

**Abstract:** *The article reflects the theoretical-applicative dimensions of communication styles based on gender differences. It is interesting to investigate experimental communication styles: non-assertive, aggressive, manipulative, assertive - in terms of gender differences, as well as the ability to interpret non-verbal behavior.*

Analiza literaturii științifice ne-a permis să constatăm câteva domenii în care tradițional se localizează termenul de „stil”: artă, psihologie, lingvistică, științele comunicării. Conform Dicționarului explicativ al limbii române termenul stil este un mod specific de exprimare într-un anumit domeniu al activității omenești, pentru anumite scopuri ale comunicării; fel propriu de a se exprima al unei persoane; totalitatea mijloacelor lingvistice pe care le folosește un scriitor pentru a obține anumite efecte de ordin artistic. Mod, fel de a fi, de a acționa, de a se comporta.

Dupa Dicționarul de psihologie de Paul Popesc-Neveanu se tratează termenul de stil cognitiv concept ce reprezintă o achiziție relativ recentă a psihologiei, fiind un rezultat al cercetărilor din domeniul percepției, gândirii, a psihologiei genetice și a personalității. Inceputurile teoretizării acestui concept sînt legate de încercările de elaborare a unei tipologii euristice a procesului de percepție și gândire, care au fost concepute ca desfășurîndu-se între doi poli: „analitic” și „sintetic” (Wellek, 1955; Witkin, 1955; Sanders, 1962).

Conceptul de „stil” este introdus pentru prima dată de A. Adler, „life style”, referindu-se la unicitatea și individualitatea unei persoane. În concepția sa modernă, conceptul de stil cognitiv desemnează *anumite modalități specifice de recepționare și prelucrare a informației* (deci stil perceptiv sau (și) stil cognitiv care se datoresc în ultimă instanță unor diferențe de personalitate. Conceptul de stil cognitiv poate fi aplicat doar acolo unde anumite particularități sau caracteristici formale ale comportamentului cognitiv vin în contact cu anumite *maniere personale de receptare a mediului înconjurător*, maniere proprii individului, care s-au format în cursul procesului de dezvoltare ontogenetică (Frohlich, 1965). Stil cognitiv se definește deci ca modalitate specifică de recepționare și prelucrare a informației (P. Warr, 1970) și se referă la o serie de caracteristici structurale și stilistice ale comportamentului, la modul *cum gîndește individul*, cum anume este primită, tratată, prelucrată și interpretată o informație nouă (P. Warr, 1971). [4; p.240]

Cuvîntul **stil** provine de la englezescul *style*, și este un termen ce se referă la caracteristicile semnificative și specifice prin care se exprimă unicitatea personalității sau a

aptitudinilor, capacităților de diferite feluri. Prin stil se proiectează mai ales caracteristicile identității cu tendința de a se manifesta statutul personal conturat. În psihologie stilul a fost analizat în relație cu mai multe caracteristici și ipostaze ale vieții omului: percepția (stiluri perceptivă), cunoașterea (stiluri cognitive, de învățare), interrelaționarea (stiluri de conduită), conducerea (stiluri de conducere).

Cercetările stilului de comunicare țin de studiul activității, fondatorul acestei abordări în studierea personalității fiind A.H.Леонтьев precum și cercetările realizate de В.С. Мерлин, В.Н.Куницына, И.Л.Руденко. Stilurile de comunicare este necesar de a fi cercetate ca fenomen independent, avînd specific, delimitînd stilul comunicării profesionale, stilul comunicării interpersonale, iar în cadrul fiecărui stil trebuie identificate componentele comunicării (comunicativă, interactivă, perceptivă). Interațiunea acestor elemente ale stilului de comunicare poate fi reprezentată în următoarea schemă.

