

Natalia Kądziela

ORCID: 0009-0003-4770-7863

Akademia Podlaska w Białymstoku

Katedra Psychologii

POZIOM INTELIGENCJI EMOCJONALNEJ U KOBIET A WYSTĘPOWANIE U NICH ZJAWISKA SHARENTINGU¹

Streszczenie

Problematyka inteligencji emocjonalnej i jej związków z codziennym funkcjonowaniem człowieka od lat jest przedmiotem badań w obszarze psychologii. Wykorzystywanie emocji w procesach decyzyjnych, czy też zdolność regulacji emocji to komponenty inteligencji emocjonalnej szczególnie istotne także w procesie wychowania dziecka.

Upowszechnienie mediów społecznościowych spowodowało pojawienie się i rozwój zjawiska, które przyjęło nazwę *sharentingu*. Jest to forma ekspresji, polegająca na upowszechnianiu nie tylko swoich doświadczeń powiązanych z rodzicielstwem, ale również na udostępnianiu wizerunku dziecka w mediach społecznościowych.

Celem badań była analiza skali i uwarunkowań zjawiska *sharentingu* u matek małych dzieci a także różnic w skali występowania tego zjawiska w zależności od ich poziomu inteligencji emocjonalnej.

Słowa kluczowe: inteligencja emocjonalna, sharenting, rodzicielstwo, środowisko cyfrowe.

¹ Artykuł powstał w oparciu o badania przeprowadzone przez autorkę w 2025 r. w ramach przygotowania pracy magisterskiej napisanej pod kierunkiem dr Anny Kienig w Akademii Podlaskiej w Białymstoku.

EMOTIONAL INTELLIGENCE LEVEL IN WOMEN AND THE OCCURRENCE OF SHARENTING IN THEM

Abstract

The issue of emotional intelligence and its relationship to everyday human functioning has been the subject of research in the field of psychology for many years. The use of emotions in decision-making processes and the ability to regulate emotions are components of emotional intelligence that are particularly important in the process of raising a child.

The spread of social media has led to the emergence and development of a phenomenon known as sharenting. It is a form of expression that involves not only sharing one's experiences related to parenthood, but also sharing images of one's child on social media.

The aim of the study was to analyse the scale and determinants of sharenting among mothers of young children, as well as differences in the prevalence of this phenomenon depending on their level of emotional intelligence.

Keywords: emotional intelligence, level of emotional intelligence, sharenting, parenting, digital environment.

Inteligencja emocjonalna

Inteligencja emocjonalna jest konstruktem różnie definiowanym – nie ma zgodności, co do tego, na jakiej podstawie się kształtuje. Za pionierów rozwoju teorii jej dotyczących powszechnie uważa się amerykańskich psychologów Petera Saloveya oraz Johna D. Mayera, którzy zdefiniowali ją jako zdolność do obserwowania uczuć, rozróżniania emocji oraz wykorzystania pozyskanych w ten sposób informacji do kierowania swoim myśleniem oraz działaniem (Salovey i Mayer, 1990). Wyróżnili cztery komponenty inteligencji emocjonalnej: 1) percepcja emocjonalna – umiejętność rozpoznawania emocji u siebie i u innych, 2) asymilowanie emocji w przebiegu procesów poznawczych – zdolności służące wykorzystywaniu emocji zarówno w procesach decyzyjnych, jak i sytuacjach problemowych lub twórczych, 3) rozumienie oraz analizowanie emocji,

a także efektywne stosowanie wiedzy emocjonalnej, 4) regulacja emocji – umiejętność kontrolowania i modyfikowania emocji.

Zdaniem badaczy, inteligencja emocjonalna nie jest cechą wrodzoną. Rozwój oraz doskonalenie w tej dziedzinie odbywa się w toku aktywności własnej jednostki, na podstawie której gromadzą się doświadczenia (Knopp i Matczak, 2013). Komponenty inteligencji emocjonalnej są odpowiedzialne za percepcję emocji oraz możliwości ich adekwatnego wyrażania. Mogą ułatwiać jednostce funkcjonowanie w rolach społecznych poprzez umożliwianie odbioru ważnych dla działania informacji, a także warunkując kontakty z otoczeniem. Zakłada się, że osoby z jej wyższym poziomem będą lepiej sobie radzić w sytuacjach stresowych i trudnych, a do tego będą bardziej od innych zdeterminowane do wykorzystywania swojego potencjału oraz samorealizacji (Bar-On, 2006).

