

FORTÆLLINGER OM FIRMA, FAMILIE OG FRIHED

*Specialeafhandling med fokus på kvinder der arbejder som selvstændige indenfor
skønhedsbranchen samt den politiske diskurs vedrørende iværksætteri.*



**ROSKILDE UNIVERSITET
ROSKILDE UNIVERSITET**

TITELBLAD

Roskilde Universitet

Specialeafhandling i Socialvidenskab, 2018

UNDERSØGELSENS TITEL:

FORTÆLLINGER OM FIRMA, FAMILIE OG FRIHED

FORFATTER

Helene Hedegaard
Studienummer: 59576

ANSLAG:

182.826

VEJLEDER

Lektor Karen Sjørup
Institut for Samfund og Globalisering

NORMAL SIDER

76,2

FORORD

Denne undersøgelse er udarbejdet af Helene Hedegaard i forbindelse med sin specialeafhandling i foråret 2018. Specialeafhandlingen er den afsluttende opgave efter to års studier på kandidatuddannelsen i socialvidenskab og psykologi på Roskilde Universitet. Undersøgelsen er forankret i socialvidenskab med fokus på kvinder, der arbejder som selvstændige indenfor skønhedsbranchen. I specialet tages der udgangspunkt i disse kvinders oplevelser af at dyrke en livsform som selvstændig og deres oplevelser af, at balancere et familieliv ved siden af deres virksomhed. Samtidigt sættes der ligeledes et fokus på den politiske diskurs vedrørende iværksætteri, samt hvilken betydning denne diskurs kan have for individer, der vælger en livsform som selvstændig.

Ved udarbejdelsen af specialet har fire kvinder, der arbejder som selvstændige indenfor forskellige områder af skønhedsbranchen, deltaget i min undersøgelse. Jeg vil gerne sige tak til de fire kvinder for at give sig tid til, at fortælle deres historier og erfaringer med at balancere et liv som selvstændige erhvervsdrivende, samtidigt med at de stifter familie.

Ligeledes vil jeg gerne sige tak til min specialevejleder Karen Sjørup for gode diskussioner, støtte og vejledning vedrørende min undersøgelse.

UNDERSØGELSENS DESIGN

ABSTRACT

ξ

INDHOLDSFORTEGNELSE

ξ

BEGREBSAFKLARING

ξ

INDLEDNING

ξ

TEORI

ξ

METODE

ξ

ANALYSE

ξ

DISKUSSION

ξ

KONKLUSION

ξ

PERSPEKTIVERING

ξ

LITTERATURLISTE

ξ

BILAG

ABSTRACT

This study aims to answer the research question: *How do females who are self-employed in the beauty industry manage to balance work and family life? How do these women handle economic and market-related uncertainties in their business and to what extent can political discourse affect the motivation of these women in relation to create their own business?*

This thesis is based on four women, who all work in the beauty industry with different subject areas and their stories and experiences of being self-employed. These stories are obtained through interviews. Furthermore, to understand the political discourses regarding entrepreneurship, political utterances where entrepreneurship is the subject is included. The thesis has a social-constructivist scientific theoretic point of view, which emphasizes that individuals are influenced by their surroundings and social constructions. In addition, the approach to the study's data is inspired by the approach '*Grounded Theory*'. This means, that the study places emphasis on empirics being the guideline for the study's focus area, while being supplemented by four different theoretical frameworks. The theoretical frameworks are as follows: '*Forms of Life*', including the self-employed way of life, the career-based way of life, the form of life for wage earners and the housewife way of life. Furthermore, it is Arlie Hessel's narrative theory of '*Work versus Home*', Guy Standing's description of the '*Preachariat*' and Norman Fairclough's '*Critical Discourse Analysis*'.

The analysis for this thesis contributes with different perspectives, all of which are parts of the life as self-employed within the beauty industry. The analysis focuses on what motivates women to become self-employed, how they perceive and handle the pressure of work, how they deal with financial and market-oriented uncertainties, how they balance work while having a family, and whether these women experience taking time off from work. Also, the analysis focuses on discourse analysis, and how the language determines our understanding of different constructions and phenomena in society, and not least of our understanding about our gender and ourselves. How political discourse promotes a specific form of entrepreneurship and the consequences it may have is also included in the analysis.

In conclusion, the study provides knowledge that women manage to balance work and family life, by being structured, flexible, and by collaborating with their partners. These women manage to handle financial and market-oriented uncertainties by continuing their education and by staying updated in their field of work. Furthermore, it is concluded that a special discourse is being cultivated when talking of entrepreneurship and that this discourse can be changed.

INDHOLDSFORTEGNELSE

BEGREBSAFKLARING	9
SKØNHEDSBRANCHEN.....	9
PRIVATØKONOMI	9
SELVSTÆNDIGE // IVÆRKSÆTTERE.....	9
KONSTRUKTION	10
POLITISK DISKURS.....	10
FRITID // FAMILIETID.....	10
NICHE	10
1. INDLEDNING	12
1.2 MOTIVATION	12
1.3 PROBLEMFELT – STATE OF THE ART	15
1.3.1 STATE OF THE ART	15
1.3.2 UNDERSØGELSEN VIDERE.....	18
1.3.3. PROBLEMFORMLERING	19
1.3.4 ARBEJDSSPØRGSMÅL	19
1.4 AFGRÆNSNING	20
2. TEORI	22
2.1 SOCIALKONSTRUKTIVISME	22
2.2 BAGGRUND FOR VALG AF TEORI	24
2.3 LIVSFORMER	26
2.4 WHEN WORK BECOMES HOME OG VICE VERSA	27
2.5 PREKARIATET	28
2.6 DISKURSER	29
3. METODE	32
3.1 CASEPRÆSENTATION	33

3.1.1 FRISØRERNE.....	33
3.1.2 VIPPE- OG BRYNSLYLISTEN.....	34
3.1.3 KOSMETOLOGEN.....	34
3.1.4 DEN POLITISKE DISKURS VEDRØRENDE IVÆRKSÆTTERI - ERHVERVS- OG VÆKSTMINISTEREN.....	35
3.2 DATAINDSAMLING	36
3.2.1 INTERVIEWS.....	36
3.2.2 YOUTUBE KLIP OG UDSPIL	38
3.3 GROUNDED THEORY	39
3.4 DATABEHANDLING.....	40
3.5 VALIDITET.....	42
3.6 ETISKE OVERVEJELSER.....	44
3.7 HVAD SKER DER I ANALYSEN?	44
4. ANALYSE.....	46
4.1 LIVET SOM SELVSTÆNDIG – EN NUANCERET FORTÆLLING.....	47
4.1.1 SELVSTÆNDIG – THE DRIVE.....	51
4.1.2 DET SELVSTÆNDIGE PLEASERGEN.....	53
4.1.3 ER DE SELVSTÆNDIGE KVINDER I KØNSTRADITIONELLE PARFORHOLD?.....	55
- EN GANG HUSMOR, ALTID HUSMOR?.....	55
4.2 ARBEJDET VERSUS FAMILIEN // FAMILIEN VERSUS ARBEJDET.....	57
4.2.1 HVAD BETRAGTES SOM ARBEJDE?.....	58
4.2.2 HVOR PASSER FAMILIEN IND?	60
4.3 DE SELVSTÆNDIGE I PREKARIATET –USIKKERHEDEN OG KONKURRENCEN.....	62
4.3.1 ER DER SÅ ET STØRRE ARBEJDSPRES VED AT VÆRE SELVSTÆNDIG?	65
4.4. HVORDAN ER DEN POLITISKE DISKURS vedrørende IVÆRKSÆTTERI?	66
4.4.1 DEN ÅBENLYSE YTRING – HVORDAN ITALESÆTTES IVÆRKSÆTTERI?.....	67
4.4.2 DET SOM FREMHÆVES, STJÆLER FOKUS.....	71
4.5 OPSUMMERING AF ANALYTISKE FUND	74

5. DISKUSSION	75
5.1 HEGEMONISK KAMP OM DEN GÆLDENDE IDEOLOGI INDENFOR DEN POLITISKE DISKURS OM IVÆRKSÆTTERI	76
5.2 NU VI SNAKKER OM KØN	78
5.3 OPSUMMERING	79
6. KONKLUSION	80
7. PERSPEKTIVERING	83
7.1 HVAD SÅ NU?	83
7.2 SÅDAN KUNNE UNDERSØGELSEN OGSÅ SE UD	84
LITTERATURLISTE	86

BEGREBSAFKLARING

Dette afsnit har til formål at uddybe nogle af de begreber, som anvendes gennem undersøgelsen. Nogle af de begreber som jeg anvender, kan muligvis tolkes på forskellige måder. Jeg ønsker derfor at tilvejebringe en forståelse af, hvordan det enkelte begreb er blevet tolket gennem dette speciale. Nedenfor vil forskellige termer og begreber blive defineret.

SKØNHEDSBRANCHEN

Undersøgelsen omhandler kvinder, der arbejder som selvstændige indenfor skønhedsbranchen. Mere præcist frisører, vippe- og brynstylister, samt kosmetologer. Definitionen af skønhedsbranchen i denne undersøgelse, er klinikker eller saloner der forskønner mennesker med forskellige former for behandlinger. Dette er behandlinger, der alle har et fokus på personlig pleje, med det formål at give kunden velvære. Andre typer af virksomheder indenfor skønhedsbranchen kan være negleteknikker, massage, voksbehandlinger mm.

PRIVATØKONOMI

Privatøkonomi er de penge, som individer har til rådighed indenfor egen husholdning. Det vil sige, at det er penge, som de selv er disponible over og som de selv bestemmer, hvad skal bruges på. Som kontrast til privatøkonomi er der virksomheders økonomi. Her er regler for anvendelse af økonomiske ressourcer nogle andre.

SELVSTÆNDIGE // IVÆRKSÆTTERE

I undersøgelsen anvendes begrebet selvstændig synonymt med begrebet iværksætter. Det vil sige, at der i specialet ikke differentieres mellem de to begrebers anvendelse. At være selvstændig / iværksætter bliver i undersøgelsen forstået som at starte sin egen virksomhed op og efterfølgende selvstændigt drive den.

I undersøgelsens diskussion inddrages termen entreprenør til at understrege forskellige pointer. Entreprenører bliver ikke anvendt synonymt med at være selvstændig / iværksætter. Forståelsen af entreprenører i undersøgelsen er, at man opfinder nye typer eller former for virksomheder, der ikke allerede eksisterer. Dette er ikke tilfældet for iværksættere eller selvstændige.

KONSTRUKTION

Konstruktioner bliver i specialet anvendt for at forklare forskellige sammensætninger af grupper eller begivenheder. Særligt skal disse konstruktioner i undersøgelsen betragtes som sociale. En konstruktion består af mere end en person, der interagerer med en eller flere personer. Eksempler på konstruktioner kan være familier, venskaber, arbejdspladser, samfund, kulturer osv.

POLITISK DISKURS

I undersøgelsen fokuseres der på den politiske diskurs vedrørende iværksætteri. En diskurs kan være politisk på mange forskellige måder, også selvom der ikke nødvendigvis er en praktiserede politikere til stede. I specialet betragtes diskursen dog som politisk, når en eller flere politikere er til stede. Særligt for undersøgelsen er, at den politiske diskurs i høj grad bygger på udtalelser fra nuværende erhvervs – og vækstministeren Troels Lund Poulsen.

FRITID // FAMILIETID

Fritid og familietid bliver i undersøgelsen brugt synonymt. Fritid og familietid er den tid, som bruges på andet end arbejde. Eller den tid som er planlagt til, at skulle bruges på andet end arbejde.

NICHE

I undersøgelsen bruges termen 'niche' blandt andet til at beskrive det arbejde, som kvinderne i undersøgelsen beskæftiger sig med. Niche er et afgrænset eller snævert område indenfor et erhverv. I

dette tilfælde fokuserer jeg på afgrænsede områder indenfor skønhedsbranchen, såsom hår og hud som frisørerne, kosmetologen og vippe- og brynstylisten beskæftiger sig med.

1. INDLEDNING

Dette kapitel vil indeholde en præsentation af min motivation for at udarbejde dette speciale. Jeg vil redegøre for min interesse i at opnå viden om familie- og arbejdsliv, set med øjnene fra en arbejdende kvinde med egen forretning. Ydermere vil jeg fremstille mine egne kritiske forestillinger om det, at arbejde som selvstændig indenfor skønhedsbranchen i et redegørende og kritisk problemfelt. I forlængelse heraf ønsker jeg videre at redegøre for allerede eksisterende viden omhandlende selvstændige erhvervsdrivende kvinder, hvilket ligeledes præsenteres i problemfeltet. Kapitlet vil levere en problemformulering, samt arbejdsspørgsmål som specialet har til formål at besvare. Afslutningsvis vil jeg i kapitlet argumentere for min afgrænsning af specialets undersøgelsesområde.

1.2 MOTIVATION

Motivationen for dette speciale kommer fra en interesse i særligt kvinders familie- og arbejdsliv. Tidligere har jeg beskæftiget mig med undersøgelser vedrørende menneskers arbejdsliv indenfor specifikke rammer. Mine tidligere undersøgelser har omhandlet mennesker med en ansættelseskontrakt, og ikke mennesker der driver deres egen forretning. Jeg er derfor interesseret i at få et indblik i en livsform, som jeg ikke har beskæftiget mig med tidligere. Blandt andet har jeg undersøgt, hvordan mennesker oplever det at være på arbejde, hvordan samarbejde mellem kommune og organisation fungerer på et professionelt plan, samt beskæftiget mig med hvordan organisationer forsøger at hverve flere medarbejdere. Udover at have beskæftiget mig med menneskers arbejdsliv, har jeg også lavet undersøgelser, der bevæger sig ind i deres privatliv. Dette har været områder, hvor personer har været påvirket af eksempelvis sygdomsforløb – hvor mit fokus har været på, at opnå viden om hvordan personerne har oplevet myndighedernes håndtering af forløbet. Yderligere har jeg søgt at opnå viden om, hvilken betydning venskaber har for individer, hvilken betydningen teknologier, herunder mobiltelefoner, har for individer, samt hvilke konsekvenser disse kan have for private relationer. I forbindelse med mine tidligere undersøgelser har jeg holdt privat/familie- og arbejdsliv adskilt og udelukkende fokuseret på ét af områderne. En årsag til dette er, at jeg er bevidst om, hvor nuanceret både familie- og arbejdsliv er, og at der spiller mange forskellige faktorer ind i hver sfære.

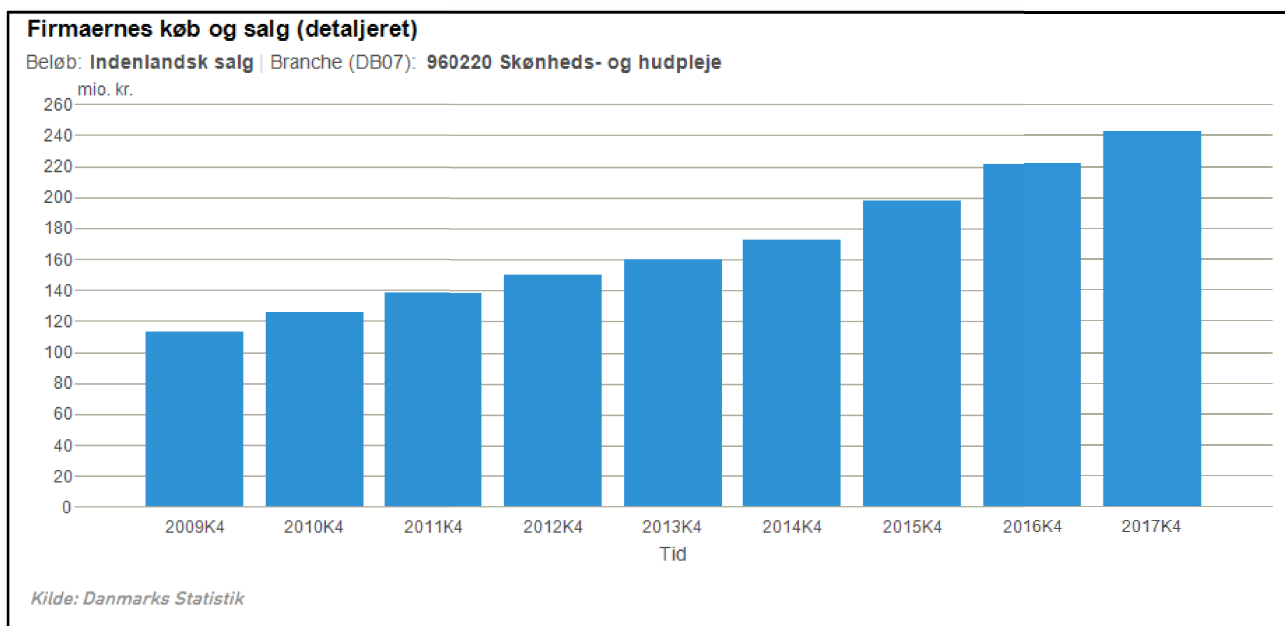
re, afhængig af hvordan man lever sit liv, og hvordan man er som menneske. I forlængelse heraf er jeg kommet til den konklusion, at både familie- og arbejdsliv er to meget signifikante områder i et menneskes liv. Jeg er bevidst om, at jeg ikke vil kunne frembringe al viden på disse områder, men jeg kan bidrage med viden om, hvordan selvstændige kvinder balancerer mellem deres familie- og arbejdsliv.