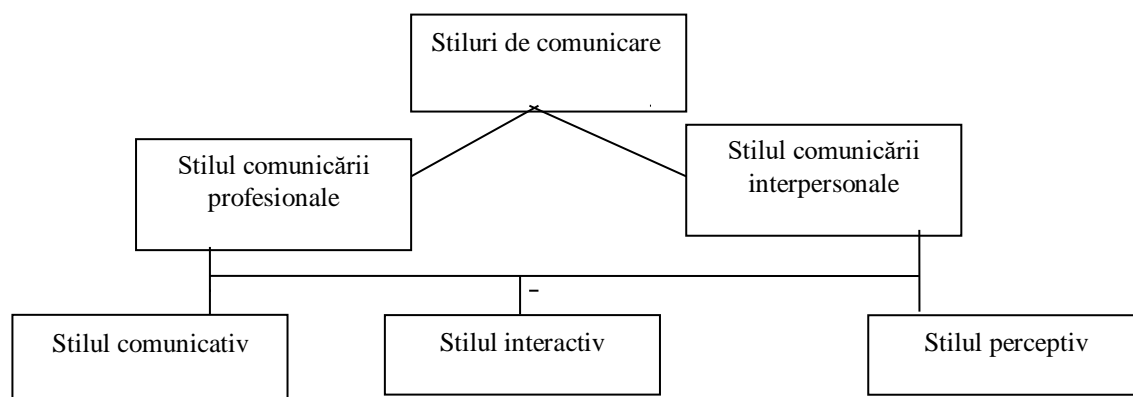


Fig.1 Stiluri de comunicare

Clasificarea propusă de Г.М. Андреевой privind diferențierea stilului comunicativ, interactiv, social-perceptiv, a declanșat o serie de cercetări. Exemplu în acest sens (în cercetarea stilului interactiv de comunicare) pot fi cercetările realizate de И.Л. Руденко care propune drept criteriu de clasificare a stilurilor de comunicare orientarea/centrarea personalității în trei variante: centrarea pe sine, centrarea pe interlocutor, integrarea și un alt criteriu poziția ocupată de subiect în comunicare (superioritatea proprie, superioritatea interlocutorului, egalitate). Clasificarea stilurilor de comunicare în baza acestor 2 criterii a pus în evidență 9 stiluri de comunicare: putere/dominare, protecție, mentorat, plîngeri, supunere, căutarea suportului, competiție, autodescreditare, unitate interpersonală. [8; p.68]

*Stilurile de comunicare după И.Л.Руденко*

Orientarea/ centrarea personalității	Centrarea pe sine (EU)	Centrarea pe interlocutor	Integrarea
Superioritatea proprie	Stilul putere/dominare	Stilul protector	Stilul mentoratului
Superioritatea interlocutorului	Stilul jeluitor	Stilul supunerii	Stilul căutării suportului
Egalitate	Stilul competitiv	Stilul autodistructiv	Stilul unității interpersonale

Un al exemplu de cercetare a stilului comunicativ al comunicării ține de cercetările realizate de В.В. Латынова, care a reflectat caracteristica stilurilor verbale în comunicare. Autorul ne propune o clasificare din 5 stiluri verbale ale comunicării:

1. Distanțat- precaut, rezervat, supus. pasiv, tinde să nu provoace propriul activism verbal, emotii negative la interlocutor.
2. Supus – modest și precaut în comunicare, binevoitor, comunică de la egal la egal, susține, încurajează interlocutorul.

3. Echilibrat –ocupă poziția de mijloc pe scalele dominare-supunere, prietenos-neprietenos.
4. Protector – tinde către colaborare, independent în situații de comunicare, comunică de la egal la egal, comunicarea are un caracter personal.
5. Dominant – tinde către competiție, domină, limbajul său este apreciat ca fiind negativ.

Clasificarea stilurilor de comunicare realizată de В.В. Латынова are tangențe, puncte de intersecție cu clasificarea stilurilor de comunicare propusă de И.Л.Руденко, deoarece avînd o anumită atitudine față de interlocutor, subiectul își ajustează limbajul în dependență de această atitudine. Stilul de comunicare al fiecărui individ, în așa mod se profilează din stilul comunicativ, interactiv, perceptiv.

Actualmente cercetătorii în domeniu tind să sistematizeze diferite clasificări ale stilurilor de comunicare. Astfel В.А.Толочек prezintă următoarele caracteristici ale stilurilor de comunicare în dependență de criteriile: caracterul și tipul activității.

*Stiluri de comunicare după В.А.Толочек*

Caracterul activității	Tipul activității	
	Activitatea	Comunicarea
Activitate specifică (de muncă, profesională)	Grupul B. Stilurile activității profesionale (învățare, sportivă, profesională)	Grupul C. Stiluri de conducere, stilul activității pedagogice
Activitate nespecifică	Grupul A. Stilul cognitiv, emoțional, motric, volitiv	Grupul D. Stil de comunicare, comportament, viață

Grupul A – autorul referă și le numește drept stilul de „adaptare” (organizarea și structurarea activității psihice și manifestarea ei. Această grupă reflectă faptul cum individual se orientează în mediul înconjurător și cum își manifestă individualitatea.

Grupul B - este reprezentat de stilurile de activitate, care reflectă modul cum individul se încadrează în activitatea de muncă, profesională.

Grupul C - este reprezentat de stilurile de interacțiune, care caracterizează sistemele de relații și interrelații.