Zjawisko *sharentingu*

Upowszechnienie mediów społecznościowych spowodowało pojawienie się i rozwój zjawiska, które przyjęło nazwę *sharentingu*. *Sharenting* – termin pochodzący od angielskich słów *share* (dzielić się) i *parenting* (rodzicielstwo), został upowszechniony przez dziennikarzy i badaczy zajmujących się tematyką rodzicielstwa oraz rozwojem nowych mediów. Jest to forma ekspresji, polegająca na upowszechnianiu nie tylko swoich doświadczeń powiązanych z rodzicielstwem, ale również na udostępnianiu wizerunku dziecka w mediach społecznościowych.

Odnosi się do praktyki udostępniania przez rodziców informacji, zdjęć i filmów dotyczących ich dzieci w mediach społecznościowych (Brosch, 2017).

Zdaniem Anny Błasiak (2018) dzielenie się elementami swojego życia osobistego to nierozzerwalny element ludzkiej egzystencji. Autorka określa ten proces jako ważny, a nawet niezbędny dla rozwoju jednostki w środowisku społecznym. Należy przy tym pamiętać o prywatności dziecka, które w początkowych fazach rozwoju nie ma świadomości swojej sytuacji i nie dysponuje możliwością samostanowienia. Rodzice, upoważnieni do rozpowszechniania informacji dotyczących swojej pociechy, są zobligowani do

dbania o jej bezpieczeństwo nie tylko w świecie realnym, ale także wirtualnym.

Sharenting jako współczesna forma rodzicielskiej ekspresji

Media społecznościowe stanowią aktualnie współczesny równoległy świat, w którym rodzice często bez większej refleksji dzielą się szczegółami z życia swoich dzieci. Publikowanie w sieci stało się częścią codzienności, ponieważ opiekunowie, nieograniczeni porą dnia lub nocy, dzielą się informacjami o tym, jak żyją, w jaki sposób spędzają czas ze swoim potomstwem oraz jak wygląda ich harmonogram dnia (Steinberg, 2017). W czasie rozwoju różnych nowych form przekazu, gdy granice między życiem prywatnym a publicznym coraz bardziej się zacierają, ta forma ekspresji powoli staje się tematem debaty dotyczącej odpowiedzialnego rodzicielstwa w erze cyfrowej.

Dzielenie się przez rodziców treściami dotyczącymi swoich dzieci za pomocą mediów zacieśnia wirtualne więzi społeczne i stwarza szansę na otrzymanie wsparcia (Błasiak, 2018). Możliwość kontaktu z innymi rodzicami, a jednocześnie usprawnienie procesu wymiany doświadczeń to cenne wartości, o które coraz trudniej może być zadbać w świecie realnym. Perspektywa dołączenia do grupy tematycznej, związanej z wychowaniem potomstwa, a dostępnej na platformie społecznościowej, może pomóc innym dorosłym poczuć się pewniej w pełnionej przez siebie rodzicielskiej roli. Jest to również szansa na odzyskanie przez rodzica stanu równowagi psychicznej po tak dużej zmianie życiowej, jaką jest pojawienie się na świecie nowego członka rodziny.

Udostępnianie wizerunku dziecka w mediach społecznościowych może pełnić funkcję współczesnej rodzinnej kroniki, pozwalającej na zachowanie wspomnień. Cyfrowe archiwum zapewnia zwykle szybszy i bardziej bezproblemowy dostęp do zdjęć z przeszłości, niż tradycyjne formy archiwizowania doświadczeń. W Internecie bowiem „nic nie ginie”, natomiast klasyczne albumy mogą ulec zniszczeniu mechanicznemu. W przestrzeni wirtualnej wszystkie treści przechowywane są w jednym miejscu, co sprawia, iż można do nich wrócić w dowolnym momencie. Twórcą takiego

projektu może być każdy, kto ma dostęp do Internetu, a nie tylko ten, który jest aktualnie w posiadaniu konkretnego albumu. Odpowiednie zarządzanie udostępnianymi materiałami oraz dbanie o ich prywatność są elementami tego, że wspomnienia pozostaną bezpieczne i dostępne na lata.

Zagrożenia wynikające ze zjawiska *sharentingu* są przedmiotem badań znacznie częściej niż zalety tego zjawiska. Z jednej strony wszystko wskazuje na to, że dzisiejsi rodzice coraz częściej traktują media społecznościowe jako wszechobecną część ich doświadczania rodzicielskiego. Z drugiej natomiast, wiele publicznych dyskusji związanych z omawianym fenomenem podkreśla różnorodność potencjalnych problemów, które mogą się z nim wiązać (Siibak i Traks, 2019).

