CZU: 159.942:305 **DOI:** https://doi.org/10.5281/zenodo.7361383

COMUNICAREA INTERGENERAȚIONALĂ ȘI PERCEPȚIA STĂRII DE FERICIRE DIN PERSPECTIVA DE GEN

Galina PRAVIȚCHI, Andrei MOCAN
Republica Moldova

Articolul conține o analiză teoretico-statistică a relației dintre comunicarea intergenerațională și percepția stării de fericire din perspectiva de gen. Comunicarea intergenerațională, în special în cadrul relațiilor din familie, are nu doar rol educațional de formare a principiilor și valorilor, dar contribuie și la formarea percepției lumii înconjurătoare. Fericirea este starea spre care tinde o mare parte din societate, modul în care este percepută ea fiind condiționat de raporturile intergeneraționale. Paternurile comunicării și structura socială tipice culturilor estice, cu tentă colectivistă mai pronunțată decât în culturile vestice - mai individualiste, formează un context special pentru constatarea diferențelor în percepția stării de fericire.

Cuvinte-cheie: *comunicare intergenerațională, percepția stării de fericire, societate colectivistă, societate individualistă.*

INTERGENERATIONAL COMMUNICATION AND HAPPINESS PERCEPTION FROM THE GENDER PERSPECTIVE

The article contains a theoretical and statistical analysis of relation between intergenerational communication and happiness perception from the gender perspective. The intergenerational communication, especially among family relationships, creates the main personal values, principles and educational frame as well as the basic perception of the world itself. The happiness constitutes the main goal of the majority of the people, the way it is perceived may be influenced by the intergenerational interactions. Communication patterns as well as social structure usually attributed to eastern societies, thought to be more collectivistic than the western cultures which are seen as more individualistic, form a special context for finding differences in the perception of the state of happiness.

Keywords: *intergenerational communication, the perception of the state of happiness, collectivistic society, individualistic society.*

Introducere

În ciuda interesului sporit al cercetătorilor față de comunicare, îmbătrânire și satisfacție de viață, domeniul comunicării și manifestării ei de-a lungul vieții, în particularitate comunicarea intergenerațională, nu s-a bucurat de o atenție prea mare. De fapt, gerontologia socială doar recent a început să recunoască rolul important pe care îl joacă comunicarea în sănătatea și bunăstarea adulților vârstnici. Majoritatea cercetărilor comunicării și îmbătrânirii sunt efectuate de savanții și societățile vestice, acestea acoperă doar parțial populația Republicii

Moldova, care are în egală măsură trăsături culturale vestice, dar și orientale. În contrast cu acestea, comunicarea interculturală a fost una din principalele direcții de studii ai anilor recenți, ca urmare a migrației masive din Orient în țările Europene și apariția diferitor conflicte interculturale. Culturile vestice diferă într-un mod crucial de cele estice, de aceea o cercetare combinată dintre gerontologie și interculturalism ar putea să ne ofere soluții pentru problemele de comunicare intergenerațională în Republica Moldova. Eminența cercetării acestui domeniu este cauzată de schimbarea rapidă a culturii țărilor în curs de dezvoltare, care se mișcă de la un mod de viață majoritar rural și agrar, la unul mai industrializat și înalt tehnologizat.

Percepția lumii, în general, și a fericirii, in special, este puternic influențată de spațiul socio-cultural în care se formează individul. Însăși procesul formării individului are loc gradual, de la naștere până la adânci bătrâneți. Primii creatori ai lumii pentru un individ sunt părinții săi, aceștia clădesc fundamentul principiilor, valorilor, și convingerilor copilului său, după care urmează rudele apropiate, cel mai des aceștia fiind bunicii. Expresia „cei șapte ani de acasă" cu privire la comportamentul unei persoane se referă anume la această bază pusă în primii ani de viață.

Odată cu înaintarea în vârstă, se mărește atât arealul de interacțiune socială, cât și numărul celor cu care interacționează individul. Totuși, printre cei care exercită influența majoră asupra individul pe parcursul vieții, persistă persoanele din generațiile precedente. Părinții și rudele (care de obicei sunt prezenți constant în viața unui individ), educătorii, profesorii, colegii de muncă exercită nu doar funcția educațională, dar și de transfer cultural, de tradiții, norme sociale, convingeri etc.

