Anuarul Universității "Petre Andrei" din Iaşi
Fascicula: **Asistență Socială, Sociologie, Psihologie**
ISSN: 2248-1060 | e-ISSN: 2601-8209
Covered in EconPapers, Ideas RePEc, CEEOL, ICI Master Journal List - INDEX COPERNICUS, CrossRef, CrossCheck, Google Scholar, WorldCat, KVK, SOCIONET

2023, Issue 29, pages: 110-125 | doi: https://doi.org/10.18662/upasw/29/70

Internet addiction and social intelligence. A Correlational Study [Dependenta de internet si inteligenta socială. Studiu corelativ]

Georgiana CORCACI [1]

Corina Izabela SUCI [2]

[1] Associate Professor Ph.D., "Petre Andrei" University, Iasi, email: georgiana.corcaci@upa.ro

[2] Masterand - Psihologie Clinică şi Psihoterapie, Facultatea de Psihologie şi Ştiinţele Educaţiei, Universitatea „Al. I Cuza", Iaşi, email: corinasuci@gmail.com

Abstract: *This study investigates the relationship between the Compulsive Use of the Internet and the variation of social skills (empathy, manipulation and social irritability) defined in the theory of social intelligence. Participants (N= 70; 47 females and 23 males), over 18 years old. Two self-administered questionaires were used to colect data: Compulsive Internet Scale Use (CIUS) - Meerkerk et al. (2009) and MESI Methodology, Frankovský & Birknerová (2014). The research evaluates if compulsive use of internet correlates positively or negatively with social intelligence operationalized through the dimensions of empathy, manipulation and social irritability, theoretical and practical relationship between internet addiction (Compulsive Internet use) and variation in social skills (empathy, manipulation and social irritability).*

Keywords: *Internet addiction, social intelligence, empathy, social irritability, compulsive use of internet.*

How to cite: Corcaci, G., Suci, C. I. (2023). Internet addiction and social intelligence. A Correlational Study. *Anuarul Universității "Petre Andrei" din Iași, Fascicula: Asistență Socială, Sociologie, Psihologie, 29*, 110-125. https://doi.org/10.18662/upasw/29/70

Introducere

Internetul s-a răspândit cu o viteză uimitoare, la momentul anului 2022, 5 miliarde de oameni au acces la internet. De asemenea, răspândirea reţelelor de socializare este majoră: cu 10 utilizatori nou-înregistraţi în fiecare secundă şi 2,9 miliarde de utilizatori Facebook, 2,6 miliarde pe Youtube, două miliarde pe Whatsapp şi un miliard de conturi pe TikTok, media consumului online este de două ore şi 29 de minute pe zi (Global Social Media Stats, n.d.). În România, în ianuarie 2021, 15,49 milioane de oameni au acces la internet, adică 80,7% din populaţia ţării. Din 2020 până în 2021, reţelele de socializarea au primit încă un milion de conturi de la utilizatori români.

Mai mult, o serie de cercetări au căutat să determine existenţa unui tipar de comportament nesănătos asociat utilizării internetului, pe modelul tulburărilor din DSM V(Diagnostic and statistical manual of mental disorders, vol. V), iar autori precum Manfred Spitzer (2020) au ales să publice lucrări ample despre efectele nocive pe care tehnologia le poate avea asupra consumatorilor săi înrăiţi. În acelaşi timp, o serie de cercetări tind să pună în lumină efectele pozitive ale internetului, şi chiar să îl utilizeze în moduri terapeutice ca urmare a efectelor observate. Aceste rezultate contradictorii ne determină să ne întrebăm care este efectul pe care consumul de internet îl are asupra utilizatorilor, mai specific al abilităţilor lor sociale, precum empatia, manipularea şi iritabilitatea socială.

Tranziţia unei întregi serii de interacţiuni din mediul social fizic, concret, material, în cel digital aduce cu sine modificări ale interacţiunii, dar şi ale indivizilor participanţi la aceste procese. Provocările ultimilor ani, precum fenomenul emigraţiei din România, pandemia de Covid-19, războiul ruso-ucrainean ne-au provocat pe toţi să ne schimbăm stilul de viaţă, bazându-ne din ce în ce mai mult pe funcţiile internetului pentru a păstra legătura cu oamenii apropiaţi, dar şi pentru îndeplinirea unor sarcini de zi-cu-zi, precum cumpărăturile zilnice.

Scopul şi obiectivele cercetării

Cercetarea de faţă îşi propune să evidenţieze relaţia dintre utilizarea internetului cu o generaţie care preferă mediul digital în locul interacţiunii nemijlocite, dar şi abilităţile sociale care se află în strânsă legătură cu succesul în viaţă al individului.

Scopul cercetării este evaluarea modului în care utilizarea internetului corelează pozitiv sau negativ cu inteligenţa socială, operaţionalizată prin dimensiunile empatie, manipulare şi iritabilitate socială.

Obiectivul general cercetării este identificarea unei relaţii teoretice şi practice între dependenţa de internet (utilizarea compulsivă a internetului) şi variaţia abilităţilor sociale (empatie, manipulare şi iritabilitate socială) definite în teoria inteligenței sociale.

Ipotezele cercetării

În vederea îndeplinirii scopului şi realizarea obiectivului pentru această cercetare am propus *o ipoteză generală*: presupunem că există o corelaţie pozitivă între consumul de internet şi inteligenţa socială şi *trei ipoteze specifice de lucru*: a)presupunem că există o corelaţie negativă semnificativă între consumul de internet şi empatie, în sensul în care indivizii cu un consum ridicat de internet vor avea scoruri mai mici la empatie; b)presupunem că există o corelaţie pozitivă semnificativă între consumul de internet şi manipulare, în sensul în care indivizii cu un consum ridicat de internet vor avea scoruri mai ridicate la manipulareşi c) presupunem că există o corelaţie pozitivă semnificativă între consumul de internet şi iritabilitate socială, în sensul în care indivizii cu un consum ridicat de internet vor avea scoruri ridicate la iritabilitate socială.

