

MGR MAŁGORZATA DENKIEWICZ-KUCZEWSKA  
Doktorantka, Instytut Studiów Społecznych  
Uniwersytet Warszawski  
malgorzata.denkiewicz@gmail.com

## Stereotypical thinking about sex, work satisfaction, and psychological well-being among women entrepreneurs and non-entrepreneurs

### Abstract

This research investigated the differences in stereotypical thinking as specific social and cultural features in the process of developing women's entrepreneurship, work satisfaction, and psychological well-being. The research was conducted on a group of 63 women from mazowieckie, łódzkie, and pomorskie voivode-ships. The data collection used the following techniques: Stereotypical Thinking Questionnaire (formulated by the author), Work Satisfaction Questionnaire (A. Wilczyńska & L. Wojciechowska, 2008), and Psychological Well-being Questionnaire (M. Łada & L. Wojciechowska, 2007).

The present study reveals that stereotyping produces many barriers for women in developing their labour activity. Being a woman entrepreneur yields higher work satisfaction and psychological well-being, especially social well-being connected with self-realization and autonomy.

**Keywords:** *conditions of entrepreneurship, women entrepreneurship, stereotypes, work satisfaction, psychological well-being*

# 2

## Stereotypowe myślenie, satysfakcja z pracy i dobrostan psychiczny u kobiet prowadzących i nieprowadzących działalność przedsiębiorczą

### Streszczenie

Niniejsze badania dotyczyły różnic w nasileniu myślenia stereotypowego jako społeczno - kulturowego uwarunkowania przedsiębiorczości kobiet, satysfakcji z pracy oraz poczucia dobrostanu psychicznego u kobiet prowadzących i nieprowadzących działalność przedsiębiorczą. Badaniami objęto grupę N=63 kobiet z woj. mazowieckiego, łódzkiego i pomorskiego. W celu weryfikacji hipotez wykorzystano autorski kwestionariusz „*Stereotypowe Myślenie*” (2007), autorski kwestionariusz „*Sylwetka osoby przedsiębiorczej*” (2007), kwestionariusz do badania satysfakcji z pracy (Wilczyńska, Wojciechowska, 2008) i kwestionariusz do badania dobrostanu psychicznego (Łada, Wojciechowska, 2007).

Wyniki badań pokazują, iż myślenie stereotypowe wpływa hamująco na aktywność zawodową kobiet, w tym prowadzenie własnej działalności przedsiębiorczej. Fakt prowadzenia firmy prowadzi do wzrostu satysfakcji z życia zawodowego i poczucia dobrostanu psychicznego, w szczególności dobrostanu społecznego związanego z odczuciem samorealizacji i autonomią w podejmowaniu decyzji.

**Słowa kluczowe:** *uwarunkowania przedsiębiorczości, przedsiębiorczość kobiet, stereotypy, satysfakcja z pracy, dobrostan psychiczny*

## 1. Przedsiębiorczość jako konstrukt psychologiczny oraz społeczno-ekonomiczny

W podejściu psychologicznym do badania przedsiębiorczości zakłada się, iż aktywność tego rodzaju wymaga posiadania zbioru określonych dyspozycji, wśród których dominującą rolę odgrywają: aktywna, twórcza postawa jednostki wobec trudnych sytuacji, wysoka motywacja osiągnięć, akceptacja ryzyka oraz wewnętrzne umiejscowienie kontroli. Takie stanowisko zajmuje m.in. Warneryd (1988), Tyszka (1997), Kołodziej i Goszczyńska (2007), którzy posiadanie takich dyspozycji uważają za istotny warunek podjęcia decyzji o założeniu własnej firmy, objęciu funkcji kierowniczej lub menedżerskiej oraz oczekiwania osiągnięcia sukcesu w tej działalności.

Na odnoszenie sukcesów w działalności przedsiębiorczej znaczny wpływ – oprócz dyspozycji psychologicznych – ma również otoczenie socjokulturowe, które kształtuje postawy sprzyjające lub utrudniające funkcjonowanie w środowisku pracy (Wilkin, 2000). Elementami tego otoczenia są: rodzina, szkoła i instytucje samorządowe, gdyż tam kształtują się wzory zachowań sprzyjające przedsiębiorczości rozumianej jako ogólna postawa życiowa.

Ważną koncepcję rozumienia przedsiębiorczości zaproponował Robert P. Vecchio (2003), który ten rodzaj aktywności traktuje jako specyficznego typu przywództwo, wymagające posiadania odpowiednich atrybutów: potrzeby autonomii, przekonania o własnej skuteczności oraz wewnętrznej samokontroli. Zaproponowany przez niego model zwany Wielką Piątką Przedsiębiorcy okazał się propozycją inspirującą i poddającą weryfikacji empirycznej, o czym świadczą wyniki badań Łaguny (2010), w których potwierdzono, że przy zakładaniu własnej

firmy niezwykle istotne jest przekonanie o skuteczności swojego działania, pewność siebie czy zdolności przywódcze.

## 2. Badania nad przedsiębiorczością kobiet - portret kobiety przedsiębiorcy

Z badań socjologicznych prowadzonych w Polsce przez Ewę Lisowską (2004) wynika, że właścicielki firm to na ogół kobiety w wieku 40 lub więcej lat, zamężne, posiadające przeważnie jedno lub dwoje dzieci oraz wieloletnie doświadczenie w pracy zawodowej w sektorze państwowym. Mężczyźni przedsiębiorcy to także osoby przeważnie po czterdziestce, ale w porównaniu z kobietami niższy jest wśród nich udział osób stanu wolnego. Na wizerunek współczesnej polskiej przedsiębiorczynie pewien wpływ mogą mieć przeszłe doświadczenia historyczne i kulturowe oraz związany z nim przekaz międzypokoleniowy w rodzinie. W okresie rozbiorowym (XIX i początek XX wieku), gdy mężczyźni brali udział w powstaniach narodowych, kobiety przejmowały pieczę nad majątkami ziemskimi i sprawnie nimi zarządzały. Dzięki temu w naszej kulturze utrwalił się wizerunek kobiety zdolnej do pełnienia ról „męskich”, gdy zachodzi taka konieczność. Z kolei w okresie realnego socjalizmu kobiety musiały wykazywać się wysoką przedsiębiorczością, by zdobyć niezbędne dobra i zarobić na utrzymanie rodziny, gdyż jedna pensja była niewystarczająca dla zaspokojenia podstawowych potrzeb. Obecnie, wraz z rozwojem gospodarki rynkowej, wizerunek „Matki Polki” jest zastępowany wizerunkiem Polki przedsiębiorczej, która chętnie się kształci, budując swój kapitał intelektualny, dąży do samorozwoju, chce pracować i zmierza do niezależności finansowej (Lisowska, 2004).

Wyniki dostępnych badań psychologicznych pokazują, iż odnoszenie sukcesów przez kobiety w prowadzonej przez nie działalności przedsiębiorczej jest efektem silnej motywacji osiągnięć, autonomii i wewnętrznego umiejscowienia kontroli (Brockhaus, 1980; Wesołowska, 2003; Strzałecki i Kot, 2000; Studenski, 2010). Stwierdzono natomiast, iż grupę przedsiębiorców charakteryzuje gotowość do podejmowania umiarkowanego ryzyka (Brockhaus, 1980; Carland, Carland, 1997; Forlani, Mullins, 2000; Studenski, 2006; Tyszka, 2000), przy czym jest to ryzyko raczej instrumentalne niż stymulacyjne (Zaleskiewicz, 2004). Chociaż badanie Stawiarskiej – Lietzau (2006) ujawniło mniejszą skłonność kobiet do podejmowania ryzyka, to nie do końca rozstrzygnięto kwestię, czy poziom ryzyka podejmowanego przez kobiety – przedsiębiorczynie różni się od ryzyka akceptowanego przez mężczyzn – przedsiębiorców.

