

SRS

Chestionarul Stilului de Relaționare Socială

(descriere sintetică/ pentru cercetare)

Copyright CONSTANTIN Ticu

tconst@uaic.ro

(004) 0744 643 467

Descriere SRS

Chestionarul SRS (Stil de Relaționare socială) permite evaluarea stilului personal de raportare la situațiile care presupun interacțiune socială (directă sau mediată on-line) și a modului de gestiune a acestor interacțiuni sociale (Constantin & all, 2016). Chestionarul **SRS** conține 48 de itemi dihotomici, afirmații cu două posibile variante de răspuns, incluzând și varianta de răspuns intermediară ("?") pentru cei nehotărâți sau cei care nu se regăsesc în nici una dintre variantele dihotomice.

Pornind de la premisa ca lumea modernă obligă la asumarea de noi stiluri de interacțiune socială, integrând, pe lângă cele clasice, și interacțiunile mediate de mediul on-line, am definit 6 dimensiuni care ar putea descrie un stil de relaționare socială adaptat lumii moderne.

Ne referim opțiunile individuale sau la stilul de personal de interacțiune socială pe care îl promovăm: în relațiile interpersonale directe și în cele mediate de rețelele de socializare (social versus utilitarist); în cadrul grupurilor sau colectivelor de care aparținem (relație versus sarcină); în situațiile de conflict (implicat versus detașat); prin imaginea despre sine pe care o prezentăm celorlalți (indulgent versus exigent); în situațiile în care utilizăm strategii persuasive (manipulativ versus moral) sau în situațiile care exprimăm atașament emoțional față de grup (dependent versus independent).

Altfel spus, în cadrul chestionarului SRS, stilul de relaționare socială este o rezultată a combinării a 6 dimensiuni psihologice:

- **Networking relațional** (networking social versus networking utilitarist);
- **Cooperare în echipă** (cooperare centrată pe relații versus cooperare centrată pe sarcină);
- **Managementul conflictului** (implicat versus detașat în managementul conflictului);
- **Autoevaluare socială** (indulgență în autoevaluare versus exigență în autoevaluare);
- **Strategie de persuasiune** (persuasiune manipulativă versus persuasiune morală);
- **Atașament emoțional** (independență versus dependență emoțională față de grup).

Evaluarea celor 6 dimensiuni și identificarea stilului individual de relaționare socială sunt utile, în primul rând, în activitățile de recrutare și selecție profesională, pentru acele categorii profesionale sau locuri de muncă în care stilul de relaționare socială este decisiv (agenți de vânzări, operatori on-line, manageri, consultanți etc.).

Identificarea preferințelor și strategiei individuale de implicare în relațiile sociale, poate fi deosebit de utilă și în activitățile de consiliere personală (pentru dezvoltarea personală) sau profesională (pentru managementul carierei), ajutând la conștientizarea și (dacă este cazul!) la corectarea tendințelor sau preferințelor disfuncționale.

FACTORII SRS

Networking

(–) Persoanele cu scoruri mici la "Networking", își doresc să lege prietenii cu oameni de calitate, pe care îi apreciază și cu care pot să își împărtășească opiniile și preocupările personale. Caută oamenii și relațiile sociale care le îmbogățesc personal și spiritual. Într-un mediu nou preferă să interacționeze cu persoanele plăcute, amuzante și simpatice, fiind interesate să afle cât mai multe despre hobby-urile și preocupările acestora. Utilizează rețelele sociale pentru a menține legătura cu cei dragi și pentru a urmări activitatea acestora.

(+) Persoanele cu scoruri mari la "Networking" sunt interesate de utilitatea relațiilor sociale, căutând să obțină anumite beneficii și avantaje pentru dezvoltarea profesională. Caută oamenii care le pot deschide noi oportunități, pentru a-și dezvolta o rețea socială și profesională puternică. Într-un mediu nou, preferă să interacționeze cu profesioniști, experți și persoane influente fiind interesate să afle cât mai multe despre competențele, reușitele și domeniile de interes ale acestora. Utilizează rețelele de socializare pentru a fi în contact cu profesioniștii din domeniu și pentru a obține informații care le-ar putea aduce beneficii profesionale.

