

Rozdział 9

Przeciwdziałanie negatywnym stereotypom zawodowym jako element zarządzania różnorodnością organizacyjną na przykładzie zawodu księgowego

Lena Grzesiak

Zarządzanie różnorodnością dotyczy wielu aspektów zróżnicowania zasobów ludzkich organizacji, także i tych wynikających z odmiennych zawodów wykonywanych przez pracowników. Jednym z zawodów, którego przedstawiciele zatrudnieni są w zasadzie w każdej instytucji, jest księgowy (specjalista do spraw rachunkowości finansowej i zarządczej). Rezultaty badań empirycznych prowadzonych w wielu krajach świata wskazują, że funkcjonują negatywne stereotypy dotyczące tego zawodu. Negatywny stereotyp, niezależnie od tego, czego lub kogo dotyczy, może stanowić przesłankę do zastanowienia się nad możliwościami przeciwdziałania mu. W literaturze polskiej z zakresu psychologii czy zarządzania można co prawda odnaleźć publikacje poświęcone stereotypizacji zawodowej, ale praktycznie wcale nie pisze się o stereotypie księgowego ani o możliwościach przełamywania negatywnego obrazu (wizerunku) tej grupy zawodowej.

Opracowanie przedstawia analizę sposobów aktywnego przeciwdziałania negatywnemu myśleniu o księgowych w kontekście zarządzania różnorodnością organizacyjną.

Zarządzanie różnorodnością zasobów ludzkich i organizacyjny wymiar różnorodności

Różnorodność zasobów ludzkich w organizacji definiowana jest często przez tożsamość człowieka jako członka instytucji. Wskazuje się na trzy wymiary różnorodności zasobów ludzkich: pierwotny, wtórny i organizacyjny (Gajek, 2014: 128–129).

Pierwotny wymiar różnorodności obejmuje cechy psychofizyczne jednostki, kulturę osobistą oraz sposoby myślenia ukształtowane przez rodzinę lub uczestnictwo w procesie edukacji. Wymiar wtórny tożsamości dotyczy głównie statusu materialnego poszczególnych osób, wykształcenia, doświadczenia, zainteresowań czy stanu rodzinnego. Z kolei tożsamość organizacyjna wiąże się przede wszystkim z pozycją i funkcjami, jakie człowiek pełni w organizacji oraz rolami wynikającymi z wykonywanego zawodu.

Niezależnie od jej wymiaru, różnorodność to zespół cech, które różnicują i upodabniają ludzi do siebie. Cechy te mogą być wrodzone lub nabyte (Rawluszko, 2007: 28); widoczne (płeć, wiek) lub nie (stanowisko pracy). Różnice między ludźmi można dostrzec w każdym miejscu pracy. Obecnie przyjmuje się, że różnorodność zasobów ludzkich służy organizacji i stanowi jeden z czynników jej wzrostu (Herriot, Pemberton, 1995). Z kolei niedocenywanie różnic między ludźmi, związane z funkcjonowaniem w organizacji negatywnych stereotypów dotyczących pracowników bądź ich grup, może osłabiać pozycję konkurencyjną firmy.

Jedna z definicji zarządzania różnorodnością określa ją jako proces kierowania i komunikacji dostrzegający różnice między ludźmi. To świadome rozwijanie strategii, programów i polityk tworzących klimat szacunku dla różnic (Brdulak, 2009: 1–2). Celem zarządzania różnorodnością jest świadome wykorzystanie zróżnicowanego potencjału wszystkich pracowników oraz wyrównywanie ich szans, głównie przez tworzenie przyjaznego miejsca pracy. Do tworzenia nietolerancyjnych postaw w miejscu pracy mogą przyczyniać się stereotypy, przede wszystkim te o negatywnym wydźwięku.

Stereotyp: uproszczone pojmowanie rzeczywistości

Termin „stereotyp” pochodzi od greckich słów: „stereós” (‘stężyły, twardy’) oraz „typos” (‘wzorzec, odcisk’) (Białopiotrowicz, Kojkoł, 2010: 185). Po raz pierwszy został on użyty przez W. Lippmanna w książce *Public Opinion* w roku 1922 (Schneider, 2005: 8).