Eşantionul cercetării

Eşantionul a constat în 70 de subiecţi, dintre care 23 au fost bărbaţii (32,9%) şi 47 femei (67,1%) . În ceea ce priveşte vârstele subiecţilor, acestea au fost raportate pe intervale de vârstă, într-o secţiune a chestionarului destinată datelor socio-demografice. Astfel, un singur subiect s-a încadrat sub 18 ani (1,4%), 13 subiecți între 18 şi 25 de ani (18,6%), 12 subiecţi între 26 şi 35 de ani (17,1%) şi 44 de subiecţi au intrat în categoria cuprinsă între 36 şi 45 de ani (62,9%). Cu toate că au fost incluse şi categorii de vârste mai mari (46-55 ani; 56-65; peste 65), nu am avut respondenţi din aceste categorii. În privinţa nivelului de studii, 16 subiecţi (22.9%) au absolvit studii liceale, 7 respondenți (10%) au absolvit studii post-liceale, 27 subiecți (38.6%) au absolvit studii de licenţă, 18 subiecţi (25,7%) au absolvit studii de masterat, iar 2 subiecți (2,9%) au absolvit studii doctorale. Statutul ocupaţional a variat, de asemenea, în felul următor: 9 subiecți (12,9%) sunt studenţi, 47 subiecţi (67,1%) sunt angajaţi, 6 subiecți (8,6%) sunt liber-profesionişti, iar 8 respondenți (11,4) au bifat „alt statut profesional".

De asemenea, relevant pentru studiul de faţă a fost măsurarea timpului petrecut pe internet, atât în timpul liber, cât şi la locul de muncă. 11 subiecţi (15,7%) nu folosesc deloc internetul la locul de muncă, 9 subiecţi (12,9%) îl folosesc mai puţin de jumătate de oră pe zi, 9 subiecţi (12,9%) între jumătate de oră şi o oră pe zi, 8 subiecţi (11,4%) îl folosesc între o oră şi două ore pe zi, 7 subiecţi (10%) folosesc internetul între două ore şi patru ore pe zi, 18 subiecţi (25,7%), mai mult de patru ore pe zi, iar 8 subiecţi (11,4) îşi desfăşoară toată activitatea online. Acasă, 2 subiecţi (2,9%) folosesc internetul mai puţin de 30 de minute zilnic, 17 subiecţi (24,3%) între jumătate de oră şi o oră zilnic, 28 de subiecţi (40%) între o oră şi două ore pe zi, 12 (17,1%) subiecţi între două şi patru ore pe zi, 7 subiecţi (10%) între patru şi şase ore pe zi, iar 4 subiecţi (5,7%) mai mult de 6 ore pe zi.

Datele prezentate mai sus au fost culese în cadrul chestionarului, pentru analiza socio-demografică a eşantionului. Chestionarul a fost creat cu ajutorul Google Forms şi a fost administrat online, în perioada 14.03.2022 – 28.03.2022**,** prin trimiterea sa către completare oamenilor cunoscuți şi cunoscuților acestora, participarea fiind voluntară.

Metodologia cercetării

Studiul prezent este un studiu corelaţional, cuprinde două variabile principale, definite astfel:

*Inteligența socială*esteabilitatea de înţelegere şi gestionare a celorlalți actori sociali şi, în consecinţă, comportare benefică pentru toți partenerii implicaţi în schimbul social (Goleman D, 2018). Inteligenţa socială poate fi operaţionalizată prin trei dimensiuni principale, şi anume: a) Empatia este definită ca fiind abilitatea de a recunoaşte intenţiile, sentimentele şi slăbiciunile altor oameni, de adaptare la noi oameni, de a le ghici dorinţele şi de a le îndeplini, b) Manipulareaeste definită ca fiind abilitatea de a îi convinge pe ceilalţi să facă aproape orice şi puterea de a-i folosi pentru propriul beneficiu şi de a îi determina să îți ia partea şi c)Iritabilitatea socială ca fiind o stare de agitaţie în jurul altor oameni, datorată confuziei legate de sentimentele celorlalți şi dificultății de adaptare la ei şi confuziei legate de slăbiciunile şi de dorinţele celorlalți; (Frankovský & Birknerová, 2014).

*Utilizarea compulsivă a internetului*este definită ca fiind un tipar de comportament patologic care presupune recurgerea la consumul de internet de către individ pentru a face faţă stresului din viaţa sa, acesta aflându-se în dificultatea de a se opri deşi îşi doreşte, este preocupat de utilizarea internetului şi acest comportament îi afectează semnificativ relaţiile

importante, iar atunci când nu foloseşte internetului resimte simptome asemănătoarea sevrajului. (Meerkerk et al. 2009).