W badaniach przedsiębiorczości dostrzeżono też specyfikę procesów poznawczych związanych z prowadzeniem własnej firmy, takich jak: wrażliwość na dostrzeganie okazji do rozpoczęcia działalności, umiejętność wybierania spośród różnych opcji działania, analizowanie własnych błędów (Baron, 2000; Goszczyńska, 2010).

Nowsze badania ujawniają, że istotną rolę w aktywności przedsiębiorczej odgrywają takie właściwości indywidualne, jak kompetencje społeczne i inteligencja emocjonalna (Wesołowska, 2003). Cechy te nie są biologicznie zdeterminowane i podlegają oddziaływaniu czynników środowiskowych, przyczyniając się do lepszego dostosowania jednostki do otoczenia (Baron, 2000). Cechy te mogą sprzyjać odnoszeniu sukcesów przez kobiety przedsiębiorczynie, choć nie zostało to potwierdzone empirycznie.

Za istotną przeszkodę w odnoszeniu sukcesów przez kobiety – przedsiębiorczynie uważane są nie deficyty właściwości psychologicznych, ale bariery w postaci stereotypów dotyczących ról przypisanych każdej z płci (Mandal, 2004). Ste-

reotypy te powodują, że kompetencje i zdolności kobiet w pracy są często niedoceniane, a formułowane o nich oceny oparte są na cechach nieistotnych z punktu widzenia funkcjonowania zawodowego, np. aparycję (Strykowska, 1992).

Zespół socjolożek pod kierunkiem prof. A. Titkow (2003) analizował bariery napotymane przez przedsiębiorcze kobiety, aspirujące do stanowisk kierowniczych. Badaczki te stwierdziły istnienie zjawiska tzw. „szklanego sufitu”, polegającego na napotykaniu zbioru przeszkód, uniemożliwiających – od pewnego szczebla hierarchii zawodowej – dalszy awans kobiet na wyższe funkcje kierownicze. Pokutuje np. przekonanie, że kobiety nie nadają się do sprawowania funkcji kierowniczych, głównie z powodu ich ograniczonej dyspozycyjności na skutek obciążenia obowiązkami rodzinnymi, tendencji do opiekiowania się podwładnymi, a nie delegowania zadań oraz braku stanowczości w negocjacjach. Następnym z uprzedzeń jest mała liczba awansów kobiet na stanowiska kierownicze oraz spadek zainteresowania ich samych takimi stanowiskami z powodu obawy przed porażką.

Jedną z form ucieczki przed „szklanym sufitem” i dyskryminacją ze względu na płeć jest założenie własnej firmy, gdyż jest to o wiele łatwiejsze niż awansowanie na stanowisko kierownicze. Własna działalność przedsiębiorcza jest dla kobiet nie tylko szansą na uzyskiwanie wysokich dochodów, ale i możliwością łączenia roli matki i żony z odnoszeniem sukcesów zawodowych. Dla wielu kobiet podjęcie własnej działalności gospodarczej jest przemyślaną samodzielną decyzją, a nie jedynie koniecznością (Lisowska, 2004; Titkow, 2003).

## 3. Pojęcie sukcesu w opinii przedsiębiorcy

Sukces działalności przedsiębiorczej jest najczęściej mierzony wskaźnikami ekonomicznymi,

jak również wskaźnikami rozwoju przedsiębiorstwa, takimi jak: rozszerzanie obszaru działalności, powiększanie rynku zbytu czy liczba klientów.

W przypadku przedsiębiorczych kobiet istotną miarą sukcesu są również czynniki subiektywne, takie jak: stopień zadowolenia z prowadzonej działalności przedsiębiorczej, realizacji własnych aspiracji (motywacji) oraz zadowolenie z życia osobistego (satysfakcja życiowa).

### 3.1. Czynniki warunkujące sukces w działalności przedsiębiorczych kobiet

Socjologowie definiujący przedsiębiorczość zwracają uwagę na wpływ zmian społecznych w Polsce na kształtowanie się postaw przedsiębiorczych. Proces transformacji społecznej i gospodarczej w naszym kraju zmienił znacząco tradycyjne role społeczne, co jest przede wszystkim widoczne w środowiskach wiejskich. Zmianom uległy struktury społeczne, w tym rodzina oraz rygorystyczne bariery między obowiązkami żony i męża, a podział ich funkcji zaczęły wyznaczać potrzeby członków rodziny, a nie tradycyjne stereotypowe myślenie (Tryfan, 1996). Czynnikiem społecznym warunkującym rozwój przedsiębiorczości jest proces socjalizacji. Kobiety podlegają innemu niż mężczyźni procesowi społecznego uczenia. Mężczyzna ma być odpowiedzialny za rodzinę, kreować się na jej lidera. Natomiast kobieta jest przygotowywana do wypełnienia swych obowiązków domowych – wychowywania dzieci, szeroko pojętego zajmowania się domem.

Liczba kobiet pracujących na własny rachunek poza rolnictwem była w 1998 r. blisko pięciokrotnie wyższa niż w 1985 r., podczas gdy mężczyźni – tylko dwukrotnie (Lisowska, 2004). Według Lisowskiej (2004) czynnikami motywującymi do tworzenia własnych przedsiębiorstw są: dążenie do samodzielności, potrzeba wyższych zarobków, wrodzona przedsiębiorczość (wewnętrzna potrzeba bycia aktywnym), sprzyjająca sytuacja na

rynku, brak innych możliwości zarabiania na życie oraz zagrożenie bezrobociem. Trzy pierwsze czynniki to wewnętrzne i subiektywne pobudki do „brania spraw w swoje ręce”. Pozostałe to zewnętrzne uwarunkowania, które można podzielić na: wymuszone (brak innych możliwości) lub niewymuszone (sprzyjające warunki do zakładania własnych firm). Często kobiety mogą być motywowane także chęcią udowodnienia własnej wartości, pokazania współmałżonkowi/partnerowi, że potrafią zarządzać nie tylko gospodarstwem domowym, lecz także przedsiębiorstwem.

Według Pietrasiańskiego (1996) w procesie zakładania własnej firmy decydujące znaczenie mają procesy motywacyjne i poznawcze. Zgodnie z jego teorią powodem zakładania firmy przez niektóre osoby jest większa zdolność przedsiębiorców do dostrzegania okazji do takiej działalności.

Badania nie wskazują, iż mężczyźni radzą sobie w biznesie lepiej niż kobiety, czy też odwrotnie. Przedsiębiorcy zachowują się podobnie niezależnie od płci. Kobiety mogą z sukcesem zakładać i prowadzić własne firmy, prawidłowo podejmować decyzje. Różnica polega na tym, iż częściej w swoich działaniach kierują się one intuicją niż logiką, uwzględniając rady innych osób lub instytucji. Kobiety przedsiębiorcze charakteryzuje większa odpowiedzialność, elastyczność, tolerancja, asertywność – mają lepiej rozwinięte kompetencje społeczne. Potrafią one analizować dany problem w szerokim kontekście społecznym, dostrzegają wiele wariantów i możliwych wyników, doceniając zarówno racjonalizm, jak i intuicję.

Wyniki badań Lisowskiej (1996) wskazują, iż główną motywacją kobiet do samozatrudnienia i tworzenia własnych przedsiębiorstw są przede wszystkim dążenie do samodzielności oraz potrzeba godziwych zarobków.