Stereotyp to „subiektywne determinowane wyobrażenie przedmiotu, obejmujące zarówno cechy opisowe, jak i wartościujące obraz oraz będące rezultatem interpretacji rzeczywistości w ramach społecznych modeli poznawczych” (Bartmiński, 1998: 64, za: Tambor, 2008: 24). Stereotyp jest więc pewnym społecznym wyobrażeniem (tabela 1).

Stereotyp to szczególnie rodzaj uproszczonej informacji o charakterystycznych cechach i pełnionych funkcjach, służącej kategoryzowaniu ludzi. Ce-

chy te są przypisywane wszystkim osobom, które należą do tej samej kategorii, co ma ułatwić postępowanie z jej członkami. Stereotypy mogą mieć dwa wymiary: kulturowy (rozpowszechnione w kulturze wzorce) i indywidualny (przekonania jednostki na temat pewnej grupy). Stereotyp obejmuje nie tylko grupę społeczną (w tym zawodową), lecz również pojedynczego jej członka (Tambor, 2008: 25). Stereotyp może być całkowicie sprzeczny z faktami lub częściowo (bądź całkowicie) odpowiadać prawdzie (Berting, Villain-Gandossi, 1995, za: Nowak, 1999: 109). Stereotyp jest obrazem ugruntowanym i utrwalonym w świadomości wielu osób (jest automatycznie wzbudzany) i narzuca pewną wizję, która może dotyczyć cech negatywnych, jak również pozytywnych i neutralnych (Szczurkiewicz, 1970: 394, za: Jarosz, 1991: 99).

Tabela 1. Stereotyp i jego charakterystyka (cechy, funkcje, przykłady)

Stereotyp	Generalizuje rzeczywistość i jest schematyczny
	Kolektywny
	Jego korzenie tkwią w niewiedzy
	Może być pozytywny i negatywny
	Nie wywołuje gwałtownych emocji
	Ma ograniczony poznawczo charakter
	Jest przekazywany jednostce przez środowisko społeczne
	Jest skierowany na grupy społeczne lub na jednostkę (jako członka tej grupy) – ma społeczny charakter
	Jest spójny – stwarza wrażenie obiektywnego
	Cechuje go subiektywna pewność i uproszczona percepcja
	Jest werbalny
	Jest względnie trwałe
Pełni funkcję	Porządkującą posiadane informacje
	Kształtującą brakujące dane
	Redukującą dysonans poznawczy
	Psychologiczną
	Manipulacyjną – stereotyp to nośnik jednostronnej, specyficznej informacji
	Unifikacyjną – stereotypizowana grupa przez zewnętrznych obserwatorów postrzegana jest jako wewnętrznie jednorodna; sama grupa zaś postrzega siebie jako wewnętrznie zróżnicowaną
Najczęstsze grupy stereotypów	Zbiorowości etniczne
	Zbiorowości rasowe
	Zbiorowości narodowe
	Zbiorowości polityczne

Źródło: opracowanie własne na podstawie Berting, Villain-Gandossi, 1995, za: Nowak, 1999; Wójtowicz, 2007: 395–400; Welskop, 2009: 197–200.

Stereotyp w miejscu pracy

Miejsce pracy sprzyja powstawaniu stereotypów (Kray, Shirako, 2009: 173), które mogą rodzić konflikty i wpływać na relacje w pracy przez nieprzyjazną atmosferę czy dezorganizację zadań. Stereotyp grup zawodowych jest pochodną różnorodności w wymiarze organizacyjnym, odnosząc się do społecznie postrzeganych ról i przekonań dotyczących wyróżników danej grupy. Stereotyp wzmacnia tożsamość grupy (podział na „swoich” oraz „obcych”), sprzyjając powstawaniu szkodliwych podziałów wewnątrz organizacji. Mogą one mieć negatywny wpływ na uczucia i zachowania pracowników, a z czasem nawet usprawiedliwiać ich niektóre szkodliwe zachowania (Jarosz, 1991: 99). Rozpraszają również uwagę i mogą prowadzić do zmniejszenia wysiłku (Roberson, Kulik, 2007: 25–29) czy nawet skrycie niszczyć produktywność pracowników (Solovic, 2010).

Stereotypy dotyczą różnych zawodów. W Polsce przeprowadzono badania na temat takich grup zawodowych jak: psychologów (Szybińska, Mroczkowska, Toeplitz, 2004), pielęgniarki (Włodarczyk, Tobolska, 2011), bibliotekarze¹. Tej ostatniej grupie poświęcono stosunkowo najwięcej badań. Grupa księgowych zdaje się być tutaj zaniedbywana² – istnieje luka badawcza, ponieważ brak jest opracowań dotyczących stereotypu księgowego.