Grupul D- este reprezentat de stilurile de atitudini, deoarece ele reflectă specificul percepției de către om a lumii, valorile personale.

Clasificarea după В.А.Толочек prezintă delimitarea stilurilor de activitate de stilurile de comunicare. [8; p.98]

S. Marcus, psiholog român cu importante contribuții în studiul fenomenului empatic prezintă următoarele stiluri de comunicare: stilul non-assertiv (atitudinea de fugă pasivă); stilul agresiv (atitudinea de atac); stilul manipulator (atitudinea de manipulare); stilul assertiv (atitudinea constructivă). [2; p.28]

De Vries et all. (2009) realizează un studiu lexical pentru a determina conținutul și dimensiunile stilului de comunicare pornind, pe de o parte, de la cuvintele din dicționar care desemnează ideea de comunicare, iar pe de altă parte, de la pretestarea conținutului pe baza cuvintelor utilizate de oameni, în general, pentru a determina stilul de comunicare. Astfel aceștia ajung să definească stilul de comunicare ca fiind: modul caracteristic în care o persoană transmite mesaje verbale, non-verbale și paraverbale, în interacțiunile sociale arătând: a). Cine este sau vrea să pară că este; b). Cum tinde să se raporteze la persoanele cu care interacționează; c). În ce manieră trebuie interpretate mesajele acesteia. Autorii reușesc să definească conținutul stilurilor de comunicare: stilul tolerant, stilul amenințător, stilul amabil, stilul afectiv, stilul expresiv.

*Stiluri de comunicare după De Vries.*

Dimensiunile comunicării De Vries, 2009

<b>Tolerant:</b> -Acceptă ideile celorlalți; -Sustine puncte de vedere variate; -Încurajează idei variate.	<b>Amabil:</b> -Cuvinte empaticе; -Încurajează ideile celorlalți; -Cuvinte pozitive; -Oferă informații utile interlocutorilor săi.	<b>Afectiv:</b> -Folosește cuvinte alarmante; -Transmite o paletă largă de afecte în discursul său; -Cuvinte empaticе.	<b>Expresiv:</b> -Limbaj non-verbal prezent; -Expresii faciale numeroase; -Cuvinte emoționale.	<b>Amenințător:</b> -Cuvinte agresive; - Tonalitatea vocii ridicată; -Cuvinte cu conotație negativă; -Atacuri verbale.
---	--	---	---	--

Interesul cercetătorilor privind diferențele de gen în baza stilurilor de comunicare, s-a centrat asupra modului în care recepționează/decodifică mesajul; modalitățile de prelucrare/interpretare a mesajelor; modalitățile specifice de exprimare a răspunsului, particularitățile personale de feed-back. Deși o multitudine de cercetări și-au propus să investigheze diferențele de gen în acest domeniu, rezultatele nu sunt foarte concludente.

Înțelegerea aprofundată a diferențelor ajută la eliminarea multora dintre frustrările întâmpinate în relațiile cu sexul opus. Neînțelegerile pot fi spulberate rapid sau prevenite. Bărbații greșesc așteptându-se ca femeile să gândească, să comunice și să reacționeze la fel ca ei; femeile greșesc așteptând ca bărbații să simtă și să facă așa cum fac ele. Allan Pease, Barbara Pease, experți recunoscuți la nivel internațional în domeniul relațiilor umane și al limbajului corpului cu importante contribuții în studiul comunicării, comunicării nonverbale, diferențelor de gen privind comunicarea, în rezultatul investigațiilor științifice prezintă următoarele stiluri de comunicare în bază de gen: [3; p.52]

*Stiluri de comunicare în baza de gen*

<b>FEMEILE</b>	<b>BARBĂȚII</b>
Femeile le place să vorbească	Bărbații vorbesc decât doar dacă este nevoie
Femeile gîndesc cu voce tare	Bărbații își vorbesc în gînd
Femeile vorbesc	Bărbații se simt cicaliți
Conversațiile tipic feminine pe mai multe planuri, majoritatea femeilor pot vorbi despre mai multe subiecte simultan — uneori într-o singura frază.	Frazele bărbatului sînt mai scurte decât ale femeii și mai bine structurate. Ele constau într-o introducere simplă, un punct de vedere clar și o concluzie. E mai ușor de urmărit ce vrea să spună sau ce dorește bărbatul. Dacă se încearcă o conversație pe mai multe planuri cu un bărbat, el e pierdut. E foarte important ca femeia să înțeleagă că pentru a fi convingătoare cu un bărbat trebuie să se concentreze asupra unei singure idei clare.
Femeile pot vorbi și asculta în același timp,	Bărbații vorbesc pe rînd, așa încît