Współzależność wymienionych uwarunkowań psychologicznych i społecznych ma zatem znaczący wpływ na kształtowanie się zachowań

przedsiębiorczych u kobiet. Decyzja o rozpoczęciu działalności przedsiębiorczej przez kobiety jest motywowana zaistnieniem sprzyjających warunków społecznych, którymi bardzo często są wzorce rodzinne i właściwa edukacja, jak i rozwojem cech osobowości, takich jak wysoka motywacja osiągnięć, gotowość do wykonywania działań ryzykownych, które warunkują odniesienie sukcesu w tego rodzaju działalności.

Dla potrzeb badań przedstawionych w tej pracy sukces przedsiębiorczych kobiet jest zatem wypadkową stopnia zadowolenia z prowadzonej działalności przedsiębiorczej bądź nieprzedsiębiorczej (satysfakcja z pracy) oraz realizacji własnych aspiracji (motywacji) i zadowolenia z życia osobistego (poczucie dobrostanu psychicznego).

Zgodnie z modelem przystosowania zawodowego (Karney, 2004), satysfakcja z pracy jest rozumiana jako zgodność (adekwatność) między wartościami oczekiwanymi przez pracownika a wzmocnieniami uzyskiwanymi przez niego w pracy. Na satysfakcję z pracy składają się aspekty wewnętrzne (osobowościowe), związane z treścią pracy, potrzebą wzrostu, samorealizacji, rozwoju, szacunku i uznania oraz zewnętrzne (sytuacyjne), odnoszące się do relacji interpersonalnych z innymi współpracownikami, atmosfery w pracy, jakości stosunków z przełożonymi, stopnia ich nadzoru oraz do fizycznych i społecznych warunków pracy, wielkości wynagrodzenia, świadczeń dodatkowych czy prestiżu.

Na poczucie dobrostanu psychicznego składają się: dobrostan osobowościowy, emocjonalny i społeczny. W ramach dobrostanu osobowościowego wyodrębniono sześć dymensji: samoakceptacja, rozwój osobisty, cel w życiu, panowanie nad otoczeniem, autonomia oraz pozytywne relacje z innymi (Ryff, 1989). Dobrostan społeczny dotyczy społecznych relacji, które według koncepcji wielu badaczy są jednym z najważniejszych, jeśli nie najważniejszym, korelatem szczęścia (Argyle, 2004; Czapiński, 2004). C.L.M. Keyes (Keyes, Waterman, 2003; za: Wojciechowska, 2005)

określili pięć wymiarów tego dobrostanu, które opisują pozytywne funkcjonowanie w kontekście społecznych zadań i wyzwań: akceptacja społeczeństwa, urzeczywistnianie się społeczeństwa, wkład w społeczeństwo, społeczna koherencja, integracja ze społeczeństwem. Dobrostan emocjonalny to według C.L.M. Keyes i M.B. Waterman doświadczenie po równo pozytywnych i negatywnych uczuciach wobec życia, poczucie szczęścia i satysfakcji z życia oraz poprzez ocenę bilansu przeżywanego w określonym czasie uczuć pozytywnych i negatywnych (Wojciechowska, 2005).

### 3.2. Bariery w rozwoju działalności przedsiębiorczych kobiet

Analizując czynniki warunkujące rozwój przedsiębiorczości kobiet należy również wymienić czynniki hamujące zachowania przedsiębiorcze. Zasadnicze problemy rozwoju przedsiębiorczości kobiet nie wynikają z płci, poziomu wykształcenia, wieku, stanu cywilnego, uznawanych poglądów, norm, celów, lecz tkwią w stereotypach myślenia społeczeństwa, dotyczących roli kobiet i mężczyzn w rodzinie. Przelamanie tego stereotypu jest zdecydowanie trudniejszym problemem niż pokonywanie wielu barier rozwoju przedsiębiorczości.

Już sama decyzja o podjęciu przez kobietę pracy oraz osiąganie przez nią celów zawodowych są utrudnione przez szereg czynników wewnętrznych i zewnętrznych. Bariery zewnętrzne to społeczne stereotypy i ich konsekwencje, do których zaliczyć możemy np. postawy w stosunku do kompetencji kobiet czy przewagę męskich modeli zawodowych oraz przekonania mężczyzn polegające na antycypowaniu przez nich niepożądanych efektów awansowania kobiet (O'Leary, 1974).

Przyglądając się sytuacji na rynku pracy sytuacja kobiet jest trudniejsza niż mężczyzn, niższy jest wskaźnik aktywizacji zawodowej kobiet, wyższe jest wśród nich bezrobocie, kobiety stanowią

większy udział w grupie trwale bezrobotnych. Według opinii specjalistów, kobiety są gorzej wynagradzane niż mężczyźni, są chętniej zwalniane i mniej chętnie zatrudniane. Oferty pracy często zawierają kryterium płci, które zwykle rozstrzyga się na niekorzyść kobiet. Jest to rażący przykład praktyk dyskryminacyjnych.

Badania Lisowskiej wskazują na trzy rodzaje barier przedsiębiorczości kobiet i ich udziału w tworzeniu i rozwijaniu sektora prywatnego w Polsce, a mianowicie:

- bariery społeczne – czyli kulturowo uwarunkowane stereotypy, według których powołaniem kobiety jest małżeństwo i macierzyństwo, a jej miejscem rodzina i dom. Towarzyszą one kobiecie w procesie socjalizacji w domu i w szkole, a w następstwie kształtują niską samoocenę, która stanowi barierę w byciu przedsiębiorczą i w podejmowaniu decyzji o założeniu własnej firmy;
- bariery edukacyjne – czyli brak informacji, a także głębszej wiedzy jak zakładać, prowadzić i rozwijać z sukcesem własną firmę. Dotyczy to w szczególności środowisk małych i średnich miast oraz wsi, w większym stopniu odnosi się do kobiet o niższym poziomie wykształcenia;
- bariery ekonomiczne – a więc stosunkowo wysokie obciążenia podatkowe i niestabilność przepisów podatkowych, brak elastyczności reguł postępowania na rynku, brak dogodnych systemów kredytowania małych i średnich przedsiębiorstw.

O ile bariery ekonomiczne w takim samym stopniu dotyczą kobiet, jak i mężczyzn, o tyle bariery edukacyjne są częściej doświadczane przez kobiety. Bariery społeczne odnoszą się wyłącznie do kobiet i dają o sobie znać szczególnie na etapie podejmowania decyzji o działalności na własny rachunek (Lisowska, 1996).

Najsilniej oddziałującą barierą społeczną są stereotypy określane jako „nazbyt uproszczone

i sztywne pojęcia o grupach ludzi, w których obrębie wszystkim jednostkom przypisuje się tzw. charakterystykę grupową i miast postrzegać je jako niepowtarzalne, ich różnorodność i złożoność redukuje się do kilku zaledwie kategorii” (Stangor, Schaller, 1999, za: Mandal, 2004). Stereotypy związane z płcią odnoszą się do podzielanych przez ogół danego społeczeństwa uproszczonych sądów i koncepcji zachowania kobiet i mężczyzn. Funkcjonują one na kilku poziomach, z których najważniejsze to stereotypy cech psychicznych oraz ról związanych z płcią.

Stereotypy cech związanych z płcią to układy właściwości psychicznych oraz behawioralnych, uznawane w danej kulturze za bardziej typowe dla jednej z płci. Przeprowadzone przez J. E. Williamsa i D. L. Best (1982) w 28 krajach badania udowodniły, że istnieją stereotypy kobiet i mężczyzn podobne we wszystkich kulturach.

Stereotypy ról płciowych stanowią zbiór przekonań o tym, jakie rodzaje aktywności są właściwe dla kobiet i mężczyzn; definiują oczekiwania, które mają spełniać jednostki w konkretnych sytuacjach społecznych. Obejmują one głównie role związane z podziałem obowiązków zawodowych i rodzinnych. Wymogi w nich zawarte nie są jednak do końca jasne i nie każdy przyswaja je w jednakowym stopniu.