Stereotypizacja zawodu księgowego

Tradycyjny księgowy jest w literaturze zagranicznej określany jako *bean counter* (np. Pickering, Byrnes, 2016; Baldvinsdottir, Burns, Nørreklit, Scapens, 2009). Jego polskim odpowiednikiem jest „liczykrupa”³, a więc słowo o pejoratywnym wydźwięku. Poniższe zestawienie prezentuje cechy „typowych” księgowych, ustalone w wyniku badań przeprowadzonych na świecie (tabela 2).

1 Tę grupę zawodową bada się z ciekawych perspektyw, analizując na przykład wizerunek bibliotekarza w wybranych współczesnych utworach literackich (Delimat, 2012) lub nawet na podstawie grafik Google (Kwiecień, Langer, 2013).

2 Do grudnia 2016 roku w Polsce przeprowadzono tylko jedno badanie nad stereotypem księgowego, więcej: Wójtowicz, Artienwicz, 2016.

3 Określenie to przyjęło się jako synonim księgowego. Jedna z definicji liczykropy została przedstawiona przez Pattersona (2015: 205): „liczykrupa to humorystyczne, a czasami pejoratywne określenie księgowego lub każdej osoby opanowanej obsesją na punkcie liczb (źródłosłów z USA) [...]”.

Tabela 2. Wybrane charakterystyki księgowego

Charakter cech		
Pozytywny	Neutralny	Negatywny
Godny zaufania	Bezstronny	Bez poczucia humoru
Obiektywny	Ekspresyjny	Bez wyrazu
Odpowiedzialny	Konserwatywny	Biurokrata/urzędas
Pewny (taki, na którym można polegać)	Nieśmiały	Brak umiejętności społecznych
Porządny/przywoity	Oportunistyczny	Chciwy
Respektujący prawo	Ostrożny	Liczykrupa
Uczciwy	Roztropny	Monotonny
Wykształcony	Ryzykowny	Niedopasowany/oderwany do społeczeństwa
Zaufany, można mu zaufać	Stateczny	Niekompetentny
Zdyscyplinowany	Towarzyski	Nieprofesjonalny
Zorientowany na detale		Niezdolny do wyjścia poza utarte schematy
		Nudny
		Ograniczony
		Powściągliwy
		Pozbawiony radości
		Pozbawiony wyrazu
		Przypomina nieudacznika
		Skłonny do kryminalistycznych zachowań
		Skorumpowany
		Z wiecznie posępną miną
		Zaniedbany
		Zły
		Zorientowany krótkoterminowo

Źródło: opracowanie własne na podstawie: Costa, Weffort, Cia, 2011; Dimnik, Felton, 2006: 129–155; Bougen, 1994, za: Albu, Albu, Gîrbină, Sandu, 2011: 670–671; Smith, Jacobs, 2011.

Badania nad stereotypem księgowego nie dały jednoznacznego obrazu przedstawiciela tej grupy zawodowej. Choć ich wyniki wskazują, że najwięcej cech przypisywanych księgowym ma charakter negatywny, istnieją również pozytywne oraz stosunkowo neutralne. Interesującym faktem jest wyróżnienie kilku⁴ „podstereotypów” księgowego. Obok baranków i tygrysów (Dimnik, Felton, 2006: 129–155) pojawia się również księgowy marzyciel, wół roboczy⁵, ekscentryk, bohater i czarny charakter (Dimnik, Felton, 2006: 129–155).

4 Innym przykładem podziału stereotypu księgowego są: osoba komicznie nieudolna, dysfunkcyjny odmieniec, złożony charakter i profesjonalny ekspert. Więcej: Beard, 1994: 308–318.

5 W oryginale ten typ księgowego został określony jako *plodder*. Internetowy słownik Oxford określa tę osobę jako: pracującą wolno i systematycznie, ale bez wyobraźni (<http://www.ox->

Księgowy jako „baranek” jest konserwatywny i wstydlivy, ale też zainteresowany szczegółami, w przeciwieństwie do księgowego „tygrysa” – śmiałego, ekspresyjnego i towarzyskiego.

