusji zajmuje Rheingold (1996). Nawiązując do pisarza Oldenburga, wskazuje, że są trzy miejsca, w których funkcjonują ludzie: miejsce, w którym mieszkamy; miejsce, gdzie pracujemy; miejsce, gdzie spotykamy się towarzysko z innymi ludźmi. Właśnie to ostatnie „miejsce” (pub, kawiarnia, „mały narożny sklepik”) jest zasadnicze dla nawiązywania i utrzymywania nieformalnych relacji społecznych, prowadząc do zaspokajania wielu potrzeb i czerpania satysfakcji z życia. Miejsce to jest swoistą „agorą nowoczesnego społeczeństwa” (Rheingold 1996). W obecnych czasach ludzie mają znacznie mniej czasu i możliwości uczestniczenia w tym, jakże ważnym „nieformalnym życiu”, przez co są zdecydowanie bardziej samotni i nieszczęśliwi. Internet, dzięki swym możliwościom, może pomagać w odbudowie tego aspektu uczestnictwa w społeczeństwie, stając się „kolejnym miejscem spotkań”.

Nie podlega dyskusji, jak ogromne możliwości zawiera w sobie Internet i jak atrakcyjnym jest medium. Jednakże traktowanie go jako alternatywy (substytutu) dla kontaktów w rzeczywistym świecie, cechuje się skrajnym optymizmem czy wręcz brakiem obiektywności. Bez względu na aktualne zalety Internetu, jak i możliwe dalsze ulepszenia, nigdy nie będzie on tak doskonały jak bezpośredni kontakt dwojga ludzi w rzeczywistym świecie. Pewnych rzeczy nie da się przenieść do Internetu, są wręcz niewykonalne za pośrednictwem mediów. Jak pisze Levinson (1999), „w świecie *on-line* nie da się zjeść dobrej kolacji, trudno też wyobrazić sobie pożycie dwojga ludzi, z możliwością spłodzenia potomka” (s. 342). Zatem media, jako „przedłużenia ludzkich zmysłów” (McLuhan 1975), pozostaną prawdopodobnie tylko „przedłużeniami”, a przenoszone przez nie treści będą tylko i wyłącznie „przedstawieniami” czynności i przedmiotów z rzeczywistego świata. Dlatego też powinno się traktować Internet jako swojego rodzaju dodatek, uzupełnienie naturalnego kontaktu bezpośredniego, i pamiętać o tym, umiejętnie z niego korzystać. Co prawda, pewne cechy indywidualne predestynują ludzi do większego zaangażowania w komunikację przez Internet, jednak nie czynią tego nieodwracalnym, ostatecznym. Dlatego ideałem byłoby, żeby osoby preferujące kontakt zapośredniczony przez to medium nauczyły się dzięki niemu efektywnego i funkcjonalnego postępowania także w świecie *off-line*.

Bibliografia

- Argyle M. (1991). *Psychologia stosunków międzyludzkich*. Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN.
- Chenault B.G. (1998). Developing Personal and Emotional Relationships Via Computer Mediated Communication. *Computer-Mediated Communication Magazine* 5. Uzyskane <http://www.december.com/cm/mag/1998/may/chenault.htm> 21 lutego 2001 r.
- Cwalina W. (2000). Generacja Y – ponury mit czy obiecująca rzeczywistość, [w:] T. Zasepa (red.), *Internet – fenomen społeczeństwa informacyjnego* (s. 48–54). Częstochowa: Święty Paweł.
- Donath J.S. (1996). Identity and Deception in the Virtual Community, [w:] P. Kollock, M. Smith (red.), *Communities in Cyberspace* (s. 29–59). Londyn: Routledge.
- Eisenberg N., Fabes R.A., Losoya S. (1999). Reakcje emocjonalne: ich regulacja, korelaty społeczne i socjalizacja, [w:] P. Salovey, D. Sluyter (red.), *Rozwój emocjonalny a inteligencja emocjonalna* (s. 223–287). Poznań: Dom Wydawniczy Rebis.
- Gardner H. (1983). *Frames of Mind: The Theory of Multiple Inteligences*. New York: Basic Books.
- Goleman D. (1997). *Inteligencja emocjonalna*. Poznań: Media Rodzina of Poznań.
- Hellerstein L.N. (1985). The Social Use of Electronic Communication at a Major University. *Computer and the Social Science*, 1, 191–197.
- Jakubowska U. (1996). Wokół pojęcia „kompetencja społeczna” – ujęcie komunikacyjne. *Przegląd Psychologiczny*, 39, 29–40.
- Jaworowska A., Matczak A. (2001). *Kwestionariusz Inteligencji Emocjonalnej INTE*. Podręcznik. Warszawa: Pracownia Testów Psychologicznych PTP.
- Kurcz I. (2000). *Psychologia języka i komunikacji*. Warszawa: Wydawnictwo Naukowe Scholar.
- Lea M., Spears R. (1995). Love at first byte? Building Personal Relationship over Computer Networks, [w:] J.T. Wood, S. Duck (red.), *Understudied Relationship: Of the Beaten Track*. (s. 197–233). Newbury Park, CA: Sage.
- Levinson P. (1999). *Miękkie ostrze*. Warszawa: Warszawskie Wydawnictwo Literackie MUZA S.A.
- Lewicka M., Wojciszke B. (2000). Wiedza jednostki i sądy o świecie społecznym, [w:] J. Strelau (red.), *Psychologia: Podręcznik Akademicki. Tom 3* (s. 25–77). Gdańsk: Gdańskie Wydawnictwo Psychologiczne.
- Maslow A. (1964). Teoria hierarchii potrzeb, [w:] J. Reykowski (red.) *Problemy osobowości i motywacji w psychologii amerykańskiej* (s. 135–164). Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN.
- Matczak A. (1997). *Kwestionariusz Kompetencji Społecznych*. Warszawa: Wydawnictwo ATK.
- Matczak A. (2000). Style poznawcze, [w:] J. Strelau (red.), *Psychologia: Podręcznik Akademicki. Tom 2* (s. 761–782). Gdańsk: Gdańskie Wydawnictwo Psychologiczne.
- Mayer J.D., Salovey P. (1999). Czym jest inteligencja emocjonalna, [w:] P. Salovey, D. Sluyter (red.) *Rozwój emocjonalny a inteligencja emocjonalna* (s. 23–74). Poznań: Dom Wydawniczy Rebis.
- McCormick N.B., McCormick J.W. (1992). Computer Friends and Foes: Content of Undergraduates' Electronic Mail. *Computers in Human Behavior*, 8, 379–405.
- McLuhan M. (1975). *Wybór pism*. Warszawa: Wydawnictwa Artystyczne i Filmowe.
- Miller H. (1995) The Presentation of Self in Electronic Life: Goffman on the Internet. Paper presented at *Embodied Knowledge and Virtual Space Conference* Goldsmiths' College, University of London, June 1995. Uzyskane <http://www.ntu.ac.uk/soc/psych/miller/goffman.htm> 16 lutego 2001 r.
- Nęcka Z. (1996). *Atrakcyjność wzajemna*. Kraków: Wydawnictwo Profesjonalnej Szkoły Biznesu.
- Parks M.R., Adelman M.B. (1983). Communication Networks and the Development of Romantic Relationship: An Expansion of Uncertainty Reduction Theory. *Human Communication Research*, 10, 55–79.
- Parks M.R., Floyd K. (1996). Making Friends in Cyberspace. *Journal of Communication*. 46, 80–97.
- Pistol-Danio K. (1998). *Psychologiczne aspekty komunikacji za pośrednictwem sieci komputerowych*. Uniwersytet Jagielloński, Instytut Psychologii, Kraków. Uzyskane <http://venus.wis.pk.edu.pl/~danio/pracki.htm> 28 marca 2001 r.