Pentru realizarea scopului cercetării am folosit următoarele instrumente:

1. *Scala pentru utilizarea compulsivă a internetului - Compulsive Internet Scale Use (CIUS) - Meerkerk et al. (2009).*

2. Metodologia MESI (MESI Methodology) - Frankovský & Birknerová (2014).

Scala pentru utilizarea compulsivă a internetului - Compulsive Internet Scale Use (CIUS) - Meerkerk et al. (2009). Pentru măsurarea *utilizării compulsive a internetului*, am utilizat scala CIUS (Meerkerk et al., 2009), instrument ce conţine 14 itemi evaluaţi pe o scală tip Likert în 5 puncte, cu valorile 0 - Niciodată, 1 - Aproape niciodată, 2 - Uneori, 3 - Adesea şi 5 - Foarte des. Acest instrument are rolul de a evalua severitatea folosirii compulsive a internetului şi a fost verificat pe un eşantion de utilizatori majori (care petrec cel puţin 16 ore pe internet pe săptămână şi deţineau servicii de internet la domiciliu). Iniţial, a fost determinat un set de criterii care să operaţionalizeze *utilizarea* compulsivă *ainternetului,* utilizând modelul patologiilor din DSM-IV, iar itemii au fost creaţi în acord cu aceste criterii: 1) pierderea controlului, înţeleasă prin a petrece mai mult timp online decât dorit iniţial şi eforturi lipsite de succes pentru diminuarea utilizării (itemii 1, 2, 5 şi 9); 2) preocupare, înţeleasă drept preocupare mentală (a te gândi la internet în timpul petrecut offline) şi preocupare comportamentală (a prefera utilizarea internetului în detrimentul altor activităţi) (itemii 4, 6 şi 7); 3) simptome de sevraj, definite prin nelinişte şi agitaţie în situaţiile de a nu putea fi online (itemul 14); 4) coping sau modificări afective, definite drept utilizarea internetului pentru eliberarea de stări emoţionale negative (itemii 12 şi 13); 5) conflict, definit interpersonal (conflictul cu ceilalţi, datorat utilizării internetului) şi intrapersonal (sentimente de vinovăţie şi remuşcări) (itemii 3, 8, 10 şi 11). Meerkerk et al. (2009) au testat validitatea şi fidelitatea instrumentului în trei studii pe eşantioane ample. Indicele de fidelitate Alpha Cronbach a avut o valoare de α=0.89 în toate cele trei studii.

Metodologia MESI (MESI Methodology) - Frankovský & Birknerová (2014). Inteligenţa socială a fost măsurată cu ajutorul Metodologiei MESI (Frankovský & Birknerová, 2014), ce constă în aplicarea unui chestionar cu 21 de itemi, măsuraţi pe o scală tip Likert în cinci puncte, de la 0 - Niciodată, 1 - Aproape niciodată, 2 - Uneori, 3 - Adeseori şi 4 - Foarte des. Itemii au fost formulaţi şi aleşi în funcţie de experienţa din studiile anterioare (Metodologia EMESI), interviurile cu subiecţii, rezultatele Alpha Cronbach pentru măsurarea fidelităţii şi proceduri statistice precum analiza

discriminantă a itemilor. Analizele factoriale au indicat prezenţa a trei factori, care au fost apoi denumiţi după conţinut: 1) Manipulare (abilitatea individului de a-i convinge pe alţii să facă ce îşi doreşte el), 2) Empatie (abilitatea individului de a recunoaşte sentimentele, intenţiile şi slăbiciunile altor oameni) şi 3) Iritabilitate socială (Gradul de agitaţie şi nervozitate resimţit de individ în contactul cu alţi oameni şi uşurinţa adaptării la alţii). Indicii de fidelitate Alpha Cronbach pentru dimensiunile Manipulare, Empatie şi Iritabilitate Socială au fost 0.854, 0.783, respectiv 0.716.

Analiza şi interpretarea rezultatelor

În mod important, am observat corelaţii semnificative între toate dimensiunile *Inteligenţei Sociale* şi scorul general obţinut la *Inteligenţa socială*. *Empatia* a corelat pozitiv şi semnificativ cu Inteligenţa Socială cu un coeficient de corelaţie Spearman ϱ =0.489, p<0.001. *Iritabilitatea socială* a corelat semnificativ şi pozitiv cu *Inteligenţa Socială* cu un coeficient de corelaţie Spearman ϱ = 0.452, p<0.001. Totuşi, cea mai mare corelaţie a fost înregistrată între dimensiunea *Manipulare şi Inteligenţa Socială*, cu un coeficient de corelaţie Spearman ϱ = 0.843, p<0.001. Aceste corelaţii ne arată că eşantionul şi instrumentul au fost alese corect şi că putem să ne bazăm pe datele furnizate de subiecţi. Prezentăm în tabelul 1, matricea de corelaţii între variabilele cercetării, *utilizarea compulsivă a internetului şi inteligenţa social (*empatie, iritabilitate şi manipulare*).*

Tabelul 1 Matricea de corelaţii între variabilele cercetării utilizarea compulsivă a internetului şi inteligenţa socială (empatie, iritabilitate şi manipulare)

Nonparametric Correlations

Correlations

			EM_Total	MA_Total	IS_Total	SQ_Total	CIUS_Total
Spearman's rho	EM_Total	Correlation Coefficient	1.000	.377**	-.308**	.489**	.051
		Sig. (2-tailed)	.	.001	.009	.000	.673
		N	70	70	70	70	70
	MA_Total	Correlation Coefficient	.377**	1.000	.155	.843**	.257*
		Sig. (2-tailed)	.001	.	.200	.000	.032
		N	70	70	70	70	70
	IS_Total	Correlation Coefficient	-.308**	.155	1.000	.452**	.417**
		Sig. (2-tailed)	.009	.200	.	.000	.000
		N	70	70	70	70	70
	SQ_Total	Correlation Coefficient	.489**	.843**	.452**	1.000	.331**
		Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.	.005
		N	70	70	70	70	70
	CIUS_Total	Correlation Coefficient	.051	.257*	.417**	.331**	1.000
		Sig. (2-tailed)	.673	.032	.000	.005	.
		N	70	70	70	70	70

