

Być kobietą, być kobietą – spojrzenie okiem psychologa na współczesne funkcjonowanie płci pięknej na wsi

Being a woman, to be a woman – a look at contemporary psychologist functioning of the fair sex in the countryside

Anna Grabowska

Uniwersytet Jagielloński, Wydział Zarządzania i Komunikacji Społecznej,
Zakład Psychologii Pracy i Organizacji

Streszczenie. Praca jest próbą przedstawienia współczesnej sytuacji kobiet na wsi, a także postrzegania roli kobiety na świecie, w różnych społecznościach od czasów najdawniejszych po współczesne. Podstawowym paradygmatem jest psychologia, sposób rozumienia przez kobietę i definiowania na nowo swoich ról życiowych: bycia żoną, bycia matką, bycia gospodynią i bycia aktywną zawodowo, niejednokrotnie w tym samym czasie. Przeanalizowano projekt dedykowany aktywnym kobietom na wsi – „Aktywne kobiety wsi”, dane za rok 2011 i 2012. Wyselekcjonowano w tym projekcie najbardziej aktywne lub przedsiębiorcze jednostki. Stworzono profil kobiety – zestaw kompetencji w rozumieniu podejścia coachingowego. Część badawcza zawiera przedstawienie danych z materiałów źródłowych oraz dane z badań jakościowych – wywiadu pogłębionego. Skorzystano z możliwości porównania curriculum vitae z przeszłości, sprzed czterech lub pięciu lat, z tym z czasów współczesnych. Wywiady przeprowadzono w kwietniu i maju 2016 r. Główne cechy badanych osób ułatwiające im odniesienie sukcesu w dziedzinie aktywności społecznej lub w pracy zawodowej to: wewnątrzsterowność, wykształcenie, umiejętność godzenia różnych ról społecznie przypisanych kobietom, zarządzanie czasem, komunikatywność, samorozwój, samorealizacja.

Słowa kluczowe: wieś • przedsiębiorcza kobieta • aktywność społeczna • kompetencje • coaching • psychologia rodzaju

Summary. The work is an attempt to present contemporary situation of women in rural areas. The perception of women's role in the world, in different communities look into the history of modern times. From the perspective of history, the perception of women's role in the world, in different societies to modern times. The basic paradigm is the psychology, a way of understanding and defining anew its life roles: being a wife, being a mother, being a hostess and being active professionally, often at the same time. We

analyzed a project dedicated to active women in rural areas – “Active women of the village”, data for 2011 and 2012). They selected in above – mentioned project the most active / enterprising individuals. Created a female profile – a set of competencies within the meaning of the coaching approach. The research part contains the presentation of data from source materials and data from qualitative research – in-depth interview. Benefited from the ability to compare the Curriculum Vitae of the past, from four or five years to contemporary. Interviews were conducted in the months of April and May 2016 years. The main features of the respondents to help them succeed in social activity or work are: education, reconciliation perform different roles socially assigned to women, time management, communication skills, self-development, self-realization.

Keywords: village • enterprising woman • social activity • competence • coaching • gender psychology

Wstęp

Już w biblijnym opisie stworzenia świata rola Ewy jest ściśle określona. Wielu interpretatorów wydarzenia z Edenu przypisuje różnorodną symbolikę zjawisku kuszenia. Zjedzenie zakazanego owocu bywa uważane za symbol cielesnej seksualności, odkrycie nagości – to Ewa kusi Adama, nie odwrotnie, zatem w myśl tej interpretacji to ona jest istotą niebezpieczną seksualnie. Inna koncepcja opisu zjedzenia zakazanego owocu przez Ewę sugeruje, że jest ona buntowniczką: sprzeciwia się Bogu, ale też i mężczyźnie. Jedzenie zakazanego owocu to też symbol próżności kobiecej. Interpretacja postaci biblijnej kobiety – Ewy winna towarzyszyć wszelkim rozważaniom o kobiecie w świecie cywilizacji zachodniej, tak mocno ukształtowanej przez filozofię judeochrześcijańską (Bem, 2000).

W mitologii starożytnej Grecji, będącej kolebką cywilizacji zachodniej, znajdujemy postać Pandory – pierwszej ziemskiej kobiety, stworzonej z rozkazu Zeusa, a dla ukarania Prometeusza. Pandora miała być istotą złą, której pożądać mieli mężczyźni. Jej imię utworzono przez zlepienie nazw wszystkich darów, jakimi obdarzyły ją inne boginie. Miała zatem wdzięk, urodę, ale i ciekawość, pod której wpływem otworzyła puszkę z różnorodnymi problemami, chorobami itp. Dla Platona z kolei kobieta w świecie idealnym była pełnoprawną osobą, pełniła funkcje takie same jak mężczyźni. Dostęp do wykształcenia poszerzyłby jej możliwości, choć prawdopodobnie wykonywałyby wszystko mniej doskonale niż mężczyzna, gdyż jest od niego słabsza (Bem, 2000).

Twórcy psychoanalizy rozwój psychoseksualny dziewczynek ujmowali w kategoriach zazdrości o penisa chłopców. Sześć stadiów tej zazdrości określało kolejność rozwoju kobiecości: pierwszym było zrozumienie rany zadanej narcyzmowi, drugim odkrycie, że brak penisa jest zjawiskiem powszechnym, trzecim stadium to etap typowej zazdrości tylko o penisa, czwartym stadium było zerwanie więzów z matką, piątym stwarzanie warunków do rozwoju kobiecości, a w szóstym pragnienie posiadania penisa było zastępowane pragnieniem posiadania dziecka. Według Freuda do pełni kobiecości prowadzi pasywność. Kobieta zazdrości mężczyźnie penisa, ale i, zgodnie z interpretacją kulturową, władzy i statusu (Bem, 2000).

Badania związane z funkcjonowaniem płci, różnicami między płciami mają w psychologii długą tradycję, sięgającą okresu przed powstania ruchu feministycz-

nego – np. dziewiętnastowiecznego zainteresowania różnicami w wielkości mózgu i ich wpływem na poziom inteligencji. Współcześnie to psychologia różnic indywidualnych zajmuje się badaniami różnic rodzajowych. Pierwszą ważną publikacją w tej dziedzinie jest *Psychologia różnic* (1937, później wznawiana) Anne Anastasi, następnie autorstwa Leany Tyler *Psychologia różnic pomiędzy ludźmi* (1947 i wznowienia). *Psychologia różnic płci* z 1974 r. Maccoby i Jacklin stanowi przegląd ponad tysiąca badań. Autorki podały następujące wnioski otrzymane z metaanaliz: dziewczynki mają większe zdolności werbalne niż chłopcy, chłopcy przerstają dziewczynki w zdolnościach przestrzennych, chłopcy wypadają lepiej niż dziewczynki w testach sprawdzających zdolności matematyczne, chłopcy są bardziej agresywni (Hyde i Frost, 2002). Nieuzasadnione są według nich funkcjonujące poglądy, że dziewczynki są bardziej towarzyskie od chłopców, dziewczynki są bardziej podatne na sugestie, dziewczynki mają znacznie mniejsze poczucie własnej wartości, dziewczynki są lepsze w prostych zadaniach poznawczych, chłopcy – w złożonych, chłopcy są bardziej analityczni, na dziewczynki większy wpływ ma dziedziczność, na chłopców – środowisko, dziewczynki mają mniejszą motywację do osiągania sukcesów, dziewczynki są bardziej podatne na bodźce słuchowe, chłopcy – na bodźce wzrokowe (Hyde i Frost, 2002).

