
Νέα νοοτροπία – Θηλυκή νοοτροπία

Από την ομιλία της Κατερίνας Τσεμπερλίδου

Συγγραφέως – Προέδρου και Διευθύντριας
της Διαφημιστικής Εταιρείας Adel/Saatchi

Ξέρω ότι το θέμα μας σήμερα είναι η Γυναίκα στη Βουλή και στην Ευρωβουλή. Εγώ όμως θα σας ξαφνιάσω λίγο. Θα μιλήσω για μια ευρύτερη θεωρία που αφορά στις γυναίκες, τη θεωρία της νέας νοοτροπίας, της θηλυκής νοοτροπίας. Αφορά τη γυναίκα με οποιοδήποτε ρόλο της ή ιδιότητα και, φυσικά, με το ρόλο της ως παράγοντα στην κοινωνία.

Κι επειδή προέρχομαι από τον ιδιωτικό επιχειρηματικό κόσμο, επιτρέψτε μου να χρησιμοποιώ παραδείγματα από τον χώρο που ξέρω καλά. Πολλές έρευνες δείχνουν ότι, όταν μια γυναίκα σκέφτεται μια έξυπνη ιδέα και την εκφράζει, οι άντρες την αποδίδουν στον άντρα που κάθε-ται αριστερά ή δεξιά της.

Αντίθετα, οι γυναίκες υποστηρίζουν και λένε κολακευτικά σχόλια για κάθε αξιόλογη ιδέα, ανεξαρτήτως από ποιον προέρχεται. Οι γυναίκες είναι διαφορετικές από τους άντρες. Όχι κατώτερες, ούτε ανώτερες, αλλά διαφορετικές.

Παρόλο που δεν συνηθίζαμε να το κατονομάσουμε δημόσια την προηγούμενη δεκαετία, πρέπει να το δεχόμαστε δημόσια ότι οι άντρες και οι γυναίκες σε πολλά θέματα δεν σκέφτονται με τον ίδιο τρόπο, δεν επικοινωνούν με τον ίδιο τρόπο, δεν αγοράζουν για τους ίδιους λόγους. Αυτή η παραδοχή αποτελεί και την αφετηρία μιας νέας κοινωνικής τάσης που στηρίζεται σε αυτή τη διαφοροποίηση – θα εξηγήσω παρακάτω τί εννοώ – και που μπορούμε να την ονομάσουμε: η θηλυκή νοοτροπία. Η θηλυκή νοοτροπία δεν είναι μόνο κοινωνική τάση, είναι μια ολόκληρη κοσμοθεωρία. Αν μπορούμε να είμαστε ανοιχτοί, θα συνειδητοποιήσουμε τις διαφορές που υπάρχουν και θα μας βοηθήσουν να βλέπουμε τους ανθρώπους με διαφορετικούς τρόπους.

Σε μια έρευνα που έγινε πρόσφατα ρωτήθηκαν 1000 άτομα – άντρες και γυναίκες – με την εξής ερώτηση: Από την εμπειρία σας, έχοντας ζήσει ή εργαστεί με ένα άτομο του άλλου φύλου, θα λέγατε ότι το άτομο του άλλου

φύλου σκέφτεται σημαντικά διαφορετικά από ό,τι εσείς; Ένα απίστευτο 99% των ερωτώμενων αδίστακτα απάντησε «ναι».

Για να σας αποδείξω πόσο εύκολη ήταν η απάντηση και για να σας εξηγήσω τί εννοώ, φανταστείτε μια μικρή ιστορία, πολύ καθημερινή, από αυτές που μπορεί να μας συμβούν σε κάποιο εστιατόριο. Όταν κάθεται ένα ζευγάρι στο τραπέζι και πλησιάζει ο σερβιτόρος να πάρει την παραγγελία, λέει, ας πούμε: «Γεια σας, είμαι ο Γιώργος και δουλεύω προσωρινά εδώ, γιατί είμαι και ηθοποιός στο θέατρο». Αμέσως η γυναίκα συναρπάζεται, θέλει να μάθει σε ποιο έργο παίζει ο σερβιτόρος, πού έχει ξαναπαίξει, πού σπούδασε, από πού είναι, αν έχει οικογένεια. Ο άντρας θέλει να ξέρει ένα μόνο θέμα, «πότε μπορούμε να παραγγείλουμε;» Πεινάει και, απλά, θέλει να ολοκληρωθεί η πράξη συναλλαγής, το πάρε δώσε.

Αντίθετα, η γυναίκα πιάνει την κουβέντα με το σερβιτόρο, γιατί θέλει πρώτα να δημιουργήσει μια ανθρώπινη σχέση. Αυτή η διαφορά είναι και η ουσία της τάσης για τη Θηλυκή Νοοτροπία.