Poza funkcją kategoryzacji stereotypy stanowią także podstawę procesu samoidentyfikacji jednostki (Tajfel, Turner, 1979), jako że właśnie z nich ludzie czerpią informacje dotyczące ważnych składników własnego Ja. Mimo to, najczęściej i najszybciej uruchamiane są w sytuacji spostrzegania drugiej płci i powodują przecenianie częstotliwości, z jaką u przedstawicieli danej płci pojawiają się cechy lub zachowania stereotypowe. Ich aktywizacja jest błyskawiczna, ponieważ kategoria płci jest kategorią najbardziej naturalną, o dużej mocy, dostępności, wyraźnych wskaźnikach i silnym komponentem emocjonalnym, co sprawia, że jest najłatwiej wzbudzana i najsilniej steruje spostrzeganiem i zachowaniem. Gdy

stereotyp zostanie zaktywizowany, powoduje takie przetwarzanie informacji, które sprzyja jego potwierdzeniu, gdyż dostępne stają się nie tylko informacje poznawcze, ale i afektywne, co dodatkowo zwiększa siłę jego wpływu. Zgodnie z teorią LeDoux (1998) emocje są pierwszą reakcją na bodziec i poprzedzają w czasie procesy percepcyjne i myślowe. Reakcje poznawcze są wobec nich wtórne i w większym zakresie wyuczone, dlatego wydaje się, że to emocje są najsilniejszą determinantą powstawania stereotypów, jak i uprzedzeń.

Na wykształcenie stereotypów ma ogromny wpływ sam proces socjalizacji, trwający od samego początku życia, prowadzi do identyfikacji z jedną z płci i stworzenia koncepcji własnej płci, nazwanej przez Antoniego Kepińskiego (1988) autoportretem seksualnym i będącej istotnym czynnikiem regulującym zachowanie człowieka (Mandal, 1995). Przebieg i efekty tego procesu zależą ściśle od „polityki płciowej” danej grupy społecznej, mającej na celu ukształtowanie kobiet i mężczyzn w taki sposób, by funkcjonowali zgodnie z mechanizmami, celami oraz strukturą danej grupy. W tym procesie wywierany jest wpływ na intelekt, emocje i postawy społeczne jednostek i od samego początku istotną rolę odgrywają w nim funkcjonujące w danej kulturze stereotypy związane z płcią.

Stereotypizacja roli zawodowej kobiety wywiera bardzo silny wpływ na decyzję o podjęciu pracy, przebieg kariery oraz funkcjonowanie kobiety w środowisku pracy, w którym panować może mniej lub bardziej seksistowskie nastawienie do pracowników płci żeńskiej.

W kształtowaniu się aspiracji zawodowych ważną rolę odgrywa wczesna socjalizacja (Laws, 1976, za: Strykowska, 1992).

Hamujący wpływ na aktywność zawodową kobiet mają też czynniki wewnętrzne, takie jak lęk przed sukcesem, niska samoocena, konflikt ról oraz antycypowanie negatywnych konsekwencji swego awansu. W sytuacji, gdy kobieta

decyduje się na pełnienie podwójnej roli (domowej i zawodowej), liczba obowiązków na niej spoczywających wzrasta, powodując często przeciążenie. Innym negatywnym skutkiem takiej sytuacji są konflikty, powstające na skutek niezgodności oczekiwań w stosunku do roli rodzinnej z oczekiwaniami związanymi z pracą. Mogą one dotyczyć niewystarczającej dla obu ról ilości czasu, napięć wywołanych w jednej roli, a przenoszonych na drugą, oraz stylów zachowań, używanych w jednej roli, lecz nieodpowiednich dla oczekiwań stawianych wobec drugiej z nich. Wszystkie te konflikty odbijają się niekorzystnie na wykonywanej pracy, rozwoju, samopoczuciu i zdrowiu jednostki. Istnieją jednak także pozytywne aspekty pełnienia przez kobietę podwójnej roli. Według Strykowskiej (1992) są to: bardziej wszechstronny rozwój osobowości, mądrzejsze macierzyństwo, dojrzałe partnerstwo i większa ogólna satysfakcja.

Stereotypy związane z płcią powodują zjawisko zwane seksizmem (Faulkender, 1985). Jest to ideologia traktująca jedną płęć (w naszej kulturze – kobiety) jako gorszą. Przekonania te oddziałują na kobietę przez całe jej życie, zaś okres pracy zawodowej jest jednym z tych, dla których wpływ ten jest szczególnie istotny (Strykowska, 1992). Należy ponadto zauważyć, że kobiety prowadzące dom i posiadające rodzinę, wykonują dodatkowo szereg „prac nieodpłatnych”, czego skutkiem jest przeciążenie – konsekwencja nadmiaru wymagań w stosunku do czasu, którym dysponuje jednostka oraz jej możliwości (Ratajczak, 1988). W takiej sytuacji istotnym dla przebiegu kariery kobiety staje się tzw. konflikt ról, którego koncepcję wysunęli Sarbin i Allen (1968). Jest to konflikt pomiędzy rolą przypisaną (biologiczną), a wybraną (zawodową). Według tych badaczy, obie te role są różnie oceniane i nagradzane przez otoczenie: kobieta robiąca karierę i odnosząca sukcesy jest często oceniana negatywnie jako matka, gdyż uważa się, że robi to kosztem rodziny i dzieci. Ponadto, zgodnie z teorią atry-



bucji, społeczeństwo - na podstawie udanej kariery - wnioskuje o kobiecie, że jest agresywna, apodyktyczna, a więc nie może być dobrą matką (Horner, 1978). Otoczenie wywiera nacisk na perfekcyjne wypełnianie roli przypisanej, nie nagradzając jednak kobiety za spełnienie tego obowiązku, podczas gdy niewywiązanie się z powinności macierzyńskich jest surowo potępiane. Stąd też kobiety zaniedbują często rolę wybraną lub stają wręcz przed wyborem: praca czy rodzina.

Wykształcone w dzieciństwie stereotypy zachowań związanych z płcią wpływają na wybór zawodu i preferencje zawodowe. Konsekwencją stereotypów są również różnice w sposobie oceniania kobiet i mężczyzn. Kobiety aktywne zawodowo są gorzej oceniane i częściej karane przede wszystkim przez inne kobiety. Zjawisko to nosi nazwę syndromu królowej pszczoł i polega na tym, że kobieta, która zajęła wysokie stanowisko w męskim świecie biznesu, czuje się zagrożona, a przez to nieżyczliwie ustosunkowana do innych kobiet, które także chciałyby przezwyciężyć ten stereotyp (Staines i in., 1974).

Podsumowując negatywną rolę istnienia stereotypów dotyczących pracy kobiet, można wymienić następujące zjawiska:

- Konflikt praca - rodzina,
- Odmienne oczekiwania dotyczące pracy zawodowej kobiet,
- Dyskryminacja w zatrudnianiu,
- „Szklany sufit” - glass ceiling - bariery utrudniające awans zawodowy i zajmowanie wysokich stanowisk,
- „Szklane ruchome schody” - glass escalator - zjawisko polegające na „windowaniu” mężczyzn na stanowiska kierownicze w zawodach „kobięcych”,
- „Lepka podłoga” - sticky floor - zjawisko przewagi kobiet w zawodach o niskich możliwościach awansu,
- Segregacja zawodowa,
- Status „tokena” - jako grupa mniej liczna kobiety są łatwiej dostrzegalne w miejscu

pracy, w związku z czym muszą wykazywać się kompetencją, pracowitością, a ich niepowodzenia są łatwiej zauważane,

- Stereotyp człowieka sukcesu, którym jest mężczyzna; sądzi się, że kobieta sukcesu osiąga powodzenie kosztem życia rodzinnego,
- Molestowanie seksualne (Mandal, 2004).