Som nævnt er menneskers arbejdsliv meget nuancerede. Dette varierer blandt andet alt efter hvilken type arbejde, mennesket beskæftiger sig med. Ydermere vil det differentiere, hvordan forskellige mennesker håndterer og forstår den samme type af arbejde, også selvom de beskæftiger sig med det samme fagområde. Det alene finder jeg interessant. Jeg er nysgerrig på, hvad der motiverer og driver mennesker i deres arbejdsliv, og hvilken betydning deres familieliv har i forhold til deres arbejde. Hvordan prioriterer man sin tid, og hvordan træffer man en beslutning om, hvordan tiden skal prioriteres? Særligt finder jeg det interessant, når nogle mennesker vælger at åbne deres egen selvstændige forretning – da jeg ser det som et udtryk for en særlig stor passion, for det arbejde de beskæftiger sig med. De selvstændige må nødvendigvis have mere på spil i form af økonomi og omdømme, end mennesker der er ansat. Min tese er derfor, at selvstændiges passion må være så stor, at de vælger at se udover disse usikkerheder, og lader deres passion drive dem.

Statistikker fra Danmarks Statistik viser, at salget af skønheds- og hudplejeprodukter er steget gevaldigt gennem de seneste ni år, hvilket giver mig en forståelse af, at det er et område i udvikling og i vækst.

Firmaernes køb og salg (detaljeret) efter beløb, branche (DB07) og tid									
	2009K4	2010K4	2011K4	2012K4	2013K4	2014K4	2015K4	2016K4	2017K4
Indenlandsk salg									
960220 Skønheds- og hudpleje	113	126	138	150	160	173	198	221	242
Køb og salg er opgjort i løbende priser uden moms, men inklusive punktafgifter.									
Enhed : mio. kr.									

Figur 1: Tabellen illustrerer, at der siden år 2017 er sket en omsætning på 129 millioner kroner mere på skønheds- og hudplejeprodukter end i år 2009. Kilde: Danmarks Statistik.



Figur 2: Søjlediagrammet ovenfor viser væksten af køb og salg af skønheds- og hudplejeprodukter fra sidste kvartal af 2009 til sidste kvartal af 2017. Kilde: Danmarks Statistik.

Figur 1 og 2 ovenfor giver en forståelse af, at der er vækst indenfor skønhedsbranchen, hvilket gør området særligt interessant for mig. En udvikling med økonomisk vækst indenfor skønhedsbranchen kan sandsynligvis betyde at flere mennesker vælger at beskæftige sig med skønhed. En del af disse mennesker vil formentlig også arbejde som selvstændige. Vælger kvinderne at blive selvstændige indenfor skønhedsbranchen fordi området er i vækst, og kvinderne derfor tror, at det vil være nemt at tjene hurtige penge på en lille forretning? Hvis ikke dette er tilfældet, hvad er i så fald motivationen for at blive selvstændig?

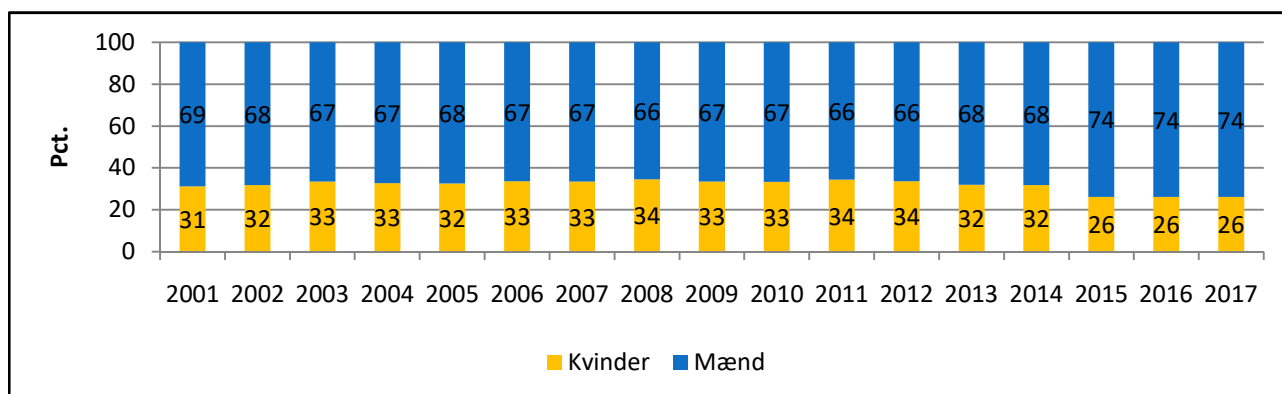
Mit kendskab til det at være selvstændig er begrænset, og jeg er derfor nysgerrig på at tale med personer, der selv er selvstændige indenfor skønhedsbranchen, idet jeg er af den overbevisning, at de kan oplyse om, hvad der driver netop dem. Yderligere er min tese også, at det er et fagområde hvor usikkerheden er særlig høj, da disse klinikker eller saloner oftest lukker hurtigt igen. Jeg mener derfor, at jeg har mulighed for at møde nogle meget passionerede mennesker.

1.3 PROBLEMFELT – STATE OF THE ART

Jeg vil i det følgende afsnit give et overblik over, hvad tidligere undersøgelser har bidraget med omkring det at være selvstændig erhvervsdrivende som kvinde. Formålet med dette er, at kunne skabe et overblik over, hvad det er for nogle faktorer der spiller ind, når man som kvinde vælger at blive iværksætter eller måske ikke at blive det. Den allerede eksisterende viden vedrørende både iværksætteri på et mere overordnet plan, men særligt med fokus på kvindelige iværksættere, vil jeg kunne anvende i forbindelse med min egen undersøgelse, ved blandt andet at forholde mig kritisk til den viden jeg erfarer.

1.3.1 STATE OF THE ART

Ved en umiddelbar søgning på kvindelige iværksættere, viser mange overskrifter fra på både videnskabelige og journalistiske artikler samme tendens. Stadig flere mænd end kvinder arbejder som selvstændige og har succes med det. Blandt andet har Erhvervsstyrelsen udarbejdet nogle statistikker, der viser at for tredje år i træk, er antallet af kvindelige iværksættere under 30 procent.



Figur 3: Tabellen ovenfor illustrerer, hvor stor en procentdel af personer der beskæftiger sig med iværksætteri der er kvinder, og hvor stor en procentdel der er mænd. Kilde: Erhvervsstyrelsen.dk

Figur 3 ovenfor viser at, siden 2015 er antallet af kvindelige iværksættere faldet. I løbet af de sidste 16 år har antallet af kvindelige iværksættere ikke ændret sig betydeligt. Illustrationen bidrager med

et indblik i, hvordan fordelingen af iværksættere er i forhold til køn. Selvom mit formål med at inddrage denne viden ikke er, at gå i dybden med hvorfor færre kvinder end mænd vælger at drive egen selvstændig virksomhed, mener jeg alligevel, at det er væsentligt at inddrage aspekter, der kan have betydning for, at kvinder ønsker og, er i stand til at springe ud som iværksættere. Eventuelle forhindringer med at drive sin egen forretning vidner om, at de kvinder der endelig vælger at åbne deres egen forretning, virkelig har noget at kæmpe med og imod.

Blandt andet beskriver Ugebrevet 4A også den nedgang som erhvervsstyrelsen illustrerer. Ugebrevet 4A kaster en del af skylden på den barselsordning, der gælder for selvstændige. Her betegner en række omstændigheder hvad kvinden skal foretage sig ved barsel (Ugebrevet4A.dk). Den kvindelige iværksætter skal have arbejdet som selvstændig et år inden barsel, hvor en minimumsomsætning skal have fundet sted. Opfyldes betingelserne ikke, må den selvstændige kontakte sin kommune (Borger.dk) og søge barselspenge derigennem. Det vil sige, at som selvstændig er der en del arbejde i at gå på barsel, og for nogles vedkommende kan det betyde en væsentlig nedgang i sin indkomst. Med viden om at det kan være en større udfordring som selvstændig end for individer i ansættelser, at varetage andre elementer af livet, der ikke vedrører erhvervsdrift, såsom barsel, sygdom, ferie, osv. synes jeg, at det er interessant at se på, hvad det kan være for nogle faktorer der gør, at man som kvinde vælger at blive selvstændig.

I artiklen *Bliv som mig!* fra 2014 fremhæver tre kvinder nogle af de årsager, der kan ligge til grund for at vælge at drive sin egen forretning. Artiklen fokuserer på entreprenørskab i en netbaseret sammenhæng. Dog mener jeg, at de bidrager med nogle interessante pointer, som jeg kan anvende i min egen undersøgelse. Det pointeres, at entreprenørskab i traditionel forstand forbindes med økonomisk vækst (Christensen et al., 2014: 27f), hvilket også er min egen opfattelse. Artiklen inddrager dog en ny måde at forstå en særlig type af entreprenører på. De kalder disse for livsstilsentreprenører (Ibid: 29f). Livsstilsentreprenører drives af forskellige faktorer, såsom det at have større autonomi og at kunne være sin egen chef. Det er klart, at det økonomiske perspektiv ikke er forsvundet fuldstændig, men det er trådt væsentligt i baggrunden i forhold til tidligere. Særligt lægges der et fokus på, at arbejdet hos den enkelte livsstilsentreprenør oftest er forbundet med interesse, livsstil, passion og personlige værdier (Ibid: 30). Denne type arbejde er blevet sidestillet med en forretning, der skaber nul vækst (Ibid:28) og hvor fokus har været på at forsøge at skabe sammenhæng mellem familie- og arbejdsliv. Det vil sige, at forretningen drives på baggrund af, at indehaveren stadig er i

stand til at prioritere sin familie højt. Det er ikke dyrkning af karriere eller stort økonomisk overskud der driver sådanne forretninger. Dog fremhæves det i artiklen, at der er kommet større efterspørgsel efter eksempelvis skræddersyede turismeoplevelser, gårdbutikker eller andre små niches, som netop er den type arbejde livsstilsentreprenører beskæftiger sig med. Dette kan kræve større arbejdsindsats hvis udbud og efterspørgsel skal følges ad.

Det er min opfattelse, at en virksomhed der ikke skaber økonomisk vækst enten i form af et stort økonomisk overskud eller i form af ansættelser, bliver betragtet som en virksomhed, der ikke er en rigtig virksomhed eller en vigtig virksomhed. Samme pointe bidrager ovenstående artikel med (Ibid). Før efterspørgslen på mere nicheorienterede områder steg, regnede vi ikke denne type virksomhed for ret meget. Søger man yderligere på litteratur vedrørende iværksætteri, indleder mange artikler med et fokus på at skabe vækst. Hvis vi skal tale om iværksætteri, skal vi også tale om økonomisk vækst. Dette gælder blandt andet også Ugebrevet 4A som jeg refererede til tidligere. Den største ærgrelse der er over, at kvinder ikke kaster sig ud som selvstændige i samme grad som mænd, er at de ikke bidrager til mere vækst i samfundet. I forlængelse heraf refereres der til erhvervs- og vækstministeren Troels Lund Poulsen, der ligeledes udtaler, at virksomheder der kan skabe vækst, skal have mulighed for nemmere at låne penge. Jeg er godt klar over, at for at låne penge ud, må der også komme penge tilbage. Det holder ikke at vi udelukkede driver virksomheder på passion og lyst. Vi må også tjene pengene ind. Men hvad med de virksomheder der ikke omsætter for millionbeløb, eller som sikre ansættelser? Kan vi ikke bruge dem til noget?

Hanne Wittorff Tanvig beskriver i sin artikel netop denne tendens. Vi forbinder iværksætteri med økonomisk afkast (Tanvig, 2010,11). Tanvig fokuserer på fraflytning og svindene arbejdspladser i udkants Danmark, og de konsekvenser dette kan medføre. Hun mener ikke, at iværksætteri skal være lig med øjeblikkelig økonomisk afkast for at lykkes. Globaliseringen og det marked der fører med, må nødvendigvis kunne give rum til, at små selvstændige virksomheder kan arbejde kreativt og bidrage til både social og økonomisk stabilitet på længere sigt (Ibid: 5 + 11). Dette kan være på områder, hvor socialt udsatte mennesker kommer i beskæftigelse i arbejdsmiljøer, der er mere skønne end gennemsnittet. Tanvigs artikel er interessant, fordi man i den politiske diskurs herunder særligt erhvervs- og vækstministeren netop hovedsageligt taler om, at hjælpe de virksomheder der kan lægge et fuldstændigt budget og en færdigudarbejdet forretningsplan. Særligt er der fokus på de virksomheder, der kan sikre arbejdspladser til rigtig mange mennesker. Men hvilke forudsætninger har de virksomheder, der ikke har en detaljeorienteret forretningsplan, eller som ikke ønsker at ansætte medarbejdere?

De præsenterede pointer som tidligere undersøgelser bidrager med, ønsker jeg at vende tilbage til, efter jeg har præsenteret mine egne resultater. Jeg ønsker, at tilvejebringe en diskussion af hvorvidt kvinder indenfor skønhedsbranchen er påvirket af nogle af de pointer, som bliver præsenteret i medier og undersøgelser vedrørende iværksætteri.

1.3.2 UNDERSØGELSEN VIDERE

I mange henseende lever vi i et neoliberalt samfund, hvilket særligt gør sig gældende både i forhold til vores familie og vores arbejde. Vi har selv mulighed for at skabe vores eget liv. Vi er selv herre over vores egen lykke. Vores samfund er indrettet sådan, at vi enten via uddannelse, eller et godt iværksættergen har vi mulighed for, at forfølge vores karrieremæssige drømme og opnå de ting vi gerne vil i vores eget liv (Duggan, 2003: 4). Gennem en god idé og passionen for at forfølge denne idé, har vi mulighed for at skabe vores egen forretning – og få succes med den.

Min erfaring er, at det oftest er kvinder, der er beskæftiget indenfor skønhedsbranchen, og dette giver mig en mulighed for, at koncentrere mig mere specifik om kvinder der arbejder som selvstændige indenfor skønhedsbranchen. Som nævnt er mange skønhedssaloner små, og har i flere tilfælde få eller ingen ansatte. Derudover lever de fleste klinikker og saloner af personers privatøkonomi. Som jeg præsenterede, man i den politiske diskurs optaget af at få flere iværksættere til, for at skabe forretninger, idet det giver samfundet økonomisk vækst og flere arbejdspladser. Alligevel får dette mig til at stille spørgsmålet om, hvordan mulighederne egentlig er for at skabe sin egen forretning indenfor skønhedsbranchen. Hvordan ses der på virksomheder, der udelukkende lever af folks privatøkonomi og som ikke omsætter for flere millioner årligt? Er det særlige typer af virksomheder, som staten ønsker at promovere? Med udgangspunkt i min motivation for udarbejdelsen af dette speciale, samt mit problemfelts 'state of the art' jeg præsenterede ovenover, er jeg interesseret i, at frembringe en forståelse af hvorfor nogle kvinder indenfor skønhedsbranchen ønsker, at drive en selvstændig virksomhed samt hvordan de formår at skabe plads til både familie- og arbejdsliv.

I relation til at tilvejebringe en forståelse af livsformen som selvstændig, vil jeg i undersøgelsen inddrage en redegørelse af de fire primære livsformer; *lønarbejder livsformen*, *den karriere bundne*

livsform, den selvstændige livsform og husmoderlivsformen. Jeg vil anvende disse teoretiske begreber til at opnå viden om, hvad der kan være årsagsvirkende til at drive de selvstændige og motivere dem i deres arbejde. Ydermere vil jeg anvende Guy Standings begreb *prekariatet*, samt redegøre for hans forståelse af fænomenet. Dette kan frembringe et overblik over den usikkerhed, som de selvstændige kvinder kan være underlagt, blandt andet i forbindelse med barsel, sygdom, pension osv. Med en livsstil som selvstændig og en samfundsmæssig tendens til at dyrke sin karriere (Ejrnæs & Boje, 2015: 261), må man nødvendigvis være opmærksom på hvordan familielivet kan passe ind. Jeg drager derfor inspiration fra professor Arlie Russel Hochschilds bog *The Time Bind*, hvor hun beskriver forældres tendenser på arbejdsmarkedet i relation til deres familieliv.

