

## DESPRE FEMEIA DE AZI...SPULBERAREA MITURILOR!

Publicat de în Business Class, Nr. 30, Martie 2009

Aceste date aparțin Magenta Consulting©

[www.consulting.md](http://www.consulting.md)



RESEARCHING.REVEALING.EMPOWERING

**magenta**  
CONSULTING

Cine sunt femeile din viața noastră? Mame, surori, neveste și prietene - astea sunt doar roluri care ascund persoane cu calități, obișnuințe și preferințe. S-ar putea să ziceți că le cunoașteți și probabil așa și este! Dar cum ne dăm noi seama dacă ceea ce credem noi despre femeia de lângă noi, fie că este fiică, mamă, prietenă sau partener de afaceri este realitate sau doar un bir convingerilor despre cum trebuie să fie o femeie, sau a impresiei care ne-au creat-o prima dată când le-am cunoscut (stereotipuri). Așa este organizat creierul nostru, economisim spațiu lucrativ, odată formată o părere despre cineva aceasta persistă fără a fi revizuită și actualizată.

Compania de consultanță Magenta Consulting, în urma efectuării studiului Magenta National Screening a reușit să adune mai multe informații care ne permit să conturăm o imagine despre cine este femeia de azi. Menționăm că în studiu au participat 1400 respondenți dintre care 775 sunt femei, iar datele discutate mai jos sunt concluziile extrase din analiza cantitativ calitativă a rezultatelor Magenta National Screening.

În cele ce urmează vă propunem să verificați în ce măsură rezultate prezentate corespund cu opinia Dvs. despre cine sunt femeile care vă înconjoară.

Femeia de azi este o persoană activă, care în timpul liber preferă să facă un ban în plus sau să se preocupe de aparențele sale fizice practicând sport, chiar dacă îl practică mai puțin în comparație cu bărbații. S-ar putea, ca de la bun început să ni se creeze impresia că femeia de azi este prea ocupată de muncă și aparențe fizice dar, surpriză! Cumva între serviciu și sport femeile reușesc să-și facă timp și pentru dezvoltarea spirituală, intelectuală, socială. Curiozitatea în general, și interesul pentru monden în particular, a femeii de azi se manifestă prin vizionarea mai frecventă a spectacolelor și filmelor în cinematografe. În mediu femeile, la fel ca și bărbații, citesc câte două trei cărți anual. Modalitatea preferată a femeilor de a afla noutățile din țară și de peste hotare, spre deosebire de bărbații care aleg presa, este televiziunea. Spre deosebire de bărbați femeile mai frecvent procură reviste a căror preț depășește 30 lei. Cineva ar putea spune că revistele a căror preț depășește 30 lei conțin imagini mai degrabă decât conținut care ar stimula intelectul dar... poate fi asta un criteriu în baza căruia tragem concluzii? Puțin probabil, mai degrabă acest lucru indică interesul femeii de a fi la curent cu noutățile mondene și stilul vestimentar actual. Cu alte cuvinte am putea infera că femeile sunt mai preocupate de aparențele sale, fapt care de altfel este apreciat de bărbați (care, așa în trecere fie spus, citesc și ei reviste cu imagini).

În ciuda faptului că s-ar spune că femeile sunt mai vorbărețe ca bărbații, nu s-au constatat diferențe semnificative între femei și bărbați.

În ceea ce privește caracteristicile persoanele, femeile mai frecvent se percep și autoevaluează ca fiind emotive, puțin rezervate, mai sensibile, fragile și mai puțin sigure decât bărbații din lotul de respondenți participanți în studiul dat. Chiar dacă suntem obișnuiți să percepem femeile de afaceri ca persoane puternice, dure, să nu ne amăgim, studiul prezent scoate în evidență că acestea se autoevaluează ca fiind mai fragile în comparație cu femeile mai puțin implicate în business.

În ceea ce privește statutul profesional, calitatea veselă este semnificativ mai frecvent întâlnită în autodescrierea elevilor, studentelor decât a femeilor care sunt angajate în instituții de stat. Ținând cont de faptul că buna dispoziție stimulează creativitatea credem că instituțiile de stat ar beneficia de pe urma unei atmosfere care să favorizeze buna dispoziție a femeilor angajate, sau poate... femeile serioase mai frecvent se orientează spre activitate în instituțiile de stat. Oricum acestea sunt doar niște încercări de a explica de ce angajatele în instituțiile de stat se percep semnificativ mai puțin vesele în comparație cu studentele, dar aceste presupuneri ar putea servi drept punctul de start pentru cei interesați de cercetarea aspectelor gender.

Pentru femei este mai specific decât pentru bărbați de a urma regulile stabilite, fie de societate, fie de ea însăși, încălcarea acestor reguli s-ar putea să genereze indispuneri așa ca sugerăm să clarificați regulile pentru a ști cum să evitați indispunerea femeilor care vă înconjoară. Un început pentru crearea bunei dispoziții femeilor din viața Dvs. vă informăm că în ciuda faptului că majoritatea bărbaților în studiul dat s-au declarat indiferenți față de ziua de 8 Martie, femeile percep această zi ca fiind asociată cu tot felul de circumstanțe plăcute. O altă constatare care ar putea prinde bine este că există totuși o diferență semnificativă între locurile unde preferă să petreacă timpul liber bărbații (la terase) și femeile, acestea din urmă exprimă semnificativ mai des preferința pentru restaurante.

S-ar putea ca imaginea femeii de azi, conturate mai sus, să nu corespundă experienței Dvs. fapt care doar confirmă că există femei printre femei și bărbați printre bărbați. Studiul dat este mai degrabă normativ, descriind tendințele generale și mai puțin indivizi în particular.