Όπου και αν πηγαίνουν οι γυναίκες – στα ταξί, στα σχολεία, στις παιδικές χαρές, στα σουπερμάρκετ, στα καταστήματα – συνηθίζουν να διασυνδέονται με άλλους ανθρώπους. Ακόμα κι όταν αγοράζουν, πρώτα θέλουν να δημιουργήσουν μια γνωριμία με τον πωλητή της υπηρεσίας ή του προϊόντος και μετά να προβούν σε αγορά. Όλα στις γυναίκες ανάγονται πρώτα-πρώτα σε μια προσωπική εμπειρία. Αυτό δείχνει με ποιο τρόπο οι γυναίκες συνδέονται με τον εμπορικό και επιχειρηματικό κόσμο. Πώς εντάσσονται στον επιχειρηματικό κόσμο και πώς αλλάζουν σιγά-σιγά.

Περάσαμε και ζήσαμε τη χρονιά της γυναίκας, τη δεκαετία της γυναίκας και τώρα πλησιάζουμε στη χιλιετία της γυναίκας. Πιστεύω ότι τα επόμενα χίλια χρόνια θα είναι η εποχή που οι γυναίκες θα ανακαλύψουν την αληθινή τους δύναμη και θα τη χρησιμοποιήσουν για το αληθινό καλό του κόσμου.

Μια Σιγκαπούρια γυναίκα χρηματίστρια, που εργάζεται στον αδυσώπητο χώρο της Wall Street και που έχει μαγική σχέση με τους αριθμούς, σκέφτηκε την εξής θεωρία: Όλες οι χρονολογίες στην προηγούμενη χιλιετία άρχιζαν από το Νο 1, 1999, 1923, 1930 κ.λπ. Το 1 είναι αριθμός αρσενικής νοοτροπίας, ανεξάρτητος, άμεσος, εγωκεντρικός, ενικός. Αλλά σε λίγο καιρό, ξεκινώντας από τη χρονολογία 2000 και συνεχίζοντας στο 2001, 2002, 2005 και λοιπά, όλα τα επόμενα χίλια χρόνια θα ηγούνται από τον αριθμό δύο. Δύο σημαίνει: συνεταιρισμό, ομάδα, οικογένεια, ισορροπία δυνάμεων, πληθυντικός αριθμός, σημαίνει ξεκάθαρα την Θηλυκή Νοοτροπία.

Η θηλυκή νοοτροπία είναι η νέα νοοτροπία στην σκέψη. Δε χρειάζεται να είσαι γυναίκα για να ασπάζεσαι αυτή τη νοοτροπία. Μπορούμε να το καταλάβουμε καλύτερα, αν δούμε τι δεν είναι Θηλυκή Νοοτροπία. Η παλιά νοοτροπία δεν είναι θηλυκή, η παλιά μορφή επιχείρησης δεν είναι θηλυκή, αφού στηρίζεται στην ιεραρχία, οι παλιοί διάλο-

γοι, οι παλιοί τρόποι να βλέπει κανείς τον κόσμο δεν είναι θηλυκή νοοτροπία. Η θηλυκή νοοτροπία είναι ένας εντελώς καινούργιος τρόπος σκέψης, όταν ο παλιός συμβολίζει το παρελθόν, ενώ ο νέος προσφέρει ένα μελλοντικό δρόμο, για να λυθούν πολλά επιχειρηματικά προβλήματα, προβλήματα σχέσεων και κοινωνικά προβλήματα, φυσικά.

Ας δούμε πώς εκφράζονται οι δύο νοοτροπίες με μερικά παραδείγματα. Η παλιά νοοτροπία συγκεντρώνει την ταυτότητα του ατόμου, όλη του την προσωπικότητα γύρω από ένα ρόλο. Στην καινούργια νοοτροπία η ταυτότητα του ατόμου εκφράζεται με πολλούς ρόλους. Η παλιά νοοτροπία αντιστέκεται στην αλλαγή, η νέα νοοτροπία επιζητά την αλλαγή. Η παλιά νοοτροπία συγκεντρώνεται αποκλειστικά στους στόχους, ενώ η νέα νοοτροπία εστιάζεται εξίσου στη διαδικασία, μέχρι να φτάσουμε το στόχο. Η παλιά νοοτροπία κατευθύνεται προς τη συναλλαγή, σκέφτεται με ποιον τρόπο θα προχωρήσει από το Α στο Β στο Γ, σε κατευθείαν γραμμή, ενώ η νέα νοοτροπία κατευθύνεται προς τις σχέσεις: βλέπει πως το Α συνδέεται με το Β, πως το Δ συνδέεται με το Λ, και τί κοινό έχει το Ε με το Ι.