Spośród księgowego w roli marzyciela, wołu roboczego, bohatera i czarnego charakteru tylko żywiołowy i energiczny ekscentryk nie jest konwencjonalny. Bohater nie jest zawadiackim poszukiwaczem przygód, jest zwyczajną osobą, potrafiącą jednak sprostać wyzwaniu. Wół roboczy z kolei ciężko pracuje w nudnej pracy, żmudnie (ale z oddaniem) wykonując swoje obowiązki. Jest typem introwertyka i samotnika, podobnie jak marzyciel, który żyje naiwnym życiem, nie mając podejścia realistycznego. Czarny charakter jest często nikim więcej jak zwykłym oszustem, który bezlitośnie pędzi do przodu. Ten typ księgowego, podobnie jak bohater, często ma skłonności przywódcze.

Przeciwagą dla powyższych negatywnych określeń (tylko bohater ma pozytywny wydźwięk) może być barwny księgowy (ang. *colourful accountant*). Wydaje się być on najbardziej trendy spośród wszystkich wymienionych powyżej kategorii: jest bardziej towarzyski i rozrywkowy, ale jednocześnie bardziej chciwy i skłonny do wyzyskiwania innych (Jeacle, 2008).

Analizy stereotypów były prowadzone nie tylko metodami „tradycyjnymi”, ilościowymi (ankieta) czy jakościowymi (wywiad). Korzystały one głównie z nietypowych danych zastanych, prezentowanych w filmach (Beard, 1994; Smith, Briggs, 1999: 28–30; Dimnik, Felton, 2006: 129–155), żartach (Bougen, 1994, za: Albu, Albu, Gîrbină, Sandu, 2011: 670–671), artykułach prasowych (Friedman, Lyne, 2001, za: Albu, Albu, Gîrbină, Sandu, 2011: 670–671) czy nawet piosenkach (Smith, Jacobs, 2011).

Zawód księgowego jest przedmiotem wielu żartów, satyr czy nawet drwin, które odzwierciedlone są na przykład w mass mediach – i to one stanowią częste źródło informacji dla badań nad stereotypem księgowego. Niewiele natomiast pisze się o przeciwdziałaniu negatywnym stereotypom zawodowym.

Sposoby przełamывania negatywnego stereotypu księgowego

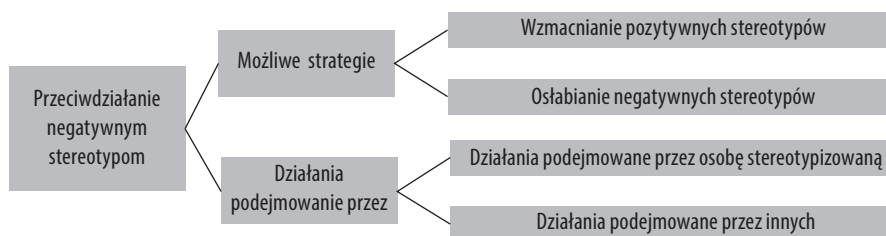
Stereotypowe myślenie może prowadzić do niesprawiedliwych osądów, ponieważ osoba stereotypizowana może odbiegać od stereotypu swojej grupy zawodowej (nietrafność stereotypu). Fakt ten musi zostać uwzględniony w działaniach podejmowanych w celu osłabiania negatywnych stereotypów.

fordlearnersdictionaries.com/definition/english/plodder?q=plodder). Uznano, że określenie „wół roboczy” będzie najlepszym tłumaczeniem.

Przełamywanie negatywnych stereotypów zawodowych oznacza eliminowanie opinii powstających na podstawie uproszczonych struktur poznawczych i myślowych, ponieważ nadmierna generalizacja i schematyzm mogą skutkować osądami, które nie zawsze są zgodne z prawdą. Stereotypy nie zawsze są prawdziwe, ale i nie zawsze muszą też być fałszywe; mogą mieć wydźwięk negatywny, pozytywny, ale i neutralny; nie zawsze są też powszechnie podzielane.

W ogólnym mniemaniu nudne, niewesołe i pełne narzekań życie zawodowe księgowych przekłada się na ich życie prywatne. Ta opinia nie pojawiła się znikąd, lecz została ukształtowana i utrwalona przez istniejący stereotyp księgowego. Wyeliminowanie go staje się koniecznością, zwłaszcza że stanowisko księgowego funkcjonuje w większości organizacji.