Stereotypy dotyczące płci odgrywają znaczącą rolę w utrwalaniu różnic. W społeczeństwie amerykańskim sądzi się, że kobiety są bardziej liberalne niż mężczyźni, są bardziej pomocne, bardziej współczujące. Metaanalizy pokazują, że może to rzutować na decyzje rodziców, nauczycieli, pracodawców, którzy mogą kierować kobiety w stronę zawodów o niskim stopniu odpowiedzialności – bez uwzględniania zdolności, preferencji i kompetencji jednostki. Społeczeństwa, w których dominują mężczyźni, przyznają odmienny status wykonawcom różnych profesji. Tam, gdzie obserwuje się męską dominację, męskie zadania są bardziej poważane niż kobiece. W kulturze Zachodu uważa się, że kobiety nie mogą polować. Inaczej jest w plemieniu Mbuti, w którym w polowaniu biorą udział kobiety, mężczyźni, młodzież. W plemieniu Agta to kobiety polują, używając do tego maczet. W wielu tradycyjnych społecznościach afrykańskich zdobywanie pożywienia jest zadaniem kobiet. „W społeczeństwach o męskiej dominacji przydzielanie ról o niskim statusie jednej płci, a ról o wysokim statusie drugiej płci ma charakter dość systematyczny. O tym, że podziały pracy według rodzaju mogą być nośnikami wyższego statusu mężczyzn, najbardziej wyraziście świadczą wyniki badań wskazujących, że kiedy się zmieniają proporcje przedstawicieli obu płci wykonujących dany zawód, wówczas towarzyszący temu zawodowi status zmienia się tak, aby zawody męskie lub zdominowane przez mężczyzn nadal wiązały się z najwyższym statusem. Są dowody na to, że kiedy kobiety wkraczają do zawodów o wysokim prestiżu, zdominowanych przez mężczyzn, wówczas władza i prestiż związane z tymi zawodami ulegają obniżeniu zarówno w społeczeństwach uprzemysłowionych, jak i nieuprzemysłowionych” (cyt. za: Pratto (2002) w: Wojciszke (red.), 2002, s. 163).

Ważny dla omawianej tu kwestii był przypadek Ann Hopkins. Starła się ona o awans w firmie Price Waterhouse, jednak pomimo jej znacznych osiągnięć i rzetelnie wykonywanej pracy odmówiono jej zostania partnerem w firmie. Hopkins pozwała firmę i wygrała. W badaniach na temat stereotypów rodzajowych uznano to wydarzenie za punkt zwrotny. Istnieją różne teoretyczne ujęcia stereotypów, wśród nich np. ujęcie z perspektywy społeczno-kulturowej. Tu z kolei wyróżniamy podejście

kulturowe i strukturalne. Stereotypy w mediach badane są z perspektywy kulturowej. Występowanie stereotypów w mediach zostało dobrze udokumentowane. Powielane są one w czasopismach kobiecych (Sullivan i O'Connor, 1988), w programach telewizyjnych (Mayes i Valentine, 1979) reklamach (Manstead i McCulloch, 1981) i wideoklipach (Brown, 1985). Istnieją badania podłużne, w których powiązано liczbę odbieranych prezentacji z akceptowaniem stereotypów przez dzieci (Eron i in., 1983). W jednym z badań kobiety oglądały reklamy zawierające stereotypy – następnie miały opisać, jak będzie wyglądać ich życie za 10 lat. Z podanych wypowiedzi wynikało, że niewiele jest dziedzin, w których mogłyby osiągnąć sukces (Geis i in., 1984).

Zgodnie z badaniami prowadzonymi z perspektywy strukturalnej w toku obserwacji innych nabieramy przekonania co do zachowań przypisanych konkretnej płci i później powielamy te zachowania, które odpowiadają naszej płci. W perspektywie poznawczej Tajfel uważał kategoryzację za normalny element funkcjonowania społecznego i jeden z istotnych elementów tworzenia stereotypów (Tajfel, 1969). Stereotypy rozpatruje się tu w kategoriach konsekwencji, które funkcjonują w społecznej sferze wychowywania, kontaktów międzyludzkich w biegu życia, zarówno w obszarze prywatnym, jak i zawodowym.

Jak w obliczu wyżej podanych informacji odnajduje się kobieta na rynku pracy? Pojawiają się tutaj utajone stereotypy i uprzedzenia. Z badań opierających się na danych statystycznych wynika, że przeciętne wynagrodzenie kobiet jest ok. 20–30% niższe od średniego wynagrodzenia mężczyzn. W grupie o wyższych dochodach różnica ta wynosi ok. 40%. Pensja na początku kariery kobiety jest niższa niż pensja na tym samym etapie kariery mężczyzny. Badania pokazują jednak, że oczekiwania kobiet odnośnie do wynagrodzenia są stosunkowo niższe niż analogiczne oczekiwania mężczyzn. Z biegiem kariery zawodowej męskie gaże rosną, kobiece maleją. Dzieje się tak dlatego, że po upływie kilku lat od początku pracy zawodowej kobiety np. z wyższym wykształceniem odchodzą z pracy aby wychować dzieci (Eurostat Yearbook, 2006). Postawy własne i zachowania kobiet mogą być również źródłem dyskryminacji w miejscu pracy. Kobiety cenią wysoko wartości związane z relacjami społecznymi, negatywnie oceniają inne kobiety odnoszące sukces w tzw. zawodach męskich (Heilman, 2001). Jak wskazują różne dane, do dyskryminacji kobiet, szczególnie w sferze finansowej, nadal dochodzi, mimo prób jej zwalczania. Z badań Karasiewicz, Bata i Lewandowskiego przeprowadzonych wśród studentów Akademii Morskiej w Gdyni wynika wniosek o silnym, niejawnym uprzedzeniu względem kobiet wykonujących zawody o dużym prestiżu. Mężczyźni uznawali, że kobiety pracujące w zawodach o dużym prestiżu zarabiają więcej niż oczekują. Informacje o nich są przez mężczyzn szybciej zapomniane i trudniej rozpoznawane. Może to wskazywać na silny negatywny stereotyp kobiet wykonujących prestiżowe zawody lub odnoszących sukcesy zawodowe. Badana grupa pochodziła z mocno patriarchalnego środowiska Akademii Morskiej, gdzie kulturuje się męskie wzorce marynarzy i żeglarzy (Karasiewicz, Bata i Lewandowski, w: Chybicka i Kaźmierczak (red.), 2006). Zatem w szczególnych warunkach wcześniej kształtować się mogą postawy będące podwaliną późniejszych zachowań dyskryminacyjnych.