1.3.3. PROBLEMFORMULERING

Hvordan formår kvindelige selvstændige indenfor skønhedsbranchen at balancere arbejds- og familieliv? Hvordan håndterer disse kvinder økonomiske og markedsorienterede usikkerheder i forbindelse med deres forretning og i hvilket omfang kan den politiske diskurs have indvirkning på disse kvinders motivation for at skabe sin egen virksomhed?

1.3.4 ARBEJDSSPØRGSMÅL

- Hvorfor vælger nogen kvinder indenfor skønhedsbranchen at blive selvstændige fremfor ansatte?
- Hvordan oplever kvindelige selvstændige indenfor skønhedsbranchen arbejdspresset ved at drive sin egen forretning?
- I hvilket omfang har det betydning for kvindelige selvstændige indenfor skønhedsbranchen at holde sig opdateret vedrørende tendenser indenfor deres fagområde?
- I hvilket omfang oplever kvinder indenfor skønhedsbranchen at være i stand til at balancere arbejds- og familieliv?
- Hvordan er den politiske diskurs vedrørende iværksætteri?
- Bliver der gennem den politiske diskurs promoveret en særlig type af virksomhed?

1.4 AFGRÆNSNING

I dette afsnit vil jeg begrunde, hvorfor jeg vælger at afgrænse mit speciale til netop *kvindelige selvstændige indenfor skønhedsbranchen*. Som jeg indledningsvist beskriver i min motivation for undersøgelsen, er jeg interesseret i at tilvejebringe en forståelse af, hvilke motiver der ligger bag menneskers motivation for at træffe forskellige valg i deres liv. Når nogle mennesker vælger at blive selvstændige, må de nødvendigvis have truffet en række bevidste valg og have gjort sig overvejelser om hvorfor netop dette valg. Min tese er, at mennesker der oplever at deres professionelle kald er, at skulle have deres egen forretning, også har en historie at fortælle. Jeg er interesseret i, at forstå hvilke årsager kan ligge til grund for deres valg.

Når mit valg falder på skønhedsbranchen, er der to årsager til dette. Jeg har allerede kort præsenteret dem i problemfeltet. Den ene årsag er, at skønhedsbranchen er i vækst, hvilket får mange klinikker og saloner til at skyde op. Dette betyder konkurrence indenfor faget, hvilket yderligere vækker min interesse - hvordan håndterer og ser kvinderne på denne konkurrence? Den anden årsag til min interesse er usikkerheden. I de fleste henseende er kunderne, der besøger fagpersoner indenfor skønhedsbranchen ikke på kontrakt. Dette betyder, at kunderne fra den ene dag til den anden kan holde op med at komme hos den enkelte fagperson. Samtidigt er det min tese, at ved en eventuel finanskrise vil det være skønhedsbranchen, der som et af de første fagområder vil kunne mærke krisen. At forskønne og pleje sig selv, ligger ikke højest i behovspyramiden. Jeg vælger i forlængelse heraf yderligere at afgrænse mit fokus indenfor skønhedsbranchen til; vippeextensions, brynbehandling, kosmetiske behandlinger – herunder ansigtsbehandlinger, samt frisørfaget. Min tese er, at nichebehandlinger såsom vippeextensions, brynbehandling og ansigtsbehandlinger, særligt er områder, der vil kunne vælges fra ved en eventuel økonomisk krise. Derudover må frisørfaget nødvendigvis også kunne mærke, når folk får færre penge mellem hænderne. Hvordan håndterer kvinderne denne usikkerhed, og deler de min hypotese?

At jeg vælger at fokusere på kvindelige selvstændige kræver nødvendigvis også en forklaring. Dette er ikke et speciale, der har et særligt feministisk formål eller forsøger at fremhæve, at kvinden er overset og at det er synd for hende. Mit formål er ikke at kæmpe en ligestillingskamp gennem min undersøgelse. Det vil jeg lade andre om – indtil videre. Jeg vælger, at afgrænse mit fokus til kvinder, dels fordi man finder flest arbejdende kvinder indenfor skønhedsbranchen, og dels fordi jeg også er interesseret i, at forstå hvordan familieliv passer ind i en livsform som selvstændig – for kvinden. Bevæger vi os tilbage til 1950'erne var det mere reglen end undtagelsen, at gifte kvinders

arbejde lå i hjemmet hos familien, mens manden gjorde karriere (Højrup, 1984: 194). Nu er der ikke længere nogen derhjemme, der fungerer som den primære varetager. Hvordan ser kvinderne nu på opgaverne i hjemmet, og hvordan oplever de at arbejdet reelt bliver varetaget?

2. TEORI

For at kunne tilvejebringe en forståelse af omstændigheder vedrørende livet som kvindelig selvstændig indenfor skønhedsbranchen, vil jeg uddybe de udvalgte teoretiske rammer, jeg vil anvende i denne undersøgelse. Når jeg vælger, at arbejde med rammer er det for at sikre et fokus i undersøgelsen, og ikke for at søge at definere rammer der kan gøre sig gældende indenfor skønhedsbranchen.

Jeg mener, at når man søger at forstå et givent fænomen, konstruktion eller en omstændighed må forstå dette ud fra et særligt udgangspunkt, hvilket de teoretiske rammer tillader. Jeg er af den overbevisning, at måden hvorpå vi erkender fænomener eller konstruktioner, er betinget af kulturelle og sociale omstændigheder.

Jeg vil i dette kapitel kort argumentere for mit valg af teori, hvorefter en redegørelse af de udvalgte teorier vil finde sted. Indledningsvist vil jeg dog først vende tilbage til mit postulat om, at vi må forstå konstruktioner og omstændigheder ud fra et givent udgangspunkt. Jeg vil derfor begynde teoriets snit med en redegørelse af det videnskabsteoretiske ståsted, som jeg arbejder med i dette speciale.

2.1 SOCIALKONSTRUKTIVISME

Jeg er som sagt af den overbevisning, at vi må forstå konstruktioner ud fra noget. Vi må finde et ståsted, hvorfra vi kan forstå en idé, en holdning, et fænomen, en tilstand, en konstruktion eller noget helt andet. Senere i kapitlet redegør jeg mere fyldestgørende for de fire livsformer, jeg præsenterede i problemfeltet. Dette gør jeg, fordi jeg mener, at vi må forstå dem i forhold til hinanden. Lad mig give et eksempel; Arbejder du selv som selvstændig, omgås du kun mennesker, der arbejder som selvstændige og læser du dette speciale om selvstændige, vil det være svært at forstå, hvorfor vi overhovedet taler om det at være selvstændige. At være selvstændig må altså forstås i relation til noget andet. I forhold til at være lønarbejder, i forhold til at være karrierebunden eller i forhold til at være husmor – eller noget helt andet. Særligt må vi forstå, 'at være selvstændig' kun kan eksistere og opretholdes igennem forskellige samfundsmæssige praksisser (Jacobsen et al., 2012: 335). Det

vil sige, at 'det at være selvstændig' ikke kan eksistere uafhængigt af den omfattende sociale aktivitet. Det vil sige at forståelsen af 'at være selvstændig' er altså ikke universal. Lad mig give endnu et eksempel; den vestlige forståelse af at være selvstændig, vil i flere henseende formentlig falde igennem, hvis vi forsøger, at overføre praksissen til et stammesamfund i Afrika. Praksissen vil simpelthen ikke give mening, og er derfor betinget af, hvordan en kultur eller et samfund er konstrueret.

Socialkonstruktivister er af den overbevisning, at måden hvorpå vi erkender verden, afhænger af den sociale kontekst vi befinder os i, eller er opdraget med (Ibid: 336). Eksempelvis vil min mening om, at forældre lader deres børn sælge eller arbejde under ringe vilkår, være påvirket af den sociale konstruktion jeg selv er vokset op i eller befinder mig i. Samfund der benytter sig af børns arbejdskraft vil sandsynligvis have en forskelligartet forståelse af samme situation.

Når jeg tager mit fodfæste i socialkonstruktivismen er det for fordi, at jeg mener, at alle de konstruktioner jeg inddrager i min undersøgelse, er *socialt* konstrueret. Jeg arbejder med konstruktioner såsom arbejde, familie, livsformer, livsforhold og diskurser. Samtlige konstruktioner vil ikke kunne eksistere uafhængigt af de sociale kontekster. En familie er en konstruktion, der bygger på sociale relationer, og uden dem vil en familie ikke kunne eksistere. Det samme gør sig gældende ved konstruktionen, arbejde. Det vil sige, at den sandhed vi bygger på, afhænger af den sociale konstruktion (Ibid: 344).

Ligeledes er diskurser også med til at forme den sandhed, som vi tror på. Diskurser er ligeså afhængige af sociale konstruktioner. Hvad du siger, hvordan du siger det og hvornår du siger det, afhænger af den sociale situation, som du befinder dig i. Dette betyder også, at de resultater jeg vil finde i dette speciale, alle er påvirket af sociale konstruktioner, og vil aldrig kunne give en universal forståelse af at være selvstændig. Dog vil resultaterne bidrage med perspektiver, som for nogle mennesker vil være genkendelige.

Blandt andre arbejdede Michel Foucault (1926 - 1984) med diskursbegrebet, hvilket jeg har ladet mig inspirere af. Foucault var af den overbevisning, at der i diskursen ligger et stort magtperspektiv (Foucault, 2010: 31). Denne overbevisning deler jeg, og vil derfor benytte mig af diskursanalyse i denne undersøgelse. Eksempelvis mener jeg, at diskurser er med til at forme vores sandhed, og de ideologier vi stræber efter.

Lad mig give et eksempel på den magt diskurser kan have: I mange år har psykiske sygdomme været tabubelagte emner, som vi mennesker har forsøgt at holde skjult for vores omverden. Denne

tendens er nu under forandring, hvor blandt andet flere kendte Hollywood stjerner såsom Demi Lovato og Mariah Carey er med til at ændre diskursen omkring psykiske lidelser. Ved at italesætte og dermed forme en styrke i at dele viden om sine sygdomme, bliver diskursen omkring sygdommene og opfattelsen af det pågældende individ ændret. Det samme er tilfældet med homoseksualitet og transkønnede. Det er gennem årene blevet langt mindre tabubelagt at være homoseksuel og transkønnet, fordi diskursen omkring disse er blevet ændret – netop ved at blive italesat på en ny måde. I denne forbindelse mener jeg, at det er vigtigt at pointere, at jeg ikke mener, at vi er kommet fuldstændig i mål med ændringen af diskursen. Min pointe er snarere at vi bevæger os over i en ny forståelse af disse emner, hvilket viser at diskursen ændres.

Disse eksempler har til formål at give en forståelse af, hvordan italesættelse og ikke mindst hvordan denne italesættelse udføres, er medvirkende til at skabe forandringer i samfundet. Diskurser har således en betydning for, hvad vi forstår som sandheder eller hvad vi forstår som værende rigtigt eller forkert, og er dermed med til at forme de normer vi vælger at leve efter. For at vende tilbage til det min undersøgelse egentlig handler om, og mit postulat om at sproget er langt mindre uskyldigt end vi tror, så mener jeg, at socialkonstruktivisme og herunder diskursanalyse har en meget stor betydning for, hvordan forholdet for selvstændige erhvervskvinder egentlig er, samt forståelsen af deres erhverv. Senere i teoriafsnittet vil jeg præsentere diskursanalytiske begreber, som jeg ønsker at anvende senere i analysen.

2.2 BAGGRUND FOR VALG AF TEORI

For at kunne forstå hvad der driver kvinder til at skabe deres egen forretning, hvordan de håndterer og forstår deres arbejdspress, samt hvordan de selv opfatter forholdene ved at være selvstændig, mener jeg, at vi må forstå forholdene i deres liv og arbejde. Lone Rahbek Christensen og Thomas Højrup beskriver blandt andet nogle af de mere generelle træk indenfor livsformen *selvstændig*. For at forstå hvad det er for nogle mekanismer, der gør sig gældende indenfor denne livsform, mener jeg også, at det er relevant at redegøre for *lønmodtager*-, *den karrierebundne*- og *husmoderlivsformen*. Ved at anvende disse teorier vil jeg være i stand til at få et indblik i, hvad kvinderne lægger vægt på i deres familie- og arbejdsliv og derigennem at kunne frembringe viden om, hvad det vil sige at drive sin egen selvstændige forretning indenfor skønhedsbranchen.

Yderligere er jeg inspireret af Arlie Russel Hochschild, som netop beskriver, hvordan det kan

opleves at skulle balancere familie- og arbejdsliv. Jeg vil bruge hendes narrative teori til, at tilvejebringe en forståelse af netop hvordan kvinderne oplever deres arbejde. Jeg er nysgerrig på, at når man vælger at springe ud som selvstændig og drive sin egen forretning – hvad er det så for nogle mekanismer der gør sig gældende. Handler det at være selvstændig om at søge en større økonomisk profit, har kvinderne svært ved at underlægge sig autoriteter i form af ledere, chefer og procedurer, eller handler det om, at kvinderne har fundet deres kald, og har gjort deres interesser til deres levevej. Uanset hvilke bevæggrunde der ligger bag, så er jeg interesseret i at finde ud af, hvordan kvinderne prioriterer deres tid, samt hvad de forstår ved at være en velfungerende familie.

Derudover beskriver jeg i problemfeltet hvordan skønhedsbranchen i mange henseende betragtes som et usikkert fagområde, hvor indehaverne af forretningerne hovedsageligt lever af kunders privatøkonomi. Dette betyder, at når kunderne holder op med at komme, så må forretningerne lukkes. Min tese er, at når finanskriser rammer vil det være skønhedsbranchen, der som nogle af de første fagområder, kan mærke konsekvenserne. Derfor mener jeg også, at det er relevant at anvende Guy Standings forståelse af prekariatet, og søge at forstå hvordan kvinderne selv forholder sig til denne usikkerhed.

Afslutningsvis vil forholde mig til hvordan den politiske diskurs er vedrørende iværksætter. Særligt vil jeg koncentrere mig om udtalelser fra den nuværende erhvervs- og vækstminister Troels Lund Poulsen. Jeg ønsker at belyse hvordan man i den politiske diskurs italesætter og promoverer det at være iværksætter. Til dette vil jeg anvende diskursanalyse, da jeg er af den overbevisning, at sproget er langt mindre uskyldigt end vi tror.

Dispositionen af redegørelse og anvendelse af teorier er som følger:

- Redegørelse samt anvendelsesmuligheder af teorier vedrørende de fire primære livsformer; 1) Den selvstændige livsform, 2) Lønarbejderlivsformen, 3) Den karrierebundne livsform og 4) Husmoderlivsformen.
- Redegørelse af Arlie Russel Hochschilds væsentlige pointer fra hendes bog *The time bind – When Work Becomes Home and Home Becomes Work*, samt redegørelse af relevansen for anvendelsen.
- Redegørelse og overvejelser i forhold til Guy Standings beskrivelse af prekariatet.
- Redegørelse og anvendelsesmuligheder af Norman Faircloughs kritiske diskursanalyse.

2.3 LIVSFORMER

Som jeg beskriver indledningsvist i kapitlet, er jeg af den overbevisning, at for at vi kan forstå omstændigheder, der gør sig gældende i menneskers liv, må vi forstå det i relation til noget. Det er åbenlyst, at de kvinder jeg fokuserer på, befinder sig indenfor den selvstændige livsform, i og med at de driver deres egen selvstændige forretning. Udover at redegøre for den selvstændige livsform, mener jeg også, at det er af betydning at redegøre for de mest væsentlige karakteristika, der gør sig gældende indenfor hver af de tre andre primære livsformer; *Lønarbejderlivsformen*, *Den karrierebundne livsform*, samt *Husmoderlivsformen*. I denne forbindelse mener jeg, at det er væsentlig at understrege, at beskrivelserne af de forskellige livsformer i praksis vil være mere nuanceret end beskrevet her. Formålet med beskrivelserne er, at give en overordnet forståelse af livsformerne.