**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).
*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Am observat, de asemenea, o corelaţie semnificativă între *Utilizarea compulsivă a internetului* şi *Utilizarea internetului acasă*. *Utilizarea internetului acasă* a fost măsurată în numărul de ore petrecute pe internet zilnic, în afară obligaţiilor de muncă sau de facultate. Cele două variabile au un coeficient de corelaţie Spearman ϱ = 0.505, p < 0.001. În acelaşi timp, nu există nicio

corelaţie semnificativă între *Utilizarea compulsivă a internetului şi Utilizarea internetului la muncă* (variabilă măsurată prin numărul de ore petrecute pe internet la locul de muncă). Acest fapt ne oferă un indicator naiv al validităţii de construct a scalei CIUS, prin testarea validităţii sale convergente (Internet folosit acasă) şi divergente (Internet folosit la muncă). Validitatea de construct ne arată că instrumentul folosit măsoară, într-adevăr, ceea ce şi-a propus să măsoare, deci deţinem un indicator favorabil al faptului că am ales bine eşantionul şi scala.

Cele trei dimensiuni ale *Inteligenţei sociale* au corelat între ele în felul următor: *Empatia şi Manipularea* variază împreună pozitiv şi semnificativ cu un coeficient de corelaţie Spearman $\rho = 0.377$, $p < 0.01$. Această valoare ne arată o corelaţie mică spre moderată, indicând că sunt factori ai aceluiaşi construct, rămânând în acelaşi timp noţiuni fundamental diferite. Rezultatele obţinute pot fi indicate prin faptul că, după definiţia autorilor, indivizii cu scoruri ridicate la factorul Empatie sunt capabili să recunoască intenţiile, sentimentele şi slăbiciunile altor oameni, să se adapteze la ei şi să le ghicească şi îndeplinească dorinţele. Toate acestea par să fie caracteristici necesare pentru ca un individ să poată manipula cu succes, *Manipularea* fiind definită drept abilitatea de a îi convinge pe ceilalţi să facă aproape orice şi puterea de a-i folosi pentru propriul beneficiu şi de a îi determina să îţi ia partea (Frankovsky & Birkenerova, 2014).

Aşa cum era de aşteptat, *Empatia şi Iritabilitatea socială* variază împreună semnificativ şi negativ, cu un coeficient de corelaţie Spearman $\rho = -0.308$, $p < 0.01$. Luând în calcul modul în care autorii au definit *Empatia*, drept abilitatea de a recunoaşte intenţiile, sentimentele şi slăbiciunile altor oameni, de adaptare la noi oameni, de a le ghici dorinţele şi de a le îndeplini, şi modul în care autorii au definit Iritabilitatea socială, drept o stare de agitaţie în jurul altor oameni, datorată confuziei legate de sentimentele celorlalţi şi dificultăţii de adaptare la ei şi confuziei legate de slăbiciunile şi de dorinţele celorlalţi, observăm că cele două concepte par să fie relaţionate invers (Frankovsky & Birkenerova, 2014).

Ipoteza 1, conform căreia presupunem că există o corelaţie negativă semnificativă între consumul de internet şi empatie, în sensul în care indivizii cu un consum ridicat de internet vor avea scoruri mai mici la empatie, nu s-a confirmat. Analiza statistică arată un coeficient de corelaţie Spearman $\rho = 0.051$, $p = 0.673$ între variabila *Empatie şi variabila Utilizarea compulsivă a internetului*, rezultând într-o corelaţie lipsită de semnificaţie statistică. (Tabel 2)

Tabelul 2 Corelaţia între variabila empatie şi variabila utilizarea compulsivă a internetului

Corelaţii

			EM_Total	CIUS_Total
Spearman's rho	EM_Total	Correlation Coefficient	1.000	.051
		Sig.	.	.673
		N	70	70
	CIUS_Total	Correlation Coefficient	.051	1.000
		Sig.	.673	.
		N	70	70

Cu toate că există puţine studii în literatura de specialitate consultată care să investigheze relaţia dintre *consumul de internet şi empatie*, rezultatele obţinute în cercetarea prezentă par să fie în acord cu rezultatele autorilor anteriori. Spre exemplu, Carrier et al. (2015), într-un studiu pe un eşantion de 1762 de tineri adulţi, au investigat relaţia dintre consumul de tehnologie, empatia faţă în faţă, empatia virtuală şi suportul social al respondenţilor. Rezultatele au relevat faptul că, indiferent de genul participanţilor, nu a existat o corelaţie semnificativă între timpul petrecut online şi oricare dintre formele empatiei (faţă în faţă sau virtuală), singura excepţie fiind timpul petrecut online pentru a participa în jocuri video cu conţinut violent. Dar dimpotrivă, utilizarea internetului drept instrument de comunicare prin mesagerie instantă sau e-mail are un efect pozitiv asupra empatiei cognitive din afara internetului, relaţie moderată de comunicarea faţă în faţă. Autorii explică aceste rezultate prin faptul că, atunci când internetul este folosit ca un instrument pentru comunicare directă sau care facilitează comunicarea faţă în faţă, empatia se poate manifesta atât online cât şi fizic. Din acest punct de vedere, formulat într-o ipoteză investigativă în direcţia comparaţiei dintre empatia faţă în faţă şi cea virtuală, cercetătorii au observat o corelaţie semnificativă între cele două conceptualizări ale empatiei. Totuşi, studiul a relevat faptul că empatia cognitivă este afectată de timpul petrecut online, în timp ce empatia afectivă nu, fapt explicat prin reducerea sau dispariţia indiciilor non-verbale din interacţiune. Deşi la fel de nuanţate, aceste concluzii sunt susţinute şi de Alloway et al. (2014) care au investigat legătura dintre consumul de Facebook, empatie şi narcisism. Spre exemplu, rezultatele lor arată că bărbaţii care utilizează reţeaua de socializare pentru comunicare au nivele mai ridicate la abilităţi empatice precum preluarea perspectivei celuilalt, în timp ce femeile care vizionează multiple fotografii tind să aibă abilităţi mai ridicate de a se pune în contexte imaginare. Aceste