Przewycięzanie stereotypów wymaga zaangażowania, energii oraz wykazania korzyści, jakie dzięki temu można osiągnąć. Wymaga to współpracy osób dotkniętych stereotypem. Przeciwdziałanie stereotypom opiera się na wzmacnianiu (tworzeniu) pozytywnych skojarzeń bądź osłabianiu negatywnych. Wszystkie działania służące eliminowaniu stereotypów powinny zmierzać do zmiany wiedzy, przekonań i oczekiwań stawianych grupom zawodowym, przez inicjatywy wyjaśniające i podkreślające znaczenie pracy księgowego (rysunek 1).



Rysunek 1. Wybrane sposoby przeciwdziałania negatywnym stereotypom

Źródło: opracowanie własne.

Jednym ze sposobów walki ze stereotypem może być „celebrowanie różnorodności zawodowej” przez dopasowywanie pracowników do specyfiki ich zadań, tak aby organizacja mogła lepiej wykorzystać ich potencjał.

Promowanie działań uświadamiających pracownikom szkodliwość ocen opartych na stereotypach umożliwi osiągnięcie różnych korzyści związanych z przełamywaniem negatywnych stereotypów. Korzyści te mogą dotyczyć samych pracowników oraz całej organizacji. Podejście „zero negatywnych stereotypów” może zwiększyć integrację pracowników oraz ich zadowolenie i satysfakcję z pracy dzięki innemu spojrzeniu pracowników na firmę – będzie

ona już nie tylko miejscem zarobkowania, ale też środkiem do realizowania innych celów życiowych. Likwidowanie barier wynikających ze stereotypów może być czasochłonne, ale pozytywne wyniki tego procesu, na przykład wyrównanie szans awansu zawodowego, mogą być szybko widoczne.

Do „obumarcia” stereotypu księgowego może przyczynić się też edukacja, w tym lepsze dopasowane treści kształcenia (zawodowego czy akademickiego) do współczesnych wyzwań stawianych temu zawodowi. Przeciwdziałanie stereotypowi księgowego może mieć wpływ na wybór ścieżki kształcenia przez przyszłych specjalistów ds. rachunkowości. W zapobieganiu stereotypowemu myśleniu o księgowych kluczowa może okazać się rola Stowarzyszenia Księgowych w Polsce, najstarszej i największej polskiej organizacji skupiającej przedstawicieli środowiska specjalistów związanych z rachunkowością i finansami (<http://www.skwp.pl/O,Stowarzyszeniu,32.html>), która zdaje sobie sprawę z konieczności podjęcia dyskusji nad przyszłością tego zawodu. Stowarzyszenie Księgowych w Polsce jest partnerem projektu „Księgowi Przyszłości”. Jednym z jego celów jest wykorzenienie negatywnego stereotypu księgowego. Projekt ten powstał w odpowiedzi na zmiany wynikające z deregulacji⁶ zawodu księgowego⁷. Inne przykłady działań skierowanych przeciwko negatywnym stereotypom zostały zaprezentowane poniżej (tabela 3).

Wiedza o stereotypie różni się od wierzeń zgodnych z tym stereotypem. Stereotyp istniał, istnieje i zapewne istnieć będzie nadal, także w miejscu pracy. Przeciwdziałanie stereotypom powinno uczyć odrzucania ślepej wiary w stereotyp i wyciągania opinii tylko na podstawie obiektywnych przesłanek.

„Księgowy – to brzmi dumnie”⁸, bo to zawód pasjonujący⁹. Przynajmniej dla tych, dla których księgowość to stan ducha i powołanie, a nie tylko zawód. Istnienie negatywnego stereotypu księgowego wydaje się negować stwierdzenie J. Goethego, że „rachunkowość to jeden z najdoskonalszych wynalazków ludzkiego umysłu” (za: Artienwicz, 2012: 147).

Stereotypy wydają się być nieuniknione, ponieważ są ugruntowanymi obrazami grup społecznych, w tym grup zawodowych. W literaturze zagranicznej stereotyp księgowego jest dość dobrze zbadany, natomiast w Pol-

6 Deregulacja zniosła między innymi konieczność posiadania uprawnień do usługowego prowadzenia ksiąg rachunkowych.

7 <http://www.księgowiprzyszłości.pl/o-projekcie> [dostęp: 22.01.2017].