#### 4. Problem badawczy

Prezentowane wyniki badań dotyczą niezwykle aktualnego i ważnego, w odniesieniu do obecnej sytuacji na rynku pracy, zagadnienia przedsiębiorczości kobiet. W badaniach zanalizowano nasilenie myślenia stereotypowego jako społeczno - kulturowego uwarunkowania przedsiębiorczości, satysfakcji z pracy oraz poczucia dobrostanu psychicznego u kobiet prowadzących i nieprowadzących działalność przedsiębiorczą<sup>1</sup>.

Myśleniem stereotypowym wykazują się zarówno pracodawcy, jak i pracownicy, co sprawia, że podjęcie przez kobiety aktywności zawodowej, w tym działalności przedsiębiorczej, jest utrudnione. Co więcej, wychowane w tej samej kulturze, przesycione stereotypami związanymi z płcią, kobiety w sposób nieświadomy przejmują takie myślenie w trakcie procesu socjalizacji, co może utrudniać im odnoszenie sukcesu w działalności przedsiębiorczej. Dla potrzeb przeprowadzonych badań na sukces składają się: satysfakcja z pracy oraz poczucie dobrostanu w życiu osobistym.

1 Przedstawione wyniki są częścią badań realizowanych w ramach mojej pracy doktorskiej p.t.: „Psychologiczne i społeczne uwarunkowania powodzenia kobiet w działalności przedsiębiorczej”, pod kierownictwem naukowym dr hab. Maryli Łukasiak-Goszczyńskiej na Wydziale Psychologii Uniwersytetu Warszawskiego. W mojej pracy doktorskiej dokonuję analizy porównawczej uwarunkowań psychologicznych i społecznych mających wpływ na odnoszenie sukcesu przez przedsiębiorcze kobiety i mężczyzn oraz identyfikacji barier utrudniających odnoszenie sukcesu.

W przeprowadzonych badaniach nie kierowano się wskaźnikami natury ekonomicznej, które są najczęściej wykorzystywane do oceny stopnia odniesionego sukcesu. Różnice w nasileniu tych właśnie przekonań stereotypowych, poczuciu satysfakcji z pracy oraz dobrostanu psychicznego u kobiet przedsiębiorczych i nie przedsiębiorczych jest przedmiotem badań i analiz, zawartych w tym artykule.

Przedstawiony problem badawczy oraz założenia związku stereotypowego myślenia o płci, satysfakcji z pracy i poczucia dobrostanu psychicznego z przedsiębiorczością kobiet, stanowiły podstawę do sformułowania następujących hipotez badawczych:

1. *Kobiety przedsiębiorczynie cechuje niższy wskaźnik nasilenia myślenia stereotypowego od kobiet nieprowadzących działalności przedsiębiorczej.*

Zasadnicze problemy rozwoju przedsiębiorczości kobiet i odnoszenia przez nie sukcesu nie wynikają z płci, poziomu wykształcenia, wieku, stanu cywilnego, uznawanych poglądów, norm, celów, lecz tkwią w stereotypach myślenia społeczeństwa, dotyczących roli kobiet i mężczyzn w rodzinie. Przełamanie tego stereotypu jest zdecydowanie trudniejszym problemem niż pokonywanie wielu barier rozwoju przedsiębiorczości. Według dostępnych wyników badań stereotypy cech związanych z płcią są istotną barierą w podejmowaniu aktywności zawodowej, w tym przedsiębiorczej, przez kobiety (Lisowska, 2004). Wydaje się zatem, że im większy wskaźnik nasilenia myślenia stereotypowego, tym trudniej kobietom podjąć działalność przedsiębiorczą. Kobiety przedsiębiorcze i mężczyźni przedsiębiorczy powinni zatem osiągać niższe wyniki na skali stereotypowego myślenia niż kobiety i mężczyźni nie prowadzący działalności gospodarczej. Podobnie wskaźnik ten powinien być niższy dla kobiet przedsiębiorczych w porównaniu do przedsiębiorczych mężczyzn.

2. *Kobiety przedsiębiorczynie cechuje wyższy wskaźnik satysfakcji z pracy od kobiet nieprowadzących działalności przedsiębiorczej.*

Badania dowodzą, że prowadzenie przez kobiety działalności przedsiębiorczej jest pozytywnie skorelowane z satysfakcją z pracy.

Poczucie satysfakcji z pracy zawodowej wpływa na obraz własnej osoby, poczucie wartości i spełnienia. Satysfakcjonująca aktywność zawodowa daje możliwości wyrażania siebie i bycia twórczą jednostką (Turner i Helms, 1999). Taką aktywnością jest niewątpliwie działalność przedsiębiorcza, dająca poczucie samorealizacji, autonomii w podejmowaniu decyzji oraz lepsze zaspokojenie potrzeb ludzkich, w tym materialnych.

3. *Kobiety przedsiębiorczynie różnią się poczuciem dobrostanu psychicznego od kobiet nieprowadzących działalności przedsiębiorczej.*

Dostępne wyniki badań pokazują, iż fakt posiadania własnego przedsiębiorstwa wpływa pozytywnie na poczucie dobrostanu psychicznego w życiu osobistym. Prowadzenie firmy wpływa na podwyższenie poczucia dobrostanu psychicznego, w tym w szczególności dobrostanu społecznego związanego z poczuciem urzeczywistniania się w społeczeństwie, własnej skuteczności oraz autonomii w podejmowaniu decyzji, co jest niezwykle istotne w działalności przedsiębiorczej (Vecchio, 2003). Poziom dobrostanu osobowościowego i emocjonalnego wzrasta u osób aktywnych zawodowo wraz z osiąganiem satysfakcji z pracy. Z poczuciem satysfakcji z pracy najsilniej koreluje dobrostan emocjonalny, w następnej kolejności dobrostan społeczny, a najmniej dobrostan osobowościowy (Wilczyńska, 2008).

## 5. Metoda badań

Prezentowane badania zostały przeprowadzone metodą quasi-eksperymentalną, żadna ze zmiennych nie została poddana manipulacji eksperymentalnej. Założono, że badane kobiety przedsiębiorczynie i nieprzedsiębiorczynie będą się różnić istotnie pod względem badanych cech, co pozwoli na weryfikację hipotez.

W badaniu wykorzystano następujące zmienne:

- nasilenie stereotypowego myślenia, rozumiane jako zdolność do przeciwstawienia się istniejącym stereotypom dotyczącym ról pełnionych przez kobiety oraz ich aktywności zawodowej,
- satysfakcja z pracy,
- poczucie dobrostanu psychicznego w życiu osobistym, na który składa się poczucie dobrostanu osobowościowego, społecznego i emocjonalnego.

Zmienną niezależną jest rodzaj prowadzonej przez kobiety aktywności zawodowej:

- a. działalność przedsiębiorcza rozumiana jako prowadzenie własnej firmy niezależnie od jej formy prawnej,

- b. działalność nie przedsiębiorcza rozumiana jako prowadzenie innej aktywności zawodowej

Badaniami porównawczymi objęto kobiety prowadzące i nieprowadzące działalność przedsiębiorczą. W badaniu wzięło udział łącznie N=63 osoby w wieku 24-58 lat z województwa mazowieckiego, pomorskiego i łódzkiego. Kobiety właścicielki prywatnych przedsiębiorstw, w liczbie N=34, stanowiły 53,4 % badanych. Pozostałe kobiety nieprowadzące działalności przedsiębiorczej, w liczbie N=29 to pracownice uczelni wyższych, służby zdrowia, osoby zatrudnione na różnych szczeblach w firmach prywatnych.