Strategie de cooperare

(–) Persoanele care au scoruri mici la "Strategia de cooperare", urmăresc să mențină relații armonioase cu cei din jur, căutând sentimentul de apartenență la grup și de a face parte dintr-un colectiv unit. Preferă să colaboreze cu persoanele care sunt amabile și cooperante, urmărind să construiască relații de calitate. Consideră că munca în echipă este o oportunitate de a interacționa cu ceilalți și sunt preocupate, în principal, de menținerea unei atmosfere plăcute, pozitive și relaxante în mediul de lucru. Mențin grupul unit, detensionează atmosfera oferind încurajări și facilitează comunicarea, punând accentul pe starea de bine a membrilor grupului.

(+) Persoanele cu scoruri mari la "Strategia de cooperare" se focalizează pe realizarea eficientă a sarcinilor, pe rezultatele finale și pe atingerea obiectivelor colective. Sunt interesate să faciliteze eficiența și randamentul grupului și preferă să lucreze cu persoanele care își fac bine treaba. Într-o echipă, sunt cei care pun în aplicare ideile generate de grup și sunt dispuse să îi ajute pe ceilalți pentru a obține performanțe ridicate de grup. Se concentrează pe detaliile legate de execuția proiectului și pe îndeplinirea la timp a obiectivelor de grup. Atunci când apar probleme în echipa în care lucrează, sunt orientate spre identificarea cauzelor și a soluțiilor posibile.

Managementul conflictului

(–) Persoanele care obțin scoruri mici la "Managementul conflictului", se implică activ în prevenirea și rezolvarea conflictelor colective. Ele simt nevoia să intervină în situațiile conflictuale sau să inițieze discuții, pentru a clarifica situațiile tensionate și pentru a-i ajuta pe ceilalți să-și rezolve neînțelegerile. Sunt primele care intervin în rezolvarea conflictelor, încercând să propună alte perspective sau să aducă în discuție informațiile relevante, pentru a calma spiritele. În rezolvarea unui conflict, aceste persoane, caută soluții care ar putea mulțumi pe toată lumea.

(+) Persoanele care obțin scoruri mari la "Managementul conflictului", evită situațiile conflictuale, preferând să stea deoparte și să adopte o atitudine distantă. Aceste persoane consideră că oamenii ar trebui

să își rezolve singuri problemele, fără intervenția altor persoane. În momentele tensionate preferă să aștepte să se rezolve lucrurile de la sine, încercând să se eschiveze. În discuțiile contradictorii tind să cedeze primele pentru evitarea conflictelor, iar comportamentul lor față de persoanele care sunt nervoase este unul indiferent. Sunt dezinteresate atunci când unii colegi sunt în conflict, preferând să nu fie "prinse la mijloc".

Autoevaluare socială

(–) Persoanele care obțin scoruri mici la "Autoevaluare socială" sunt centrate pe evaluarea calităților, atuurilor și reușitelor profesionale. Față de propria persoană au o atitudine tolerantă și îngăduitoare, concentrându-se mai mult pe momentele de succes. Știu să se bucure de complimentele și de feedback-urile pozitive pe care le primesc, considerând că le merită în totalitate. Viziunea lor asupra viitorului este una pozitivă, fiind convinse că pot face față provocărilor și sarcinilor noi, indiferent de complexitatea acestora. Eșecul este pus pe seama lipsei de noroc sau a momentului nepotrivit. Știu să se bucure de reușită atunci când este cazul și se consideră mai competente decât celelalte persoane.

(+) Persoanele care obțin scoruri mari la "Autoevaluare socială" sunt centrate pe evaluarea defectelor, punctelor slabe personale și nereușitelor profesionale. Față de propria persoană au o atitudine critică și culpabilizatoare, considerând că au multe carențe și slăbiciuni. Când primesc complimente sau feedback-uri pozitive, devin suspicioase, bazându-se pe faptul că își cunosc foarte bine limitele. Viziunea lor asupra viitorului este predominant negativă, fiind convinse că în fața unor provocări sau sarcini noi, nu au toate calitățile necesare pentru a reuși, demobilizându-se ușor. Atunci când au un eșec se învinovățesc, căutând cauza sau momentul în care au greșit.