studii oferă o imagine mai realistă şi mai nuanţată asupra legăturii dintre consumul de internet şi empatie, prin analiza statistică a mai multor componente dimensiuni sau forme ale empatiei, faţă de studiul prezent. Acest fapt poate explica motivele pentru care nu am descoperit o corelaţie semnificativă pentru variabilele ipotezei 1.

Ipoteza 2, conform căreia presupunem că există o corelaţie pozitivă semnificativă între consumul de internet şi manipulare, în sensul în care indivizii cu un consum ridicat de internet vor avea scoruri mai ridicate la manipulare, a fost confirmată. Analizele statistice realizate relevă un coeficient de corelaţie Spearman $\varrho = 0.257$, $p < 0.05$ între variabilele *Manipulare şi Utilizarea compulsivă a internetului.* (Tabel 3).

Tabelul 3 Corelaţia între variabila manipulare şi variabila utilizarea compulsivă a internetului

Corelaţii

			MA_Total	CIUS_Total
Spearman's rho	MA_Total	Correlation Coefficient	1.000	.257*
		Sig.	.	.032
		N	70	70
	CIUS_Total	Correlation Coefficient	.257*	1.000
		Sig.	.032	.
		N	70	70

*** Corelaţia este semnificativă la pragul de semnificaţie 0.05.**

În încercarea de a explica rezultatele obţinute la ipoteza 2, am recurs la teoriile personalităţii, în mod special la trăsăturile de personalitate. Binecunoscuta triadă întunecată (the dark triad), compusă din trei factori de narcisism, machiavelianism şi psihopatie este cunoscută ca definind o serie de indivizi manipulativi şi cruzi, cu o înclinaţie spre a-i determina pe ceilalţi să le îndeplinească dorinţele şi o lipsă a remuşcărilor în ceea ce priveşte costurile acţiunilor lor. Aceşti oameni înregistrează scoruri ridicate la scalele care măsoară manipularea, ca intenţie dar şi ca abilitate. De asemenea, cercetători precum Jauk şi Dieterich (2019) au realizat studii în care au analizat relaţia dintre trăsăturile triadei întunecate şi tipare de comportament sau afecţiuni psihopatologice în general, cât şi adicţii şi manifestări anxioase - obsesiv-compulsive - în mod specific. Mai mult decât atât, Lee (2019) a utilizat trăsăturile din triada întunecată pentru a prezice adicţia de site-urile de reţele de socializare (Social Networking Sites addiction/SNS addiction) şi a descoperit că scorurile ridicate atât la psihopatie (lipsă a empatiei), la machiavelianism (atitudine manipulativă) cât şi la narcisism (interes faţă de sine şi obiectivele proprii, dezinteres faţă de nevoile celorlalţi) prezic în mod

semnificativ scoruri mai ridicate la adicţia faţă de site-urile de reţele de socializare, atunci când cercetătorii au controlat pentru variabilele trăsăturilor de personalitate Big Five. Acest rezultate au fost replicate şi de alţi cercetători, în studii mai recente, precum Demircioğlu şi Göncü (2021). Arătând o posibilă relaţie de influenţă reciprocă, studii de neuropsihologie şi neuroştiinţe relevă un nou mecanism: utilizatorii reţelelor de socializare prezintă o excitabilitate crescută în amigdală, parte a creierului care se ocupă de comportamentul impulsiv, făcându-i astfel mai susceptibili de a nu-şi controla impulsurile şi a acţiona pe baza unor mecanisme de recompensă imediată (Leschak et al., 2020). Aceste descoperiri pot explica atitudini prin care, deşi individul îşi doreşte să renunţe la comportamentul său, nu reuşeşte să o facă, acest fapt afectând semnificativ individul şi relaţiile sale, performanţa sa în ariile vieţii sale şi definind comportamentul compulsiv.

Ipoteza 3, conform căreia presupunem că există o corelaţie pozitivă semnificativă între consumul de iinternet şi iritabilitate socială, în sensul în care indivizii cu un consum ridicat de internet vor avea scoruri ridicate la iritabilitate socială, a fost la rândul ei confirmată. Analizele statistice au calculat un coeficient de corelaţie Spearman $\varrho = 0.417$, $p < 0.01$ între variabilele Iritabilitate socială şi Utilizarea compulsivă a internetului. (Tabel 4)

Tabelul 4 Corelaţia între variabilele iritabilitate socială şi utilizarea compulsivă a internetului

Corelații

			IS_Total	CIUS_Total
Spearman's rho	IS_Total	Correlation Coefficient	1.000	.417**
		Sig.	.	.000
		N	70	70
	CIUS_Total	Correlation Coefficient	.417**	1.000
		Sig.	.000	.
		N	70	70