Den selvstændige livsform er karakteriseret ved, at arbejde og fritid oftest smelter sammen, og arbejdet som selvstændig vil i mange tilfælde være præget af, at individets personlige interesser bliver gjort til dets levevej (Christensen, 1994: 28f). Forskeren, Lone Rahbek Christensen, hvem jeg er inspireret af, beskriver meget godt i sin bog *Livsformer i Danmark*, hvordan jeg også selv forstår vigtigheden af, at forstå et individets livsform. Det er vigtigt, at kunne sætte sig ind i en given livsform for at kunne forstå hvordan den enkelte selv forstår sine egne omstændigheder. Christensen beskriver blandt andet at arbejde, familie, fritid, hobbys og hjem alle er elementer, der for de fleste menneskers vedkommende, er omdrejningspunkter i deres liv – det essentielle er dog, at det er meget forskelligt hvordan og hvor meget disse elementer fylder, (Ibid: 9) og det kan ens livsform være en forklaring på. Befinder man sig indenfor den selvstændige livsform, kan man have gjort sin hobby til sin levevej, og dermed er der meget tid til at dyrke sin hobby. Det kan være, at man som selvstændig har lettere ved at acceptere meget lidt fritid, fordi man oplever, at man er beskæftiget med interessant arbejde (Ibid: 23).

Den største kontrast til den selvstændige livsform er lønarbejderlivsformen. Professor i etnologi, Thomas Højrup, bygger videre på marxismen i sin beskrivelse af lønmodtager livsformen (Højrup, 1984: 202). Højrup beskriver hvordan mennesker i deres arbejde underlægges kapitalismen og dets magt over lønarbejderne. Lønarbejderne arbejder oftest 37 timer om ugen, og har kun ansvaret for en lille del af produktionen/arbejdet. De har således ikke et bredt ansvar, for det arbejde der udføres – dette ansvar ligger hos arbejdsgiveren. Lønarbejderen bekymrer sig ikke om andre dele af arbejdet, end det som vedkommende selv udfører. Når lønarbejderne har fri, foretager de sig gerne aktiviteter, der ikke har noget med deres betalte arbejde at gøre (Christensen, 1994: 17ff), (Højrup,

1984, 202). Arbejdet for lønmodtageren har det formål, at være indkomstkilde til at opfylde interesser der ligger udenfor arbejdet (Ibid).

De der befinder sig i *Den karrierebundne livsform*, bliver ligesom lønarbejderen betalt af en ledelse for sit arbejde. Forskellen er dog, at er denne livsform har en del mere tilfældes med den selvstændige livsform. Begge livsformer tager arbejdet med udenfor arbejdspladsen, og bekymrer sig om eventuelle problemstillinger, selvom man ikke længere er fysisk på arbejde (Christensen, 1994: 23, 29), (Højrup, 1984: 203). Forskellen mellem de to livsformer er dog, at individerne indenfor den karrierebundne livsform er ansat, og derigennem underlægges de organisatoriske strukturer, som gør, at man som medarbejder må følge normer og retningslinjer, som organisationen sætter. Som selvstændig bestemmer man selv hvilke normer og strukturer, der skal gøre sig gældende i sin virksomhed. Dog er medarbejdere i den karrierebundne livsform i større omfang sikret i forhold til sygdom, ændringer på arbejdsmarkedet og har i det hele taget ikke bekymringer i forhold til, om virksomheden tjener penge, på samme måde som selvstændige har.

Husmoderlivsformen er en livsform der var langt mere udbredt i 1950'erne. Her lå langt de fleste gifte kvinders arbejde i hjemmet (Ibid: 194). Husmoderen realiserer ikke sig selv gennem sit arbejde, men snarere gennem sit familieliv. Christensen beskriver, at kvinden indenfor husmoderlivsformen kunne supplere sit arbejde i hjemmet med et job, der krævede mindre erhvervsarbejde (Christensen, 1994: 55). Jeg mener, det er relevant at inddrage denne livsform, da jeg er nysgerrig på, hvorvidt de selvstændige kvinder betragter ansvaret for hjemmet som deres, og hvorvidt de påtager sig det ansvar. Højrup leverer en betragtning af, at det siden 1980'erne er blevet mere legitimt at overlade børnepasning til institutioner, sådan at kvinden har mere tid til at tjene penge (Højrup, 1984: 194). Når kvinden har opnået denne position, betyder det så at opgaverne i hjemmet nu per automatik bliver ligeligt fordelt, eller oplever de selvstændige kvinder at de må kæmpe om at fordele arbejdet i hjemmet?

2.4 WHEN WORK BECOMES HOME OG VICE VERSA

Professor på University of California, Los Angeles (UCLA) i USA, Arlie Russel Hochschild, (1940-) beskriver i sin bog *"The Time Bind – When Work Becomes Home and Home Becomes Work"*, hvordan forældre, til særligt mindre børn, vægter deres karrierer højt. Hun beskriver, at firmaer søger at tage hensyn til børnefamilier, sådan at medarbejdere kan gå ned i tid på arbejdet og

være sammen med familien, og at kvinder samt deres mænd har mulighed for barsel, der strækker sig op til et år. Dog viser hendes feltarbejde, at medarbejderne i meget lille omfang benytter sig af disse muligheder, og vender tilbage til arbejdet kortere tid efter fødsel end de behøver (Hochschild, 1997, 31). Hochschild er undrende overfor denne tendens, og søger forklaringer på dette i sin bog. Blandt andet finder hun, at for lang en barsel kan have konsekvenser for medarbejdere, der ønsker at gøre karriere. Er de væk for længe fra arbejdsmarkedet, kan de ikke længere leve op til de krav arbejdspladsen stiller (Ibid: 30f). Derudover fremhæver hun, at flere medarbejdere fortæller om, at arbejdet i hjemmet er hårdere end deres reelle arbejde, og at medarbejdere føler sig mere kvalificeret til det arbejde de yder udenfor hjemmet (Ibid: 44f). Jeg er derfor interesseret i at frembringe en forståelse af, hvordan de selvstændige kvinder oplever deres egen familietid. Tendensen og forklaringerne som Hochschild netop bidrager med, inspirerer mig til at søge viden til, at kunne besvare mine tidligere stillede spørgsmål, vedrørende hvad der driver kvinderne til at åbne egen forretning – søger de hen imod noget eller søger de væk fra noget andet? *When Work Becomes Home and Home Becomes Work* er et interessant ordspil som jeg ønsker at opnå viden om. Jeg ønsker at finde ud af, hvordan de selvstændige opfatter deres arbejde, og hvordan de opfatter deres familietid. Hvornår oplever de at de går på arbejde, og hvornår oplever de har de har fri? Har de nogensinde fri eller går de nogensinde på arbejde?

2.5 PREKARIATET

Som tidligere beskrevet er mange selvstændige virksomheder indenfor skønhedsbranchen afhængige af kunders privatøkonomi, og de selvstændige har investeret deres egne penge, som de kan miste, hvis forretningen går konkurs. Ved handel med privatpersoner opereres der med en mindre mængde økonomi end ved handel med virksomheder. Det vil sige, at man som virksomhedsejer, der arbejder under disse vilkår, oplever større risici for, at privatpersonerne fra den ene dag til den anden vælger, at holde op med at benytte sig af ens forretning. Når nogle kvinder vælger at igangsætte en selvstændig virksomhed, hvor de er afhængige af kontraktløse relationer, og kun opnår mindre økonomiske kapitaler, arbejder og lever de under den usikkerhed, som den britiske professor Guy Standing (1948-) kendetegner som prekariatet. I nutidens samfund er der en tendens til, at virksomheder i større grad ansætter folk i midlertidige stillinger, i form af vikariater, projektansættelser og lignen-

de (Standing, 2017: 3). Standing beskriver, at denne udvikling fører til større usikkerhed i forbindelse med ens arbejdsliv, som yderligere kan have konsekvenser for ens privatliv. Han beskriver en forståelse af prekariatet som en voksende klasse i indretningen af samfundet. Som nævnt ansætter flere virksomheder i vikariater eller i projektansættelser, fremfor fastansættelse, og dette leverer Standing et negativt syn på (Ibid). Denne gruppes livsbetingelser gør dem til en socialt udsat gruppe, da de ikke opnår samme rettigheder som ved fastansættelser. De lever således under mere usikre kår. Dette kan være i form af manglende pensionsordning, manglende forsikringer o. lign. Ved en fastansættelse i en virksomhed vil der i de fleste tilfælde medfølge pensionsordninger, sygeforsikringer, løn under sygedage, løn under ferie og så videre. Alt dette er noget, som de selvstændige kvinder selv skal sørge for, de skal selv spare op, og de skal samle sig selv op, hvis de falder. Kvinderne har valgt en livsstil, der indebærer, at hvis det går galt, så kan det gå rigtig galt. Hvis kvinderne ikke opnår succes med deres forretning, kan de tabe rigtig mange af deres egne penge, og deres omdømme for den sags skyld. Omstændighederne ved prekariatet tilbyder således både at opleve en stor frihed ved ikke at være fastlåst, men indeholder også en række risici der gør, at det er nødvendigt at passe på sig selv, fordi der ikke er andre til at gøre det. Når jeg inddrager Standings beskrivelse af prekariatet, er det af den årsag, at jeg er nysgerrig på, hvordan kvinderne selv oplever denne usikkerhed. Prekariatsbegrebet er ikke en selvfølgelighed at anvende i denne sammenhæng, men jeg ser nogle ligheder i form af usikkerheden, og jeg er interesseret i at frembringe en forståelse af, hvordan kvinderne selv forstår og eventuelt håndterer denne usikkerhed.

2.6 DISKURSER

I forlængelse af ovenstående afsnit om usikkerhed og påvirkning som ydre faktorer kan forårsage, ønsker jeg at inddrage yderligere en ydrefaktor, der kan have betydning for, hvordan og hvorfor kvinder vælger eller ikke vælger at drive en selvstændig forretning indenfor skønhedsbranchen. Som jeg indledningsvist beskriver, er jeg interesseret i, at tilvejebringe et overblik over, hvordan den politiske diskurs er, vedrørende iværksætteri. Jeg er interesseret i at frembringe en forståelse af, i hvilket omfang denne italesættelse kan have en indvirkning på, om kvinderne vælger at åbne en selvstændig forretning, eller om det måske kunne afholde dem fra det. Jeg vil derfor anvende diskursanalyse i forbindelse med nogle af de politiske debatoplæg vedrørende iværksætteri, som sid-

dende erhvervs- og vækstminister Troels Lund Poulsen har deltaget i. Yderligere vælger jeg at fokusere på regeringens udspil fra 2017 i forhold til erhverv og iværksætteri.

Som jeg skriver tidligere i kapitlet, er jeg inspireret af Foucault og hans magtperspektiv i forhold til sproget og diskurser. Dog har jeg fundet mit teoretiske fodfæste hos den britiske professor i lingvistik Norman Fairclough (1941-), da han bidrager med mange forskellige begreber, der formår at rumme flere aspekter af den samtale eller ytring, der har fundet sted. Fairclough tillægger ydermere de sociale omstændigheder stor betydning for, både hvad afsenderen vælger at ytre, men også hvordan modtageren forstår ytringen (Fairclough, 1992: 64). Dette aspekt gør, at Faircloughs diskursanalysemodel inddrager en kritisk vinkel, i forhold til den viden analysen leverer. Da jeg finder mit videnskabsteoretiske ståsted i socialkonstruktivismen, er jeg af den overbevisning, at vi må forholde os kritisk, til den viden vi erhverver os og særligt hvordan vi erhverver os den. I forlængelse heraf ønsker jeg at fremhæve, at Faircloughs begrebsapparat er bredt og er udviklet til at kunne rumme mange små detaljer. Jeg ønsker imidlertid ikke at anvende samtlige begreber, som Fairclough operer med, men vil i stedet anvende udvalgte begreber, som jeg finder relevante i den forestående analyse.

Fairclough arbejder med en tredimensionel model, hvor tekst, diskursiv praksis og social praksis bidrager med hver sit betydningsfulde element, for at kunne frembringe en mere virkelighedsnær analyse af det udtalte (Ibid: 72). Han operer således, med det han kalder for en kritisk diskursanalyse, hvor det er vigtigt, at man forholder sig kritisk til den analyse, der frembringes. Det er særligt her, den sociale praksis spiller ind.

Blandt andet anvendes begreberne *sammenkædning* og *klausul* i begrebsoversigten. Sammenkædning handler om, hvordan ord og sætninger udvælges for at udgøre en tekst. Her udvælger afsenderen ord, der på bedst mulig måde rummer det budskab vedkommende ønsker at sende. Derudover vælger afsenderen hvordan sætningen skal konstrueres, for at kunne overbevise sin modtager om det der ytres (Ibid: 77). Klausul omfatter i forlængelse heraf, hvordan afsenderen kan vælge enten at give eller tilbageholde information for, at få sit synspunkt igennem, og igen kunne overbevise sin modtager (Ibid: 76). Disse begreber går under den del af den tredimensionelle model *tekst*, idet begreberne er meget tekstnære.

I *den diskursive praksis* finder vi begreberne *styrke* og *intertekstualitet*. Styrke handler om, hvordan man som afsender kommunikerer. Dette kan være gennem at give ordre, agere som offer, tale sig selv op eller ned. Det handler om, at kunne få modtageren til at lytte og følge det som bliver ytret (Ibid: 82). Intertekstualitet er et begreb, der handler om, at man i sin tale henviser til tidligere

tekster eller tidligere ytringer, som modtageren er bekendt med (Ibid: 134). Denne metode er med til at skabe troværdighed og igen give afsenderen mulighed for at overbevise modtageren om sit budskab (Ibid: 84).

I *den sociale praksis* operer Fairclough med begreberne *ideologi* og *hegemoni*. Ideologien er den diskurs, vi accepterer som gældende. Det er konstruktioner, af den virkelighed vi er en del af (Ibid: 88f). Dette kan eksempelvis være ideologier, der er indlejret i den diskursive praksis, som vi anser for almen viden. For eksempel kan en gældende ideologi være, at rygning er skadelig for vores sundhed. Det er en almen accepteret ideologi. Et andet eksempel kan være, at mænd og kvinder skal have lige mulighed for at springe ud som iværksættere, eller at alle brancher skal have lige mulighed for statslig eller kommunal støtte i forbindelse med iværksætteri.

Hegemoni vil være, når man forsøger at udfordre den gældende ideologi (Ibid: 88f). Fairclough arbejder med hegemoni på et samfundsmæssigt plan, hvor hegemoni er en form for bevægelse indenfor sproget. Det vil sige, at i 1960'erne var diskursen og dermed ideologien omkring rygning en anden, end den er i dag. Der er dermed sket en hegemonisk kamp. Den hegemoniske kamp er sket ved, at diskursen omkring rygning er ændret og dermed er forståelsen og ideologien omkring rygning også ændret. Vi ser nu helt anderledes på rygning end vi gjorde i 1960'erne.

Jeg ser imidlertid også, at hegemoniske kampe kan foregå på mikroniveau, hvor der er en en-til-en relation. Det vil sige at ideologier ikke kun eksisterer på et overordnet samfundsniveau, men eksisterer også i forskellige samfundslag, såsom i grupper, hos familier, på arbejdspladser osv. Ved hegemoni forstås der, at man forsøger at kæmpe om, hvad der skal være den gældende ideologi. Ved at argumentere for sine synspunkter kan man søge at ændre den gældende ideologi. I forhold til rygning er dette sket ved at tilvejebringe beviser for, at der er en direkte sammenhæng mellem rygning og forskellige følgesygdomme.

Hvis jeg skal vende tilbage til det, min egen undersøgelse egentlig handler om, kan en hegemonisk kamp være, at den gældende diskursive ideologi er, at alle uanset køn, størrelse på virksomhed, eller valg af branche har lige mulighed for opnå støtte eller anerkendelse hos de offentlige myndigheder. Den hegemoniske kamp vil opstå, når en modstående ideologi påstår, at dette ikke er tilfældet og derigennem forsøger at blive den gældende ideologi. Dette kan ske ved at argumentere for sine holdninger, blandt andet gennem de begreber som er præsenteret ovenfor.

De præsenterede begreber vil jeg anvende i en diskursanalyse af udtalelser vedrørende iværksætteri.

3. METODE

Dette kapitel vil indeholde en redegørelse, samt argumentation for mine overvejelser i forbindelse med at indsamle empiri til min undersøgelse. For at sikre gennemsigtighed i undersøgelsen mener jeg, at det er vigtigt at lade læseren vide hvordan, samt hvorfor empirien er indhentet. Derudover må læseren også have adgang til viden om, hvordan empirien efterfølgende er blevet behandlet, så det vil være muligt for læseren at forholde sig kritisk til den erhvervede viden.