acuzându-i totodată pe bărbați că nu sînt în stare să facă nici una, nici alta.	atunci cînd vine rîndul unui bărbat, lăsați-l să vorbească.
Femeile folosesc complimentele ca răsplată	Bărbaților le plac vorbele mari
Femeile vorbesc pe ocolite	Bărbații spun totul pe șleau
Femeia, în general, folosește în medie șase expresii faciale în zece secunde, prin care reflectă sau reacționează la emoțiile vorbitorului. Chipul ei este o oglindă a emoțiilor exprimate. Cineva care o privește, poate avea impresia că fiecare lucru în discuție i se întîmplă chiar atunci.  Femeia captează înțelesul a ceea ce i se spune din intonație și din limbajul trupului vorbitorului. De fapt, asta și trebuie să facă un bărbat pentru a capta atenția femeii — și mai ales să o asculte cu foarte mare atenție.	Bărbații ascultă ca niște statui  Obiectivul biologic al barbatului războinic era ca atunci cînd ascultă să rămîna impasibil, pentru a nu-și trada emoțiile.  Masca emoțională pe care bărbatul o folosește atunci cînd ascultă îi permite să simtă că e stăpîn pe situație, dar nu înseamnă că nu trăiește nici un fel de reacții. Scanarea creierului arată că bărbații reacționează emoțional la fel de puternic ca femeile, dar evită să o arate. Majoritatea bărbaților sînt intimidați de ideea de a-și folosi feedback-ul grimaselor în momentul în care ascultă, însă cei care reușesc să o facă sînt răsplătiți din plin pentru stăpînirea acestei adevărate arte.

Psihologul american John Gray, a avansat poziția radicală conform careia bărbații și femeile au stiluri atît de diferite de a-și comunica nevoile, încît se înțeleg greșit unii pe alții în mod continuu:

1. Bărbații oferă întotdeauna soluții și neglijează sentimentele, în timp ce femeile oferă sfaturi și indicații care nu le-au fost solicitate. În virtutea celor enunțate, un bărbat va oferi instinctiv soluții unei femei care vorbește despre necazurile/problemele sale. El vrea să o facă să se simtă mai bine, rezolvându-i problemele și dovedindu-și în felul acesta dragostea. Ea ar avea nevoie doar să fie ascultată. A vorbi despre problemele proprii nu constituie o invitație de a oferi soluții.

2. În situații de stres, bărbații tind să se retragă și să se gîndească în tăcere la ceea ce îi deranjează, în timp ce femeile simt o nevoie instinctivă de a vorbi despre problemele lor.

3. Bărbații se simt motivați și mobilizați atunci cînd se simt necesari, femeile se simt motivate și mobilizate atunci cînd se simt apreciate.

4. Bărbații pun accentul pe informație, ei transmit și preiau mesajele informaționale cu rigoare și încearcă să-și subordoneze acțiunile întocmai conținutului mesajului. Femeile își exprimă pe deplin sentimentele utilizând tot felul de superlative, metafore și generalizări, conținutul informațional al mesajelor transmise și recepționate de ele fiind prea puțin semnificativ comparativ cu încărcătura sa emoțională.

După opinia lui John Gray, femeile și bărbații sunt, totuși diferiți. (Gray, 2003). Aspectul crucial al acestei diferențe în ceea ce privește felul în care se comunica depinde de „felul de a fi”. Pentru bărbați sensul de „sine” este definit astfel prin intermediul abilității sale de a obține rezultate. El are obiective precise și le urmărește cu grijă, stabilind strategii. Pentru femei sensul de „sine” este definit diferit: prin intermediul setimentelor și calităților lor de a interacționa. Femeia este dispusă să apeleze la sentimente și mai puțin la logică, și nu de puține ori înfrustrarea sau lacrimile devin armele ei cele mai puternice. John Gray argumentează că bărbații și femeile se comportă diferit datorită diferenței fundamentale de identitate personală. [1; p.38]

Un alt aspect discutat în literatura de specialitate se referă la abilitățile de interpretare a comportamentului nonverbal a femeilor comparativ cu cele a bărbaților, considerîndu-se femeile

mai buni receptori.

Demersul aplicativ al cercetării în cauză a avut ca scop identificarea cercetarea diferențelor de gen privind stilurile de comunicare.