Particularitățile acestor interacțiuni au fost investigate de către M. Mead (1970) în lucrarea "Culture and commitement. A study of the generation gap". Autoarea identifică și descrie diferențele de schimb de informații dintre grupurile generaționale ce coexista în aceleași timp și spațiu cultural. În urma acestei analize, Mead identifică trei tipuri de culturi: 1) *cultura postfigurativă,* când valorile culturale sunt primite de la părinți; 2) c*ultura cofigurativă*, când învățarea, schimbul de informații se efectuează printre membrii aceleiași generații; 3) *cultura prefigurativă*, în care are loc inversarea raportului, aici părinții sunt cei care învață de la copii. Fiecare perioadă a vieții unui individ este dominată mai mai mult de una din aceste culturi, deși simbioza dintre ele este prezentă mereu. În copilărie domină cultura postfigurativă, în tinerețe și perioada adultă persistă cultura cofigurativă, iar cel mai des la bătrânețe iese în evidență cea prefigurativă [apud 1].

D. McQuail (2020) definește *comunicarea* ca fiind transmiterea informațiilor, ideilor și atitudinilor sau emoțiilor de la o persoană la altă persoană sau de la

un grup la altul, în mod esențial prin intermediul simbolurilor [2, p. 19]. Comunicarea are loc ori de câte ori un sistem, sursă, influențează un alt sistem, destinatarul, prin utilizarea diverselor simboluri transmise prin canalul care leagă cele două sisteme. Astfel, comunicarea, în special comunicarea intergenerațională, joacă un rol important în formarea culturii oricărui individ. La rândul ei și percepția fericirii este influențată de această comunicare.

Lyubomirsky, Sheldon, și Schkade (2005) sugerează că există trei factori ce determină nivelul de fericire a oricărei persoane: genul, educația și cultura. Fericirea este strâns legată de două concepte ce diferă în esență, formulate încă în perioada clasicismului grec: hedonismul și eudaimonismul.

- *Hedonismul*, este legat de fericire ca plăcere. Din punct de vedere al tradiției hedoniste, starea de bine exprimă trăirea unui nivel înalt de sentimente și emoții pozitive, a unui nivel scăzut de afecte negative și a unui grad sporit de satisfacție de propria viață.
- *Fericirea eudaimonică* este centrată pe trăirea unei vieți bune sau vieți cu semnificație și sens, care presupune să îți cunoști cele mai bune calități și să te lași absorbit de practica acestora (Gallagher, 2014). Acest tip de fericire este văzut ca menținerea unei congruențe individ și ceea ce face acesta în propria viață, persistând și un echilibru între emoțiile pozitive și cele negative (Ryan și Deci 2000; Ryff și Singer 2008). În timp ce unii savanți și-au orientat cercetările pe dimensiunea plăcerii, luând în considerare în primul rând plăcerea hedonică și estetică și distracția (Holbrook & Hirschman, 1982), alții au contrastat implicit „bucuria trecătoare" cu „contribuții mai substanțiale la bunăstare" (Gilovich et al., 2015) [apud 3].

Cu toate acestea, în psihologia pozitivă, ambele căi către fericire sunt la fel de relevante în viața omului. În cele din urmă, având în vedere că cele două genuri diferă în ceea ce privește modul (și cât) procesează informațiile (Meyers-Levy & Loken, 2015), este posibil ca femeile și bărbații să difere și în ceea ce privește cât de mult reflectă asupra unei experiențe. Gândirea și ruminațiile despre experiența pe care a trăit-o cineva poate afecta nu numai cât de multă fericire obține acea persoană din experiență, ci și tipul de fericire atins. Rezultatele unui sondaj al consumatorilor adulți arată că femeile obțin mai multă fericire și satisfacție de viață din experiențele semnificative decât bărbații, în timp ce bărbații obțin mai multă fericire și satisfacție cu viața din experiențe plăcute decât femeile. Studiul oferă dovezi pentru distincția dintre plăcere și sens în contexte de consum și pentru rolul important al genului în consumul de experiențe [apud 3].

Metodologia cercetării

Scopul acestei cercetări rezidă în studierea relației dintre comunicarea intergenerațională și percepția fericirii din perspectiva de gen.