- Plewicka Z. (1981). Inteligencja społeczna – przegląd teorii i pomiarów. *Przegląd Psychologiczny*, 24, 319–330.
- Pużyński S. (1999). *Depresje i zaburzenia afektywne*. Warszawa: Państwowy Zakład Wydawnictw Lekarskich.
- Rheingold H. (1996). *The virtual Community. Homesteading on the Electronic Frontier*. Reading, Mass: Addison-Wesley.
- Saarni C. (1999). Kompetencja emocjonalna i samoregulacja w dzieciństwie, [w:] P. Salovey D. Sluyter (red.), *Rozwój emocjonalny a inteligencja emocjonalna* (s. 75–131). Poznań: Dom Wydawniczy Rebis.
- Sproull L., Kiesler S. (1986). Reducing Social Context Cues: Electronic Mail in Organizational Communities. *Management Science*, 32, 1492–1512.
- Strelau J. (1998). *Psychologia temperamentu*. Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN.
- Suler J. (1998). *The Psychology of Cyberspace*. Uzyskane <http://www.rider.edu/users/suler/psycyber.html> 13 stycznia 2001 r.
- Szmajdziński B. (1999). *Test mierzący poziom uzależnienia od Internetu*. Uzyskane <http://www.psych.uw.edu.pl/~bartsz/iad/kwestionariusz.html> 28 listopada 2000 r.
- Toffler A. (1986). *Trzecia fala*. Warszawa: Państwowy Instytut Wydawniczy.
- Walther J.B. (1993). Impression development in Computer-Mediated Interaction. *Western Journal of Communication*, 57, 381–398.
- Wellman B., Julia M. (1995). *Net Surfers Don't Ride Alone: Virtual Communities as Communities*. Uzyskane <http://www.sscnet.ucla.edu/soc/csoc/cinc/wellman.htm> 2 lutego 2001 r.
- Young K. (1997). *What Makes the Internet Addictive: Potential Explanation for Pathological Internet Use*. Uzyskane <http://netaddiction.com/articles/habitforming.htm> 15 stycznia 2001 r.
- Young K. (1998). *Internet addiction: Personality Traits Associated with Its Development*. Uzyskane http://netaddiction.com/articles/personality_korrelates.htm 15 stycznia 2001 r.
- Young K. (1999). *Internet Addiction: Symptoms, Evaluation and Treatment*. Uzyskane <http://netaddiction.com/articles/symptoms.htm> 15 stycznia 2001 r.

Kamil Henne

Warsaw School of Social Psychology

Warsaw

Social competence and emotional intelligence as predictors of engagement in Internet

The main objective of the study was to find answers to the following questions: *why do some people communicate by means of the Internet and why do they prefer this form of contact to a natural direct relationship?*

Social competence and emotional intelligence are the psychological characteristics which were taken under consideration during the process of interpreting the phenomenon of engagement in the Internet. The study, in the form of a questionnaire, was conducted by means of e-mail on 48 sample users of the Internet.

The results show that the high degree of engagement in the Internet is significantly linked to the lower level of social competence and emotional intelligence declared by the participants of the study. The obtained results also seem to coincide with studies by other authors on the problem of the Internet. Social competence and emotional intelligence, understood as predictors, explain 23% of total variance engagement in the Internet (dependent variable being here the consequence of the possessed competence). This result suggests a need for the search of other individual characteristics, i.e. personal characteristics, cognitive styles which along with social competence and emotional intelligence can contribute do the usage and engagement of the Internet.

Key words: society; communication, Internet, social competence, emotional intelligence.