În realizarea scopului am administrat următoarele metodele:

- metoda testelor:
  - *Testul "Ce vă comunică mimica și gestul?" (traducere și adaptare după S.Kocianov)*
- chestionarul
  - Chestionarul stiluri de comunicare (Analiza stilului de comunicare), după S. Marcus

Descrierea metodelor:

1. Chestionarul stiluri de comunicare (Analiza stilului de comunicare), după S. Marcus  
Tehnica este orientată pe studiul stilului de comunicare pornind de la premisa că stilul de comunicare se referă la ansamblul particularităților de manifestare caracteristice unei persoane în actul comunicativ. Stilul desemnează:

- modalitățile specifice de recepționare/decodificare a mesajului;
- modalitățile personale de prelucrare/interpretare a mesajelor;
- modalitățile specifice de exprimare a răspunsului, particularitățile

personale de feed-back.

Toate acestea decurg din unicitatea și individualitatea ființei umane, fiind expresia personalității umane. Conceptul de stil de comunicare se aplică doar acolo unde caracteristicile formale, general valabile ale actului comunicativ se asociază cu anumite maniere personale de receptare-prelucrare-emitere a mesajelor. Este vorba de maniere de comunicare formate în decursul dezvoltării individului, stabile și caracteristice pentru el și care se manifestă relativ independent de conținutul comunicativ vehiculat pentru el și de contextul concret în care operează (vezi persoane care comunică "elegant", echilibrat în orice împrejurare / persoane care comunică vulgar, agresiv, în orice situație).

Stilul de comunicare este în primul rând un indicator al modului în care o persoană își structurează lumea relațiilor sociale. În al doilea rând stilul de comunicare este un indicator al modului de prelucrare a informațiilor și de transformare a acestor informații în fapte și comportamente, în judecăți practice, sociale, evaluative etc

Stilul de comunicare este fundamental determinat de trei elemente:

1. atitudinile persoanei, ca modalități constante de raportare a acesteia la viața socială, la semenii și la sine;
2. modelele de comunicare învățate - asertiv, non-asertiv, agresiv (cu varianta sa pasiv-agresivă), manipulator;
3. temperamentul, ca tip de reactivitate a celulei nervoase.

S. Marcus, psiholog român cu importante contribuții în studiul fenomenului empatic prezintă următoarele stiluri de comunicare:

Stilul non-asertiv (atitudinea de fugă pasivă) - tendința de a se ascunde, de a fugi mai de grabă decât a înfrunța oamenii. Se poate manifesta printr-un exces de amabilitate și conciliere, prin tendința de a amâna luarea unor hotărâri și adesea prin imposibilitatea luării acestora, însoțită de cedarea către alții a dreptului de a decide. La baza acestor manifestări stă o teamă maladivă de a nu fi judecat de ceilalți, ca și supărarea intensă resimțită în cazul unui eventual eșec - pentru a le evita individul preferă să se supună hotărârii celorlalți. Aceasta nu exclude un sentiment de ciudă, mânie mocnită, ranchiună.

Stilul agresiv (atitudinea de atac) - tendința de a fi mereu în față, de a avea ultimul cuvânt, de a se impune cu orice preț, chiar cu prețul lezării și supărării altor persoane. Pentru a domina, orice mijloc pare a fi utilizabil - înfricoșarea, contrazicerea, umilirea, compromiterea celorlalți, atitudinile și comportamentele șocante, răzbunarea, asumarea unor riscuri excesive. Această atitudine stimulează agresivitatea și antipatia partenerilor și are ca efect pentru persoana în cauză

sentimentul de a nu fi iubită, respectată și apreciată, fapte ce o fac și mai agresivă - se crează un adevărat cerc vicios al agresivității.

Stilul manipulator (atitudinea de manipulare) - preferința pentru un rol de culise, tendința de a aștepta clipa prielnică pentru a ieși la lumină și a se pune în valoare, tendința de a căuta intenții ascunse în spatele oricăror afirmații ale celorlalți. Persoana evită să spună deschis ceea ce gândește, își schimbă opiniile după cele ale interlocutorului, îi place să fie în preajma celor mari și puternici (ca o compensare a propriilor slăbiciuni) sperând să obțină beneficii din vecinătatea cu aceștia. Persoanele din această categorie urmăresc ca ceilalți să facă ceea ce ar dori ele, dar acest lucru să nu presupună confruntări deschise - fie ele raționale, constructive - de tip asertiv, fie ele conflictuale - de tip agresiv; este vorba mai de grabă de a aștepta ca situația să se întoarcă în favoarea lor. Adesea aceste persoane "jocă roluri" diverse, ca semn al insuficienței maturizării sociale, aceasta și în legătură cu un statut social slab, precar, nesatisfăcător. Problema indivizilor manipulatori este de a-și ascunde slăbiciunea, de a nu fi descoperiți pentru că și ei se tem de judecata celorlalți și de a nu fi marginalizați.