8 Parafraza słów Maksima Gorkiego: „człowiek – to brzmi dumnie”.

9 Autorka zdaje sobie sprawę, że z uwagi na jej identyfikację z zawodem księgowego przedstawione opracowanie może mieć wydźwięk nieco emocjonalny. Ma jednak nadzieję, że udało jej się zachować neutralność naukową.

sce nie prowadzi się wzmoczonych badań w tym obszarze. Szkoda, zwłaszcza że podjęta tematyka jest ważna z uwagi na mający obecnie miejsce okres przemian dokonujących się w obrębie tego zawodu, a to nie pozostaje bez wpływu na wizerunek całej grupy. Autorka zamierza w przyszłości zbadać, czy w Polsce istnieje stereotyp księgowego, jaki jest jego charakter (pozytywny czy negatywny) oraz intensywność.

Tabela 3. Działania w ramach zapobiegania negatywnym stereotypom

Podmiot realizujący działanie	Przykłady działań
Osoba będąca przedmiotem stereotypu	Zachęcanie do utożsamiania się osoby stereotypizującej z osobą stereotypizowaną
	Ukazywanie rozbieżności między obrazem (zachowaniem) idealnym a realnym
Osoba niebędąca przedmiotem stereotypu	Uświadamianie, że wszelkie różnice są wyrazem naturalnej różnorodności społecznej
	Podkreślanie pozytywnych cech osoby stereotypizowanej
	Rozpowszechnianie pozytywnych opinii osób trzecich (autorytetów) o osobie stereotypizowanej
	Motywowanie podmiotu stereotypu do usunięcia tej niezgodności
	Prezentowanie szerokich informacji dotyczących większej liczby osób (reprezentatywnych) będących przedmiotem stereotypu, które mają charakter niepotwierdzający
Działania podejmowane wspólnie przez obie grupy	Podkreślanie pozytywnych aspektów osoby stereotypizowanej
	Wskazywanie na potrzebę współzależności i współpracy
	Rozwijanie znajomości i więzi między członkami obcych, nieprzyjaznych grup
	Rozpowszechnianie pozytywnego wizerunku osób stereotypizowanych w społeczeństwie
	Poznanie, ograniczanie i zwalczanie źródeł nieufności, zagrożenia, wrogości, konfliktów międzygrupowych
	Działania edukacyjne

Źródło: opracowanie własne.

Dogłębna znajomość teorii i badań dotyczących stereotypu księgowego pozwoliła autorce przeprowadzić wnikliwą analizę zjawiska stereotypizacji tej grupy zawodowej. Wyniki zagranicznych badań zachęcają do rewizji wynikającego ze stereotypizacji obrazu księgowego na gruncie polskim.

Niniejsze opracowanie ma charakter eksploracyjny i stanowi próbę przedstawienia wizerunku księgowych jako środowiska i grupy zawodowej w kontekście różnorodności organizacyjnej. Przybliży ono występujący w literaturze zagranicznej stereotyp księgowego, ponieważ w polskiej literaturze wciąż niewiele jest artykułów poświęconych stereotypowi tej grupy zawodowej. Wskazana w opracowaniu luka badawcza sugeruje potrzebę przeprowadzenia rzetelnych badań empirycznych, zwłaszcza że stereotypy dotyczące różnorodnych grup społecznych i zawodowych zdążyły się już utrwalić. Opracowanie charakteryzuje stereotyp księgowego i opisuje sposoby przeciwdziałania

negatywnym stereotypom zawodowym, a dzięki teoretycznej metaanalizie umożliwia także dalszą systematyzację wiedzy na temat wizerunku (obrazu) księgowego.

Podsumowanie

Stereotypy są ugruntowanymi i automatycznie wzbudzonymi obrazami grup społecznych, w tym grup zawodowych. Niezbędny niemal w każdej organizacji zawód księgowy (specjalisty do spraw rachunkowości finansowej i/lub zarządczej) także posiada „swój” stereotyp. Wyniki światowych badań empirycznych pokazują, że oprócz pozytywnych i neutralnych wizerunków tego zawodu występują też obrazy o konotacji negatywnej, co stanowić może przesłankę do zastanowienia się nad możliwościami przeciwdziałania im. Natomiast w literaturze polskiej można odnaleźć publikacje poświęcone stereotypizacji zawodowej, ale praktycznie wcale nie pisze się o stereotypie księgowego ani też o możliwościach przełamania jego negatywnego wizerunku.