Ważna niewątpliwie dla tutejszych rozważań jest koncepcja osobowości nowoczesnej (Lerner, 2006) z takimi składowymi jak: otwartość na nowe doświadczenia, myślenie o przyszłości w słowach: cele, zadania, intencje, zamiary. Ward i Rustow

(1964) uznają, że rozwój społeczny to proces modernizacji intelektualnej. Zysk (2006) podał cechy umysłowości nowoczesnej pogrupowane w sześć klas przejawiających się w trzech obszarach życia: politycznym, ekonomicznym i społecznym. Do klasy pierwszej należy elastyczność poznawcza (otwartość na nowe doświadczenia, zdolność asymilacji nowych doświadczeń), do drugiej ciekawość poznawcza (aspiracja do zdobywania wiedzy i wykształcenia, wysoka nota użyteczności wiedzy, dążenie do zrozumienia mechanizmów rządzących światem, proces oceny opiera się na zobiektywizowanych kryteriach). Do klasy trzeciej Zysk zaliczył orientację temporalną (nastawienie na przyszłość, zdolność do planowania działania, umiejętność uszczegóławiania celów), a do czwartej poczucie sprawstwa. Piąta klasa obejmuje ufność wobec ludzi i świata, szósta – poczucie własnej godności i dążenie do szacunku w relacjach społecznych. Badania Martynowicz (Martynowicz, w: Chybicka i Kaźmierczak (red), 2006) prowadzone w latach 2002–2003 i 2004–2005 dotyczyły m.in. weryfikacji hipotezy o związku pomiędzy natężeniem cech składających się na orientację prorozwojową a płcią. Uzyskane wyniki wskazują na statystycznie istotne różnice między kobietami i mężczyznami. Kobiety uzyskały wyższe wyniki w wymiarach: otwartość na doświadczenie, nastawienie na przeszłość i nastawienie na przyszłość. Mężczyźni wyższe wyniki mieli w kategoriach: nastawienie na teraźniejszość, mocne przywództwo, wysoka aprobata zmian zachodzących w środowisku pracy. Nie stwierdzono różnic w następujących cechach: skłonność do planowania, skupienie się na szczegółach działania, presja i wykorzystywanie czasu, samowystarczalność. Istotne elementy psychologii sukcesu wymienia Maciuszek: formułowanie celu, wizualizacja obrazu celu, mocne pragnienie i wiara. Cechami osobowości człowieka sukcesu są także: poczucie kierunku, jasne widzenie własnych celów, zrozumienie, szukanie prawdziwych informacji, odwaga i gotowość działania, życzliwość wobec innych, szacunek dla siebie i samoakceptacja, pozytywny obraz samego siebie, wiara w siebie (Maciuszek, 1995).

Zagadnieniem głównym niniejszego artykułu jest sytuacja kobiet aktywnych, ich przedsiębiorczość w miejscu zamieszkania, czyli na wsi. Od powyższych teoretycznych rozważań na temat płci zwrócić należy się ku specyfice miejsca, w którym funkcjonują kobiety. Obecna wieś to skutek wielu przemian o naturze historycznej, ekonomicznej, ale i społecznej. Pamiętniki z lat 30. XX w. ukazują kobietę, która wychodzi za męża, rodzi dzieci. Małżeństwo było wówczas traktowane prawie jak transakcja handlowa, gdyż wnoszone wiano, czyli grunty, ziemia, stanowiło o wartości bytu materialnego. Zatem zawarcie związku nie było interpretowane w kategoriach rozpoczęcia nowego etapu życia – mogło być swoistym przejściem w niewolę, to nie młoda kobieta decydowała o wyborze kandydata na męża. To nie miłość kryła się za zamążpójściem, a racjonalność, ekonomia – decyzja ojca dziewczyny lub innych. Patriarchalny model rodziny funkcjonował pod ścisłą i inwazyjną kontrolą otoczenia. Pomimo świadomości, że uczestniczą w transakcji niemal handlowej, dziewczęta dążyły do zamążpójścia, gdyż był to warunek społecznego istnienia. Los ówczesnej młodej dziewczyny mieszkającej na wsi – to albo ślub, albo służba w mieście. Wejście w rolę przypisaną dziewczynie stanowiło o jej spełnieniu. Po drugiej wojnie światowej kobieta mieszkająca na wsi była społecznie mniej wartościowa, nie budowała socjalizmu ani w fabryce, ani w biurze. W latach 60. pozwolono jej w pełni realizować się jako matce, w latach 70. była aktywna zawodowo z mężem, który pomagał jej w domowych obowiązkach,

w latach 80. opieka nad dziećmi leżeć miała już wyłącznie po stronie kobiety. Obecnie sytuacja na wsi podlega wielu przeobrażeniom. Grunty orne nie stanowią już jedynego (jeśli w ogóle) elementu przetargowego. O dobrobycie materialnym stanowią dobra konsumpcyjne: sprzęty gospodarstwa domowego, samochód, wyposażenie domu. Poza uprawą roli mieszkańcy wsi znajdują pracę w innych sferach. Nurtem najnowszym jest migracja, nie tylko jak jeszcze niedawno do miast, ale głównie do innych krajów Unii Europejskiej. Osoba, która powraca z kraju zarobkowania do miejsca pochodzenia, bardzo awansuje w hierarchii społecznej. Niezależnie od płci, od tego, kto wyjechał: młody chłopak czy młoda dziewczyna – po powrocie mają bardzo wysoką pozycję. Zmieniły się role partnerów wstępujących w związek małżeński. Rola kobiet dotyczy różnych sfer życia:

- „pracy w gospodarstwie, zapewnienia bytu rodzinie,
- małżeństwa
- macierzyństwa, wychowywania dzieci,
- życia obywatelskiego i społecznego” (Knapik, 2007, s. 11).

Dyzma-Gałąj używa sformułowania „kobieta – chłopka”, lub „kobieta – rolniczka”. (Dyzma-Gałąj, w: Jedynek, 1990). Mamy wśród kobiet wiejskich kobiety młode, starsze, biedne, bogate, wielodzietne, bezdzietne, samotne, mężatki, panny, wdowy, wykształcone lub nie, wreszcie czynne lub nie społecznie. Kobieta gospodyni pomnaża majątek swego gospodarstwa przez codzienne czynności, pomimo tego, że to jej mąż jest inicjatorem przemian głównie produkcyjnych, ona stoi za wszelkim przeobrażeniem. W małżeństwie chłopskim, które zawarte zostało nie tak jak wcześniej z pobudek materialnych – obecnie z miłości, w przyjaźni – kobieta jest dopełnieniem męża gospodarza. W rodzinie rolniczej posiadanie dzieci obecnie jest zdeterminowane przez rolę wiejskiej kobiety gospodyni. Współcześnie role społeczne i obywatelskie kobiety wiejskie mogą realizować w kołach gospodyń wiejskich, wiejskich domach kultury, instytucjach działających przy kościołach. Mogą również aktywnie uczestniczyć w warsztatach o różnej tematyce skierowanych do kobiet wiejskich, a finansowych lub współfinansowanych z funduszy europejskich.