Podstawową kwestią jest naruszenie prywatności dziecka, co niekiedy wiąże się z zagrożeniem jego bezpieczeństwa. Rodzic, który zapomina o konieczności zachowania szacunku nie tylko w stosunku do samej jednostki, ale także jej wizerunku, nie spełnia swojej podstawowej funkcji, jaką jest ochrona potomka (Steinberg, 2017). Do treści udostępnianych w Internecie dostęp ma bowiem nie tylko rodzina oraz znajomi, ale także osoby obce. Po rozpowszechnieniu zdjęć i informacji, rodzice tracą kontrolę nad tym, kto je widzi i jak są wykorzystywane. Materiały mogą być kopiowane i używane w sposób, który jest trudny do przewidzenia. Wtedy w trudnej sytuacji postawione jest przede wszystkim dziecko, które jako obiekt zainteresowania będzie musiało w przyszłości mierzyć się z konsekwencjami decyzji swoich opiekunów.

Inną kwestią wzbudzającą duże kontrowersje jest odbieranie młodemu człowiekowi autonomii oraz możliwości samostanowienia. Dzieci, szczególnie te małe, nie mogą zaprotestować przeciw publikacji zdjęć i informacji na swój temat, co nie tylko narusza ich prywatność, ale jako utrwalony wzorzec zachowania może destrukcyjnie na nie oddziaływać w okresie dorastania. Tak realizowana przez rodziców wirtualna narracja tworzy cyfrowy profil dziecka jeszcze zanim zdążyłoby ono świadomie podjąć działalność w mediach społecznościowych (Błasiak, 2019). Materiały udostępnianie przez rodziców rzadko kiedy uzyskują aprobatę dziecka.

To, co podoba się rodzicowi, w dziecku może wywoływać poczucie żalu, wstydu oraz niesprawiedliwości, a w niektórych sytuacjach nawet lęk przed tym, że treści te zostaną dostrzeżone i wykorzystane przez rówieśników.

Sharenting jest zjawiskiem o złożonym charakterze. Z jednej strony, umożliwia zacieśnienie wirtualnych więzi społecznych (Błasiak, 2018). Może stanowić też źródło wzajemnej rodzicielskiej inspiracji do kreatywnego spędzenia czasu z dzieckiem. Uaktywniające historie mogą motywować resztę członków społeczeństwa do próbowania nowych rzeczy i bardziej aktywnego zaangażowania w życie swoich dzieci. Rodzice dzieci cierpiących na rzadkie choroby mogą z kolei dzielić się swoimi historiami, aby pomóc w poszerzaniu wiedzy w temacie schorzeń, z którymi się mierzą. Publikowanie treści związanych z życiem dzieci zmagających się z trudnościami może sprzyjać zmniejszeniu skali występowania zachowań stygmatyzujących oraz utrwalonych uprzedzeń. Jednocześnie wśród negatywnych konsekwencji długoterminowych możemy dostrzec potencjalne ryzyko kradzieży tożsamości. Brak zastrzeżenia danych osobowych dziecka może prowadzić do tworzenia przez cyberprzestępców fałszywych profili cyfrowych, a w przyszłości do uzyskania dostępu do prywatnych kont bankowych lub społecznościowych.

W literaturze wspomina się również o zjawisku nazwanym „*oversharingiem*”, które polega na udostępnianiu zbyt dużej ilości informacji prywatnych nie tylko na platformach społecznościowych, ale także chociażby podczas rozmowy telefonicznej (Agger, 2012). Przejawia się nadmiernym dzieleniem się detalami związanymi z życiem swoim, dziecka lub innego człowieka, co może przełożyć się na naruszenie odrębności danej jednostki.

Rozważania nad zjawiskiem *sharentingu* stanowią relatywnie nową dziedzinę badawczą i naukowcy nie są w stanie przewidzieć wszystkich jego konsekwencji. Bardzo ważna wydaje się być świadomość rodziców i podejmowanie przez nich odpowiedzialnych decyzji dotyczących dzielenia się treściami związanymi z dziećmi. Obowiązkowe jest przy tym zadbanie o ich prywatność i bezpieczeństwo, a także wzięcie pod uwagę tego, co sami zainteresowani mają do przekazania w tej sprawie. Chcąc tworzyć trwałą relację

z dzieckiem, należy wsłuchiwać się w wyrażane przez nie potrzeby i mieć świadomość tego, że odebranie mu autonomii to osłabianie jego dobrostanu psychicznego.

Metoda

Celem przeprowadzonych badań była analiza skali i uwarunkowań zjawiska *sharentingu* u matek małych dzieci, a także różnic w skali występowania tego zjawiska w zależności od ich poziomu inteligencji emocjonalnej. Badania przeprowadzono w grupie 60 kobiet – matek przynajmniej jednego dziecka do 15 roku życia. Badanie miało charakter indywidualny. Czas na uzupełnienie kwestionariusza oraz ankiety zależał od indywidualnych predyspozycji osób zaangażowanych, jednak najczęściej nie przekraczał 15 minut. Warunki przeprowadzenia badania zostały dostosowane do zapewnienia rzetelności i komfortu jego uczestniczek.