Specialet har til formål, at bidrage med viden om hvordan det kan opleves for kvinder at arbejde som selvstændige indenfor skønhedsbranchen. Denne viden må nødvendigvis baseres på valide kilder og fremgangsmåder. En præsentation af hvorfor og hvordan empirien er indsamlet, samt bearbejdet sikrer større troværdighed og validitet i undersøgelsen.

Kapitlets disposition vil være således, at der indledningsvist vil være en kort casepræsentation, der tilvejebringer et indblik i det felt som er omdrejningspunkt for undersøgelsen. Efterfølgende vil jeg redegøre for, hvordan jeg har indsamlet min empiri, samt argumentere for hvorfor jeg mener, at interviews har været den bedste metode for undersøgelsen. Derudover inddrager jeg Youtube klip med ytringer fra erhvervs- og vækstministeren Troels Lund Poulsen. Disse klip har til formål at give et indblik i den politiske diskurs vedrørende iværksætteri. I undersøgelsen vil jeg videre anvende regeringens erhvervs og iværksætterudspil fra 2017. Udspillet vil være at finde i Bilag G.

Endvidere har jeg i afsnit 3.3 valgt at uddybe min tilgang til praksis. Jeg har anvendt tilgangen som i 1967 blev navngivet af Barney G. Glaser (1930-) og Anselm L. Strauss (1916 - 1996). Tilgangen, *Grounded Theory*, er kendetegnet ved, at man som forsker ikke lader teorien styre retningen for sin undersøgelse, men at praksis og den pågældende empiri sikrer undersøgelsens retning.

Ydermere redegør og argumenterer jeg for, hvordan jeg har valgt at behandle min indsamlede data. Dette gælder både i forhold til at skabe overblik over empirien, men også i forbindelse med at kunne behandle den analytisk. I afsnit 3.5 for validering og afsnit 3.6 for etiske overvejelser vil jeg begrunde, hvordan min undersøgelse kan regnes for troværdig, samt fremhæve min egen troværdighed som forsker, overfor de respondenter der har deltaget i undersøgelsen. Afslutningsvis vil jeg præsentere et kort resume af, hvad læseren kan forvente i den forestående analyse.

3.1 CASEPRÆSENTATION

Undersøgelsen tager udgangspunkt i tre forskellige fagområder, indenfor skønhedsfaget. De tre fagområder er som tidligere præsenteret frisør-, vippe- og brynstylist-, samt kosmetologfaget. Fælles for de tre fagområder er, at man finder flere kvinder end mænd, der vælger at arbejde som selvstændige indenfor netop disse fag. Jeg vil i det følgende afsnit præsentere hvilke arbejder de tre fagområder hver især beskæftiger sig med, samt give en præsentation af hvordan en arbejdsdag kan se ud for dem. Viden om de respektive fagområder er indhentet via interviews med respondenter indenfor henholdsvis frisør-, vippe- og bryn-, samt kosmetologfaget.

3.1.1 FRISØRERNE

Det er vigtigt at påpege, at det kan variere hvor meget man arbejder som selvstændig frisør, samt hvad det er for nogle opgaver, man primært beskæftiger sig med. Jeg har talt med to frisører i en større provinsby med en frisørsalon centralt i byen. Frisørerne er selvstændige i den samme salon. Deres baggrund i forhold til at drive en selvstændig forretning er forskellig. Det samme gør sig gældende for hvor længe de har arbejdet som selvstændige. Den ene frisør har arbejdet som selvstændig i otte år (Bilag C: 1), mens den anden har arbejdet som selvstændig i et lille års tid (Bilag D: 1). Alligevel er jeg af den overbevisning, at jeg er i stand til at opnå give et indblik i deres arbejde, dog med en mere overordnet vinkel.

Begge frisører befinder sig fysisk gennemsnitligt minimum 37 timer om ugen på deres arbejdsplads, og forsøger begge at holde timeantallet deromkring. De har begge været i branchen i cirka 12 år. De beskriver deres arbejde med et primært fokus på klip, farve og opsætninger (Ibid). Herudover bruger de et par timer om ugen på at lave det administrative arbejde, såsom registreringer af indtjening, samt salg.

Ydermere er de begge gift og har to små børn. De har begge været sammen med deres partner mens de startede op som selvstændig og har begge oplevet, at være mor til to små børn samtidigt med, at de driver en forretning.

3.1.2 VIPPE- OG BRYNSLYLISTEN

Ligesom ved frisørerne vil det også være nuanceret for forskellige vippe- og brynstylist, hvordan de vælger at tilrettelægge deres arbejde. For den pågældende respondent gælder det, at hendes klinik ligger centralt i en større provinsby, hvor hun befinder sig mellem 37-42 timer om ugen, med sit fokus på kunderne. Hun har arbejdet som selvstændig i godt to år (Bilag B: 1). Derudover bruger hun meget tid udenfor sin klinik til at tage sig af administrative opgaver, samt at svare kunder på forskellige spørgsmål. Vippe- og brynstylisten beskriver sit formål med sit arbejde som følgende: *”Det handler om at forskønne kvinder, og ind imellem også mænd”*(Ibid). Arbejdet er meget nicheorienteret, hvor der er et stort fokus på øjenområdet. Arbejdet handler om at style vipper og bryn. Vipper kan blive forlænget i form af extenstions, mens bryn kan farves og vokses sådan at det helt rigtige look kommer frem. Derudover er det muligt at få et permanent vippebuk i form af 'lashlift'.

Derudover er hun gift og har et barn. Ligesom med frisørerne har hun været sammen med sin partner mens hun startede op som selvstændig og har også oplevet, at have et lille barn mens hun driver sin egen forretning.

3.1.3 KOSMETOLOGEN

Kosmetologen har en lidt anden historie end frisørerne og vippe- og brynstylisten. Kosmetologen er nemlig ansat, men har indtil for nylig arbejdet som selvstændig. Hun arbejdede som selvstændig i cirka syv år. Jeg mener at hendes historie kan bidrage til en forståelse af, hvorfor nogle vælger og fravælger en livsstil som selvstændig. Arbejdsopgaver der optager kosmetologen i min undersøgelse, vil ikke nødvendigvis være de samme for andre kosmetologer.

Kosmetologen fortæller, at mens hun arbejdede som selvstændig, måtte hun lægge væsentligt flere timer i sit arbejde, end hun gør som ansat (Bilag E: 3). Som ansat arbejder hun 37 timer om ugen. Det vil sige at hun befinder sig fysisk på sin arbejdsplads 37 timer om ugen. Hun fortæller selv at hun ofte brugte flere timer i klinikken da hun var selvstændig og at hun i højere grad sørgede for at besvare kunders henvendelser på Facebook hurtigt (Bilag E1: 3). Hendes arbejde er mangesidet og omfatter blandt andet ligesom vippe- og brynstylisten, også at ordne vipper og bryn på kunder. Derudover laver hun diverse voksbehandlinger, både på kroppen og i ansigtet. Yderligere laver hun manicure og pedicure, neglelak og shellak, samt permanent makeup. Permanent makeup omfatter, at man går ind og pigmenterer brynene, som gør, at de bliver mere tydelige. Derudover omfatter

permanent makeup også lipliner, som gør omridset af læberne mere tydelig.

Kosmetologen har ingen børn, men forestiller sig at skulle have det på et tidspunkt (Bilag E: 3). Hun har været sammen med sin partner i syv år (Bilag E1: 4).

3.1.4 DEN POLITISKE DISKURS VEDRØRENDE IVÆRKSÆTTERI - ERHVERVS- OG VÆKSTMINISTEREN

Som tidligere nævnt inddrager jeg to Youtube klip hvor erhvervs- og vækstministeren Troels Lund Poulsen udtaler sig om iværksætteri. Jeg ønsker som sagt, at få et indblik i den politiske diskurs vedrørende iværksætteri. Dette mener jeg, at kunne få gennem udtalelser fra erhvervs- og vækstministeren, da han netop fra politisk side beskæftiger sig meget med området og derigennem ofte forholder sig til emnet.

Det ene Youtube klip er fra 2015, fra et arrangement kaldes 'GoPro'. Her er ministeren, sammen med sin politikerkollegaer Ida Auken, iværksætterne Johan Bylov og Tim Vang, Ubåd og raketbygger, Peter Madsen og formanden for dansk iværksætterforening, Christian Walther inviteret ind til at svare på forskellige spørgsmål vedrørende iværksætteri. Panelet skiftes til at svare på spørgsmål fra en kvindelig vært, der også inddrager spørgsmål fra publikum. Publikummet har alle en interesse i iværksætteri, da de enten selv er iværksættere eller har et ønske om at starte deres egen forretning. Særligt besvarer erhvervs- og vækstministeren spørgsmål der har med lovgivning og politisk støtte at gøre (Bilag F).

Det andet Youtube klip er ligeledes fra 2015 fra arrangementet 'ITOP15'. Ministeren præsenteres af Tv-værten Clement Kjersgaard. Troels Lund Poulsen fortæller om hvad det er for nogle tiltag han som minister vil foretage for, at det vil blive nemmere og mere indbydende at være iværksætter (Bilag F1). Publikummet er ligesom ved ovenstående klip iværksættere der har en interesse i iværksætteri.

Derudover inddrager jeg regerings udspil omhandlende erhverv og iværksætteri fra 2017 (Bilag G). Gennem udspillet er det muligt at skabe en forståelse af hvordan den politiske diskurs er, vedrørende iværksætteri.

3.2 DATAINDSAMLING

For at opnå viden vedrørende livsstilsformen *selvstændig*, indenfor skønhedsbranchen, har jeg fundet interviews anvendelige. Jeg har ønsket, at høre hvordan selvstændige selv oplever det at være selvstændig. Ønsket har været at frembringe viden om, hvordan det er at være selvstændig, særligt i forbindelse med at drive en mindre forretning uden ansatte. Yderligere har jeg ønsket at tilvejebringe viden om hvordan disse kvinder balancerer deres familieliv i forhold til deres arbejdsliv.

3.2.1 INTERVIEWS

Min indledende kontakt med kvinderne har været, at jeg havde kendskab til én af de fire kvinder, som indvilligede i at deltage i et interview. Jeg fik min første respondent til at forhøre sig i sit netværk om nogle af hendes selvstændige 'kollegaer' ønskede at deltage i et interview. Mine eneste kriterier var, at disse selvstændige arbejdede indenfor skønhedsbranchen, beskæftigede sig med et særligt fagområde og at de ikke havde nogen ansatte. Disse kriterier opstillede jeg, fordi jeg ønsker at skabe en forståelse af de udfordringer, som små selvstændige forretninger indenfor skønhedsbranchen, står med. Interviews er særligt givende når man vil opnå indblik i individers livsverden. Ved at anvende spørgeskemaer kunne jeg ligeledes have opnået et indblik i de selvstændige kvinders liv. Dog er spørgsmål i spørgeskemaer mere lukkede og der er dermed ikke særlig god mulighed for at få uddybet forskellige emner.

Inden jeg udførte mine interviews, udarbejdede jeg en interviewguide, der skulle sikre, at jeg bevægede mig ind over de emner, som jeg ønskede viden indenfor. Interviewguiden jeg arbejdede med var semistruktureret, hvor der var plads til at stille uddybende spørgsmål (Harboe, 2008: 42). Den semistrukturerede tilgang sikrede videre en mere naturlig dialog med kvinderne, idet muligheden for at lade kvinderne beskrive fænomener udenfor interviewguiden var til stede. Da jeg ønskede at kvinderne skulle fortælle om deres arbejdsliv og deres familieliv, var det derfor vigtigt for mig, at de oplevede en interesse og tryghed ved mig og mine spørgsmål. Netop derfor ønskede jeg at undgå en kunstig samtale, som en meget struktureret interviewguide og interviewudførelse kan medføre.

Interviewguiden er udarbejdet således, at jeg på forhånd havde nedskrevet stikord til de emner jeg ønskede at frembringe viden omkring, men uden at de var formuleret som meget udførlige replikker. Dette gav rum til improvisation og en mere naturlig samtale.

Derudover var jeg særlig opmærksom på min ageren under interviewet. Det er som interviewer vigtigt, at være opmærksom på hvordan man tager imod de ytringer respondenterne kommer med. Jeg søgte derfor at lytte og selv undgå at afbryde for meget. Derudover var jeg også interesseret i at finde ud af, om der var eventuelle emner, som krævede opfølgninger og derfor var det vigtigt, at jeg hele tiden søgte at holde interviewet på sporet. Samtidigt var jeg meget opmærksom på hvad det var for nogle emner, jeg havde forberedt inden, som jeg gerne ville have kvinderne til at fortælle om. I forbindelse med dette gjorde jeg brug af min erfaring fra tidligere interviews. Det er vigtigt, at respondenterne oplever, at ytringerne bliver hørt og derfor gjorde jeg brug af det som Russel Bernhard kalder for *Ekko Probe*, *Uh-Huh Probe* og *Silent Probe* (Bernhard, 2013: 187f). Dette indebærer, som jeg beskriver, at jeg som interviewer ikke selv taler for meget, eller forstyrre den talestrøm respondenterne er i gang med. Her anvendes Uh-huh- og Silent probe. Ekko probe anvendte jeg i forbindelse med at stille uddybende spørgsmål. Det giver et godt flow i samtalen, samtidigt med at det ikke forstyrrer interviewets egentlige formål.

Respondenten som jeg forud for undersøgelsen havde kendskab til, indvilligede i at deltage i en minipilotundersøgelse. Det vil sige, at jeg afprøvede mine spørgsmål sammen med hende, inden jeg gik videre til de resterende respondenter. Jeg ønskede at sikre, at mine spørgsmål ville være relevante, for netop det jeg ønskede at vide, men også i forhold til at kvinderne oplevede, at de havde noget at bidrage med (Brinkmann og Tanggaard, 2010: 426). Selvom jeg under interviewet havde mulighed for at få opklaret nogle spørgsmål, viste det sig, at jeg måtte følge op på en række spørgsmål efter endt interview. Dette betød, at efter jeg havde afsluttet minipilot interviewet, samt efter jeg havde fulgt op på nogle af mine teoretiske vinkler, måtte jeg foretage et supplerende interview med min første respondent. Ved at have foretaget en pilotundersøgelse betød det, at jeg hurtigere fik styr på mine interviews og kunne indhente den viden, som jeg havde behov for at opnå. Dog har jeg alligevel måtte ud og foretage supplerende interviews med samtlige kvinder, da jeg fandt, at min undersøgelse måtte tage en drejning, som jeg ikke havde forudset i mine første interviewspørgsmål. Dette erfarede jeg i forbindelse med, at mine interviews gav nogle oplysninger, som jeg ikke havde forventet, og det betød samtidigt, at jeg måtte udvide min teoretiske ramme. Min

erfaring med at vende tilbage til praksis og måtte foretage supplerende interviews vil jeg beskrive mere uddybende i afsnit 3.3 omhandlende 'Grounded Theory'.

Jeg mener yderligere, at det er relevant at påpege lokationen for, hvor mine interviews fandt sted, da det siger en del om det felt min undersøgelse omhandler. På nær ved mit første interview har alle respondenterne ønsket at mødes på deres arbejdsplads. De to frisører som jeg talte med, ønskede at interviewet skulle foregå mellem de havde kunder. Dette betød også at interviewene blev en smule forhastede og at de muligvis har haft mere at bidrage med end tiden tillod. Dog er jeg også klar over, at det er de vilkår, der nogle gange gør sig gældende, når man foretager sådanne undersøgelser. Interviewet med kosmetologen foregik efter den sidste behandling i den klinik hun er ansat i. Det interessante i at interviewene foregik på deres arbejdsplads, er at spørgsmålet om, hvorvidt fritid og arbejde er adskilt for disse kvinder, gør sig gældende? Derudover åbner det også op for et spørgsmål om, hvorvidt disse kvinder oplever at have tid til meget andet end arbejds- og familieliv?

Jeg valgte at foretage enkeltmandsinterviews, fordi det var svært for de selvstændige at finde tiden til at mødes, hvilket jeg beskriver i ovenstående afsnit. Derudover var de emner jeg ønskede at respondenterne skulle tale om af privat karakter. Jeg ønskede, at vide hvordan de strukturerer deres tid i hjemmet, hvordan de har fået råd til at starte som selvstændig, samt få et indblik i hvem af dem og deres partner, der tager sig af det huslige arbejde. Dette er oplysninger, som man nødvendigvis ikke ønsker at dele med sine kollegaer (Rasmussen, 1994: 226f).