Strategie de persuasiune

(–) Persoanele care obțin scoruri mici la "Strategia de persuasiune" caută să îi convingă, manipuleze și constrângă pe ceilalți, pentru a obține rezultatele dorite. Preferă să adopte orice strategie care le poate apropia de reușită, chiar dacă acest lucru înseamnă să se abată de la reguli și norme sau să ascundă adevărul. Atunci când întâmpină dificultăți, pot apela inclusiv la latura emoțională a celor din jur sau pot omite informații intenționat, pentru a prezenta lucrurile într-o lumină mai favorabilă. Cedează cu ușurință la dificultate, nu dezvăluie aspectele negative cu privire la propria persoană și consideră că "scopul scuză mijloacele". Insistă cu tărie asupra perspectivei proprii, iar în relațiile cu ceilalți, prezintă doar ceea ce aceștia vor să audă.

(+) Persoanele care obțin scoruri mari la "Strategia de persuasiune", pot să îi convingă pe cei din jur doar atunci când cred cu tărie în ceea ce spun. Oferă toate informațiile pe care le dețin, mizând pe corectitudine și sinceritate. Respectă regulile cu strictețe și nu își impun punctul de vedere, încercând să prezinte deschis orice informație relevantă pentru ceilalți. Încearcă să îi convingă pe cei din jur, prezentând date obiective sau tehnice, evitând să pună presiune pe aceștia, preferând să promoveze lucrurile pe care le-au testat deja. Își descriu propria persoană, într-o manieră modestă, păstrând o balanță între punctele forte și cele slabe, considerând că pentru a avea relații de lungă durată, cel mai important este să fii onest.

Strategie de persuasiune

(–) Persoanele care obțin scoruri mici la "Atașament emoțional", se simt bine singure, nu au nevoie de suportul afectiv și sugestiile celor din jur. Criticile și supărările altor persoane nu le afectează, preferând să păstreze o oarecare distanță față de acestea. Nu caută aprobarea celorlalți, încercând să demonstreze că au dreptate, ducând lucrurile la bun sfârșit așa cum consideră ele mai bine. Deciziile profesionale

importante sunt luate pe baza intuiției sau experienței personale, fiind neinteresate de confirmarea sau aprobarea altor persoane. Preferă să își rezerve timp pentru pasiunile lor sau pentru a fi singure, nu amestecă relațiile profesionale cu cele personale, evitând ieșirile cu colegii. Se implică în proiecte doar atunci când au libertate de acțiune.

(+) : Persoanele care obțin scoruri mari la "Atașament emoțional" sunt dependente de suportul afectiv, de sugestiile și ajutorul celor din jur. Sunt afectate cu ușurință de criticile și supărările celorlalți, caută aprobarea lor în deciziile pe care le iau, urmărind să se ghideze după opiniile acestora. Preferă să construiască relații interpersonale solide și simt nevoia să-și petreacă majoritatea timpului cu cei dragi, organizând ieșiri frecvente cu aceștia. Se implică voluntar în diferite proiecte dacă au sprijinul celor din jur și iau decizii profesionale importante doar atunci când primesc susținerea și aprobarea lor.

ÎNREGISTRARE DATE SRS

Pentru scorare manuală & cercetare

1. Se creează o bază de date în care fiecare item al chestionarului **SRS** se definește ca o variabilă numerică cu rădăcina **SRS** (**SRS1**, **SRS2**, **SRS3** **SRS48**) la care se adaugă variabile socio-demografice.
2. În baza de date, pentru toți itemii, se introduc valorile pe scale ale răspunsurilor oferite de fiecare subiect "0" dacă este bifată prima variantă de răspuns "1" dacă este aleasă cea de a doua variantă de răspuns ("1") și "2" dacă este aleasă cea de a treia variantă de răspuns.
3. După introducerea în baza de date a valorilor bifate pe chestionar și salvarea bazei de date ("Nume_bazadateSRS_0.sav") se verifică corectitudinea datelor introduse pentru identificarea eventualelor erori de înregistrare (11, în loc de 1; 22 în loc de 2 etc.) În SPSS se pot verifica prin: *Analyze - Descriptive statistics – Frequencies, Minimum si Maximum*).
4. În aceeași bază de date se introduc și valorile la celelalte probe psihologice sau alte variabile luate în calcul în designul de cercetare și se calculează scorurile pe factori la acest probe psihologice/ variabile.
5. Se trimite baza de date corect completată la adresa tconst@uaic.ro solicitând verificarea consistenței interne și calcularea scorurilor pe factori.