## 6. Charakterystyka zastosowanych narzędzi badawczych

- *Kwestionariusz „Stereotypowe Myślenie”* mierzący nasilenie przekonań stereotypowych, związanych z funkcjonowaniem zawodowym kobiet i mężczyzn (autorzy M. Denkwicz, K. Maciejewska, 2007).

Narzędzie własne, opracowane wspólnie z mgr Katarzyną Maciejewską, zawiera listę 27 stwierdzeń wyrażających stereotypowe poglądy związane z pracą, bezrobociem i „typowymi” cechami kobiet. Lista ta sporządzona została w oparciu o dane z literatury (Mandal, 1995; Budrowska, 2004; Lisowska 2004), a każde ze stwierdzeń wyraża ogólne, stereotypowe przekonanie, dotyczące funkcjonowania, kompetencji, cech i umiejętności kobiet w pracy. Wypełnienie kwestionariusza polega na zaznaczeniu na skali: zdecydowanie tak / tak / trudno powiedzieć / nie / zdecydowanie nie stopnia, w jakim badany podziela cytowany pogląd. Za odpowiedzi przyznawane są punkty: od 0 za odpowiedź „zdecydowanie nie” do 5 za „zdecydowanie tak”. Tak więc wynik osoby badanej teoretycznie mieści się w przedziale: od 0 do 135 punktów. Początkowo skala składała się z 31 pozycji. Każdą z nich oceniono na skali 1-3 (1 - zupełnie się nie nadaje, 2 - nadaje się z pewnymi zastrzeżeniami, 3 - doskonale się nadaje) ośmiu sędziów kompetentnych. Do oceny ich zgodności użyto wskaźnika Aranowskiej (wskaźnik zgodności) oraz kryterium agregatowego KA (Aranowska, 2005). Do ostatecznej wersji kwestionariusza włączono te pozycje, dla których KA  $\geq 0,7$ , tzn. takie, dla których średnia ocena była większa lub równa 2,5, zaś  $\lambda \geq 0,75$ .

- *Kwestionariusz „Sylwetka osoby przedsiębiorczej”* (autor M. Denkwicz, 2007)

Kwestionariusz składa się z 14 pytań zamkniętych i otwartych, został opracowany na potrzeby tego badania i ma na celu scharakteryzowanie grupy przedsiębiorców - kobiet i mężczyzn ze względu na ich cechy demograficzne (m.in. sposób zostania przedsiębiorcą, poziom wykształcenia, tradycje rodzinne).

- *Kwestionariusz satysfakcji z pracy* (autorzy: A. Wilczyńska, L. Wojciechowska, 2008)

Kwestionariusz składa się z 24 pytań dotyczących pięciu aspektów pracy. Wybrane aspekty

to: samorealizacja, poczucie uznania, kontakty z pracownikami, relacje z przełożonymi oraz warunki pracy. Rzetelność całego testu wyniosła Alpha Cronbacha = 0,83. Dla poszczególnych skal satysfakcji z pracy otrzymano następujące wyniki: dla samorealizacji Alpha = 0,87, dla poczucia uznania Alpha = 0,86, dla kontaktów z pracownikami Alpha = 0,89, dla relacji z przełożonymi Alpha = 0,87, dla warunków pracy Alpha = 0,88. Wskaźnikiem poziomu satysfakcji z pracy jest średnia wszystkich odpowiedzi oraz odpowiedzi w poszczególnych wymiarach. Najwyższa wartość wskaźnika wynosi 4, najniższa 1.

- *Kwestionariusz do pomiaru dobrostanu psychicznego* (autorzy: M. Łada, L. Wojciechowska, 2007)

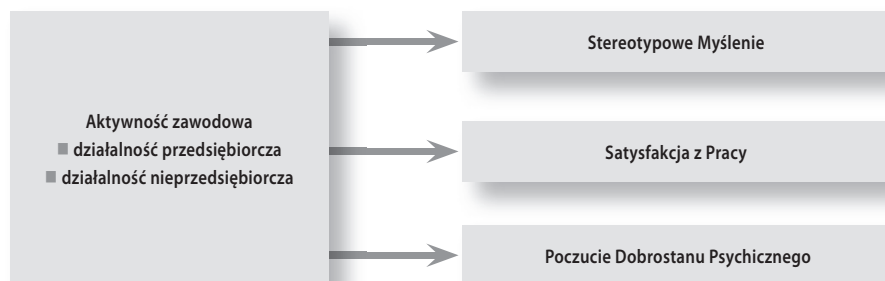
Narzędzie składa się z 83 pozycji, dotyczących trzech wymiarów dobrostanu: osobowościowego (37 pozycji), społecznego (30 pozycji), emocjonalnego (16 pozycji). Do oceny rzetelności kwestionariusza wykorzystano wzór Alpha Cronbacha. Rzetelność poszczególnych skal dobrostanu wyniosła: dla dobrostanu osobowościowego Alpha = 0,88, dla dobrostanu społecznego Alpha = 0,88, dla dobrostanu emocjonalnego Alpha = 0,88.

## 7. Wyniki badań

W badaniu wzięło udział łącznie N=63 osoby w wieku 24-58 lat z województwa mazowieckiego, pomorskiego i łódzkiego. W celu zweryfikowania postawionych hipotez, w analizie statystycznej wyników wykorzystano analizy korelacyjne.

Badane były różnice w nasileniu myślenia stereotypowego (w skrócie MS), satysfakcji z pracy (SP) oraz dobrostanu psychicznego (DP) u kobiet prowadzących i nieprowadzących działalność przedsiębiorczą, a także, kontrolnie, zmienne społeczne i dotychczasowe doświadczenie zawodowe oraz jego wpływ na powyższe trzy

Rys. 1. Model badawczy przedstawiający hipotetyczne związki między zmiennymi



zmiennie. Hipotezy sprawdzane były na poziomie istotności 0,05.

Rozkłady z próby wszystkich trzech głównych zmiennych aproksymować można do rozkładu normalnego, co sprawdzone zostało testem zgodności  $\chi^2$  na poziomie istotności 0,05. Parametry tych rozkładów przedstawia Tabela 1.

Wszystkie rozkłady są jednomodalne. Rozkład zmiennej MS jest skośny dodatnio, platykurtyczny, zmiennej SP - skośny ujemnie i platykurtyczny, zaś zmiennej DP skośny ujemnie i leptokurtyczny. W celu uproszczenia obliczeń przyjęto, że mimo małej próby rozkłady są normalne, o czym wnioskować pozwalają powyższe dane.

Sprawdzanie hipotez badawczych przebiegało w następujący sposób:

**Hipoteza 1:** „Kobiety przedsiębiorczynie cechuje niższy wskaźnik nasilenia myślenia stereotypowego od kobiet nieprowadzących działalności przedsiębiorczej”

Wyniki badań dotyczących nasilenia myślenia stereotypowego mierzonego kwestionariuszem „Stereotypowe myślenie”, będące podstawą weryfikacji tej hipotezy prezentuje tabela 1. Jak można zauważyć, istnieje istotna różnica w poziomie przekonań stereotypowych pomiędzy rozpatrywanymi grupami – kobiety przedsiębiorczynie  $M=31$  ( $SD=4,65$ ), kobiety nieprzedsiębiorczynie  $M=47,5$  ( $SD=6,75$ ). Nasilenie myślenia stereotypowego wśród kobiet prowadzących własnej działalności gospodarczej, co potwierdza słuszność hipotezy 1.