W badaniach wykorzystano Kwestionariusz Inteligencji Emocjonalnej INTE, autorstwa Schutte i współpracowników (1998) oraz autorski kwestionariusz ankiety na temat zjawiska *sharentingu*.

Kwestionariusz INTE składa się z 33 pozycji, które mają charakter stwierdzeń, w większości sformułowanych w pierwszej osobie. Badany ocenia w skali od 1 (zdecydowanie nie zgadzam się) do 5 (zdecydowanie zgadzam się) stopień, w jakim wskazane zdanie go opisuje. Charakter pozycji narzędzia INTE dotyczy zdolności składających się na inteligencję emocjonalną, rozumianą zgodnie z koncepcją Saloveya i Mayera. Wyniki uzyskane w kwestionariuszu mają na celu: ocenę poziomu inteligencji emocjonalnej, identyfikację mocnych stron oraz obszarów wymagających poprawy w zakresie zarządzania emocjami oraz pomoc w rozwoju umiejętności interpersonalnych i intrapersonalnych. Interpretacja uzyskanych wyników znajduje zastosowanie zarówno w kontekście diagnostycznym, jak i badawczym, wspierając analizę kompetencji emocjonalnych jednostek w obszarach takich, jak psychologia zdrowia, edukacja czy zarządzanie zasobami ludzkimi. Narzędzie to wykorzystywane jest również w badaniach nad emocjonalnym

oraz społecznym funkcjonowaniem przedstawicieli określonych grup zawodowych.

Autorski kwestionariusz ankiety zawierał pytania jednokrotnego lub wielokrotnego wyboru umożliwiające poznanie ogólnych tendencji związanych z upublicznianiem wizerunku swojego dziecka w przestrzeni internetowej. Zadane pytania dotyczyły również opinii osób badanych na temat powszechności występowania zjawiska *sharentingu* oraz możliwych powiązanych z nim konsekwencji.

W celu zweryfikowania postawionych hipotez przeprowadzono: test jednorodności wariancji Levene'a, test t-Studenta w przypadku porównywania jednej zmiennej ilościowej z drugą zmienną jakościową nominalną oraz test niezależności chi-kwadrat w sytuacji, gdy obie zmienne miały charakter jakościowy.

Wyniki

Poziom inteligencji emocjonalnej

W celu określenia ogólnego poziomu inteligencji emocjonalnej zweryfikowano podstawowe statystyki opisowe, których wyodrębnienie możliwe było dzięki uwzględnieniu surowych wyników punktowych badanych kobiet. Aby potwierdzić normalność rozkładu zmiennej, przeprowadzono test Shapiro-Wilka. Otrzymane wyniki cechowały się umiarkowanym zróżnicowaniem, co sugeruje, że osoby badane w większości osiągały podobne rezultaty, przy ograniczonej liczbie wyników skrajnych. Za kategorie interpretacyjne wyników uznano: niski poziom inteligencji emocjonalnej (od 33 do 117 punktów), przeciętny poziom inteligencji emocjonalnej (od 118 do 142 punktów) oraz wysoki poziom inteligencji emocjonalnej (od 143 do 165 punktów). Średnia arytmetyczna wyników punktowych uzyskanych przez badane wyniosła 124,95 pkt (tabela 1), co potwierdziło przeciętny poziom inteligencji emocjonalnej w badanej grupie.

Tabela 1. Poziom inteligencji emocjonalnej u badanych kobiet

Poziom inteligencji emocjonalnej	Częstość (N=60)	Procent
niski poziom inteligencji emocjonalnej	18	30,0
przeciętny poziom inteligencji emocjonalnej	34	56,7
wysoki poziom inteligencji emocjonalnej	8	13,3

Źródło: opracowanie własne.

Tabela 2. Statystyki opisowe wyników punktowych w kwestionariuszu INTE

M	SE	Me	Sd	Min	Max	R	Sk	Ku
124,95	2,266	129	17,552	82	162	80	-0,572	-0,024

Źródło: opracowanie własne.

Skala i uwarunkowania występowania zjawiska *sharentingu*

W chwili obecnej *sharenting* jest niemożliwy do jednoznacznego skategoryzowania ze względu na jego niewymierność – nie ma określonych wskaźników, które pozwalałyby precyzyjnie ocenić częstotliwość jego występowania. Na potrzeby realizowanego badania założono, że już jednorazowe zamieszczenie informacji o dziecku na platformie internetowej jest podstawą do określenia danego zachowania *sharentingiem*. W analizowanej grupie 43,3% respondentek zadeklarowało, że przynajmniej raz udostępniło wizerunek swojego dziecka w Internecie. Z kolei 56,7% osób odpowiedziało negatywnie, wykazując brak takiej praktyki. Wyniki te wskazują, że niewiele ponad połowa rodziców wybiera opcję ochrony prywatności dziecka, decydując się na nieudostępnianie jego wizerunku w przestrzeni internetowej.