Pentru scorare automată & generare profil psihologic

Chestionarul SRS poate fi aplicat și în format electronic (on-line), prin invitații e-mail trimise de pe platforma **PsihoProfile** (www.psihoprofile.ro). Detaliile succinte referitoare la utilizarea PsihoProfile se găsesc la adresa <https://goo.gl/4vXNfy> sau pe pagina web <http://www.psihoprofile.ro/Public/Viitorul>.

Dacă se dorește aplicarea chestionarului în format imprimat (creion-hârtie) și înregistrarea ulterioară în baza de date PsihoProfile (alături de chestionarele aplicate on-line), după logarea pe PsihoProfile, în secțiunea *EVALUARE - Aplică chestionare – (selectează) SRS - Introdu răspunsuri*, pot fi introduse datele de pe chestionarele aplicate în varianta imprimată.

La finalul cercetării (după aplicarea/ înregistrarea tuturor chestionarelor), pentru a avea acces la baza de date cu toate chestionarele completate (on-line - introduse automat sau imprimat - introduse

manual), se va trimite un e-mail la adresa tconst@uaic.ro pentru a solicita baza de date, precizând: *Numele si prenumele studentului/ cercetătorului* (clientului PsihoProfile, cel care a oferit spre completare chestionarul), *Denumirea chestionarului/ chestionarelor aplicate*, intervalul in care au fost culese datele si numărul aproximativ de persoane evaluate. Ca răspuns la acest e-mail se va primi o bază de date în format Excel sau SPSS cu toate chestionarele completate (itemi si scoruri pe factori).

Citare utilizare SRS

Descriere instrument

(de introdus în secțiunea *Metodologia / Designul cercetării: Instrumente utilizate*)

Chestionarul **SRS** (*Stil de Relaționare Socială*) permite evaluarea stilului personal de raportare la situațiile care presupun interacțiune socială și comunicare, directă sau mediată on-line (Constantin & all, 2022). În cadrul chestionarului SRS, prin intermediul a 48 de itemi cu alegeri bipolare, este identificat stilul de relaționare socială, rezultat al combinării a 6 dimensiuni, preferințe psihologice referitoare la: *networking-ul relațional; cooperarea în echipă; managementul conflictului; autoevaluarea socială; strategia de persuasiune și atașamentul emoțional față de grup.*

Pentru citare:

(Constantin & all, 2022)

Constantin Ticu, Prundeanu Oara, Balan Veronica & Nicuță Gabriela (2022), "Social Relationship Style" (SRS) evaluation; preliminary results and psychometric qualities of a standardized assessment tool (manuscris).

DATE STATISTICE SRS

Indicatori statistici generali:

(ultima versiune SRS, 1 688 s; actualizare: 25.06.2023)

	Valid	Alpha Cronbach	Mean	Std. Deviation	Skewness	Kurtosis
Networking	1678	.788	9.19	3.43	-.327	-.212
Cooperare	1678	.734	7.76	4.46	.121	-.801
Conflict	1678	.824	7.08	4.77	.179	-1.062
Autoevaluare	1678	.755	9.35	3.32	-.311	-.555
Persuasiune	1678	.702	11.54	2.94	-.871	.572
Atașament	1678	.623	7.94	3.77	-.107	-.683

Versiuni anterioare:

(anul și nr. versiune, nr. de itemi, nr. e evaluări, coeficienți de consistență internă)

Anul evaluării	2016 v1 <i>72 items</i>	2018 v2 <i>48 items</i>	2022 v3 <i>48 items</i>
Eșantion de conveniență	498	5898 s	1678 s
Networking	.586	.677	.788
Cooperare	.706	.724	.734
Conflict	.850	.764	.824
Autoevaluare	.659	.687	.755
Persuasiune	.692	.520	.702
Atasament	.594	.613	.623