Stilul asertiv (atitudinea constructivă) - capacitatea de autoafirmare, de exprimare onestă, directă și clară a opiniilor și a drepturilor proprii fără agresivitate și fără a-i leza pe ceilalți; capacitatea urmării propriilor interese fără încălcarea nevoilor celorlalți. Persoana știe să asculte și este dispusă să înțeleagă, știe să fie ea însăși (fără simulări și "jocuri de rol") și să se bazeze pe sine. Este cea mai bună atitudine pentru că permite atingerea scopurilor propuse fără a provoca resentimentele celorlalți și chiar câștigându-le adesea simpatia.

Chestionarul conține 60 de afirmații, repartizate în 4 scale. Respondenților li s-a propus să interpreteze detaliat chestionarul. Ei au fost încurajați să se familiarizeze individual cu instrucțiunea, cu un set de afirmații și să exprime atitudinea sa pentru fiecare afirmație, utilizând următoarele opțiuni: "Mai curînd adevărat", "Mai curînd fals".

## 2. Testul "Ce vă comunică mimica și gestul?" (traducere și adaptare după S.Kocianov)

Această metodă ne permite să determinăm nivelul abilităților de interpretare a comportamentului nonverbal a respondenților. Testul conține 20 de afirmații/ întrebări și fiecărei din acestea îi corespunde variante de răspunsuri. Respondentul trebuie să aleagă o variantă (sau 2, 3 conform instrucțiunii) de răspuns. Fiecare variantă de răspuns se cotează cu un anumit punctaj, conform cheii.

Eșantionul experimental a fost constituit din 60 de tineri (30 fete, 30 băieți) cu vârsta cuprinsă între 19- 25 ani.

În procesul analizei indicatorilor individuali a scorurilor obținute la cele patru stiluri de comunicare: stilul non-asertiv, stilul agresiv, stilul manipulator, stilul asertiv, rezultatele brute au fost prelucrate prin calculul mediei aritmetice pentru fiecare stil, atât la grupul masculin cât și grupul feminin. Au fost obținute următoarele date sintetice (Vezi Tabelul 1).

Tabelul 1

*Indicii cantitativi (med. art.) vizînd stilurile de comunicare a respondenților*

Stil de comunicare Eșantion	Stilul non-asertiv (med. art.)	Stilul agresiv (med. art.)	Stilul manipulator (med. art.)	Stilul asertiv (med. art.)
Genul Masculin	8.46	10.33	9.06	9.06
Genul Feminin	9.06	8.83	9.53	11.26

Rezultatele ne vorbesc de la sine despre faptul că în cazul bărbaților, conform rezultatelor cantitative obținute, dominant este stilul agresiv de comunicare, ceea ce semnifică faptul că au tendința de a fi mereu în față, de a avea ultimul cuvînt, de a se impune cu orice preț, chiar cu prețul lezării și supărării altor persoane. Putem constata că stilul comunicațional masculin este unul mai mult competitiv, spre deosebire de stilul comunicațional feminin. Stilul comunicațional feminin are o tendință mai spre colaborare, atitudinea constructivă, capacitatea

de autoafirmare, de exprimare onestă, directă și clară a opiniilor și a drepturilor proprii fără agresivitate și fără a-i leza pe ceilalți; capacitatea urmării propriilor interese fără încălcarea nevoilor celorlalți. Femeile sunt mai bune ascultătoare și mai mult sunt dispuse să înțeleagă.

Dominanța stilului asertiv la genul feminin semnifică și faptul că pentru majoritatea femeilor, scopul comunicării este de a crea o legătura, de a dezvolta relaționarea cu celalalt/ceilalți,

punând accent pe similarități și pe experiențele comune. În timp ce pentru genul masculin, comunicarea are scopul principal de a-i ajuta să-și afirme independența și să-și negocieze, sau să-și mențină statusul în cadrul unei ierarhii sociale.

Constatăm, în cazul bărbaților, punctaje identice la stilul de comunicare asertiv și manipulator (m.a 9.06), ceea ce semnifică că ele sunt conturate la nivel subdominant, latent, două atitudini concurente dintre care una sau alta poate deveni oricând dominantă în funcție de împrejurări. Cei mai mici indici cantitativi, în cazul bărbaților, atestă la stilul de comunicare non-asertiv, adică atitudinea de fugă pasivă tendința de a se ascunde, de a fugi mai degrabă decât a înfrunța oamenii.