Zagadnieniem, nad którym pochylono się w tym artykule, jest aktywność kobiet mieszkanki wsi. Matusiewicz (1998), wymienia szereg powodów, dla których może być podejmowana aktywność społeczna. Są to m.in.: popęd biologiczny, wrodzony charakter motywów społecznych, egoizm i altruizm, zaspokojenie swoich potrzeb przy udziale innych ludzi, miłość, afiliacja, przynależność do grupy, potrzeba aprobaty prestiż, rywalizacja, chęć zdobycia osiągnięć. Osoby angażujące się w różne organizacje społeczne mają szersze zainteresowania niż osoby nieangażujące się. Ciekawym spojrzeniem na czynniki decydujące o aktywności społecznej ma Jacher (1998). Mówi on o czynnikach subiektywnych (tu znajdziemy indywidualne potrzeby jednostki, uwarunkowane i psychologicznie, i kulturowo) i obiektywnych (etap rozwoju społecznego). Proces aktywizacji kobiet wiejskich, aby przebiegł ze skutkiem pozytywnym, winien odbywać się stopniowo, z uwzględnieniem specyfiki grupy społecznej – bardzo lokalnie interpretowanej.

Badania socjologiczne wskazują, że wieś jest specyficznym miejscem, w którym obok postępu technicznego, cywilizacyjnego i ekonomicznego funkcjonuje magiczne

myślenie, a aspiracje dotyczące wykształcenia są niskie. W tak szczególnym środowisku aktywizacja powinna przebiegać w sposób bardzo przemyślany. Można oprzeć się na zainteresowaniach, wcześniejszym doświadczeniu zawodowym, specyfice regionu itp. Działania mają przynieść korzyść wymierną, a nie tylko chwilowy zamęt.

Kobiety aktywne zawodowo kształtują swój życiorys zgodnie z jednym z modeli:

- a. Kobieta, która wychodzi za mąż, rodzi dzieci, zajmuje się prowadzeniem domu i wychowywaniem potomstwa, podejmuje pracę zawodową sporadycznie i z niskim zaangażowaniem, w niepełnym wymiarze godzin.
- b. Kobieta rozpoczyna pracę zawodową, następnie wychodzi za mąż, gdy rodzi dzieci, przerywa aktywność zawodową, zajmuje się wychowaniem potomstwa, następnie wraca do pracy.
- c. Równoległe do przebiegu kariery zawodowej kobieta, nie przerywając jej, podejmuje role żony i matki (Knapik, 2007, s. 40).

Kobiety wykazujące aktywność, a co więcej będące przedsiębiorczymi jednostkami, na wsi muszą konfrontować się ze stereotypem ciągle występującym. Kobieta na wsi, pracująca poza rolnictwem, odnosząca na tym polu sukcesy, w tym finansowe, stawia czoła mężczyźnie, którego dorobek stanowi niejednokrotnie tylko ekwiwalent finansowy pól.

Badanie Knapik przeprowadzone w gminie Trzebinia pośród 335 kobiet ukazuje następujący rozkład procentowy form ich aktywności społecznej: 42,4% kobiet nie podejmuje żadnej formy działania, 33,4% – działa w Kole Gospodyń Wiejskich, 13,1% – w wiejskim domu kultury, 17,6% – w Ochotniczej Straży Pożarnej, 3% – w klubie seniora, 22,4% – w ludowym zespole sportowym, 1,2% – w muzycznych kołach zainteresowań, 0,3% – zajmuje się rekreacją, 0,6% – działa w Komitecie Rodzicielskim, 0,2% – w kółku teatralnym. Badanie wykazało także, że rodzice respondentek aktywnych społecznie również byli aktywni społecznie (50,1%), oboje lub jedno. Zatem istniał wzorzec w rodzinie, forma zachowań – kultywowana z pokolenia na pokolenie.

Wśród czynników leżących u podstaw zaangażowania się w życie społeczne poczucie powinności włączania się w aktywność podało 58,2%, z czego 26,6% „pod warunkiem posiadania wolnego czasu”, 4,2% „w przypadku akceptacji rodziny”, 1,8% „gdy z tej działalności będzie jakaś korzyść”, 0,9% respondentek uważa, że nie powinno się włączać w życie społeczne. (Knapik, 2007 s. 116). Czynności preferowane przez kobiety biorące udział w badaniu to: 78,8% – zajmowanie się rodziną, domem, dziećmi, 50,7% – uczenie się czegoś pożytecznego, 42,7% – zdobywanie wiedzy (Knapik, 2007, s.141). W tym badaniu wśród czynnych zawodowo respondentek 51,9% nie udzielało się społecznie. Jeśli chodzi o miejsce ich pracy, były to: wieś (10%), miasto oddalone do 10 km (15%), miasto w odległości 11–20 km (3%), miasto oddalone 21–50 km (3%), miasto oddalone ponad 50 km (3%). Wykonywana praca jest zgodna z wykształceniem w 15%, a niezgodna w 13% (Knapik, 2007, s. 183–185). Jako powody braku aktywności zawodowej respondentki podały: posiadanie rodziny (53%), zbyt długi dojazd do pracy (46%), brak odpowiedniego wykształcenia (42%), brak odpowiednich kwalifikacji (35%), brak aktywności w poszukiwaniu pracy (28%), wiek powyżej 30 lat (28%), brak motywacji do szukania pracy (21%) (Knapik, 2007, s. 289).

Zarówno w ujęciu kulturowym, jak i strukturalnym przedsiębiorczość najczęściej definiowana jest jako zespół cech lub jako jedna z cech przedsiębiorcy. Interesuje nas tutaj bardziej definicja przytaczająca zespół cech, do których należą: zaradność, bystrość, duża aktywność, inicjatywa. Wśród cech osób przedsiębiorczych literatura przedmiotu podaje także: wyobraźnię, łatwość w komunikacji, umiejętność przewidywania, zdolność uczenia się i wyciągania wniosków z doświadczeń, umiejętność pokonywania trudności, realizm i sprawczość (Bartkowiak i in., 1995, s. 30–31).

Zachowania przedsiębiorcze człowieka traktowane są w ujęciu personalizmu i humanizmu. Posiadanie cech (uwzględnionych w tab. 1) świadczyć może o sposobach adaptacji jednostki.

Tabela 1. Człowiek aktywny: cechy, umiejętności i sposób działania

Table 1. Active man – features, skills and mode of action

Cechy	Umiejętności	Sposób działania
poczucie własnej wartości	wyznaczanie sobie celów długo-, krótko-, średnioterminowych	działanie w kręgu własnego wpływu
wiara w siebie i optymizm	doskonalenie samooceny	stwarzanie sobie alternatyw w realizacji celów
wewnętrzna motywacja do uczenia się i działania	priorytety w realizacji celów, dostrzeganie szans na realizację celów	skuteczność działania w zmieniających się warunkach
potrzeba osiągnięć	rozwiązywanie problemów	wykorzystywanie pojawiających się możliwości
samodzielność w myśleniu i działaniu	podejmowanie decyzji	podejmowanie działań innowacyjnych o wyraźnym stopniu ryzyka
otwartość na innych ludzi i zachodzące zmiany	współdziałanie w zespole	dbałość o własny rozwój
niezależność	biegłość komunikacyjna	asertywność
twórczość i kreatywność	korzystanie z nowoczesnych źródeł informacji, umiejętność ich selekcji	otwartość poznawcza
świadomość mocnych i słabych stron.	rozwijanie swoich mocnych stron i eliminowanie słabych	samokształcenie

Źródło: Sobiecki (red. 2003, s. 21).