Tematem przewodnim tego rozdziału była analiza sposobów aktywnego przeciwdziałania negatywnemu myśleniu o księgowych w kontekście zarządzania różnorodnością organizacyjną. Jako przykłady możliwości przełamania negatywnych stereotypów wskazano rozpowszechnianie pozytywnego wizerunku tego zawodu i działania edukacyjne.

Bibliografia

- Albu N., Albu C.N., Gîrbină M.M., Sandu M.I. (2011), *A Framework for the Analysis of the Stereotypes in Accounting*, „International Journal of Social, Behavioral, Educational, Economic, Business and Industrial Engineering”, no. 5/5.
- Art-n-witch, blog N. Artienwicz, <http://art-n-witch.pl/wariacje/> [dostęp: 8.12.2016].
- Artienwicz N. (2012), *O symetrii i harmonii w rachunkowości*, „Zarządzanie i Finanse”, nr 10/4, cz. 3.
- Baldvinsdottir G., Burns J., Norreklit H., Scapens R.W. (2009), *The image of accountants: form bean counters to extreme accountants*, „Accounting, Auditing & Accountability Journal”, vol. 22, issue 6.
- Bartmiński J. (1998), *Podstawy lingwistycznych badań nad stereotypem na przykładzie stereotypu matki*, [w:] J. Anusiewicz, J. Bartmiński (red.), *Język a kultura. Stereotyp jako przedmiot lingwistyki. Teoria, metodologia, analizy empiryczne*, t. 12, Towarzystwo Przyjaciół Polonistyki Wrocławskiej, Wrocław.
- Beard V. (1994), *Popular culture and professional identity: Accountants in the movies*, „Accounting, Organizations and Society”, no. 19/3.

- Berting J., Villain-Gandossi C. (1995), *Rola i znaczenie stereotypów narodowych w stosunkach międzynarodowych: podejście interdyscyplinarne*, [w:] T. Walas (red.), *Narody i stereotypy*, Międzynarodowe Centrum Kultury, Kraków.
- Białopiętrowicz E., Kojkoł J. (2010), *Stereotypy i uprzedzenia w środowisku studentów Akademii Marynarki Wojennej*, „Zeszyty Naukowe AMW”, R. LI, nr 4(183).
- Bougen P.D. (1994), *Joking apart: The serious side to the accountant stereotype*, „Accounting, Organizations and Society”, no. 19/3.
- Brdulak H. (2009), *Zarządzanie różnorodnością jako model biznesowy*, „Kobieta i Biznes”, nr 1–4.
- Costa A.P.P., Weffort E.J.F., Cia J.S. (2011), *Accountant and accounting beyond jokes: an analysis of cartoons (1925–2003). Critical Perspectives on Accounting*, EUA, Florida, https://elsevier.conference-services.net/resources/247/2182/pdf/CPAC2011_0101_paper.pdf [dostęp: 1.12.2016].
- Delimat A. (2012), *Wizerunek bibliotekarza w wybranych współczesnych utworach literackich*, „Podkarpackie Studia Biblioteczne”, nr 1.
- Dimnik T., Felton S. (2006), *Accounting stereotypes in movies distributed in North America in the twentieth century*, „Accounting, Organizations and Society”, no. 31.
- Friedman A.L., Lyne S.R. (2001), *The beancounter stereotype: towards a general model of stereotype generation*, „Critical Perspectives on Accounting”, no. 12.
- Gajek K. (2014), *Zarządzanie różnorodnością w polskich organizacjach*, [w:] M. Stor, A. Fornalczyk (red.), „Prace Naukowe Uniwersytetu Ekonomicznego we Wrocławiu”, nr 350. *Sukces w zarządzaniu kadrami. Różnorodność w zarządzaniu kapitałem ludzkim – podejścia, metody, narzędzia. Problemy zarządczo-psychologiczne*, Wydawnictwo Uniwersytetu Ekonomicznego we Wrocławiu, Wrocław.
- Herriot P., Pemberton C. (1995), *Competitive advantage through diversity: Organizational learning from difference*, Sage Publications Inc., Thousand Oaks.
<http://www.ksiegowiprzyszlosci.pl/o-projekcie> [dostęp: 22.01.2017].
<http://www.oxfordlearnersdictionaries.com/definition/english/plodder?q=plodder> [dostęp: 18.03.2017].
<http://www.skwp.pl/O,Stowarzyszeniu,32.html> [dostęp: 16.12.2016].
- Jarosz D. (1991), *Przegląd badań. Uwagi o polskiej literaturze naukowej na temat stereotypów*, „Dzieje Najnowsze”, R. XXIII, nr 2.
- Jeacle I. (2008), *Beyond the boring grey: The construction of the colourful accountant*, „Critical Perspectives on Accounting”, no. 19.
- Kray L.J., Shirako A. (2009), *Stereotype Threat in Organizations: An Examination of its Scope, Triggers, and Possible Interventions*, http://www.haas.berkeley.edu/groups/online_marketing/facultyCV/papers/kray_paper2011_3.pdf [dostęp: 1.12.2016].
- Kuchta A., *Zawód księgowego wymaga podwyższenia kwalifikacji, rozmowa z J. Konięckim, wiceprezesem Zarządu Głównego SKwP*, <http://ksiegowosc.infor.pl/rachunkowosc/zasady-ogolne/743115,Zawod-ksiegowego-wymaga-podwyzszania-kwalifikacji.html> [dostęp: 10.12.2016].
- Kwiecień S., Langer B. (2013), *Międzynarodowy wizerunek bibliotekarza w google grafika: polski, angielski, niemiecki*, „Biuletyn Biblioteki Głównej Politechniki Śląskiej”, nr 3.
- Nowak W. (1999), *Teoretyczne i metodologiczne problemy badań stereotypów*, Wydawnictwo Naukowe UAM, Poznań.
- Patterson R. (2015), *Kompendium terminów z zakresu rachunkowości po polsku i angielsku. Compendium of Accounting in Polish & English*, Ministerstwo Finansów, Warszawa.
- Pickering M.E., Byrnes V. A. (2016), *The Changing Role of Management Accountants in a Lean Enterprise – From ‘Bean Counter’ to Delivering Customer Value Cost Management*, https://works.bepress.com/mark_pickering/17/ [dostęp: 24.12.2016].