**** Corelația este semnificativă la pragul de semnificație 0.01**

O posibilă cale explicativă cu privire la rezultatele obţinute în cadrul ipotezei 3 priveşte atât *utilizarea compulsivă a internetului* cât şi *iritabilitatea socială* drept consecinţe determinată de o a treia variabilă cu rol de antecedent. Tulburările psihopatologice precum depresia şi anxietatea la nivel clinic (mai specific, putem denumi tulburarea de anxietate socială, tulburarea obsesiv-compulsivă, tulburarea de stres post-traumatic) dar şi la nivel subclinic, determină atât apariţia unor comportamente dezadaptative la nivel social

(American Psychiatric Association) cât şi comportamente cu un caracter adictiv sau compulsiv în general (Lemenager et al., 2018) dar şi specific în legătură cu consumul compulsiv de internet (Quittschalle, J., Stein, J., Luppa, M., Pabst, A., Löbner, M., Koenig, H. H., & Riedel-Heller, S. G. 2020).Mai mult decât atât, o serie de cercetări au investigat utilizarea problematică a internetului şi au încercat chiar să definească o tulburare adictivă care să poată fi folosită ca diagnostic (Meerkerk et al., 2009). În studii calitative, cercetătorii au identificat că printre antecedentele *utilizării compulsive a internetului* se regăsesc şi problemele de integrare şi adaptare socială, ce îşi pot avea sursa într-o inteligenţă socială scăzută şi, implicit, o iritabilitate socială ridicată, care se manifestă prin confuzie cu privire la sentimentele, intenţiile şi atitudinile celorlalţi şi o stare generală de disconfort în situaţii sociale (Meerkerk et al., 2006). Aceste rezultate indică posibilitatea unei relaţii predictive, de cauzalitate, dar cercetătorii indică faptul că studiul are nevoie de replicare pentru a stabili cu certitudine dinamica dintre variabile.

O altă posibilă explicaţie pentru rezultatele obţinute la ipoteza 3 a studiului vizează modurile diferite de relaţionare presupuse de activitatea online şi de activitatea socială din mediul fizic. Este posibil ca indivizii care înregistrează scoruri ridicate la *utilizarea compulsivă a internetului* să recurgă la acest comportament datorită lipsei unor abilităţi sociale. Diverse studii au înregistrat o relaţie de influenţă reciprocă între nevrotism şi adicţia de Facebook (Abbassi & Drouin, 2019). Indivizii cu un nivel ridicat de frică de respingere şi cu nevrotism ridicat sunt motivaţi mai puternic să utilizeze reţelele de socializare, drept un loc sigur şi lipsit de pericole în care să socializeze, să împărtăşească secrete şi să îşi promoveze sinele ideal (Widyanto L, Grifiths M. D. Brunsden V. 2011). Nevrotismul determină utilizarea de social media drept mecanism de reglare emoţională şi de gestionare cât şi pentru îmbunătăţirea unei stări neutre. Potenza M. N. (2016) a descoperit că această motivaţie de utilizare a Facebook conduce la mai multă utilizare ulterioară a reţelei de socializare. La rândul său, utilizarea de social media influenţează nevrotismul prin inducerea suprastimulării cu stimuli sociali (Maier et al., 2012). Nevrotismul, apoi, este un factor asociat cu iritabilitatea socială în multiple forme: prin anxietate socială, confuzie legată de relaţiile cu ceilalţi şi abilitatea de a recunoaşte semnalele celorlalţi (Denissen & Penke 2008).

În concluzie, ipoteza generală a studiului a fost confirmată. Există o corelaţie pozitivă între consumul de internet şi inteligenţa socială, având în vedere un coeficient de corelaţie Spearman $\rho = 0.331$, $p < 0.01$.

Observăm că analiza statistică ne indică o corelaţie mică-moderată între consumul de internet şi inteligenţa socială ca total. Explicaţiile oferite

anterior la fiecare ipoteză în parte, cu relaţiile dintre consumul compulsiv de internet şi dimensiunile inteligenţei sociale aşa cum au fost definite de metodologia MESI, rămân valide pentru discuţia ipotezei generale.

Matricea corelaţională realizată la începutul analizei statistice mai oferă un număr de indicii importante în tabloul general al consumului de internet: observăm că variabila Vârstă corelează semnificativ negativ cu variabila Utilizarea compulsivă a internetului, având un coeficient de corelaţie Spearman ρ = -0.381, $p < 0.01$. De asemenea, Vârsta corelează semnificativ negativ şi cu variabile Utilizarea internetului acasă, cu un coeficient de corelaţie Spearman ρ = -0.451, $p < 0.01$. Aceste rezultate pot fi explicate prin faptul că oamenii cu vârste mai mari sunt mai puţin probabil să utilizeze internetul (Barbosa Neves et al., 2018). Aceleaşi rezultate au fost găsite şi de Quittschalle et al. (2020), vârsta fiind un predictor semnificativ al utilizării tehnologiilor informatice. Acest fapt a fost explicat ca rezultat al unui întreg cumul de factori printre care: responsabilităţile crescute ale vieţii, dificultatea indivizilor de vârste mai înaintate de a se obişnui cu tehnologia, preferinţele formate pe parcursul vieţii pentru alt tip de activităţii sau de medii de comunicare, lipsa înţelegerii relevanţei şi beneficiilor tehnologiilor informatice, tulburarea vederii şi a auzului de către tehnologie, suprastimularea, frica de a îşi pierde intimitatea pe reţelele de socializare, lipsa produselor specializate pentru nevoile lor, starea de sănătate care nu le permite folosirea tehnologiei etc. Prin urmare, rezultatele obţinute în cercetarea noastră sunt în acord cu alte studii din literatura de specialitate pe subiect.