Wiek badanych kobiet a zjawisko *sharentingu*

W celu zweryfikowania istnienia związku pomiędzy częstością występowania zjawiska *sharentingu* a wiekiem badanych kobiet przeprowadzono test niezależności chi-kwadrat (tabela 3). Analiza wykazała istnienie istotnego związku pomiędzy wskazanymi dwoma czynnikami. Otrzymany rezultat sugeruje, że wiek różnicuje tendencję do publikowania treści związanych z dziećmi w mediach społecznościowych. Młodsze kobiety znacznie częściej angażują się w udostępnianie treści związanych z dziećmi w przestrzeni internetowej niż kobiety starsze.

Tabela 3. Test chi-kwadrat dotyczący różnic między wiekiem badanych kobiet a występowaniem u nich zjawiska *sharentingu*

	Wartość	df	Istotność (dwustronna)
chi-kwadrat Pearsona	8,180	2	,017
N ważnych obserwacji	60	-	-

Źródło: opracowanie własne.

Wiek dzieci badanych kobiet a zjawisko *sharentingu*

Następnie badano związek między częstością występowania zjawiska *sharentingu* a wiekiem dzieci badanych kobiet (tabela 4). W przypadku grupy rodziców z najstarszymi dziećmi odnotowano znacznie mniej przypadków zjawiska *sharentingu*, niż przewidywano statystycznie, co może sugerować, że z wiekiem dziecka maleje skłonność matek do publikowania jego wizerunku w mediach społecznościowych. Ustalenia te potwierdzają obserwację, że *sharenting* najczęściej dotyczy dzieci młodszych, szczególnie we wczesnym dzieciństwie, a wraz z wiekiem dziecka jego obecność w mediach społecznościowych staje się rzadsza. Te założenia potwierdza analiza wyników testu niezależności, która wykazała istotny statystycznie związek między zmiennymi.

Tabela 4. Test chi-kwadrat dotyczący różnic między wiekiem dzieci badanych kobiet a występowaniem u nich zjawiska *sharentingu*

	Wartość	df	Istotność (dwustronna)
chi-kwadrat Pearsona	10,429 ^a	3	,015
N ważnych obserwacji	60	-	-

Źródło: opracowanie własne.

Korzystanie z mediów społecznościowych a zjawisko *sharentingu*

W celu zbadania możliwości występowania związku między częstotliwością korzystania z mediów społecznościowych przez matkę a przynajmniej jednorazowym udostępnieniem wizerunku dziecka w Internecie, przeprowadzono analizę częstości udzielanych odpowiedzi. Największa liczba udostępnień wizerunku dziecka została odnotowana wśród kobiet korzystających z mediów społecznościowych kilka razy dziennie. Podobnie wśród respondentek używających mediów kilkanaście razy dziennie – ponad połowa tej grupy zadeklarowała praktykowanie omawianego zjawiska. Zdecydowanie mniej osób udostępniających wizerunek dziecka znalazło się w grupach korzystających z mediów społecznościowych raz dziennie lub rzadziej. Analiza wyników testu chi-kwadrat (tabela 5) wykazała jednak, że zależność między analizowanymi zmiennymi nie była istotna statystycznie. Oznacza to, że nie ma podstaw do odrzucenia hipotezy zerowej, zakładającej brak związku między częstotliwością korzystania z mediów społecznościowych a podejmowaniem działań związanych z *sharentingiem*.

Tabela 5. Test chi-kwadrat dotyczący różnic między częstotliwością korzystania z mediów społecznościowych przez badane kobiety a występowaniem u nich zjawiska sharentingu

	Wartość	df	Istotność (dwustronna)
Chi-kwadrat Pearsona	4,525 ^a	3	,210
N ważnych obserwacji	60	-	-

Źródło: opracowanie własne.

Poziom inteligencji emocjonalnej a występowanie zjawiska *sharentingu*

Analiza wyników przeprowadzonego testu t-Studenta (tabela 2) nie wykazała istotnych statystycznie różnic w skali występowania zjawiska *sharentingu* pomiędzy porównywanymi grupami. Wyniki testu wskazały, że średnie wartości w obu grupach były zbliżone, a ewentualne rozbieżności nie miały charakteru statystycznie istotnego. Przynależność do grupy osób udostępniających, czy też nieudostępniających wizerunek dziecka w Internecie, nie była związana z drugą badaną zmienną, czyli poziomem inteligencji emocjonalnej.

Tabela 6. Różnice w skali występowania zjawiska sharentingu w zależności od poziomu inteligencji emocjonalnej badanych kobiet

	Test równości średnich				
	t	df	Istotność (dwustronna)	Różnica średnich	Błąd standardowy
Wyniki w kwestionariuszu INTE	-0,158	58	0,875	-0,726	4,611

Źródło: opracowanie własne.