În cazul genului feminin, indici cantitativi apropiați, atestă pentru stilul de comunicare manipulator și non-asertiv, ceea ce denotă că femeile sunt preocupate de abordarea în comunicare a aspectelor afective, emoționale, pe când bărbații sunt mai interesați de abordarea problemelor practice în scopul soluționării lor.

Un obiectiv al experimentului de constatare a constat în edificarea capacităților de interpretare a comportamentului nonverbal al respondenților și a diferențelor de gen. Au fost obținute următorii indici cantitativi (Vezi Fig.1).

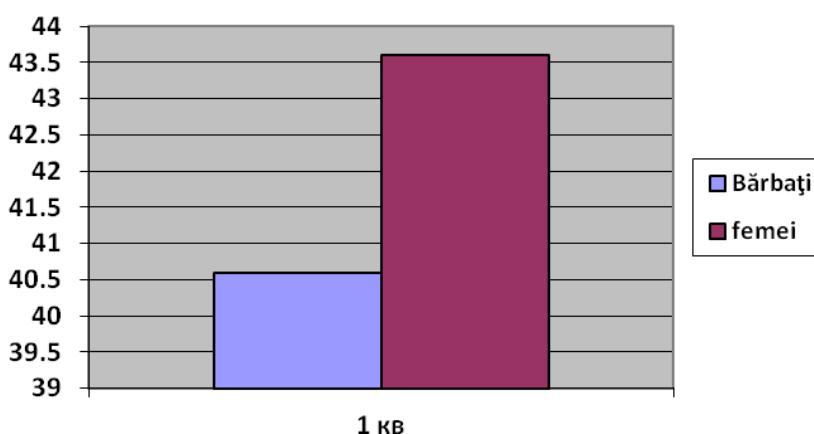


Fig. 1 Indicii cantitativi (m.a) vizând abilitățile de interpretare a comportamentului nonverbal a respondenților.

Rezultatele obținute ne permit să atestăm o diferență între indicii cantitativi obținuți de către bărbați și indicii cantitativi obținuți de femei, ceea ce denotă faptul că femeile sunt mai receptive, mai sensibile, mai atente și mai bune interpretatoare a comportamentului nonverbal decât bărbații.

Rezultatele brute obținute de către respondenți în urma administrării testului nominalizat în dependență de numărul punctelor acumulate se identifică pe trei niveluri la care se pot plasa subiecții experimentali din perspectiva abilităților de interpretare a mimicii și gesturilor: nivelul superior (77-56 puncte), nivelul mediu (55-34 puncte), nivel inferior (33-11 puncte).

Distribuția respondenților în baza nivelurilor de dezvoltare a abilităților de interpretare a comportamentului nonverbal este prezentată în Fig. 2



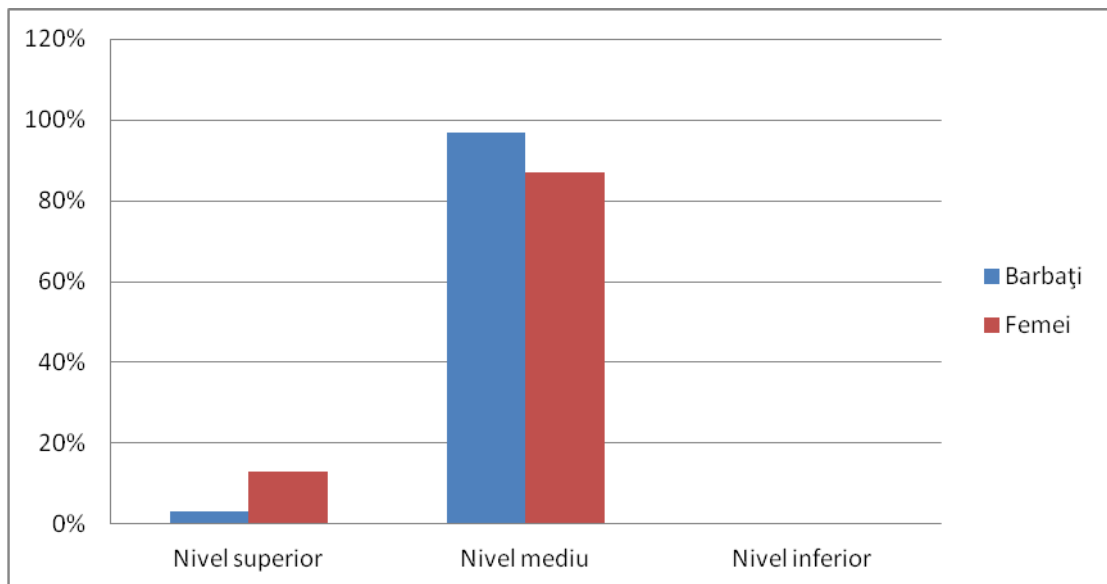


Fig. 2. Indicii cantitativi privind nivelul de dezvoltare a abilităților de interpretare a comportamentului nonverbal.