Limite şi direcţii viitoare de cercetare

Limitările studiului actual ţin, în primul rând, de caracteristici ale eşantionului de respondenţi utilizat. Una dintre aceste limitări face referire la numărul de subiecţi, 70, care este relativ mic pentru un studiu cantitativ. De obicei, studiile de acest tip necesită un număr mai amplu de date, deoarece acurateţea calculelor statistice realizate creşte atunci când eşantionul este mai numeros, iar posibilitatea de fals negativ sau de fals pozitiv scade. În acelaşi timp, studiul a inclus răspunsuri venite de la respondenţi cu vârsta peste 18 ani şi ne-au lipsit date de la respondenţi cu o vârstă mai ridicată de 65 de ani. Cu toate că, fără îndoială, toţi cunoaştem tineri sub vârsta de 18 ani care utilizează internetul şi au conturi pe reţele de socializare, există foarte puţine statistici care să includă această categorie în investigaţii. Totuşi, ştim că 42% din copiii cu vârste între 9 şi 12 ani aveau deja un profil pe o reţea de socializare, în studiul lui Barbovschi et al. (2015). Având în vedere tendinţele

în creştere pentru utilizarea internetului, avem nevoie de mai multe studii care să includă tineri şi să investigheze dinamicile dintre utilizarea compulsivă a internetului şi alte variabile. În aceeaşi măsură, deşi indivizii de peste 65 de ani sunt categoria cel mai puţin probabil să utilizeze internetul (Barbosa Neves et al., 2018), ştim şi că singurătatea şi distanţa faţă de familie îi determină pe mulţi să se convertească către aceste activităţi. Studiile viitoare ar trebui să investigheze aspecte care ţine de utilizarea internetului şi la aceste categorii de vârstă, pentru ca rezultatele să poată fi generalizate la populaţii mai ample. Mai mult decât atât, studiul a cuprins exclusiv respondenţi români, deci artefactul socio-cultural nu poate fi neglijat.

O altă limitare a studiului prezent este cu referire la instrumentele folosite (John D. Ranney, Wendy Troop-Gordon, 2017). Acestea au fost simple chestionare de auto-evaluare, deci este posibil să fi apărut tendinţa de auto-prezentare dezirabilă. Știm din alte studii că măsurile comportamentale oferă rezultate mai valide, iar atunci când acestea nu sunt disponibile, este recomandată utilizarea mai multor instrumente sau metode de evaluare (chestionar, interviu, observaţie, studiu tip jurnal etc.). De asemenea, instrumentul folosit pentru măsurarea utilizării internetului ar putea să nu fie cel mai potrivit pentru populația generală din care a fost extras eşantionul nostru, având în vedere că acesta a fost conceput pentru a măsura comportamentul compulsiv de utilizare a internetului, acest aspect putând necesita o populaţie cu caracteristici anume. Studiile viitoare ar trebui să investigheze aceste relații între variabilele prezente prin măsuri mai variate, eventual experimentale, în încercarea de a stabili o eventuală relaţie de cauzalitate între factorii propuşi.

Pe de cealaltă parte, studiul de faţă prezintă câteva puncte forte care merită menţionate. Primul dintre acestea face referire la investigarea relației dintre două aspecte, utilizarea compulsivă a internetului şi inteligenţa socială care, după ştiinţa noastră şi în urma investigării bazelor de date pentru articole ştiinţifice, nu au mai fost studiate împreună pentru populația românească. Acest studiu vine să susţină iniţiativele recente ale grupurilor de academicieni ce lucrează la manualele de diagnostic pentru tulburările mintale (DSM-5 şi ICD-11), în privinţa includerii unor patologii asociate consumului digital. Cercetarea de faţă umple nişte goluri din literatura ştiinţifică şi avansează încă un subiect „fierbinte”: inteligenţa socială, devenită acum un termen umbrelă pentru succesul în viaţă. Din însuşi acest motiv, avem nevoie să ancorăm aceste concepte şi intervenţiile care decurg din ele (coaching, dezvoltare personală, consiliere, psihoterapie) în studii academice, pentru a preveni derapajele” la modă”. Acest studiu şi-a propus

să arunce lumină peste aceste subiecte atât de controversate, şi atât de importante, în lumea noastră.

Concluzii

Cercetarea prezentă a investigat relaţia dintre consumul de internet şi inteligenţa socială, două concepte de importanţă majoră în societatea contemporană.

În mod important, s-au observat corelaţii semnificative între toate dimensiunile Inteligenţei Sociale şi scorul general obţinut la Inteligenţa socială. Empatia a corelat pozitiv şi semnificativ cu Inteligenţa Socială cu un coeficient de corelaţie Spearman ρ =0.489, p<0.001. Iritabilitatea socială a corelat semnificativ şi pozitiv cu Inteligenţa Socială cu un coeficient de corelaţie Spearman ρ = 0.452, p<0.001. Totuşi, cea mai mare corelaţie a fost înregistrată între dimensiunea Manipulare şi Inteligenţa Socială, cu un coeficient de corelaţie Spearman ρ = 0.843, p<0.001. Aceste corelaţii ne arată că eşantionul şi instrumentul au fost alese corect şi că putem să ne bazăm pe datele furnizate de subiecţi. Validitatea de construct ne arată că instrumentul folosit măsoară, într-adevăr, ceea ce şi-a propus să măsoare, deci deţinem un indicator favorabil al faptului că am ales bine eşantionul şi scala.

Studiile viitoare ar trebui să investigheze aspecte care ţin de utilizarea internetului şi la categoriile de vârstă sub 18 ani şi peste 65 ani, pentru ca rezultatele să poată fi generalizate la populaţii mai ample.