Eșantionul cercetării a fost constituit din 10044 de subiecți dintre care 6215 subiecți de gen feminin (61.9%) și 3829 de gen masculin (38.1%), cu vârsta cuprinsă între 14-90 ani, din diferite categorii socioeconomice, din 153 de localități ale Republicii Moldova. Subiecții incluși în cercetare sunt participanți la studiul „Generații și Gen", primul și cel mai complex studiu demografic longitudinal care monitorizează schimbările demografice ce au loc în Republica Moldova. Acesta este un studiu global, desfășurat până în prezent în peste 24 de țări și este parte a programului internațional coordonat de Comisia Economică a Națiunilor Unite pentru Europa (UNECE) și Institutul Interdisciplinar de Demografie din Olanda (NIDI). În Republica Moldova, GGS a fost realizat la solicitarea Guvernului Republicii Moldova, fiind parte a Programului global Generații și Gen (GGP) și este implementat de către Fondul Națiunilor Unite pentru Populație, în parteneriat cu Ministerul Muncii și Protecției Sociale, Biroul Național de Statistică și Institutul Interdisciplinar de Demografie din Olanda.

În vederea scopului propus, s-a elaborat următoarea ipoteză:

I1. Există o relație dintre comunicarea intergenerațională și percepția stării de fericire din perspectiva de gen.

Pentru a verifica ipoteza demersului ştiinţific propus, a fost realizată o cercetare cu caracter constatativ. În vederea determinării relației dintre comunicarea intergenerațională și percepția stării de fericire din perspectiva de gen au fost folosite datele din cadrul studiului „Generații și Gen" în care se măsoară comunicarea intergenerațională și starea de fericire a respondenților prin intermediul unor scale de autoevaluare.

Rezultate și discuții

Mai jos prezentăm ilustrarea grafică a rezultatelor obţinute de către subiecții cercetării (valori medii) privind comunicarea intergenerațională.

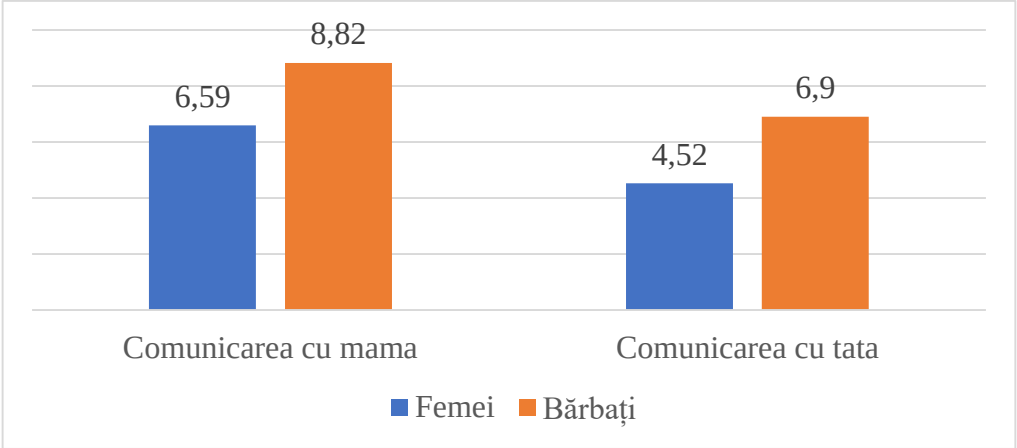


Figura 1. Comunicarea intergenerațională la subiecții cercetării (valori medii)

Datele prezentate mai sus indică deosebiri între rezultatele medii ce exprimă manifestarea comunicării intergeneraționale la subiecții cercetării. Rezultatele medii obținute de către subiecții din cele două grupuri sunt următoarele: *comunicarea cu mama* (subiecții de gen femenin m=6,59; subiecții de gen masculin m=8,82) și *comunicarea cu tata* (subiecții de gen femenin m=4,52; subiecții de gen masculin m=6,9). Astfel, atestăm o repartizare neuniformă a rezultatelor obținute la comunicarea intergenerațională de către subiecții cercetării, prevalența scorurilor mari fiind atestată la subiecții de gen masculin. O posibilă explicație ar putea fi făcută cu referire la studiile conform cărora comunicarea cu părinții este foarte importantă pentru a menține un sentiment ridicat de suport social. Astfel, persoanele care comunică mai mult cu părinții lor și au relații satisfăcătoare cu aceștia (în special cu mama) tind să raporteze un nivel redus al depresiei asociată cu o stimă de sine mai ridicată și bunăstare generală [4, 5].

În continuare, prezentăm ilustrarea grafică a rezultatelor (valorile medii) obținute pentru manifestarea stării de fericire la subiecții cercetării.