Din fig. 2 se vede pentru nici un respondent nu este caracteristic nivelul inferior de dezvoltare a abilităților de interpretare a comportamentului nonverbal, adică nici pentru un respondent limbajul mimicii și gesturile nu este "gramatica chitaiană", nu se confruntă cu dificultăți de apreciere justă a celor din jur. Toți respondenții acordă atenție și semnificație comportamentului nonverbal al interlocutorilor.

Ba mai mult decât atât, atât bărbații cât și femeile au o anumită plăcere să observe alți oameni și să interpreteze nu rău și gesturile lor. Însă încă nu sunt apti să folosească această informație în viața cotidiană de exemplu pentru a construi corect interrelațiile cu cei din jur. Sunt predispuși să perceapă întocmai cuvintele ce li se spun și să se ghideze de ele- aspect caracteristic pentru majoritatea bărbaților din lotul experimental ( 97% din bărbați și 87% din femeile sunt marcați de nivel mediu de dezvoltare a abilităților de comunicare).

Nivelul superior atestăm la circa 13% din subiecții experimentali de genul feminin și la 3% din subiecții experimentali de genul masculin, ceea ce semnifică că posedă capacități de înțelegere a altor oameni, spirit de observație, intuiție excelentă, în procesul judecării vă bazați, însă, prea mult pe aceste calități, cuvintele avînd pentru Dvs. semnificație secundară.

Rezultatele cercetării ne-au permis să conchidem că :

- Că stilurile de comunicare, comportamentele comunicăționale în universul cercetării s-au distribuit în felul următor : stilul comunicațional masculin este unul mai mult competitiv, spre deosebire de stilul comunicațional feminin. Stilul comunicațional feminin are o tendință mai spre colaborare.
- Preferința pentru abordarea soluționării problemelor practice - în cazul bărbaților, femeile sunt preocupate de abordarea în comunicare a aspectelor afective, emoționale.
- Spiritul de competiție și tendința de impunere în fata interlocutorului – în cazul bărbaților, tendința de a evita conflictele, disputele – în cazul femeilor.
- Tendința de concentrare a atenției asupra conținutului informativ în comunicare, plasînd în plan secundar dimensiunea emoțional-afectivă din spatele cuvintelor - în cazul bărbaților, abilitatea „citirii” limbajului nonverbal – în cazul femeilor.
- Ceea ce am obținut este o imagine a diferențelor de gen privind stilurile de comunicare, la un anumit moment dat și într-un anumit cadru specific, restrîns, suficient pentru a atrage atenția și a constitui un punct de pornire pentru investigații mai aprofundate.

## **Bibliografie:**

1. GRAY, JOHN. *Bărbații sunt de pe Marte, Femeile sunt de pe Venus : Un ghid practic pentru îmbunătățirea comunicării și pentru obținerea rezultatelor dorite în relațiile dumneavoastră.* București: Ed. Vremea, 1998. - 223 p. - (Zodiac). - ISBN 973-9162-96-7.
2. MARCUS, SOLOMON. *Paradigmele universal.* Pitești: Paralela 45, 2005. – 45 p .- ISBN973-697-579-7
3. PEASE, ALLAN; PEASE, BARBARA, PEASE. *De ce bărbații se uită la meci și femeile se uită în oglindă.* București: Curtea Veche Publishing, 2001. – 304 p. - ISBN 973-8120-63-2
4. POPESCU-NEVEANU, P. *Dicționar de psihologie.* București: Ed. Albatros. – 784 p.
5. ИЛЬИН, Е. П. *Психология общения и межличностных отношений.* Питер: Серия «Мастера психологии», 2009. 576 с. ISBN 978-5-388-00425-3
6. КАН-КАЛИК, В. А. *Учителю о педагогическом общении.* М., 1987.
7. ЛАТЫНОВ В.В. Стили речевого коммуникативного поведения: структура и детерминанты // Психологический журнал.- 1995.- № 6.-С.90-100.
8. ШКУРАТОВА, И.П.,ГАБДУЛИНА, Л.И. *Стили общения.* Росто-на-Дону, 2000