Η Θηλυκή Νοοτροπία – ένας σημαντικός γυναικείος πόρος

Υπάρχει ένα βιβλίο με τον τίτλο «Οι άντρες είναι από τον Άρη και οι γυναίκες από την Αφροδίτη». Σ' αυτό το βιβλίο αναφέρεται ότι οι γυναίκες κατοικούν τον δικό τους πλανήτη. Έναν πλανήτη όπου οι γυναίκες, στην καλύτερη των περιπτώσεων, πληρώνονται μέχρι το 72% του μισθού των αντρών. Έναν πλανήτη όπου στις εταιρείες υπάρχει γυάλινο ταβάνι ως προς την ιεραρχία ή, καλύτερα, τσιμεντένιο ταβάνι για τις γυναίκες.

Έναν πλανήτη όπου το να βρεις ικανοποιητικό και σε λογικό κόστος παιδικό σταθμό μοιάζει με όνειρο. Έναν πλανήτη όπου υποαντιπροσωπευόμαστε στη διακυβέρνηση των χωρών – άρα ποιος να προωθήσει τις θέσεις μας; Έναν πλανήτη όπου ειδικές γυναικείες παθήσεις δεν συμπεριλαμβάνονται ή συμπεριλαμβάνονται εν μέρει σε σοβαρές ιατρικές έρευνες.

Πάρτε το εργασιακό περιβάλλον. Ελπίζουμε ότι αυτός ο πλανήτης σιγά-σιγά θα εξελίσσεται και κάποια στιγμή θα αλλάξει προς το καλύτερο. Και ο κόσμος θα αποδεχθεί σαν θετικό στοιχείο το να συμφωνούν οι γυναίκες μεταξύ τους κι όχι σαν πολύ μαλακό. Θα αποδεχθεί τη γυναικεία ευαισθησία, που συχνά χαρακτηρίζεται με τη φράση: έλα μωρέ, γυναίκες είναι, σαν στοιχείο ενός πετυχημένου επαγγελματικού περιβάλλοντος. Μέχρι να γίνουν οι αλλαγές αυτές, τα στοιχεία στον επαγγελματικό χώρο δεν είναι ενθαρρυντικά. Στην κατάταξη που κάνει κάθε χρόνο το οικονομικό περιοδικό Fortune με τις 500 πιο πετυχημένες εταιρείες, οι αριθμοί δείχνουν ότι σε αυτές τις εταιρείες μόνο κατά 13% συμπεριλαμβάνονται γυναίκες στα υψηλόμισθα στελέχη. Στις εταιρείες

αυτές το 97% των στελεχών με εξουσία είναι άντρες, και το 94% των μελών διοικητικού συμβουλίου είναι άντρες. Υπάρχει η πρόβλεψη ότι στα επόμενα χρόνια 20% τουλάχιστον των γυναικών που σήμερα δουλεύουν σε μεγάλες εταιρείες θα αποχωρήσουν και θα αρχίσουν μια επιχείρηση μόνες τους. Ο ρυθμός που ξεκινούν μια νέα επιχείρηση οι γυναίκες είναι δύο φορές ταχύτερος από το ρυθμό των αντρών.

Ακόμα και στην ανώτατη μόρφωση τα στοιχεία δείχνουν ότι, ενώ οι άντρες πτυχιούχοι στα μεταπτυχιακά αυξάνονται κάθε χρόνο με ρυθμό 6%, οι γυναίκες αυξάνονται με ρυθμό 28%.

Μιλώντας για επιχειρήσεις αναφέρουμε ότι πολλές είναι οι γυναίκες που άρχισαν μια επιχείρηση από την κουζίνα του σπιτιού τους και έχει φτάσει σε 18% το ποσοστό των γυναικών επιχειρηματιών που διευθύνουν μια επιχείρηση από το σπίτι τους.

Η Μπάρμπι κερδίζει έδαφος – Αλλά ο κόσμος ανήκει στον Action Man

Τί θέλω να πω μ' αυτό; Θέλω να πω ότι ο κόσμος είναι ακόμα γεμάτος προκαταλήψεις, κι ας κερδίζουν έδαφος οι γυναίκες.

Το 1998 έγινε μια σπουδαία ιατρική έρευνα ανάμεσα σε 22.000 άντρες για τις καρδιακές παθήσεις. Γυναίκα δεν συμπεριελήφθη καμία, αν και η καρδιακή προσβολή είναι η Νο 1 αιτία θανάτου στις γυναίκες. Η Ιατρική Σχολή του Χάρβαρντ έκανε μια έρευνα ανάμεσα στη σχέση που έχει η καφεΐνη και οι καρδιακές παθήσεις. Το δείγμα αποτελούσαν 45.000 άντρες και καμιά γυναίκα.