Rezultatele cercetării sunt în acord cu literatura de specialitate realizată pe concepte convergente. Au fost discutate analiza statistică, interpretarea datelor, implicaţiile, limitările şi punctele forte ale studiului. În concluzie, ipoteza generală a studiului corelativ a fost confirmată. Există o corelaţie pozitivă între consumul de internet şi inteligenţa socială, având în vedere un coeficient de corelaţie Spearman ρ = 0.331, p < 0.01.

În încercarea de a stabili o eventuală relaţie de cauzalitate între factorii propuşi, studiile viitoare ar trebui să investigheze aceste relaţii între variabilele prezente prin măsuri mai variate, eventual experimentale.

References

Abbasi, I., & Drouin, M. (2019). Neuroticism and Facebook addiction: How social media can affect mood. *The American Journal of Family Therapy*, *47*(4), 199-215.

Alloway, T., Runac, R., Quershi, M., & Kemp, G. (2014). Is Facebook linked to selfishness. *Investigating the relationships among social media use, empathy, and narcissism. Social Networking.*

American Psychiatric Association, D. S., & American Psychiatric Association. (2013). *Diagnostic and statistical manual of mental disorders*: DSM-5 (Vol. 5). Washington, DC: American psychiatric Association.

American Psychiatric Association. (1994). *Diagnostic and Statistical Manual for Mental Disorders* (Fourth Edition). Washington, DC: American Psychiatric Association.

Barbosa Neves, B., Fonseca, J. R., Amaro, F., & Pasqualotti, A. (2018). *Social capital and Internet use in an age-comparative perspective with a focus on later life*. *PloS one*, *13*(2), e0192119.

Barbovschi, M., Macháčková, H., & Ólafsson, K. (2015). Underage use of social network sites: it's about friends. *Cyberpsychology, behavior, and social networking*, *18*(6), 328-332.

Carrier, L. M., Spradlin, A., Bunce, J. P., & Rosen, L. D. (2015). Virtual empathy: Positive and negative impacts of going online upon empathy in young adults. *Computers in Human Behavior*, *52*, 39-48.

DataReportal (n.d.). *Global Social Media Stats.*Extras 26 Mai 2022, de la https://datareportal.com/social-media-users

Demircioğlu, Z. I., & Göncü Köse, A. (2021). Effects of attachment styles, dark triad, rejection sensitivity, and relationship satisfaction on social media addiction: A mediated model. *Current Psychology*, *40*(1), 414-428.

Denissen, J. J., & Penke, L. (2008). Neuroticism predicts reactions to cues of social inclusion. *European Journal of Personality: Published for the European Association of Personality Psychology*, *22*(6), 497-517.

Frankovský, M., & Birknerová, Z. (2014). Measuring social intelligence-the MESI methodology. *Asian Social Science*, *10*(6), 90.

Goleman, D. (revizuită, 2018). *Inteligența Socială*, Editura Curtea Veche, București.

Jauk, E., & Dieterich, R. (2019). Addiction and the dark triad of personality. *Frontiers in psychiatry*, 662.

John D. Ranney, Wendy Troop-Gordon (2017). Problem-focused discussions in digital contexts: *The impact of information and communication technologies on conversational processes and experiences*, Department of Psychology, Dept 2765, North Dakota State University, Fargo, ND 58108-6050, USA.

Lee, S. L. (2019). Predicting SNS addiction with the Big Five and the Dark Triad.*Cyberpsychology: Journal of Psychosocial Research on Cyberspace*, *13*(1).

Leménager, T., Hoffmann, S., Dieter, J., Reinhard, I., Mann, K., & Kiefer, F. (2018). The links between healthy, problematic, and addicted Internet use regarding comorbidities and self-concept-related characteristics. *Journal of Behavioral Addictions*, *7*(1), 31-43.

Leschak, C. J., Dutcher, J. M., Haltom, K. E. B., Breen, E. C., Bower, J. E., & Eisenberger, N. I. (2020). Associations between amygdala reactivity to social threat, perceived stress and C-reactive protein in breast cancer survivors. *Social cognitive and affective neuroscience*, *15*(10), 1056-1063.

Maier, C., Laumer, S., Eckhardt, A., & Weitzel, T. (2012). When Social Networking Turns to Social Overload: Explaining the Stress, Emotional Exhaustion, and Quitting Behavior from Social Network Sites' Users. In *Proceedings of the 20th European Conference on Information System (ECIS): ECIS 2012*. AIS Electronic Library (AISeL).

Meerkerk, G. J., Eijnden, R. J. V. D., & Garretsen, H. F. (2006). Predicting compulsive Internet use: it's all about sex!. *CyberPsychology & Behavior*, *9*(1), 95-103.

Meerkerk, G. J., Van Den Eijnden, R. J., Vermulst, A. A., & Garretsen, H. F. (2009). The compulsive internet use scale (CIUS): some psychometric properties. *Cyberpsychology & behavior*, *12*(1), 1-6.

Quittschalle, J., Stein, J., Luppa, M., Pabst, A., Löbner, M., Koenig, H. H., & Riedel-Heller, S. G. (2020). Internet use in old age: results of a German population-representative survey. *Journal of medical Internet research*, *22*(11), e15543.

Spitzer, M. (2020). *Demenţa digitală*. Editura Humanitas, Bucureşti.

Widyanto L, Grifiths M. D. Brunsden V. (2011). *A psychometric comparison of the internet Addiction Test, the Internet Related Problem Scale, and Self-Diagnosis. Cyberpsychol Behav Soc Networking*, 14: 141-149.

World Health Organisation. ICD10 Classifications of Mental and Behavioural Disorder: Clinical Descriptions and Diagnostic Guidelines. Geneva: World Health Organisation 1992.