Source: Sobiecki (ed. 2003, p. 21).

Na postawę człowieka dorosłego składają się różnorakie czynniki z okresu dorastania i dojrzewania, proces edukacji odgrywa tu jedną z bardziej znaczących ról. Zawartość podręczników szkolnych kształtuje postawy obu płci i wpływa na postrzeganie przez dziewczynki i chłopców ról społecznych, które będą pełnić jako dorosłe kobiety i mężczyźni. Do słabości podręczników szkolnych należą:

- stereotypowa zawartość podręczników; nie ma symetrii w pokazywaniu potknięć, niekompetencji w wypełnianiu ról przez kobiety i mężczyzn,
- członkowie rodzin i ich wzajemne relacje przedstawiane są na ogół w sposób tradycyjny i stereotypowy,
- w rodzinie szacunkiem, uwagą i szczególnymi względami darzy się ojców i synów,
- podstawowy status kobiety to status matki i gospodyni domowej, która spełnia w rodzinie funkcje opiekuńcze, wychowawcze, kontrolne,
- podstawowym statusem ojca jest status zawodowy; mężczyźni rzadko przedstawiani są w rolach rodzinnych,
- rola ojca wiąże się z wykonywaniem czynności na zewnątrz domu (atrakcyjne wyjścia, uczenie świata), natomiast do roli matki należy wykonywanie czynności wewnątrz domu,
- [...] obraz rodzin cechuje uniformizm ekonomiczny i kulturowy,
- obraz chłopców kreowany przez autorów podręczników szkolnych przypisuje płci męskiej takie cechy jak: kreatywność, niezależność, ambicję i rywalizację, a dziewczętom to: pilność, pracowitość, uległość i przystosowanie,
- chłopcy są aktywni, zaangażowani, mają wiedzę, nawet pozaszkolną, i pomysły; to im nauczyciele poświęcają więcej uwagi, zadają więcej pytań i zlecają problemowe zadania,
- dziewczynki ucieleśniają cechy wzorcowego, a więc zawsze zdyscyplinowanego, zawsze przygotowanego ucznia: są pilne, solidne, pracowite, systematyczne i obowiązkowe
- pokazując grupy rówieśnicze, autorzy stosują separację płci i narrację, opierają się na relacjach jednoimiennych, żeńskich, bądź męskich,
- nie ma zróżnicowania majątkowego; egalitaryzm nie dotyczy kobiet i mężczyzn; tu różnice ekonomiczne, różnice dochodu uważa się za naturalne,
- w rysunkach współczesnych oraz obrazach, rycinach i zdjęciach z dawniejszych epok, kobiety i mężczyźni nie są równo reprezentowani (Jaśniewicz, 2012).

W sektorze rynku pracy, szczególnie w obszarze wsi, widoczne jest nierówne traktowanie płci. Kobieta zajmuje się mało prestiżowymi pracami domowymi, wychowuje dzieci, dodatkowo to zazwyczaj ona sprawuje opiekę nad osobami starszymi w rodzinie. Zatem udział kobiety, mieszkanki wsi, w aktywnym rynku pracy jest nieznaczący.

„Plan działań na rzecz równości kobiet i mężczyzn 2006–2010” (http://rownosc.info/media/uploads/a_raodmap_for_equality.pdf) określał strategiczne cele na rzecz równości płci: równy stopień niezależności ekonomicznej kobiet i mężczyzn, godzenie życia prywatnego i zawodowego, równe uczestnictwo w podejmowaniu decyzji, wykończenie wszelkich form przemocy ze względu na płeć, eliminowanie stereotypów

związanych z płcią. Działania na rzecz równości płci przybierają charakter polityki równości płci (ang. gender mainstreaming) oraz konkretnych działań (ang. specific action), mających bardziej praktyczny charakter. Do tych ostatnich można zaliczyć projekty, programy o zasięgu lokalnym, o bardzo pozytywnych założeniach.

Na potrzeby niniejszych rozważań główne ich zagadnienie – funkcjonowania jako przedsiębiorcza kobieta mieszkanka wsi – ujmowane jest szerzej niż tylko w kategoriach bycia kobietą przedsiębiorcą (przedsiębiorca rozumiany jako osoba prowadząca działalność gospodarczą). Aktywna kobieta wiejska to taka, w której kalendarzu nie ma czasu pustego: potrafi sama sobie zaplanować działania, tak by przynosiły korzyści jej, by były dla niej przyczynkiem do rozwoju.

Jednym z programów Ministerstwa Rolnictwa i Rozwoju Wsi jest oś IV Leader (w niniejszym artykule zaczerpnięto dane z informacji dotyczących województwa wielkopolskiego). Jest on interesujący, gdyż wymaga od swoich beneficjentem (wybrano do analizy dane dotyczące kobiet ze względu na temat niniejszych rozważań) przedsiębiorczości i aktywnością w bardzo szerokim spektrum. W ramach programu można było wesprzeć projekty dotyczące np.: podnoszenia świadomości społeczności lokalnej, podnoszenia jakości życia tej społeczności, a także rozwijania jej aktywności, rozwijania turystyki lub rekreacji i zachowania lokalnego dziedzictwa kulturowego.

Materiał i metody

Materiałem do badań były sylwetki aktywnych mieszkanki wsi przedstawione przez Jaśniewicz (2011, 2012) w dwóch raportach *Aktywne kobiety wsi*, mieszczących się w nurcie związanym z psychologią pozytywną. Po dokładnym przestudiowaniu tych raportów stworzono życiorysy aktywnych kobiet oraz wyselekcjonowano kompetencje o najmocniejszym nasileniu, co daje przyczynek do wnioskowania, że są to istotne czynniki. Dodatkowy materiałem było badanie jakościowe – wywiad pogłębiony, którego opis, jak się wydaje, dopełnia obrazu kobiety przedsiębiorczej na współczesnej wsi. Wywiady przeprowadzono w kwietniu i maju 2016 r. z dwiema kobietami w wieku powyżej 40 roku życia, z wykształceniem wyższym; jedna z badanych żyje w związku partnerskim, druga w małżeństwie z dwójką dzieci. Pytania osiowe wywiadu pogłębionego były następujące:

1. Aktywna kobieta – kto to taki?
2. Jakie cechy sprzyjają odniesieniu sukcesu?
3. Co jest ważne w tym rodzaju działalności, jaki Pani wykonuje?
4. Co może blokować przed aktywnością?
5. Jak pokonywać przeszkody?
6. Kto/co jest wsparciem?