3.2.2 YOUTUBE KLIP OG UDSPIL

Ydermere har jeg anvendt mig af mediet *Youtube*, hvor man blandt andet har mulighed at få indsigt i, hvordan en afsender vælger at ytre sig om et givent emne. Jeg har anvendt Youtube i forbindelse med udtalelser fra erhvervs- og vækstministeren Troels Lund Poulsen vedrørende iværksætter, selvom jeg er bevidst om risikoen for, at nogle ytringer er blevet udeladt fra videoen. Alligevel mener jeg, at mediet tillader større troværdighed end eventuelt skriftligt materiale. Ved artikler der citerer ministeren, er risikoen for manipulation af ytringen større end i en video. Jeg mener derfor, at jeg bedst muligt via ministerens egne ord, kan bidrage med valid viden på området.

På erhvervsministeriets hjemmeside har jeg fundet den politiske regerings udspil for erhverv og iværksætteri fra 2017, som jeg ønsker at inddrage i min undersøgelse. Dette udspil er tilgængelig for offentligheden. Den politiske regering er selv afsender på udspillet, og jeg mener derfor ikke, at der er en risiko for, at ytringerne i udspillet er manipuleret.

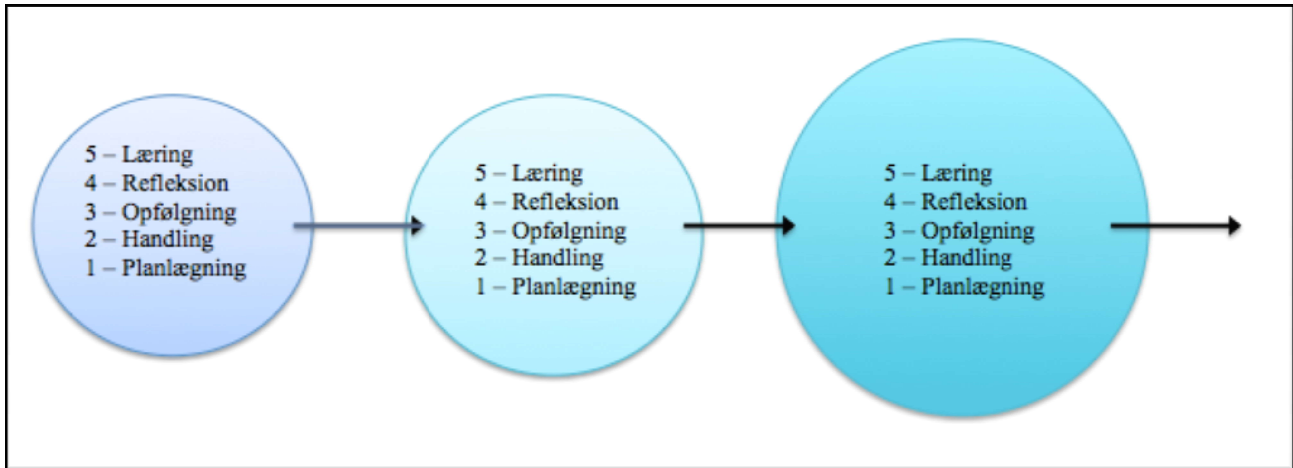
3.3 GROUNDED THEORY

Jeg har tidligere givet en kort beskrivelse af, hvad dette afsnit vil indeholde. Netop min tilgang til denne undersøgelse. Jeg vælger at fremhæve min tilgang til praksis, da jeg mener, at det siger noget om validiteten i mit speciale og dermed skaber en større gennemsigtighed. Min tilgang har i mange henseende været neutral, idet mit kendskab til det at arbejde som selvstændig indenfor skønhedsbranchen har været meget begrænset. Samtidigt har jeg haft en række spørgsmål, som jeg fandt interesse i. Jeg af den overbevisning, at Grounded Theory hjælper mig til at kunne be- eller afkræfte disse hypoteser.

Formålet med at arbejde med Grounded Theory er netop, at sikre en mere neutral tilgang til det man ønsker at undersøge (O'Reilly, 2009: 92f). Dette betyder, at man i større grad ønsker, at lade empirien styre sin undersøgelse, frem for at forsøge at få den til at passe ind i en teoretisk ramme. Dette er netop sådan min tilgang til praksis har været. Min tilgang til undersøgelsen har været induktiv, hvor jeg har haft en række emner, som jeg ønskede at opnå noget mere viden omkring. I forbindelse med indsamling af empirien har min nysgerrighed bredt sig, hvilket har gjort, at jeg i højere grad har ladet mig styre af empirien, fremfor de teorier jeg arbejder med (Pedersen og Olsen, 2013: 317). Ydermere har jeg måtte fravælge nogle teorier, mens jeg har fundet andre mere passende.

Når jeg mener, at min undersøgelse ikke blot er induktiv, men er forankret i Grounded Theory, er det fordi, jeg har vendt tilbage til praksis af flere omgange. Jeg har brugt praksis til at forstå betingelserne, der gør sig gældende når man arbejder som selvstændig, med supplement fra udvalgte teorier og ikke omvendt. Glaser og Strauss arbejder med fem delelementer, der tilsammen udgør processen i forbindelse med en undersøgelse, når der arbejdes med Grounded Theory. 1. Planlægning, 2. Handling, 3. Opfølgning, 4. Refleksion og 5. Læring. Disse elementer udgør en proces, som

må gentages flere gange, jo mere der erfares gennem en undersøgelse. Det er en proces, der i princippet aldrig stopper, men som kan fortsætte ind i det uendelige. Figur 4 viser en illustration af, hvordan dette kan foregå.



Figur 4 – Arbejdsprocessen ved anvendelse af tilgangen *Grounded Theory*

Glaser og Strauss ønsker via denne tilgang at bidrage med viden, der kan generaliseres. Dette gøres ved gentagne gange, at vende tilbage til det felt der undersøges (Guvå og Hylander, 2003: 38). Ved at nærstudere en konstruktion over flere omgange, mener Glaser og Strauss, at der er mulighed for at finde frem til generaliserbare sandheder. Dette mener jeg imidlertid ikke. Jeg mener, at sandheder stadig er situationelle og socialt konstruerede (se afsnit som social konstruktivisme). Alligevel mener jeg, at deres tilgang er anvendelig til at tilvejebringe viden om givne konstruktioner og muligvis nærme sig en mulig sandhed.

3.4 DATABEHANDLING

Min data kommer fra interviews med kvinder, der arbejder som selvstændige indenfor skønhedsbranchen, samt fra to Youtube klip hvor en politisk diskurs om iværksætterier med blandt andre erhvervs- og vækstministeren Troels Lund Poulsen har været fokusområdet. Derudover inddrager jeg

også udspillet fra den politiske regering vedrørende erhverv og iværksætter.

Under mine interviews optog jeg samtalen mellem mig selv og respondenterne. Dette gjorde jeg af den årsag, at jeg havde større chance for, at huske hvad der var blevet sagt under interviewet (Kvale og Brinkmann, 2009: 202). Dette betød yderligere at jeg ikke forstyrrede interviewet ved at tage noter undervejs. Jeg har haft mulighed for at genhøre respondenternes udtalelser, hvilket også har medført potentialet for at følge op på nogle af de emner, jeg har manglet viden indenfor. Optagelserne havde til formål, at kunne anvendes i forbindelse med en transskribering. Transskribering sikrer et større indblik i de forskellige ytringer, idet udtalelserne bliver grundigt bearbejdet.

De to Youtube klip, som jeg har valgt at inddrage i min undersøgelse, har jeg ligeledes valgt at transskribere. Selvom både lydoptagelserne og videoerne har været tilgængelig under udarbejdelsen af dette speciale, har jeg ønsket at have min data i dokumentform, da det giver en større sammenhængskraft i forbindelse med udarbejdelsen af analysen. Dette giver samtidigt læseren større mulighed for indblik i det data, som jeg arbejder med. Udspillet fra den politiske regering vedrørende erhverv og iværksætter fra 2017, har jeg ikke bearbejdet på samme måde som min anden empiri. Udspillet fandtes allerede i dokumentform.

Ved udarbejdelsen af transskriptionerne har jeg valgt at udelade fyldeord, så som hmm, øh og længere tænkepauser. Mit formål med både interviews og Youtube klip har været at opnå viden om det indholdsmæssige. Jeg har ikke fundet det nødvendigt at inddrage hvordan ytringerne er blevet leveret. I en undersøgelse omhandlende interaktionsanalyse vil det i større grad være nødvendigt at inddrage fyldeord, idet de kan sige noget om et menneskes tryghed eller dominans i en interaktion (Ibid: 203). Da dette ikke har været formålet, har jeg valgt at sortere fyldeord fra. Ydermere har jeg søgt at forholde mig tro mod både interviews og videoer, ved at transskribere udtalelserne som det er blevet leveret (Ibid: 204f). Dog har jeg ved en frasortering af fyldeord, gjort teksten mere læsevenlig. Dette betyder, at teksten i højere grad er skrevet i tekstsprog fremfor talesprog, hvilket gør forståelsesprocessen af empirien lettere.

Min interviewguide har været udarbejdet således, at jeg har inddelt mine spørgsmål i kategorier. Jeg har spurgt kvinderne ind til emner, som hvordan de kom i gang med at være selvstændige, hvorfor de har valgt at blive selvstændige, hvordan de økonomisk har fået deres forretning i gang, hvordan de håndterer og balancerer arbejdsliv versus familieliv og meget andet (Bilag A + A1). Min tilgang til analysen har været præget af min interviewguide. Det vil sige, at jeg har behandlet mine data ud

fra forskellige kategorier, baseret på mine spørgsmål. Til disse spørgsmål har jeg fundet teori, der har været behjælpelig med opnå større viden om emnet. Min tilgang og behandling af data har derfor taget udgangspunkt i disse spørgsmål og derigennem behandlet dem via kategorier, som de har passet ind i.

På tværs af de fire interviews med kvinderne har jeg undersøgt forskelle og ligheder mellem deres udtalelser og søgt muligheden for, at kunne fremhæve tendenser i min analyse. I forhold til diskursanalysen som bliver anvendt i anden del af analysen har jeg indledende i større grad lænet mig op ad det begrebsapparat, som Fairclough arbejder med. Grunden til dette er, at hans begreber i større grad gør en opmærksom på ord og sprogbrug og den magt sproget rummer. Jeg har yderligere benyttet mig af muligheden for at inddrage kvindernes udtalelser angående offentlig økonomisk støtte (Bilag A: 1), for at kunne tilvejebringe muligheden for at analysere hvorvidt den politiske diskurs påvirker kvinders valg og muligheder indenfor deres arbejde som selvstændige.

3.5 VALIDITET

Når der udarbejdes en undersøgelse, der udelukkende bygger på kvalitative metoder, kan det muligvis medbringe kritik. Kritikken kan gå på, at den empiri der indsamles vil være for subjektiv (Jacobsen et al., 2012: 56f). Dette gør sig både gældende i forhold til de respondenter, der har medvirket i undersøgelsen, men også i forhold til den forsker der udarbejder undersøgelsen. I forhold til at undersøgelsen vil være subjektiv vedrørende respondenternes udtalelser, søger jeg at imødekomme kritikken ved, at inddrage fire forskellige selvstændige indenfor skønhedsbranchen, i stedet for blot én. Yderligere vælger jeg at bevæge mig ind på forskellige fagområder indenfor skønhedsbranchen, sådan at jeg undgår kun at repræsentere ét specifikt fagområde. I forbindelse med at min egen agenda kan blive dominerende i undersøgelsen, har jeg både søgt vejledning og sparring hos andre forskere. Jeg har fra undersøgelsens start været opmærksom på, at ét blik på dette speciale muligvis kan medføre fejltolkninger eller direkte manipulation af viden og resultater - ubevidst. Derfor har jeg løbende med specialets udarbejdelse, opsøgt sparring fra forskere der selv beskæftiger sig med samfundsfaglige problemstillinger, hvilket gør dem i stand til at forholde sig kritisk til mine fund.

Ydermere har jeg inden endelig afslutning af undersøgelsen igen fået den kritisk vurderet af andre forskere.

Med metoden jeg vælger til at forstå praksis på, både ved at have en induktiv tilgang, men også ved at anvende Grounded Theory, sikrer jeg, at jeg undgår at forsøge at få praksis til at passe ind i en teoretisk ramme, hvor den ikke hører til. Selvom jeg er af den overbevisning, at der ikke er én overordnet sandhed, der gør sig gældende, mener jeg alligevel, at jeg ved at vende tilbage til praksis og følge op på spørgsmål sikrer, at jeg kan tilvejebringe så sandfærdig viden som muligt. Ydermere lægger tilgangen Grounded Theory op til, at forskeren undersøger fra forskellige vinkler. Dette kan eksempelvis være ved at anvende forskellige metoder, sådan at ens undersøgelse fremkommer mere valid (O'Reilly, 2009: 93). Der findes både styrker og svagheder ved at anvende flere forskellige metoder. En af mine overvejelser gik på at foretage observationer af de kvindelige selvstændige, mens de udførte deres arbejde. Jeg var dog indledningsvist bevidst om, at der både er nogle fordele og ulemper ved at involvere sig for meget i den praksis, man undersøger. Fordelene kan være, at der bliver opbygget en større fortrolighed mellem interviewer og respondent, der kan medvirke til at respondenterne fortæller mere detaljeret om det givne emne (Pedersen, 2012: 125). Derudover kan det give intervieweren bedre mulighed for at stille mere kvalificerede spørgsmål. Jeg valgte ikke at supplere mine interviews med observationer, idet jeg ikke ønskede at komme for meget ind i kvindernes verden, og risikere at min opfattelse af deres forhold blev påvirket, hvilket kan være en ulempe ved at benytte sig af kombinerede metoder (Ibid). Yderligere fravalgte jeg observationerne, idet jeg ikke ville være i stand til at observere kvinderne i forbindelse med begge de livsverdner jeg er interesseret i at opnå viden omkring.

I forhold til at jeg vælger at transskribere ministerens udtalelser vedrørende iværksætteri, er for bedre at kunne arbejde med empirien. Dog gør det sig gældende i en af videoerne, at ministeren deltager i en iværksætterdebat med andre debattører. Jeg har valgt udelukkende, at koncentrere mig om ministerens udtalelser og har derfor ikke transskriberet udtalelser, der kommer fra de andre debattører. Dette undlader jeg netop fordi de ikke har interesse for min undersøgelse. Dog har jeg valgt at transskribere de spørgsmål som ministeren svarer på, samt vedlagt links til de anvendte videoer i en litteraturliste, hvis læseren ønsker en større forståelse, af den givne kontekst som ministeren udtaler sig i.

3.6 ETISKE OVERVEJELSER

Det er klart, at der er nogle etiske forhold at tage højde for, når man udarbejder en undersøgelse der vedrører nogle menneskers privat- og arbejdsliv. Jeg har derfor valgt at anonymisere mine respondenter fuldstændigt. Mine interviews er anonymiseret sådan at stednavne, såsom byer, gader/vejnavne og saloner samt klinikker ikke indgår i transskriberingen. Derudover er alle navne både på kvinderne, deres partnere, samt kollegaer også anonymiseret. Dette er en beslutning, jeg har truffet, idet jeg ikke ønsker, at respondenterne skal opleve at blive udleveret, hverken i forhold til deres arbejde men heller ikke i forhold til deres privatliv.

Når jeg vælger ikke at anonymisere erhvervs- og vækstministerens udtalelser, er det af tre årsager. Først og fremmest er videooptagelserne offentlig tilgængelige, hvilket ikke gør mig ansvarlig for at anonymisere afsenderen. Derudover ytrer ministeren sig ikke om personlige forhold, men udtaler sig om politiske agendaer, hvilket han stiller op til, velvidende at det bliver filmet. Ydermere mener jeg, at en anonymisering af ministerens udtalelser kan mindske troværdigheden i undersøgelsen. Jeg ønsker at frembringe viden om den politiske diskurs vedrørende iværksætter, hvilket også kræver udtalelser fra politikere. Ved anonymisering af ministeren, vil læseren ikke kunne gennemskue hvorvidt udtalelserne er af politisk karakter eller ej.

Afslutningsvis har jeg givet samtlige respondenter mulighed for at gennemlæse de transskriptioner, der vedrører deres egne udtalelser. Dette har tilvejebragt muligheden for respondenterne til at korrigere eller kommentere på, hvis de ikke mener at være citeret korrekt.