Dyskusja

Analiza wyników badań nie potwierdziła hipotezy dotyczącej różnic w skali występowania zjawiska *sharentingu* u kobiet w zależności od ich poziomu inteligencji emocjonalnej.

Z badań Lutz, Newlands i Ranzini (2020) wynika, że opiekunowie cechujący się wyższym poziomem samoefektywności (lub inaczej: poczucia własnej skuteczności) są mniej skłonni do udostępniania informacji o swoim dziecku w Internecie. Wniosek ten wskazywałby na to, że jeśli traktowalibyśmy poczucie efektywności jako element składowy inteligencji emocjonalnej, to osoby z wyższym poziomem IE znajdowałyby się w grupie osób rzadziej zamieszczających informacje o dziecku w przestrzeni internetowej. Przeprowadzone na potrzeby tej publikacji badanie nie potwierdza tego założenia, jednak wiąże się z tym również kwestia faktycznego uznania samoefektywności za komponent poziomu inteligencji emocjonalnej. Rozbudowanie tej cechy umożliwia bowiem lepsze zarządzanie emocjami, efektywniejszą i skuteczniejszą komunikację oraz wzmocnienie wewnętrznej motywacji.

Średni poziom inteligencji emocjonalnej u badanych kobiet – 125 punktów, mieścił się w granicach wyników przeciętnych.

W badaniu dotyczącym poziomu inteligencji emocjonalnej, przeprowadzonym w grupie studentek pielęgniarstwa w Polsce, zastosowano Kwestionariusz Inteligencji Emocjonalnej Schuttego. Analiza zebranych danych wykazała, że średnia wyników surowych wyniosła 129 punktów. Przeważająca część uczestniczek – dokładnie 64,6% – osiągnęła wyniki mieszczące się w zakresie przeciętnym. Wysoki poziom inteligencji emocjonalnej odnotowano jedynie u 14,2% kobiet. Natomiast 21,2% badanych uzyskało wyniki niskie, co może świadczyć o deficytach w zakresie rozpoznawania, rozumienia lub regulacji emocji. Opisane dane sugerują, że w tej konkretnej grupie inteligencja emocjonalna nie wyróżniała się istotnie na tle ogólnej populacji, a poziom przeciętny był dominującym profilem (Laskowski i in., 2024).

Nie została potwierdzona hipoteza zakładająca, że zjawisko *sharentingu* u badanych kobiet jest częste. W badanej grupie tyl-

ko 26 kobiet zadeklarowało minimum jednorazowe udostępnienie wizerunku dziecka w przestrzeni Internetowej, co uniemożliwia potwierdzenie przedstawionego założenia. Należy jednak uwzględnić czynniki, które mogły zakłócić proces udzielania szczerych odpowiedzi. Przede wszystkim, badanie opierało się na zebraniu danych deklaracyjnych, które mogą wiązać się z predyspozycją do udzielania odpowiedzi zgodnych z oczekiwaniami społeczeństwa. Dodatkowo, w kontekście zjawiska *sharentingu* można by wziąć pod uwagę również inne aspekty, takie jak motywacje psychologiczne czy kontekst rodzinny, które nie zostały uwzględnione w realizowanym badaniu.

Występowanie zjawiska *sharentingu* ma związek z wiekiem badanych kobiet. Im młodsze kobiety, tym częściej to zjawisko występuje. W najmłodszej wiekowo grupie kobiet badanych większość z nich deklarowała minimum jednorazowe udostępnienie wizerunku dziecka w sieci. Najrzadziej natomiast odpowiedzi twierdzącej w tej zakresie udzieliły badane znajdujące się w grupie powyżej 45 lat.

Występowanie zjawiska *sharentingu* ma związek z wiekiem dzieci badanych kobiet. U matek, które mają młodsze dzieci, zjawisko występuje częściej. Otrzymane wyniki mogą wskazywać na to, iż potrzeba dzielenia się doświadczeniem macierzyństwa w mediach społecznościowych jest silniejsza na wcześniejszych etapach życia rodzinnego. Dodatkowo, czynnikiem warunkującym jakość zgromadzonych danych w tym zakresie może być fakt, iż dziecko do pewnego roku życia nie jest w stanie wyrazić świadomej zgody na udostępnienie jego wizerunku w przestrzeni internetowej.