Wyniki i dyskusja

Z przeglądu opisanych w literaturze przedmiotu postaci wybitnych, przedsiębiorczych kobiet wiejskich wyłania się obraz jednostki wielobarwnej. Na potrzeby tej publikacji dokonano analizy życiorysów i zbudowano profil aktywnej kobiety w terminologii i z zastosowaniem narzędzia pracy (wywiad epizodyczny, pogłębiony, ustrukturalizowany) związanego z rozwojem jednostek. Z założenia praca w tym nurcie polega na poszukiwaniu w osobie jej mocnych stron, wzmacnianiu osoby, określaniu jej obszarów rozwojowych. Tutaj skupiono się na zdefiniowaniu kompetencji i stopnia ich nasycenia u osób badanych. Poruszano się przy tym w ramach psychologii pozytywnej, coachingu, postępując ściśle według wytycznych w terminologii wymienionych obszarów.

Kompetencją, jaka uwidacznia się u wszystkich badanych, jest ambicja, rozumiana jako potrzeba realizowania bądź zadań przypisanych do stanowiska, które kobieta obejmuje, bądź zadań, które kobieta sama sobie stawia w związku z obejmowanym stanowiskiem. Zdarza się, że, kobiety wykonują zadania znajdujące się niejako w zestawie obowiązków miejsca pracy. Wtedy na liście wykonywanych powinności są wszystkie zadania dotąd niezrealizowane przez poprzedników, a mające bezpośredni wpływ na funkcjonowanie i bezpieczeństwo ludności danego regionu, miasteczka czy wioski. Często takie działania wiążą się z poprawą infrastruktury, ułatwieniem dostępu do dobrodziejstw cywilizacyjnych – remontuje się więc przystanki (lub je dopiero stawia), remontuje sieci kanalizacyjne, gazowe itp., oświetla drogę, kładzie chodnik. Wpływa to na podniesienie jakości życia ludności regionu, gdyż ułatwia codzienne czynności, czyni życie łatwiejszym – przez co przynajmniej bezpośrednio po dokonaniu zmiany – ludzie spektakularnie odczuwają działania swojej aktywnej pani sołtys czy wójt.

Bardzo interesujące jest generowanie przez kobietę na stanowisku pracy nowych zadań, poszukiwanie realizacji w polu jej najmocniejszych kompetencji – a to wynikających z wykształcenia, a to z zainteresowań. Mogą to być np. talenty kulinarne, ale wówczas konieczne są one łączone z propagowaniem kuchni regionu, i to niejednokrotnie kuchni z tradycjami, często nieco zapomnianej. Kobieta stara się swe działania związane z kunsztem kucharskim, jakże ostatnio modne społecznie, uzupełnić ciekawostkami historycznymi, dołączyć do przepisów wiedzę o okolicy, o walorach miejsca, o tym, co stanowi, że jest ono niepowtarzalne.

W wybieraniu zadań spoza obowiązków wynikających z zajmowanego stanowiska ważne wydaje się tzw. wyczucie chwili – aby nie przegapić właściwego momentu, w którym społecznie dane działanie jest pożądane. W środowisku inicjującej takie działanie aktywnej pani wydawać się może, że działanie to wręcz wyprzedza czas – np. gdy z upływem dni, miesięcy, lat okazuje się, że przeprowadzone szkolenie komputerowe było potrzebne, a nawet niezbędne.

Kompetencją mocną, z wysokim nasyceniem niemal w każdym przypadku, jest twórczość/kreatywność. Rozumiana tutaj jako tworzenie ponadprzeciętnych wytworów – niekoniecznie dzieł sztuki – chodzi raczej o poddawanie i realizowanie pomysłów, idei, działań, które generują w otoczeniu poprawę, poszerzają horyzonty. Chodzi o to, aby nie tylko aktywna kobieta miała satysfakcję twórcy, ale i ludzie wokół odczuli,

że brali bądź biorą udział w niecodziennym wydarzeniu. Poczucie sprawstwa pokazuje, że nawet w małej miejscowości można robić coś ciekawego, angażującego i rozwijającego. Jeżeli inicjatorka działań, a bywa tak niejednokrotnie, rozpoczyna projekt podkreślający lokalny koloryt, historię miejsca – buduje to tożsamość patriotyczną, dumę z miejsca pochodzenia, sprawia, że ludzie młodzi inaczej zaczynają patrzeć na rodzinną wieś – odkrywają jej walory, nie jest już mała, nic nieznacząca i nudna. Aktywne kobiety bywają zdobywczyniami tytułu Miss Kreatywności, co jest jednoznacznym wskaźnikiem, jak mocna jest omawiana kompetencja w tej grupie.

Blisko związana z kompetencją twórczości jest wewnętrzsterowność. Literatura psychologiczna definiuje osobę wewnętrznie kierowaną jako jednostkę sterowaną przez wartości i cele zaszczipione jej we wczesnym okresie życia, ma ona poczucie, że sprawuje większą kontrolę nad środowiskiem niż osoba kierowana zewnętrznie (na podstawie Zimbardo i Ruch, 1994).

Definicję tę można rozszerzyć. Jednostkę o wewnętrznym poczuciu kontroli charakteryzuje większa wrażliwość i aktywność w poszukiwaniu informacji potrzebnych jej do osiągnięcia celu, osoba taka jest bardziej odporna na stres i frustracje, korzysta z własnego doświadczenia, przejawia bardziej realistyczne zachowania, traktuje życie w sposób zadaniowy, lubi pracować, ceni wartość informacji zwrotnej dotyczącej własnej aktywności, dąży do sytuacji, które zapewniają jej kontrolę nad otoczeniem, odnosi więcej sukcesów w karierze zawodowej, szybciej awansuje, preferuje pracę wymagającą inicjatywy, jest aktywna, niezależna, odpowiedzialna za swoje decyzje (rozumienie jednostki o wewnętrznym poczuciu kontroli według Rottera, 1966).

Analizując w tym kontekście zachowania badanych aktywnych kobiet, można stwierdzić, że niewątpliwie są aktywne w procesie poszukiwania informacji potrzebnych do osiągnięcia celu – udaje im się pozyskiwać fundusze, które finansują w pełni lub w znacznym stopniu społeczne projekty. Wydaje się, że kobiety te oddają się z pasją swoim zadaniom, ale równocześnie nie dają się temu wyczerpać emocjonalnie. Dzięki higienie psychicznej i równowadze emocjonalnej zachowują ją również w życiu, co pozwala im angażować się w pełni w kolejne projekty i sprawia, że się nie wypalają, a przeciwnie: mają większe poczucie swych możliwości i więcej energii do działania. W relacjach społecznych potrafią sobie zjednywać ludzi, tak aby sprzyjało to lepiej i bardziej sprawczo efektom ich działań. Zatem kompetencja współpracy ze środowiskiem zewnętrznym stoi u badanych na wysokim poziomie. Choćby ze względu na to, że część z pań aktywnych piastuje urzędy, na które dokonuje się selekcji drogą wyborów – zatem stanowisko jest potwierdzeniem zaufania, jakim obdarowują osobę wybraną inni, niejednokrotnie nie pierwszy już raz – bywa, że panie piastują np. urząd sołtysa drugą i trzecią kadencję.