**Hipoteza 2:** „Kobiety przedsiębiorczynie cechuje wyższy wskaźnik satysfakcji z pracy od kobiet nieprowadzących działalności przedsiębiorczej”

W celu weryfikacji hipotezy 2 obliczono wskaźnik satysfakcji z pracy dla kobiet prowadzących i nieprowadzących działalność przedsiębiorczą. Ciekawą jest obserwacja, iż z satysfakcją

z pracy koreluje pozytywnie fakt posiadania własnego przedsiębiorstwa. Różnice między grupą kobiet - właścielek firm oraz grupą kobiet nie prowadzących takiej działalności ilustruje tabela 1. Mediana wskaźnika satysfakcji dla kobiet przedsiębiorczyń wyniosła  $M=2,34$  ( $SD=0,51$ ), dla nieprzedsiębiorczyń  $M=1,96$  ( $SD=0,47$ ).

Otrzymane dane empiryczne potwierdziły oczekiwaną zależność. Kobiety przedsiębiorczynie cechuje większa satysfakcja z pracy niż kobiety nie prowadzące takiej działalności.

**Hipoteza 3:** „Kobiety przedsiębiorczynie różnią się poczuciem dobrostanu psychicznego od kobiet nieprowadzących działalności przedsiębiorczej”

W celu weryfikacji hipotezy 3 obliczono wskaźnik poczucia trzech wymiarów dobrostanu psychicznego: osobowościowego, emocjonalnego, psychicznego dla kobiet przedsiębiorczych i nieprowadzących działalności przedsiębiorczej. Wyniki badań pokazują, iż kobiety przedsiębiorcze różnią się znacząco w poczuciu dobrostanu społecznego od kobiet nieprowadzących działalności przedsiębiorczej ( $KP M=0,658$ ,  $SD=0,31$ ;  $KNP M=0,191$ ,  $SD=0,31$ ). Mniejsze, prawie tożsame różnice występują w poczuciu dobrostanu osobowościowego i emocjonalnego. Prowadzenie własnej firmy ma zatem wyraźny wpływ jedynie na zwiększenie poczucia dobrostanu społecznego łączącego się przede wszystkim z poczuciem akceptacji i urzeczywistniania się w społeczeństwie, poprawy stosunków jednostki z otoczeniem oraz autonomii w podejmowaniu decyzji.

*go. Właścicielki firm wykazują niższy poziom przekonań stereotypowych niż pozostałe badane kobiety.*

Badanie wykazało, iż kobiety przedsiębiorczynie różnią się nasileniem myślenia stereotypowego od innych aktywnych zawodowo kobiet. Niewątpliwie większa statystycznie próba pozwoliłaby wykazać również związek wyższej stereotypowości myślenia z niskim nasileniem przedsiębiorczości. Niższa stereotypowość myślenia może ułatwiać pokonywanie społecznych barier przedsiębiorczości kobiet, co jest zgodne z postulatami Lisowskiej (2004). Możliwa jest również sytuacja, iż kobiety przedsiębiorczynie są silniej zmotywowane do krytycznego spojrzenia na stereotypowe przekonania funkcjonujące w społeczeństwie i do świadomej walki z nimi.

**2. Kobiety przedsiębiorcze mają większe poczucie satysfakcji z pracy i dobrostanu psychicznego niż kobiety nie prowadzące działalności przedsiębiorczej**

Fakt prowadzenia firmy wpływa na podwyższenie satysfakcji z życia zawodowego i poczucia dobrostanu psychicznego, w tym w szczególności dobrostanu społecznego związanego przede wszystkim z poczuciem urzeczywistniania się w społeczeństwie, utrzymywania lepszych stosunków z otoczeniem społecznym oraz autonomii w podejmowaniu decyzji. Osoby bardziej zadowolone z życia mają większą pewność siebie i łatwiej im podjąć się wyzwania, jakim jest przyłączenie się do grona prywatnych przedsiębiorców. Można zatem sądzić, że przedsiębiorczynie różnią się pod względem charakterystyk osobowościowych od innych kobiet, co jest zgodne z wynikami przedstawionych we wstępie badań nad tym zagadnieniem (Pietrasiański, 1996; Wesołowska, 2003).

**3. Zebrane dane nie pozwalają jednak jednoznacznie stwierdzić, iż istnieje bezpośredni związek nasilenia przekonań stereotypowych**

## 8. Dyskusja wyników i wnioski końcowe

Przeprowadzone w ramach tej pracy badanie miało na celu znalezienie odpowiedzi na hipotezy postawione w punkcie 4. Zebrane wyniki prowadzą do następujących wniosków końcowych:

**1. Istnieje związek pomiędzy posiadaniem własnej firmy a nasileniem myślenia stereotypowe-**

Tabela 1. Statystyki opisowe

Czynnik	Kobiety prowadzące działalność przedsiębiorczą (KP)		Kobiety nieprowadzące działalności przedsiębiorczej (KNP)		Wartość statystyki t	Poziom istotności p
	M	SD	M	SD		
Nasilenie myślenia stereotypowego (MS)	31,0	4,64	47,5	6,75	4,5 >	0,05
Satysfakcja z pracy (SP)	2,34	0,51	1,96	0,47	-2,25 >	0,05
<b>Poczucie dobrostanu psychicznego (DP)</b>						
Poczucie dobrostanu osobowościowego (DO)	0,576	0,27	0,462	0,27	2,65 >	0,01
Poczucie dobrostanu emocjonalnego (DE)	0,639	0,26	0,508	0,26	2,65 >	0,01
Poczucie dobrostanu społecznego (DS.)	0,658	0,31	0,191	0,31	2,65 >	0,01

Źródło: opracowanie własne

*z poczuciem satysfakcji z pracy i dobrostanu psychicznego wśród przedsiębiorczych kobiet*

Okazuje się, że wśród kobiet osiągających najwyższe wyniki na skali satysfakcji z pracy i dobrostanu psychicznego dominują osoby o średnim poziomie nasilenia myślenia stereotypowego (w grupie 18 kobiet najbardziej przedsiębiorczych stanowiły 55,6%). Również wysoka stereotypowość nie przesądza o porażce w działalności przedsiębiorczej, gdyż w siedemnastoosobowej grupie o najwyższych wynikach na skali myślenia stereotypowego 29,4% stanowiły kobiety o najwyższym wskaźniku sukcesu.

4. *Istotną obserwacją płynącą z zebranych wyników jest to, że kobiety różnią się stopniem ulegania powszechnie panującym stereotypom dotyczącym ich funkcjonowania w pracy zawodowej, co może skutkować mniejszą lub większą szansą na odniesienie przez nie sukcesu/porażki w działalności przedsiębiorczej*

Spoleczne bariery rozwoju zawodowego kobiet w postaci stereotypów okazują się w tym momencie na tyle silne, iż modyfikują myślenie ich samych, potęgując efekt. Kobiety, narażone na ciągły kontakt z takimi uogólnionymi przekonaniem dotyczącymi ich rozmaitych słabości, zaczynają je w mniejszym lub większym stopniu podzielać, być może często nieświadomie, co jest zgodne z wynikami badań Strykowskiej (1992), przedstawionymi we wstępie. Niektóre kobiety słabiej ulegają wpływowi tych stereotypów – jest to uwarunkowane czynnikami natury osobowościowej, historią życia i doświadczeń jednostki oraz wpływami środowiska, w którym przyszło im żyć. Uwarunkowania te to już temat dalszych badań.