Ας δούμε τί έκαναν δυο αγανακτισμένες γυναίκες. Μία

δικηγόρος προσέφυγε στα δικαστήρια, για να αναγκάσει το κράτος να ανατρέψει τον ως τότε ορισμό της ασθένειας του AIDS και να τον αναπροσαρμόσει, έτσι ώστε να περιλαμβάνει και τα γυναικεία συμπτώματα της ασθένειας που δεν υπήρχαν πριν.

Μια άλλη γυναίκα, γιατρός αυτή τη φορά, σε συνδυασμό με μια επιτροπή πρωτοβουλίας για την υγεία των γυναικών, οργάνωσαν ένα δείγμα από 160.000 γυναίκες, για να ολοκληρώσουν μια τεράστια έρευνα υγείας, προϋπολογισμού 180 δις. Είναι μια αρχή.

Ε! Και όμως στο προκαταρκτικό στάδιο της έρευνας ξέχασαν να συμπεριλάβουν ερωτήσεις που θίγουν ευαίσθητα κοινωνικά προβλήματα. Ας πούμε, δεν συμπεριλάμβαναν ερωτήσεις για το αν οι γυναίκες είχαν κάνει άμβλωση ή όχι ούτε για το αν ήταν ετερόφυλες ή ομοφυλόφιλες, σημεία πολύ σημαντικά στατιστικά σε μια μακροχρόνια έρευνα.

Θα ήθελα να σας αφήσω με την εξής σκέψη: Οι γυναίκες και οι άντρες είναι διαφορετικοί.

Ο διαχωρισμός των φύλων δεν είναι απάντηση μακροχρόνια, οι γυναίκες και οι άντρες πρέπει να σκεφτούν ένα νέο τρόπο για να είναι μαζί. Το να προωθούνται οι γυναίκες δεν σημαίνει ότι θα πρέπει να μειώνονται οι άντρες. Θα πρέπει να απαλλαχτούμε από το στερεότυπο της απόρριψης του άντρα.

Θα πρέπει να στραφούμε από την ως τώρα «μάτσο» – αρσενική έμφαση – στη νίκη, στη νέα φιλικότερη έμφαση που είναι η αξία.

Αντί να μάχονται τα φύλα, οι γυναίκες κατά των αντρών, το πραγματικό σχίσμα σήμερα είναι ανάμεσα στην παλιά νοοτροπία και στη νέα νοοτροπία, τη θηλυκή νοοτροπία.

Παρατηρήσεις

Οι απόψεις του Σ.Δ.Γ. διαφέρουν και είναι συνοπτικά οι εξής:

1. Οι λεγόμενες γυναικείες ιδιότητες είναι κατά μεγάλο μέρος γέννημα κοινωνικών παραγόντων, δηλαδή των συνθηκών διαβίωσης και των ρόλων των γυναικών επί μακρούς αιώνες («Η γυναίκα δεν γενιέται, γίνεται», κατά τη Σιμόν ντε Μπωβουάρ).

2. Η γυναικεία, λοιπόν, νοοτροπία δεν είναι «νέα», είναι η παλιά.

3. Φυσικό είναι, όταν αλλάξει η θέση της γυναίκας στην κοινωνία και οι ρόλοι της, να αλλάξει σιγά-σιγά η λεγόμενη θηλυκή νοοτροπία.

4. Αντίστοιχα θα αλλάξει και η ανδρική, για τους ίδιους λόγους. Λογικό είναι, άλλωστε, το ότι, για να παύσει η γυναίκα να είναι το «δεύτερο φύλο», θα πρέπει να παύσει και ο άντρας να είναι το «πρώτο».

5. Αυτά δεν σημαίνουν ούτε ανδροποίηση των γυναικών αλλά ούτε γυναικοποίηση των ανδρών. Σημαίνουν πλησίασμα νοοτροπίας και ρόλων. Και ίσα δικαιώματα δράσης και σταδιοδρομίας ανδρών και γυναικών σε όλους τους τομείς, και με στόχους εμπνευσμένους από τις βασικές αξίες που επικρατούν σε μια κοινωνία.

6. Αν τα φύλα είχαν τόσο σημαντικές και εγγενείς διαφορές, λογική συνέπεια θα ήταν να υπάρχουν και διαφορετικοί τομείς δραστηριοποίησης και χωριστά «γυναικεία» και «ανδρικά» επαγγέλματα. Αυτό θα σήμαινε απλά αναίρεση του φεμινιστικού κινήματος, που ωστόσο δικαιώνεται διαρκώς περισσότερο και έχει ωθήσει τις γυναίκες σε σημαντική πρόοδο, κατά γενική ομολογία διεθνών οργανισμών και γυναικείων ΜΚΟ. Σήμερα δεν υπάρχει επάγγελμα για το οποίο η γυναικεία ιδιότητα να αποτελεί βιολογικό εμπόδιο (μέχρι και κυβερνήτης διαστημοπλοίου).