Kompetencja komunikacji prawdopodobnie jest dość elastyczna. Pomimo tego, że formalna edukacja kobiet na wsi nie zawsze jest na wyższym poziomie, panie poszerzają swoje zasoby werbalne przez np. umiłowanie czytelnictwa, uwielbienie dla teatru. Umiejętność dopasowania się do rozmówcy owocuje zapewne osiągnięciem sukcesu negocjacyjnego – przekonaniem do swojego innowacyjnego pomysłu (np. pokazu mody w Dniu Matki i zaangażowania jako modelki pań w różnym wieku, o różnych gabarytach). Wybrany kierunek studiów bywa spójny z aktywnością kobiety na wsi.

Pociąga to za sobą wyjście poza schemat, poza własne podwórko, powoduje otwarcie okien na świat – ale też uczy dyscypliny, obowiązkowości, sumienności, a nawet pokory, stosownie dozowanej w zależności od rodzaju sytuacji. Pokazuje jednostce wartość wiedzy, ale też daje poczucie ciągłego niedosytu – dzięki czemu będzie doksztakać się już we własnym zakresie, mając świadomość, że kto nie idzie naprzód, ten się cofa. Tak właśnie postępują aktywne panie mieszkanki wsi: poszukują kursów – np. na lidera lokalnego, ale też chętnie biorą udział w konferencjach dedykowanych aktywności poci pięknej w ogóle. Można przypuszczać, że praca z nimi jako liderkami lokalnymi w systemie coachingu przyniosłaby – w myśl zasad leżących u podstaw tego nurtu – efekt synergii.

Na bardzo wysokim poziomie stoi u wszystkich pań organizacja czasu. Zarządzanie własnymi zasobami w tej kwestii pokazuje, że „czas pusty” nie jest tożsamy z brakiem wszelkiej aktywności u kobiet wiejskich. Aktywne panie są sterem, żeglarzem i okrętem swego czasu, w tym również wolnego, nieustrukturalizowanego. Niektóre oddały się pracy społecznej już na emeryturze, dopiero wtedy uzyskały pełną władzę nad swoim planem dnia, co pozwala im dysponować czasem między konkretne zadania – co daje im satysfakcję sprawczości i poczucia ciągłej użyteczności dla społeczeństwa.

Istotną kompetencją, choć omawianą na końcu, jest umiejętność godzenia przez kobiety aktywne różnych ról. Godzą bycie matką (nawet piątki dzieci), przedsiębiorcą (obszar działania firmy zgadza się najczęściej z pasją, hobby, talentem kobiety) oraz aktywnością społeczną. Takie osoby spełniają się w każdej z ról, są zorganizowane, aktywne, ale też potrafią dzielić się z innymi, przydzielać zadania, koordynować pracę zespołu, nadzorować i monitorować. Są inspiracją dla innych, zarażają aktywnością, entuzjazmem, pasją.

Przeprowadzono również badanie jakościowe metodą wywiadu pogłębionego, z którego wnioski opisane zostały poniżej.

Jeśli chodzi o aktywność, pojęcie to subiektywnie było rozumiane następująco:

„Aktywność kobiet rozumiem jako samorozwój, blokować go mogą inni ludzie, np. szowiniści, strach przed samorozwojem i brak wiary we własne siły”.

Z jednej strony widoczny jest mocny nacisk na samorozwój, wewnętrzne zasoby, własne indywidualne walory, ale z drugiej – to inni ludzie mogą blokować, negocjować i przeszkadzać. Wymienienie czynnika zewnętrznego niejako daje przyzwolenie na porażkę. Tu wiara we własne siły będzie lekko zachwiana. Zatem wskazówki do pracy praktycznej w czasie sesji coachingowych są wyraźne.

Pojęcie sukcesu definiowane jest tak:

„Cechy sprzyjające odniesieniu sukcesu przez kobietę to uświadomienie sobie swojego potencjału, determinacja w dążeniu do celu. Na sukces składają się małe osiągnięcia. Osiągnąć można sukces, bo się wierzy we własne siły i samorozwój. Osiągnięciu sukcesu sprzyja odpowiedni czas i właściwi ludzie”.

Mówienie o sukcesie w tym wywiadzie przychodzi rozmówczyni łatwiej. „Sukces” to twarde słowo, w przeciwieństwie do poprzednio omawianej aktywności – zbyt wieloznacznej dla rozmówczyni. Rozmowa o sukcesie dotyczy spektakularnego prawie zawsze zjawiska, czegoś, co budzi zachwyt innych. Sukces jest pozytywny.

Na podstawie wywiadu można nakreślić sylwetkę kobiety aktywnej. Jest to osoba zdeterminowana, wiedząca, czego oczekuje od życia, gdzie i jak chce to zdobyć, wierząca,

że ma tyle siły, zasobów, mocnych stron, że jest w stanie osiągnąć cel. Wiara we własne siły to składowa powtarzająca się wielokrotnie – często podbudowana taką wartością jak wyższe wykształcenie, będące dla jednostki potwierdzeniem z jej własnego życia, że potrafi osiągnąć nie tylko cel krótkoterminowy, ale i długoterminowy. Wzmacnia to w osobie poczucie, że potrafi pracować ciężko, nawet gdy nagroda jest odległa. Główne wielokrotnie powtarzane kompetencje to wiara we własne siły i samorozwój. Można to rozwijać – szczególnie nastawienie na samorozwój jest wstępem do praktycznych zagadnień pracy coachingowej.

Wnioski

Powyższe badania pokazały z jednej strony wielką determinację w działaniu i pasję aktywnych kobiet mieszkanek wsi, a z drugiej nacisk, jaki kładą one na samorealizację i samorozwój – w miarę swych możliwości. Tak duży potencjał, jaki się w nich kryje, tak olbrzymi zasób kreatywności, siłę pokonywania trudów i przeciwności losu warto w przyszłości dla jeszcze lepszego zrozumienia potrzeb kobiet na wsi badać – co wydaje się bardzo zasadne – narzędziami i metodami z działu badań jakościowych. Uzyskane wyniki pozwolą nakreślić jeszcze pełniejszą sylwetkę aktywnej kobiety współczesnej wsi. Wsparciem dla badań ilościowych mogą być badania jakościowe wykonywane w pierwszej kolejności. Wnioski z badań jakościowych ukażą wiele zależności, warunków, wpływów poszczególnych czynników na siebie, co stać się może ukierunkowaniem badań ilościowych. Co z kolei pozwoli naukowo zrozumieć specyfikę środowiska, da wytyczne do praktycznej pracy, która zaowocować może wzrostem aktywności społecznej lub zawodowej kobiet, a to przyczyni się do wzrostu jakości życia mieszkańców wsi.