3.7 HVAD SKER DER I ANALYSEN?

Næste kapitel vil fokusere på en analyse af den indsamlede empiri. Analysen har til formål, at frembringe viden om hvad det er for nogle faktorer, der kan være medvirkende til, at nogle kvinder vælger at åbne deres egen forretning indenfor skønhedsbranchen. Derudover fokuserer jeg også på hvilke udfordringer som kvinderne kan stå overfor. Denne viden mener jeg kan tilvejebringes gen-

nem de metoder og teorier, som jeg indtil nu har præsenteret gennem specialet. Kapitlet for analysen vil være opdelt i to primære segmenter. Et der fokuserer på kvindernes fortællinger om at være selvstændig. Denne del af analysen vil være baseret på de indsamlede interviews med de fire kvinder. Den anden del vil fokusere på, hvordan man gennem den politiske diskurs promoverer iværksætteri og hvorvidt måden at promovere på, kan have en betydning for kvinders muligheder for at åbne forretninger indenfor skønhedsbranchen. Denne del af analysen vil hovedsageligt udarbejdes gennem diskursanalyse af de to præsenterede debatoplæg, samt erhvervs- og iværksætterudspillet fra den siddende politiske regering. Videre vil den i mindre omfang også suppleres med viden fra mine interviews med de selvstændige kvinder. Formålet med dette er, at opnå viden om hvorvidt kvinders måde at være og opfatte dem selv som selvstændige indenfor skønhedsbranchen på kan være påvirket af den politiske diskurs. Ydermere vil analysen, udover at være delt op i to primære fokusområder, deles op i mindre afsnit, der hver har specifikke afgrænsede fokusområder.

I første del af analysen vil der frembringes viden om, hvordan de fire kvinder hver især er kommet i gang med at være selvstændige, hvad der har motiveret dem til at være selvstændige, hvad det vil sige for dem at arbejde som selvstændige, samt hvordan kvinderne ser sig selv i forhold til deres arbejde og deres familieliv. Jeg vil søge viden om, hvorvidt kvinderne ser deres arbejde som et egentligt arbejdet og hvorvidt kvinderne opfatter familietid som fritid. Herunder vil jeg undersøge, hvordan kvinderne formår at få familielivet til at passe sammen med deres arbejdsliv – og omvendt. Jeg vil frembringe en forståelse af, hvorvidt kvinderne oplever konkurrence og usikkerhed qua deres valg af profession, og om det at de driver deres egen forretning, medfører en oplevelse af større arbejdspress hos kvinderne.

I anden del af analysen ønsker jeg først og fremmest at tilvejebringe viden om, hvordan man i den politiske diskurs formår at bruge sproget på en sådan måde at afsenderen på bedst mulig vis formår at få medhold i sin ytring. Jeg ønsker at frembringe viden om, at sproget er langt mindre uskyldigt end vi tror. I denne del af analysen vil jeg anvende Faircloughs begreber, til at vise hvordan forskellige teknikker kan anvendes for at overbevise en modtager om sit budskab. Derudover vil jeg forholde mig kritisk til måden iværksætteri promoveres i den politiske diskurs og reflektere over hvilken betydning dette kan have for selvstændige kvinder indenfor skønhedsbranchen. Afslutningsvis vil analysen opsamles i et afsnit, der kort præsenterer de analytiske fund, som er blevet tilvejebragt.

4. ANALYSE

Analysen er som beskrevet delt op i forskellige segmenter, hvor der fokuseres på forskellige elementer vedrørende kvindernes liv som selvstændige indenfor skønhedsbranchen. Indledningsvis vil jeg fokusere på de indsamlede interviews, som jeg har foretaget med de fire kvinder. Formålet i denne første del af analysen er at tilvejebringe viden om, hvordan kvinderne oplever livsstilen som selvstændig, hvad der driver dem til at være iværksættere, hvordan de skaber balance mellem livsstilen som selvstændig med egen forretning og deres familieliv. Yderligere ønsker jeg, at opnå viden omkring hvordan de betragter deres arbejde, hvad de egentlig betragter som arbejde, samt hvordan de imødekommer en eventuel usikkerhed, der kan ligge i at være sin egen herre. I den efterfølgende del af analysen har jeg en lidt anden tilgang til mit data. Jeg ønsker at frembringe en forståelse af, hvordan den politiske diskurs er omkring iværksætteri. Dette har til formål at tilvejebringe en forståelse af hvilken betydning diskursen kan have, for netop de kvinder jeg koncentrerer mig om. Den politiske diskurs vil jeg frembringe gennem politiske udtalelser som analyseres gennem kritisk diskursanalyse. Som jeg har været inde på tidligere, er jeg af den opfattelse, at sproget og måden hvorpå vi bruger sproget, har stor betydning for hvordan vi opfatter vores omgivelser og ikke mindst hvordan vi opfatter os selv. Jeg ønsker derfor at vise, hvordan sproget kan have en indflydelse på kvindernes perception af at være selvstændig/ iværksætter. Til denne del af analysen vil jeg hovedsageligt benytte mig af to debatoplæg med erhvervs- og vækstministeren Troels Lund Poulsen, samt den siddende politiske regerings udspil om erhverv og iværksætteri.

Afslutningsvis ønsker jeg at lave en sammenkobling af de to analyseområder, hvor pointer fra begge fokusområder fremhæves. Formålet med at strukturere analysen således er at skabe en gennemskuelig og forståelig analyse.

Herunder præsenteres dispositionen for analysen, hvor det vil være muligt for læseren at skabe et overblik over hele analysen, samt hvad de enkelte afsnit vil omhandle:

Analysedel 1: At være kvinde og selvstændig indenfor skønhedsbranchen, samtidigt med at balancere et familieliv.

- Livet som Selvstændig – En Nuanceret Fortælling

- Selvstændig – The Drive
- Det Selvstændige Pleasergen
- Er de Selvstændige Kvinder i Kønstraditionelle Parforhold? - En Gang Husmor, Altid Husmor?
- Arbejdet Versus Familien // Familien Versus Arbejdet
 - Hvad Betragtes som Arbejde?
 - Hvor Passer Familien Ind?
- De Selvstændige i Prekariatet – Usikkerheden og Konkurrencen
 - Er der så et Større Arbejdspres ved at være Selvstændig?

Analysedel 2: Den politiske diskurs om iværksætteri – Hvad Betyder det for Kvinder Indenfor Skønhedsbranchen?

- Hvordan er den Politiske Diskurs vedrørende Iværksætteri?
 - Den Åbenlyse Ytring – Hvordan Italesættes Iværksætteri?
 - Det som Fremhæves, Stjæler Fokus
- Opsummering af Analytiske Fund

4.1 LIVET SOM SELVSTÆNDIG – EN NUANCERET FORTÆLLING

Indledningsvis vil jeg fokusere på livsformen som selvstændig. Mit ønske har været at frembringe viden om, hvad det vil sige, at dyrke en livsform som selvstændig indenfor skønhedsbranchen og hvordan kvinderne er kommet i gang med at arbejde som selvstændige indenfor denne branche. Indledende vil jeg fokusere på, hvad det vil sige at dyrke en livsform som selvstændig i en arbejdsrelateret sammenhæng igennem kvindernes fortællinger – senere vil jeg inddrage aspekter af livsstilen, der kan have betydning for familielivet. Jeg er interesseret i at finde ud af, hvad der driver og

motiverer kvinderne. Det er med udgangspunkt i de præsenterede livsformer og de indsamlede interviews, at jeg søger at tilvejebringe denne viden.

Gældende for alle fire kvinder er, at ingen af dem har vidst, at de ønskede at arbejde indenfor deres fagområde eller at de ønskede at blive iværksættere. For kosmetologen gjaldt det, at hun i 9.- 10. klasse fandt ud af, at hun godt kunne lide at forkæle andre og være kreativ (Bilag E: 2). Vippe- og brynstylisten var ligeledes interesseret i det kreative, men valgte at undersøge både frisør og kosmetologfaget, inden hun fik en butiksuddannelse, der omhandler noget helt andet (Bilag B: 2). Den ene frisør vidste ikke hvad hun ville og kom lidt tilfældigt i praktik som frisør i 10. klasse (Bilag C: 1). Den anden frisør var ligesom kosmetologen og vippe- og brynstylisten interesseret i kreative fag og blev også ved et tilfælde frisør (Bilag D: 2). For kvinderne gælder, at de faktisk ikke har haft nogen intension om hverken at blive selvstændig eller nødvendigvis arbejde indenfor skønhedsbranchen. De er mere eller mindre tilfældigt fundet frem til deres professionelle fag.

Det er derudover nogle meget forskellige historier, der knytter sig til de fire respondenters måder at starte op som selvstændig på. Det er forskelligt, hvor længe de har arbejdet som selvstændige og det er forskelligt, hvordan de ser på det arbejdspress, der gør sig gældende for dem selv som selvstændige. Som præsenteret i metodens casebeskrivelse har de fire kvinder erfaring med at arbejde som selvstændige i alt fra knapt et år til otte år. De har som sagt haft forskellige oplevelser og udfordringer med at drive deres forretning, hvilket også har betydning for, hvordan de ser på arbejdspresset som selvstændig, samt hvor mange timer de lægger i deres arbejde om ugen.

For begge frisører, samt kosmetologen har det gjort sig gældende, at de fra deres første åbningsdag som selvstændig, allerede har haft en etableret kundekreds, i og med at de enten har overtaget en allerede eksisterende forretning (Bilag C: 2), er blevet selvstændig i den samme forretning de tidligere var ansat i (Bilag D: 3) eller har åbnet sin klinik i samme by som de tidligere var ansat i (Bilag E1: 1), og dermed har kunnet tage sine kunder med sig. For vippe- og brynstylisten gælder nogle lidt andre forhold. Vippe- og brynstylisten havde tidligere været ansat i en anden by og valgte at åbne sin egen forretning i en by, hvor der ikke i forvejen var samme type klinik. Dette har betydet, at det for vippe- og brynstylisten har været et større økonomisk sats, i og med at en indtjening ikke har været garanteret fra forretningens opstart (Bilag B: 3). Selvom de tre andre respondenter har oplevet en større sikkerhed i forhold til økonomisk indtjening i deres forretnings opstartsfase, betyder det ikke, at de er kommet sovende til deres forretning. Det kræver både økonomisk kapital,

sans for at netværke og sans for kundepleje, når man skal starte en forretning op indenfor skønhedsbranchen. Kosmetologen fortæller:

Jeg har jo min kundekreds med mig og hvis jeg ikke vil være ansat og hellere selv vil starte op igen, så kan jeg jo tage hele min kundekreds med mig igen (Bilag E: 7) (...) Jeg havde jo også en god fornemmelse (red. i forhold til at starte op som selvstændig), jeg havde jo snakket med mange kunder om det, inden det her og alle gav jo udtryk for at de ville følge med (Bilag E1: 2).

Inden kosmetologen startede op som selvstændig, undersøgte hun, hvorvidt der var et marked for hendes kompetencer, samt hvorvidt hun oplevede en mulighed for, at kunderne ville følge med hende. Citatet ovenfor leverer en forståelse af, at kosmetologen inden hun åbnede sin egen klinik, har lagt et arbejde i, at tale med kunder om sine planer og har gennem denne kontakt formået at få dem til at følge med sig. Hun fortæller videre, at hun på sin første dag som selvstændig, havde en fuldt booket kalender (Bilag E1: 1), hvilket yderligere vidner om hendes evne til at stable en forretning på benene. Dog må vi også medregne den faktor, at hendes succes med sin forretning nok også har noget med hendes faglige kompetencer at gøre.

For vippe- og brynstylisten der måtte bygge en kundekreds op, efter hun startede som selvstændig, har de samme elementer gjort sig gældende. Når man åbner en forretning i en by, der ikke i forvejen har et stort kendskab til ens fagområde og derfor måske ikke er klar over, at de netop har stået og manglet sådanne behandlinger, må man være dygtig til at reklamere for sig selv. Vippe- og brynstylisten fortæller lidt om det arbejde, det har krævet for hende at starte op om selvstændig:

(...) Og starter så op i en større provinsby, og har selvfølgelig også undersøgt markedet der. Er der nogen (red. vippe- teknikere) i den pågældende by, hvor mange er der, hvad ligger deres priser på osv. osv. Jeg starter faktisk op som den første vippe- og brynsalon i denne provinsby. Og begynder så et benhårdt arbejde for at opbygge en kundekreds (Bilag B: 3).

Udtalelserne fra både kosmetologen og vippe- og brynstylisten giver en forståelse af, at hvis man ønsker at få succes med sin forretning kræves det, at man hele tiden holder sig til ilden i forhold til at reklamere for sig selv, sådan at kunderne ønsker at vende tilbage. Dette gælder både i forhold til

kundepleje, det at være serviceminded, men også i forhold til, at man har et godt fagligt fundament, sådan at man har noget at tilbyde sine kunder.

I forlængelse heraf ønsker jeg at vende tilbage til mit udsagn om, at det er forskelligartet, hvordan kvinderne ser på det arbejdspress, der ligger i at arbejde som selvstændig. Kosmetologen der nu er ansat, ser flere udfordringer i at være selvstændig end fordele (Bilag E: 4). Det samme gør vippe- og brynstylisten. Dog mener vippe- og brynstylisten til forskel fra kosmetologen, at selvom der er flere udfordringer, så opvejer fordelene de udfordringer, der måtte være (Bilag B: 5). Frisørerne derimod ser klart flest fordele. Dog betyder dette ikke, at de ikke kan se, at der er udfordringer, men de lægger mest vægt på fordelene (Bilag C: 3), (Bilag D: 3f). En årsag til at der er en variation i, hvordan kvinderne ser på arbejdspresset som selvstændig, kan højst sandsynligt være på grund af deres personlige oplevelser. Som jeg beskriver i afsnit 2.1 omhandlende socialkonstruktivisme, forstår vi konstruktioner ud fra noget. Alle kvinder har tidligere været ansat indenfor det fagområde, som de nu er selvstændige indenfor, kosmetologen er dog nu ansat igen. Der har været en række omstændigheder, der har gjort sig gældende i forbindelse med deres ansættelser. Når kvinderne taler om fordele og udfordringer ved at arbejde som selvstændig, er det min overbevisning, at de i flere henseende vil tale om dette i forhold til deres tidligere ansættelser, eller i forhold til hvor mange eller hvor store udfordringer de har stået overfor som selvstændig. Når kosmetologen har svært ved at se ret mange fordele ved at være selvstændig, vil det højst sandsynligt være fordi, at hun trives i sin nuværende ansættelse (Bilag E: 4). Derudover kan det, at kosmetologen måtte afvikle sin forretning, selvom dette ikke var det hun ønskede, yderligere være en årsag til hendes synspunkt. Hun fortæller:

Så på grund af uoverensstemmelser mellem både kompagnon og udlejer så var jeg nødsaget til at lukke der og det var ikke helt det jeg ville og jeg følte mig lidt tvunget til det og så fik jeg så tilbudt et job som jeg havde svært ved at sige nej til, fordi jeg fik tilbudt en rigtig god løn og gode arbejdsforhold og kun 37 timer, kontra hvor mange timer man ligger i det ved at være selvstændig (Bilag E: 3).

I forbindelse med at afvikle sin forretning har kosmetologen nødvendigvis måtte arbejde ekstra hårdt og med nogle nye opgaver, som hun ikke tidligere har været bekendt med, hvilket kan have drænet hende for overskud. Det kan have været medvirkende til, at hun ser på arbejdet som selvstændig med et lidt bittert blik. Vippe- og brynstylisten har som beskrevet måtte kæmpe mere end

de andre selvstændige i forhold til det økonomiske aspekt og det kan give hende en forståelse af, at der er flere udfordringer end fordele. Frisørerne der hovedsageligt ser fordele, har begge haft en kundekreds fra deres opstart og har dermed stået med lidt færre eller andre typer af udfordringer - indtil videre.

Vi har nu igennem kvindernes fortællinger fået etableret en forståelse af, at livsformen som selvstændig ikke blot er en livsform, hvor der er en generel forståelse af, hvordan det er at befinde sig indenfor den. Det arbejdspress der følger med det at være selvstændig, vil også variere, da ens tidligere erfaringer, arbejde, kompetencer osv. også spiller en væsentlig rolle.

I følgende afsnit er jeg interesseret i at finde ud af, hvad der motiverer kvinderne til at arbejde som selvstændige. Jeg er interesseret i at finde ud af, hvad der driver dem til at åbne deres egen forretning fremfor at være ansat. Som jeg beskriver ovenfor, kan det at åbne sin egen forretning og vedligeholde den kræve meget arbejde. Hvorfor vælger nogle mennesker at arbejde mere end de måske behøver?