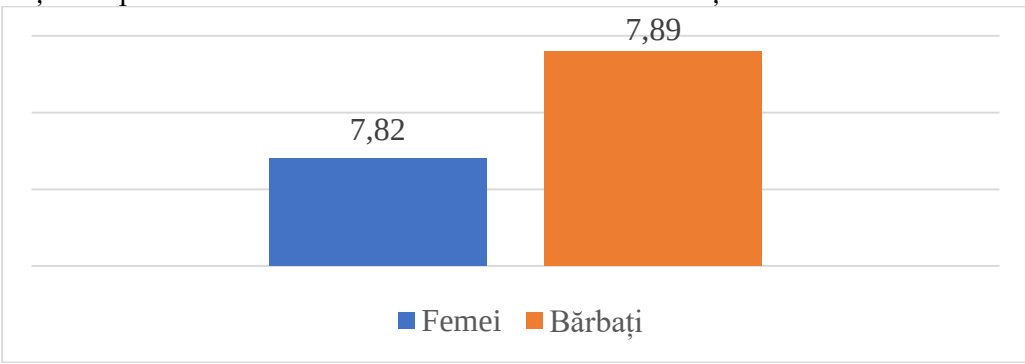


Figura 2. Percepția stării de fericire la subiecții cercetării (valori medii)

Analiza cantitativă a rezultatelor ne permite să remarcăm că valorile medii ce reflectă percepția stării de fericire a subiecților de gen femenin (m=7,82) și a subiecților de gen masculin (m=7,89) au o tendință de apropiere. Ca urmare a analizei datelor prezentate menționăm că atât subiecții de gen femenin cât și subiecții de gen masculin percep în același mod starea de fericire, determinată fiind de starea subiectivă a fiecăruia. O posibilă explicație a acestor rezultate ar fi argumentul potrivit căruia pecepția stării de fericire este condiționată de diverse cauze și se manifestă diferit în funcție de intensitate și durata acesteia. Astfel, subiecții de gen femenin au tendința de a manifesta o percepție a fericirii bazată pe fapte semnificative, de durată, în timp ce subiecții de gen masculin preferă plăcerea superficială aici și acum.

În vederea validării ipotezei cercetării potrivit căreia există o relație dintre comunicarea intergenerațională și percepția strării de fericire din perspectiva

de gen am utilizat coeficientul de corelaţie liniară Spearman, valorile căruia sunt prezentate în tabelul ce urmează.

Tabel 1. Relația dintre comunicarea intergenerațională și percepția fericirii la subiecții de gen masculin

Variabile	**Scala fericirii**	
	Coeficientul de corelație	***Pragul de semnificație***
Comunicarea cu mama	r=0,027	p=0,353
Comunicarea cu tata	r=0,640	p=0,068

Conform datelor prezentate mai sus evidențiem *lipsa rezultatelor semnificative* ale relației dintre comunicarea intergenerațională și percepția fericirii la subiecții de gen masculin. Prin urmare, un nivel scăzut al comunicării intergenerațională la subiecții de gen masculin nu va influența percepția fericirii acestora, ei continuând să experimenteze un nivel înalt de sentimente și emoții pozitive, un nivel scăzut de afecte negative și un grad sporit de satisfacție de propria viață.

Ca continuitate a demersului cercetării prezentăm indicii coeficientului de corelație Spearman (r) privind identificarea relației dintre comunicarea intergenerațională și percepția fericirii la subiecții de gen feminin.

Tabelul 2. Relația dintre comunicarea intergenerațională și percepția fericirii la subiecții de gen feminin

Variabile	**Scala fericirii**	
	Coeficientul de corelație	***Pragul de semnificație***
Comunicarea cu mama	r=0,091	p=0,000
Comunicarea cu tata	r=0,097	p=0,000

Analizând rezultatele prezentate în tabelul de mai sus evidențiem o corelație semnificativă cu sens pozitiv între comunicarea intergenerațională și percepția stării de fericire la subiecții de gen femenin (*comunicarea cu mama* și *percepția fericirii* r=0,091; p=0,000; *comunicarea cu tata* și *percepția fericiri* r=0,097; p=0,000). Astfel, constatăm o legătură direct proporțională între variabilele cercetării. Aceste rezultate scot în evidență faptul că pentru subiecții de gen femenin un nivel înalt al comunicării intergenerațională va condiționa și un nivel înalt al percepției stării de fericire. Rezultatele sugerează faptul că subiecții de gen femenin au mai degrabă o percepție a fericii eudaimonică fiind centrați pe trăirea unei vieți bune sau vieți cu semnificație și sens. Astfel, fericirea la

subiecții de gen femenin reflectă aspecte ce țin de acceptarea de sine, relaţiile pozitive cu ceilalţi, autonomia, capacitatea de a controla mediul de viaţă, faptul de a avea scopuri în viaţă şi dezvoltarea personală.