Występowanie zjawiska *sharentingu* nie ma związku z częstotliwością korzystania z mediów społecznościowych, co nie jest zgodne z wynikami badań Amona i in. (2022). Z badań tych wynika, iż najistotniejszym czynnikiem związanym z częstotliwością udostępniania treści *sharentingowych* przez opiekunów okazało się ich ogólne zaangażowanie w działalność w mediach społecznościowych. Co prawda, rezultaty badania własnego, dotyczące częstotliwości korzystania z mediów i udostępnianiem wizerunku dziecka, wykazały nieznaczne różnice między badanymi grupami, jednak

wyniki te okazały się nieistotne statystycznie. Za istotny należy jednak uznać fakt, iż przywołane badanie odnosiło się do częstotliwości zamieszczania wskazanych materiałów, a nie samego faktu udostępniania informacji.

Podsumowanie

Rozważając możliwość uogólnienia wyników przeprowadzonych badań na szerszą populację, należy uwzględnić zarówno charakterystykę próby badawczej, jak i kontekst metodologiczny, w jakim uzyskano dane. Niniejszym badaniem objęto kobiety, które są matkami przynajmniej jednego dziecka do 15 roku życia. Choć próba była stosunkowo liczna, to nie można jej uznać za w pełni reprezentatywną dla całej populacji kobiet w Polsce. Narzędzia zastosowane w badaniu zostały dobrane tak, by były zrozumiałe i przejrzyste. Jednakże w przypadku autorskiego narzędzia do pomiaru skali zjawiska *sharentingu* warto uwzględnić, że jego trafność i rzetelność nie były wcześniej zweryfikowane na dużych próbach. Choć jego konstrukcja została oparta na dostępnej literaturze i obowiązujących definicjach zjawiska, możliwe są ograniczenia interpretacyjne. Istotnym czynnikiem ograniczającym trafność zewnętrzną badania jest również zmienność kulturowa i technologiczna. *Sharenting* jest zjawiskiem dynamicznym, powiązaniem z rozwojem platform społecznościowych oraz zmianami w obyczajowości. Wyniki, które uzyskano wskutek realizacji tego badania, mogą nie mieć tej samej aktualności za kilka lat.

Brak potwierdzenia zakładanej hipotezy głównej może wskazywać na potrzebę poszukiwania innych, bardziej trafnych zmiennych psychologicznych, które mogłyby tłumaczyć występowanie zjawiska *sharentingu* u kobiet. Może to sugerować, że decyzje o publikowaniu wizerunku dziecka w sieci nie wynikają bezpośrednio z poziomu kompetencji emocjonalnych, lecz z innych czynników – takich jak normy społeczne, potrzeba uzyskania społecznego wsparcia, presja otoczenia czy też sposób postrzegania roli rodzica w przestrzeni cyfrowej. W przyszłych badaniach warto zatem roz-

szerzyć zakres analizowanych cech, uwzględniając przykładowo: poziom samoświadomości, lęk społeczny, uzależnienie od mediów społecznościowych, poczucie własnej skuteczności rodzicielskiej, czy też traktowanie prywatności jako wartości i poczucie kontroli nad udostępnianymi treściami.

Otrzymane wyniki mogą posłużyć jako punkt wyjścia dla dalszych badań nad motywacją opiekunów i społecznym kontekstem decyzji o publikowaniu treści związanych z dziećmi. Badania jakościowe, chociażby takie jak wywiad, mogłyby ujawnić inne, nieporuszane dotąd aspekty niedostępne w badaniach ilościowych – zwłaszcza te dotyczące emocjonalnego tła decyzji o *sharentingu*, wewnętrznych konfliktów między potrzebą dzielenia się a troską o ochronę prywatności, czy też różnic w postrzeganiu granic między życiem publicznym a prywatnym w kontekście rodzicielstwa.

Rekomenduje się także rozwój narzędzi diagnostycznych i kampanii informacyjnych, które uwzględniałyby zarówno potrzeby rodziców, jak i prawa dziecka do prywatności w środowisku cyfrowym. Zjawisko *sharentingu* wymaga interdyscyplinarnego podejścia. W dalszych badaniach należy uwzględniać nowe perspektywy nie tylko psychologiczne, ale także kulturowe, technologiczne i społeczne – aby pełniej zrozumieć mechanizmy leżące u podstaw decyzji matek o udostępnianiu treści związanych z ich dziećmi w sieci.

Implikacje praktyczne

Z perspektywy praktycznej, uzyskane wyniki przeprowadzonych badań podkreślają potrzebę edukacji cyfrowej skierowanej do rodziców, w szczególności do młodych matek, które – jak wykazano – są bardziej skłonne do publikowania zdjęć swoich dzieci w Internecie. Choć poziom inteligencji emocjonalnej nie okazał się czynnikiem warunkującym zjawisko *sharentingu*, warto rozwijać programy wspierające świadomość konsekwencji cyfrowego udostępniania treści oraz zachęcające do refleksji nad cyfrową tożsamością dziecka i prawem do prywatności. Takie działania profilaktyczne

mogłyby przyjąć formę warsztatów, kampanii społecznych czy też poradników tworzonych we współpracy z psychologami i specjalistami od bezpieczeństwa cyfrowego.