## Bibliografia

- Argyle, M. (2004), *Psychologia szczęścia*, Wrocław: Wydawnictwo Astrum.
- Baron, R.A. (2000), *Psychological perspectives on entrepreneurship: cognitive and social factors in entrepreneurs' success*, Current Directions in Psychological Science, 9 (1), s.15-18.
- Brockhaus, R.H. (1980), *Risk taking propensity of entrepreneurs*, Academy of Management Journal, 23 (3), s.509-520.
- Budrowska, B. (2004), *Bariery i ograniczenia karier kobiet - wyniki badań nad zjawiskiem „szklanego sufitu”. Pleć a możliwości ekonomiczne w Polsce: czy kobiety straciły na transformacji?*, Raport Departamentu Walki z Ubóstwem i Zarządzania Gospodarką.
- Carland, J.W., Carland, J.C. (1997), *A model of potential entrepreneurship: Profiles and educational implications*, Conference Proceedings: Entrepreneurship: The Engine of Global Economic Development, 42<sup>nd</sup> World Conference, International Council for Small Business, San Francisco.
- Czapiński, J. (2004), *Czy szczęście popłaca? Dobrostan psychiczny jako przyczyna pomyślności życiowej*, (w:) J.Czapiński (red.), *Psychologia pozytywna* (s.235-254), Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN.
- Forlani, D., Mullins, J.W. (2000), *Perceived risks and choices in entrepreneurs' new venture decisions*, Journal of Business Venturing, 15, s. 305-322.
- Goszczyńska, M., Górnik-Durose, M. (red) (2010), *Psychologiczne uwarunkowania zachowań ekonomicznych*, Przedsiębiorczość, pieniądze, konsumpcja, Warszawa: Difin.
- Karney, J. E. (2004), *Podstawy psychologii i pedagogiki pracy*, Pułtusk: Wyższa Szkoła Humanistyczna im. Aleksandra Gieysztor.
- Keyes, C.L.M., Waterman, M.B. (2003), *Dimensions of well-being and mental health in adulthood*, (w:) M. Bornstein, L. Davidson, C.L.M. Keyes, K.A. Moore (red.), *Wellbeing: positive development throughout the life course* (s. 481-501), Manwah New York: Erlbaum.
- Kołodziej, S., Goszczyńska, M. (2007), *Kulturowe uwarunkowania skłonności do ryzyka osób przedsiębiorczych*,

- (w:) M.Goszczyńska, R. Studenski, (red.), *Psychologia zachowań ryzykownych* (s. 216-235), Warszawa: Wydawnictwo Akademickie „Żak”.
- Lisowska, E. (1996), *Udział kobiet w rozwoju sektora prywatnego w Polsce - motywacje i bariery*, „Kobieta i Biznes” nr 2-3.
- Lisowska, E. (2004), *Przedsiębiorczość kobiet w Polsce. Pleć a możliwości ekonomiczne w Polsce: czy kobiety straciły na transformacji?* Raport Departamentu Walki z Ubóstwem i Zarządzania Gospodarką.
- Łaguna, M. (2010), *Przekonania na własny temat i aktywność celowa*, Badania nad przedsiębiorczością, Gdańsk: Gdańskie Wydawnictwo Psychologiczne.
- Mandal, E. (1995), *Socjalizacja ról społecznych związanych z płcią*, (w:) E. Mandal, R. Stefańska-Klar, (red.) *Współczesne problemy socjalizacji* (s. 39-60), Katowice: Wydawnictwo Uniwersytetu Śląskiego.
- Mandal, E. (2004), *Podmiotowe i interpersonalne konsekwencje stereotypów związanych z płcią*, Katowice: Wydawnictwo Uniwersytetu Śląskiego.
- Ryff, C.D. (1989), *Happiness Is Everything, or Is It? Explorations on the Meaning of Psychological Well-Being*, Journal of Personality and Social Psychology, Uniwersytet Kalifornijski, 57 (6), s. 1069-1081.
- Sarbin, T.R., Allen, V.L.(1968), *Role theory*, in: Handbook of social psychology, London: Addison Wesley, vol.1, s. 488- 567.
- Stawiarska-Lietzau, M. (2006), *Wybrane podmiotowe uwarunkowania skłonności do ryzyka u kobiet i mężczyzn*, (w:) M. Goszczyńska, R. Studenski (red.) *Psychologia zachowań ryzykownych* (s.171-192), Warszawa: Wydawnictwo Akademickie „Żak”.
- Strykowska, M. (1992), *Psychologiczne mechanizmy zawodowego funkcjonowania kobiet*, Poznań: Wydawnictwo Naukowe UAM.
- Strzałecki, A., Kot, D. (2000), *Osobowościowe wymiary twórczej przedsiębiorczości*, Przegląd Psychologiczny, 43 (3), s.351-360.
- Studenski, R. (2006), *Skłonność do ryzyka a zachowania transgresyjne*, (w:) M.Goszczyńska, R. Studenski, (red.), *Psychologia zachowań ryzykownych* (s.128-142), Warszawa: Wydawnictwo Akademickie „Żak”.
- Studenski, R. (2010), *Kwestionariusz przedsiębiorczości*, po-

*miar, ocena i predykcja postaw, motywacji oraz dyspozycji do innowacyjnej przedsiębiorczości.*

- Titkow, A. (red.) (2003), *Szklany sufit: bariery i ograniczenia karier kobiet*, monografia zjawiska, Warszawa: Fundacja Instytut Spraw Publicznych.
- Tryfan, B. (1993), *Miejsce kobiet wiejskich w rozwoju przedsiębiorczości na wsi*, (w:) K. Duczkowska-Malysz (red.), *Przedsiębiorczość na obszarach wiejskich*. W stronę wsi wielofunkcyjnej, Warszawa: Instytut Rozwoju Wsi i Rolnictwa PAN, Fundacja na Rzecz Nauki Polskiej.
- Tysza, T. (2000), *Psychologia ekonomiczna*, (w:) J. Strelau (red.), *Psychologia*. Podręcznik akademicki, Gdańsk: Gdańskie Wydawnictwo Psychologiczne.
- Vecchio, R.P. (2003), *Entrepreneurship and leadership: common trends and common trends*, Human Resources Management Review, 13.
- Warneryd, K.E. (1988), *The psychology of innovative entrepreneurship*, (w:) W.F. van Raaij, G.M. van Veldhoven, K.E. Warneryd (red.), *Handbook of Economic Psychology* (s.404-447), Kluwer, Academic Publishers Dordrecht.
- Wesołowska, E. (2003), *Psychologiczny portret prywatnego przedsiębiorcy*, Olsztyn: Wydawnictwo Uniwersytetu Warmińskiego – Mazurskiego.
- Wilczyńska, A. (2008), *Dobrostan psychiczny a satysfakcja z pracy zawodowej*, nieopublikowana praca magisterska napisana pod kierunkiem dr hab. L. Wojciechowskiej, Wydział Psychologii Uniwersytetu Warszawskiego.
- Wilkin, J. (2000), *Zagubiona wieś, miejsce polskiej wsi i rolnictwa w polityce państwa lat dziewięćdziesiątych*, (w:) K.Gorlach, A. Pyrc (red.) *Węzowe kwestie społeczne wsi polskiej w progu XXI wieku*, Kraków: Instytut Socjologii UJ.
- Wojciechowska, L. (2005), *Teoria dobrostanu w badaniach rozwojowych nad rodziną: Dobrostan rodziców w stadium pustego gniazda*, Psychologia rozwojowa, 4, s.35-45.
- Zaleśkiewicz, T. (2004), *Przedsiębiorczość i podejmowanie ryzyka*, (w:) T.Tysza (red.), *Psychologia ekonomiczna*, Gdańsk: Gdańskie Wydawnictwo Psychologiczne.
- Zimmerer, T.W., Scarborough, N.M. (1996), *Entrepreneurship and New Venture Formation*, Prentice Hall, New Jersey.