Bibliografia

- Anastasi, A. (1937, wznowienie 1958). *Differential Psychology*. New York: Macmillan
- Bartkowiak, G., Januszek, H., Pietraszewski, M. (1995). *Przedsiębiorczość. Cz. 1*. Poznań: eMPi2.
- Bem, S.L. (2000). *Męskość – kobiecość. O różnicach wynikających z płci*. Gdańsk: Gdańskie Wydawnictwo Psychologiczne.
- Brown, J.D. (1985), Race and gender in rock video. *Social Science Newsletter*, 70, 82-86
- Chybicka, A., Kaźmierczak, M. (red.) (2006). *Kobieta w kulturze – kultura w kobiecie. Studia dyscyplinarne*. Kraków: Oficyna Wydawnicza Impuls.
- Jedynak, B. (1990). *Kobieta w kulturze i społeczeństwie*, Lublin: Wydawnictwo Uniwersytetu Marii Curie-Skłodowskiej.
- Eron, L.D., Huesmann, L.R., Brice, P., Fischer, P., Mermelstein, R. (1983). Age trends in the development of aggression, sex typing, and related television habits. *Developmental Psychology*, 19, 71-77.
- EuroStat (2006). *Europe in Figures Eurostat Yearbook 2005*. Statistical Office of European Communities, London
- EuroStat Yearbook (2006). *The Yearbook of Europe, 2005*. Eurostat, Bruksela
- Geis, F.L., Brown, V., Walstedt, I.J., Porter, N. (1984). TV commercials as achievement scripts for women. *Sex Role*, 10, 513-525

- Heilman, M.E. i in., Penalties for Success, Reactions to Women Who Succeed At Male Gender typed Task. *Journal of Applied Psychology*, 89, 3, 416–427.
- Hyde, J.S., Frost, L.A. Meta Analysis in the Psychology of Women. W: B. Wojciszke (red.) (2002). *Kobiety i mężczyźni: odmienne spojrzenie na różnice*. Gdańsk: GWP.
- Jacher, W. (1998). W: W. Szewczuk. *Encyklopedia psychologii*. Warszawa: Fundacja Innowacja.
- Jaśniewicz, A. (2011). *Aktywne kobiety wielkopolskich wsi*. Konin: Wielkopolskie Stowarzyszenie Sołtysów. Pobrane 29.05.2016 z: http://niewiarowski.pl/kw/dopobrania/publikacje/akww_2011.pdf.
- Jaśniewicz, A. (2012). *Aktywne kobiety podkarpackich wsi*. Konin: Wielkopolskie Stowarzyszenie Sołtysów. Pobrane 29.05.2016 z: http://niewiarowski.pl/kw/dopobrania/publikacje/aktywne_kobiety_2012.pdf.
- Karasiewicz, K., Bata, A., Lewandowski, R. (2006). Dlaczego kobietom trudniej jest odnieść sukces zawodowy? Utajone stereotypy i uprzedzenia wobec kobiet w pracy. W: A. Chybicka, M. Kaźmierczak (red.). *Kobieta w kulturze, kultura w kobiecie*. Kraków: Oficyna Wydawnicza Impuls.
- Knapik, W. (2007). *Aktywność społeczno-zawodowa kobiet wiejskich na przykładzie gminy Trzebinia*. Katowice, praca doktorska. Pobrane 29.05.2016 z: <http://www.sbc.org.pl/Content/7105/doktorat2710.pdf>.
- Lerner, D. (1963). *The Passing of the Traditional Society: Modernizing the Middle East*, Glencoe: Free Press.
- Maccoby, E.E., Jacklin, C.N. (1974). *The psychology of sex differences*. Stanford, C.A: Stanford University Press.
- Maciuszek, J. (1995). Podstawy psychologii sukcesu. W: A. Bańka, R. Derbis (red.), *Pomiar i poczucie jakości życia u aktywnych zawodowo oraz bezrobotnych* (s. 69–74). Poznań–Częstochowa: Środkowoeuropejskie Centrum Ekonomii i Działania Społecznego, Poznań–Lublin.
- Manstead, A.S.R., McCulloch, C., (1981). Sex-role stereotyping in British television advertisements. *British Journal of Social Psychology*, 20, 171–180.
- Mayes, S., Valentine, K. (1979). Sex-role stereotyping in Saturday morning cartoon shows. *Journal of Broadcasting*, 23, 41–51.
- Martnowicz, E. (2006). Natężenie cech składających się na syndrom orientacji prorozwojowej w zależności od płci osób badanych. W: A. Chybicka, M. Kaźmierczak (red.). *Kobieta w kulturze, kultura w kobiecie*. Kraków: Oficyna Wydawnicza Impuls.
- Matuszewicz, C. W: W. Szewczuk (1998). *Encyklopedia psychologii*. Warszawa: Fundacja Innowacja.
- Pratto, F. (2002). Sexual Politics: The gender gap in the Bedroom, the Cupboard and the Cabinet, tłum Wojtych E. W: B. Wojciszke (red.). (2002). *Kobiety i mężczyźni: odmienne spojrzenie na różnice*. Gdańsk: GWP.
- http://rownosc.info/media/uploads/a_raodmap_for_equality.pdf
- Rotter, J.B. (1966). *Generalized expectancies for internal versus external control of reinforcement*. *Psychological Monographs: General and Applied*. 80(1), 1–28, American Psychological Association.
- Sobiecki, R. (red.). (2003). *Podstawy przedsiębiorczości w pytaniach i odpowiedziach. Podręcznik. Praca zbiorowa*. Warszawa: Difin.
- Sullivan, G.L., O'Connor, P.J. (1988). Women's role portrayals in magazine advertising: 1958–1983. *Sex Roles*, 18, 181–188.
- Tajfel, H. (1969). Cognitive aspects of prejudice. *Journal of Social Issues*, 18, 181–188.
- Tyler L. (1947). *The psychology of human differences*. New York: Appleton-Century-Crofts.
- Ward, R.E., Rustow, D.A. (1964). *Political Modernization in Japan and Turkey*, Princeton: Princeton University Press
- Wojciszke, B. (red.) (2002). *Kobiety i mężczyźni. Odmienne spojrzenia na różnice*. Tłum. S. Pikiel, E. Wojtych. Gdańsk: Gdańskie Wydawnictwo Psychologiczne.

Zimbardo, P.G., Ruch, F.L. (1994). *Psychologia i życie*. Tłum. J. Radzicki. Warszawa: PWN.
Zysk, T Orientacja prorozwojowa. W: J. Reykowski, K. Skarżyńska, M. Ziółkowski (red.). *Orientacje społeczne jako element mentalności*. Poznań: Nakom

Zaakceptowano do druku – Accepted for print: 21.02.2017

Do cytowania – For citation:

Grabowska, A. (2016). Być kobietą, być kobietą – spojrzenie okiem psychologa na współczesne funkcjonowanie płci pięknej na wsi [Being a woman, to be a woman – a look at contemporary psychologist functioning of the fair sex in the countryside]. *Problemy Drobnych Gospodarstw Rolnych – Problems of Small Agricultural Holdings*, 4, 41–56. doi: <http://dx.doi.org/10.15576/PDGR/2016.4.41>.