Z punktu widzenia możliwych do podjęcia działań systemowych, uzasadnione wydaje się również opracowanie ram regulacyjnych dotyczących *sharentingu*, które chroniłyby prawa dziecka w przestrzeni cyfrowej. Obecnie granice odpowiedzialności rodzicielskiej w tej kwestii nie istnieją, a publikowane treści zostają w Internecie na stałe, niezależnie od przyszłych preferencji samych dzieci. W związku z tym, postulatem wynikającym z niniejszego badania może być pogłębienie debaty publicznej na temat etyki rodzicielskiego udostępniania materiałów związanych z dziećmi, z udziałem prawników, pedagogów, psychologów i samych rodziców.

Bibliografia

- Agger, B. (2012). *Oversharing: Presentations of Self in the Internet Age. Framing 21st Century Social Issues*, Routledge, s. 1-3.
- Amon, M. J., Bertenthal, B. I., Hugenberg, K., Kapadia, A., Kartvelishvili, N. (2022). Sharenting and Children's Privacy in the United States: Parenting Style, Practices, and Perspectives on Sharing Young Children's Photos on Social Media. *Proceedings of the ACM on Human-Computer Interaction*, t. 6 nr 116, s. 1-30. <https://doi.org/10.1145/3512963>.
- Bar-On, R. (2006). The Bar-On model of emotional-social intelligence (ESI). *Psicothema*, t. 18, str. 13-25.
- Błasiak, A. (2019). Narracje rodziców w przestrzeni mediów społecznościowych – zarys problematyki na przykładzie zjawiska sharentingu. *Biografistyka Pedagogiczna*, t. 4 nr 1, s. 373-386. <https://doi.org/10.36578/BP.2019.04.02>.
- Błasiak, A. (2018). Sharenting – współczesną formą rodzicielskiej narracji. *Horyzonty Wychowania*, t. 17 nr 42, s. 125-134. <https://doi.org/10.17399/HW.2018.174209>.
- Brosch, A. (2016). When the child is born into the Internet: sharenting as a growing trend among parents on Facebook. *The New Educational Review*, nr 1, s. 225-235. <https://doi.org/10.15804/tner.2016.43.1.19>.

- Brosch, A. (2017). Sharenting – nowy wymiar rodzicielstwa? W: M. Klichowski i H. Krauze Sikorska (red.) *Świat małego dziecka. Przestrzeń instytucji, cyberprzestrzeń i inne przestrzenie dzieciństwa*, s. 379–399. Wydawnictwo Naukowe UAM.
- Brosch, A. (2018). Sharenting – Why Do Parents Violate Their Children's Privacy? *The New Educational Review*, t. 54, s. 75–85. <https://doi.org/10.15804/tner.2018.54.4.06>.
- Czarnota-Bojarska, J., Jenkins, W. J., Lovett, M. D., Spielman, R. M. (2022). *Psychologia*. OpenStax Poland.
- Gerrig, R. J., Zimbardo, P. G. (red.). (2009). *Psychologia i życie*. Wydawnictwo Naukowe PWN.
- Jaworowska, A., Matczak, A. (2006). *Kwestionariusz Inteligencji Emocjonalnej INTE. Podręcznik*. Pracownia Testów Psychologicznych.
- Knopp, K., Matczak, A. (2013). *Znaczenie inteligencji emocjonalnej w funkcjonowaniu człowieka*. Wydawnictwo Stowarzyszenia Filomatów.
- Laskowski, K., Paszkiewicz, J., Szepeluk, A. (2024). Differences in Emotional Intelligence Between Male and Female Nursing Students From a Population With a Low Percentage of Male Nurses. *SAGE Open Nursing*, nr 10. <https://doi.org/10.1177/23779608241274207>.
- Lutz, C., Newlands, G. E., Ranzini, G. (2020). Sharenting, Peer Influence, and Privacy Concerns: A Study on the Instagram-Sharing Behaviors of Parents in the United Kingdom. *Social Media + Society*, s. 1–13. <https://doi.org/10.1177/2056305120978376>.
- Mayer, J. D., Salovey, P. (1990). Emotional intelligence. *Imagination, Cognition, and Personality*, t. 9 nr 3. <https://doi.org/10.2190/DUGG-P24E-52WK-6CDG>.
- Siibak, A., Traks, K. (2019). The dark sides of sharenting. *Catalan Journal of Communication and Cultural Studies*, t. 11 nr 1, s. 115–121. https://doi.org/10.1386/cjcs.11.1.115_1.
- Steinberg, S. B. (2017). *Sharenting: Children's Privacy in the Age of Social Media*. *Emory Law Journal*, t. 66 nr 4, s. 839–884.