De asemenea, Diener şi colaboratorii (1985) găsesc la femei o intensitate mai mare a trăirii emoţionale, atât pozitive cât şi negative, decât la bărbaţi. Aceasta se poate explica prin faptul că femeile sunt socializate astfel încât să fie mai expresive sau pentru că ele sunt mai implicate în relaţii sociale [apud 6].

Prin urmare, deşi oamenii tind să reacţioneze similar din punct de vedere emoţional la evenimente identice, intensitatea şi durata reacţiilor lor sunt influenţate de personalitate. Nevoile oamenilor şi resursele pe care ei le au pentru a-şi satisface aceste nevoi, trebuie examinate în contextele propriilor vieţi, scopuri, valori şi personalităţi.

Concluzii:

Datele demersului constatativ indică diferențe în manifestarea comunicării intergeneraționale la subiecții cercetări cu valori medii ma mari pentru subiecții de gen masculin.

Rezultatele obținute indică lipsa diferențelor între valoriile medii ale subiecților de gen femenin și subiecții de gen masculin privind starea de fericire, semnificând faptul că ambele categorii de subiecți percep starea de fericire în mod asemănător.

Datele experimentale demonstrează elocvent confirmarea ipotezei lansate în cadrul cercetării experimentale, conform căreia există o relație dintre comunicarea intergenerațională și percepția strării de fericire din perspectiva de gen. O relație semnificativă a fost atestată între comunicarea intergenerațională și percepția stării de fericire doar la subiecții de gen femenin. Menționăm că un moderator important al efectelor elementelor situaționale asupra fericirii este personalitatea.

Referinte:

1. CALARAȘ, C. *Formarea culturii relațiilor intergeneraționale. Pedagogia și sociologia educației familiale*. Chișinău, Primex com SRL, 2017. 304 p. ISBN 978-9975-110-76-1.
2. MCQUAIL, D., DEUZE, M. *McQuail's Media and Mass Communication Theory*. Sage Publications Ltd (UK), 2020. 680 p. ISBN 978-1473-902-51-0.
3. BRAKUS, J. J., CHEN, W., SCHMITT B., ZARANTONELLO, L. Experiences and happiness: The role of gender. John Wiley & Sons, Ltd. In: *Psychology & Marketing*. Volume 39, Issue 8, 2022. p.1646-1659. ISSN 0742-6046.
4. BLANCHARD, E.N. *Gender Differences in Communication with One's Mother and Father and Its Effects on Feelings of Depression Among Young Adults*. 2020. Disponibil la: https://tigerprints.clemson.edu/all_theses/3433.

5. GILES, H., GASIOREK, J. Intergenerational communication practices. In: *K. W. Schaie & S. L. Willis (Eds.), Handbook of the psychology of aging Elsevier Academic Press*. 2011. p.233-247. Disponibil la: https://doi.org/10.1016/B978-0-12-380882-0.00015-2.
6. MUNTELE HENDREŞ, D. Starea subiectivă de bine între predictori şi efecte. In: *Analele Universității Al. I. Cuza. Seria Psihologie*. Volumul 13 (9), 2004. ISSN 2069-1386. Disponibil la: https://www.psih.uaic.ro/anale-psih/2004/12/20/starea-subiectiva-de-bine-intre-predictori-si-efecte.

Date despre autori:

Galina PRAVIȚCHI, doctor în psihologie, lector universitar, Departamentul Psihologie, Facultatea de Psihologie și Științe ale Educației, Sociologie și Asistență Socială, Universitatea de Stat din Moldova, Chișinău, Republica Moldova

E-mail: galina.pravitchi@usm.md

ORCID: 0000-0003-0838-1218

Andrei MOCAN, masterandă, Facultatea de Psihologie și Științe ale Educației, Sociologie și Asistență Socială, Universitatea de Stat din Moldova, Chișinău, Republica Moldova

E-mail: mocanandrei@yahoo.com

ORCID: 0000-0001-6860-1601