- Rawluszko M. (2007), *Polityka równych szans a zarządzanie różnorodnością*, [w:] *Przewodnik dobrych praktyk. Firma równych szans*, Gender Index, UNDP, EWUAL, Warszawa.
- Roberson L., Kulik C.T. (2007), *Stereotype threat at work*, „Academy of Management Perspectives”, no. 21(2).
- Schneider D. (2005), *The psychology of stereotyping*, The Guilford Press, London.
- Smith D., Jacobs K. (2011), *Breaking up the sky. The characterization of accounting and accountants in popular music*, „Accounting, Auditing & Accountability Journal”, no. 24(7).
- Smith M., Briggs S. (1999), *From bean-counter to action hero: changing the image of the accountant*, „Management Accounting”, no. 77(1).
- Solovic S.W. (2010), *Workplace Stereotyping: A Silent Productivity Destroyer*, „The Huffington Post”, http://www.huffingtonpost.com/susan-wilson-solovic/workplace-stereotyping-a_b_564233.html [dostęp: 12.12.2016].
- Szczurkiewicz T. (1970), *Studia socjologiczne*, PWN, Warszawa.
- Szybińska K., Mroczkowska D., Toeplitz Z. (2004), *Obraz psychologa w oczach nie psychologów*, „Przegląd Psychologiczny”, t. 47, nr 2.
- Tambor J. (2008), *Stereotyp i prototyp – znaczenia terminów*, „Postscriptum Polonistyczne”, nr 1(1).
- Welskop W. (2009), *Edukacja międzykulturowa – relacje między stereotypem, uprzedzeniem społecznym i stygmatyzacją*, [w:] B. Skulska (red.), *Procesy globalizacyjne w gospodarce światowej*, WSZ „Edukacja”, Wrocław.
- Wilson R.M.S. (2014), *The Routledge Companion to Accounting Education*, Routledge, Oxen.
- Włodarczyk D., Tobolska B. (2011), *Wizerunek zawodu pielęgniarki z perspektywy lekarzy, pacjentów i pielęgniarek*, „Medycyna Pracy”, nr 62(3).
- Wójtowicz N. (2007), *Pojęcie i funkcjonowanie stereotypu. Dychotomiczny obraz masona ze szczególnym uwzględnieniem autostereotypu polskich „braci” u progu II RP*, „Musica Sacra Nova”, nr 1(1).
- Wójtowicz I., Artienwicz N. (2016), *Stereotyp księgowego w oczach księgowych oraz studentów rachunkowości*, „Rachunkowość”, nr 12.