4.1.1 SELVSTÆNDIG – THE DRIVE

For de fire kvinder er det forskelligt, hvad de lægger vægt på, når jeg spørger, hvorfor de har valgt at åbne deres egen forretning. De lægger vægt på faktorer som større økonomisk udbytte (Bilag E: 4), bedre udviklingsmuligheder (Bilag B: 3) eller at det faktisk mere var et tilfælde (Bilag C: 2). Dog bidrager de tre af kvinderne med samme perspektiv, når jeg spørger ind til, hvilke fordele de ser ved at være selvstændig: Friheden (Bilag B: 4), (Bilag C: 3), (Bilag D: 3). Den ene af frisørerne udtaler:

Friheden til selv at kunne bestemme hvornår jeg arbejder og hvornår jeg holder fri. Økonomisk har det også kun kunne betale sig rigtig godt for mig. Tror også det skal siges at forskellen er om jeg har startet et sted hvor jeg har bygget en kundekreds op så derfor har den jo ligget lige til højrebænet for mig, kontra hvis man startede i en helt ny by, så tror jeg at den er benhård, at skulle bygge det hele op og ikke have nogen indtjening, så for mig har det jo været nemt (Bilag D:

3).

Frisøren lægger vægt på, at det betyder meget for hende, at hun selv kan bestemme sine arbejdstider. Indtil for et år siden var hun ansat i samme salon, hvor hun nu er selvstændig. Hun har tidligere ikke haft samme indflydelse på, hvornår hendes fritid lå, det har hun nu fået. Hun nævner også, at det økonomisk har været en gevinst for hende at blive selvstændig. Ydermere fortæller hun, at hun er klar over, at hendes måde at starte op som selvstændig, har været nem i forhold til, hvad der kunne have været tilfældet. Hun beskriver ubevidst de forhold, som vippe- og brynstylisten måtte starte op under og anerkender, at der er forskellige måder at starte op som selvstændig på. Dette vidner om den variation, der kan være i at drive en selvstændig forretning, som ovenstående afsnit blandt andet har til formål at illustrere.

I modsætning til de andre tre kvinder fortæller kosmetologen, at hun ikke ser en frihed i at arbejde som selvstændig kosmetolog, da hun oplever at være bundet til sin klinik. Hun fortæller, at hun ikke kan tage en hjemmearbejdsdag, fordi hendes arbejde netop består i at lave behandlinger på kunder i klinikken (Bilag E: 4). Dette syn kan igen være påvirket af hendes tidligere erfaring som selvstændig og at hun mere eller mindre ufrivilligt måtte lukke sin klinik (Bilag E: 3). Når kosmetologen ikke ser samme frihed i at være selvstændig som de tre andre kvinder, vil jeg igen vende tilbage til socialkonstruktivismen. Kosmetologen forstår frihed på en anden måde end de andre kvinder. De forstår frihed som muligheden for at ændre på arbejdstider (Bilag B: 4), mens kosmetologen mener at frihed handler om, hvorvidt man er bundet til et fysisk sted (Bilag E: 4). Grundet vores opvækst, sociale relationer, erfaringer og kultur, samt andre konstruktioner kan det være forskelligt, hvilken mening vi tillægger det samme ord. I dette tilfælde forstår kvinderne frihed på forskellige måder. Hvis jeg under interviewet havde fortalt kvinderne hvordan jeg selv forstår frihed, havde kvinderne muligvis givet nogle andre svar. Min pointe er, at vi påvirkes af vores omgivelser og dermed påvirkes vores forståelser også.

For at vende tilbage til frisørernes, samt vippe- og brynstylistens motivation for at blive selvstændig – nemlig friheden, giver det en god forståelse af, hvorfor de befinder sig indenfor netop den selvstændige livsform. Indenfor den karrierebunde-, lønarbejder- og husmoderlivsformen er man underlagt nogle regler og retningslinjer, som begrænser ens handlemuligheder. Ved den karrierebunde- og lønarbejderlivsformen vil der på den givne arbejdsplads være et normsæt, som medarbejderne er underlagt at følge. Dette normsæt vil man som selvstændig selv kunne sætte og regulere på. Husmoderlivsformen vil i de fleste henseende betyde, at man enten slet ikke, eller i begrænset omfang, er tilknyttet arbejdsmarkedet. Dette betyder, at kvinden vil være begrænset i sine handlinger, hvad angår aktiviteter udenfor hjemmet, idet hun vil skulle bede sin partner om penge. Det er

min opfattelse, at de kvinder der har deltaget i denne undersøgelse, vil have svært ved at underlægge sig normer, som andre sætter. De ønsker at være deres egen herre. Kosmetologen har trods sin ansættelse fået en stilling, hvor hun har medbestemmelse og dermed bliver hun ikke fuldstændig underlagt normer, som hun ikke selv har indflydelse på.

Som nævnt har det økonomiske aspekt også en betydning for nogle af kvinderne (Bilag E: 4), (Bilag D: 3). Kvinderne drives også af at kunne tjene flere penge. At det så betyder, at de er nødt til at arbejde mere, synes ikke at genere kvinderne. Dog lader det til, at det økonomiske perspektiv ikke er specielt dominerende i forhold til at kunne være sin egen herre og selv bestemme, hvornår man arbejder og hvornår man ikke arbejder.

Afsnittet bidrager med viden om, at det for disse kvinder indenfor skønhedsbranchen er meget vigtigt at kunne sætte sine egne retningslinjer, samtidigt med at de selv bestemmer deres udviklingsniveau. Derudover sætter de stor pris på selv at bestemme, hvornår de vil arbejde, samt hvornår de vil holde fri. Ydermere kommer vi ikke helt udenom, at økonomi også spiller en rolle for de selvstændige. De forventer at kunne tjene mange penge på deres arbejde.

4.1.2 DET SELVSTÆNDIGE PLEASERGEN

Som jeg allerede har præsenteret i metodens casebeskrivelse, betragter jeg gennem min undersøgelse kosmetologen som selvstændig, selvom hun egentlig befinder sig både i lønmodtager livsformen og i den karrierebundne livsform. Kosmetologen er som beskrevet ansat, og ikke længere selvstændig. Dog bidrager hun med erfaringer fra hendes liv som selvstændig. Samtidigt mener jeg, at ved at inddrage hendes fortælling i min undersøgelse, formår jeg at skabe en forståelse af, hvad det vil sige at være selvstændig i forhold til at være lønmodtager eller karrierebunden. Kosmetologen er ansat som lønmodtager, fordi hun som udgangspunkt har fri, når hun forlader sin arbejdsplads. Alligevel befinder hun sig mere eller mindre frivilligt i den karrierebundne livsform, fordi hun ikke helt holder fri, når hun ikke fysisk er på arbejde. Hun fortæller, at hun i ringere grad end da hun var selvstændig, har et behov for at besvare mails og Facebook beskeder fra kunder, men at hun stadig gør det (Bilag E1: 3). Kontraktmæssigt befinder kosmetologen sig i lønmodtagerlivsformen, i praksis befinder hun sig i den karrierebundne livsform, hvilket kan være et muligt springbræt tilbage til den selvstændige livsform. Når kosmetologen har behov for stadig at svare kunderne udenfor arbejdstiden, kan det være et udtryk for at holde sine muligheder åbne. I og med at hun i ringere grad end

tidligere vælger at svare på disse beskeder, kan det være et udtryk, for at hun ikke længere har samme ansvarsfølelse overfor forretningen, da det ikke længere er hendes egen. Dog kan jeg ikke helt lade være med at tillægge de sociale medier en vis betydning, i det at de er med til at udviske grænsen mellem arbejde og fritid. Kosmetologen vil have nemmere ved at lukke en arbejdsmail ned, end hun vil have ved at lade være med at bruge Facebook, da Facebook og de sociale medier nemlig også er en del af hendes fritid.

Der tilvejebringes en forståelse af, at livsformen som selvstændig kræver ansvarsfølelse og viljen til at arbejde rigtig meget for sin forretning – og dette kan de sociale medier også være med til at skabe gode muligheder for. Kosmetologens arbejdsmæssige situation viser nogle af de nuancer, der kan være mellem livsformerne. De tre andre kvinderne fortæller ligeledes, at de kan have svært ved at lægge telefonerne eller computeren fra sig, når de er hjemme. Bland andet fortæller vippe- og brynstylisten:

Er der efterspørgsel på det man laver, der er også en udfordring i at folk i dag synes at man skal være der 24/7 og at de nærmest skulle kunne ringe klokken otte om aftenen på firmatelefonen og så skal den blive taget og man skal besvare sine mails og sine sociale medier hele tiden (Bilag B: 5).

Kvinderne har selv mulighed for at bestemme deres arbejdstider, men kommer ofte til at arbejde på tidspunkter, som de ikke selv betragter som hensigtsmæssige. Ligesom i den karrierebundne livsform går kvinderne op i at gøre karriere. Dette gør de blandt andet ved at bruge meget tid på at være tilgængelig for deres kunder, også udenfor det kvinderne selv definerer som deres reelle arbejdstid. Forskellen mellem den karrierebundne- og selvstændige livsform er her dog, at den selvstændige livsform har mere på spil i forhold til økonomi og rygte, men samtidigt har de en større frihed i at kunne sætte spillereglerne selv.

4.1.3 ER DE SELVSTÆNDIGE KVINDER I KØNSTRADITIONELLE PARFORHOLD? - EN GANG HUSMOR, ALTID HUSMOR?

Det at kvinderne driver deres egen forretning, har gjort mig nysgerrig omkring hvordan de samtidigt formår at varetage arbejdsopgaver i hjemmet. Påtager kvinderne sig alt arbejdet i hjemmet, deler de arbejdet med deres partner eller er kvinderne fritaget fra husligt arbejde grundet deres erhverv? I forbindelse med at jeg spørger kvinderne ind til, hvordan de fordeler husligt arbejde mellem dem selv og deres partner, oplever jeg to interessante tendenser. Den ene tendens vidner om, at der i kvindernes familie er gjort op med de kønstraditionelle arbejdsopgaver. Det vil sige, at det huslige arbejde ikke betragtes som kvindens opgave. Mens den anden tendens viser, at der alligevel ikke er givet helt slip på denne forståelse.

For at forstå vigtigheden i min interesse på området vil jeg først redegøre for, hvorfor jeg interessere mig for kvindernes rolle i hjemmet. Indenfor socialkonstruktivismen, er der en forståelse af, at køn er noget man performer. Køn er altså ikke noget vi er, men noget vi gør (Jacobsen et al., 2012: 352). Dette betyder også, at særlige handlinger er blevet koblet til et særligt køn. Kønnen bliver således socialt konstrueret. Eksempelvis er husligt arbejde i mange kulturer forbundet med det feminine køn, mens fysisk hårdt arbejde, såsom militærtræning, oftest forbindes med det maskuline køn. Ligeledes ligger det også i vores sprog og måden at omtale særlige opgaver på, hvilket køn vi mener bør varetage særlige typer af opgaver. Eksempler på dette kan være 'rengøringskone'. 'husmoder', 'frømand', 'brandmand'. Måden hvorpå vi forstår køn, kan derfor være svær at ændre, netop fordi at kønnen begrænses af sit, ja køn. Hvorvidt kvinderne og deres partnere gør op med de kønstraditionelle roller, mener jeg er væsentligt at fokusere på, da det kan have en betydning for kvindernes arbejdspress som selvstændige.

Når jeg spørger kvinderne ind til, hvordan de fordeler arbejdet i hjemmet, fortæller de alle, at de ikke står med arbejdet alene (Bilag B2: 3), (Bilag C1: 2), (Bilag D1: 1f), (Bilag E1: 2). En af kvinderne fortæller videre, at hendes partner faktisk udfører mere husligt arbejde, end hun selv gør (Bilag E1: 2). Kvindernes fortællinger vidner om, at de i højere grad arbejder med flydende køn hjemme hos dem, og at kønnen ikke længere i samme forstand er begrænset af enten deres feminine eller maskuline træk. Alligevel kan jeg ikke helt lade være med, at se nærmere på den måde kvinderne fortæller om, hvordan arbejdet fordeles.

Som jeg beskriver indledningsvist i min undersøgelse, er der færre kvinder end mænd, som vælger at arbejde som selvstændige, og at antallet af selvstændige kvinder er faldende. Jeg er nysgerrig på, hvordan dette kan være tilfældet, nu hvor jeg har opnået viden om, at mænd også varetager det

huslige arbejde. Hvorfor er der så ikke flere kvinder der arbejder som selvstændige? Hvad afholder kvinderne?

Jeg valgte at spørge kvinderne mere ind til, hvordan og hvem der sørgede for, at det huslige arbejde blev fordelt. Vippe- og brynstylisten fortæller:

Det er også mig. Altså alt der hedder praktisk og alt der hedder noget med at planlægge i forhold til den her familie, det er mig (Bilag B2: 3).

Det er altså vippe- og brynstylisten der stadig skal sørge for, at holde overblik over de opgaver som skal varetages i hjemmet og hun skal sørge for, at fortælle sin partner hvad der skal laves. Samme tendens gør sig gældende hos den ene af frisørerne. Hun fortæller, at de er fælles om at tage sig af de praktiske ting i hjemmet, men at hun måtte finde på løsninger, hvis hendes partner har været utilfreds, med de løsninger de har haft:

Altså jeg tror at min mand har gået og øffet noget tid over det med maden, det gør han stadigvæk (...)Ja, efter han havde brokket sig, så tænkte jeg, 'når man så kan jeg da gøre noget for at gøre det nemmere'. Så blev det, det (Bilag C1: 2).

Den anden frisør fortæller ligeledes, at de deles om opgaverne, men bidrager med en interessant mentalitet omkring dette:

Det er vi meget lige om. Lige hjemme hos os, der har jeg faktisk nogle veninder der siger 'guud gør din partner også det, støvsuger han også, og lægger han også tøj sammen og gør han..' og selvfølgelig gør han det. Fordi han skal også have vasket tøj, og skal også have mad og skal også gøre rent. Så det synes jeg egentlig at det deler vi egentlig meget fint (Bilag D1: 1f).

Ved at frisørens veninder er overrasket over, at hendes partner også bidrager i hjemmet kan det give en forståelse af, at kvinderne i mange henseende stadig er, eller opfattes som, den drivende arbejdskraft i hjemmet. Selvom kvinderne fortæller, at de deles om opgaverne med deres partner, er det

alligevel dem, der er nødt til at være proaktive i forhold til at få det til at fungere. Med denne viden kan man forestille sig, at når kvinder i ringere grad end mænd vælger at blive iværksættere, kan det være fordi, at de oplever det som for stort et pres, hvis de også skal være de proaktive i hjemmet. På den anden side kan en årsag til, at kvinderne netop vælger at blive selvstændige være, at de ønsker større frihed. Som præsenteret sætter kvinderne stor pris på, at kunne gøre som de selv vil. At blive selvstændig kan være en måde at gøre op med det normsæt, som de oplever på hjemmefronten.

Til forskel fra de tre andre kvinder fortæller kosmetologen, at det primært er hendes partner, der påtager sig opgaverne i hjemmet. Årsagen til dette er deres arbejde. Kosmetologens partner er mere hjemme end hun er, hvilket giver hendes partner større mulighed for at påtage sig sådanne opgaver (Bilag E1: 2). Alligevel udtaler kosmetologen, at hun er lidt en 'outsider' i forhold til denne opgavefordeling, netop fordi det er hendes partner der udfører arbejdet. Dette er blot med til at understøtte den ovenstående pointe om, at diskursen stadig er, at det er kvindens arbejde at sørge for opgaverne i hjemmet. Den mere moderne version af dette kan også udtrykkes som, at kvinden skal sørge for at arbejdet bliver fordelt i hjemmet. Hun skal være den proaktive. Når kvinderne har et behov for at fortælle, at de er 'outsidere', fordi deres partner tager sig af det huslige arbejde eller at ens veninder undrer sig over, at ens partner hjælper til i hjemmet, vidner det om, at den accepterede diskurs stadig er, at hjemmet er kvindens arbejde. Det er kvindens opgave at hjemmet fungerer, også selvom hun gør karriere som selvstændig. Muligvis er det ikke sådan kvindernes partnere forstår dem, men det tyder på, at kvinderne selv tror det hænger sådan sammen. Selvom meget tyder på, at der hjemme hos de fire kvinder er gjort op med kønstraditionelle roller, vidner de inddragede citater også om, at der stadig ikke helt er tale om flydende køn. Hvis vi skal have en ligelig fordeling af iværksættere mellem kønnene, kan et fokus på 'flydende køn' være et sted at starte.

4.2 ARBEJDET VERSUS FAMILIEN // FAMILIEN VERSUS ARBEJDET

Indtil nu har jeg fokuseret på, hvad det vil sige at arbejde som selvstændig. Jeg har kort præsenteret, at familielivet kan have en indvirkning på, hvorfor nogle enten vælger eller fravælger en livsform som selvstændig. I forlængelse af dette vil jeg i følgende afsnit koncentrere mig om, hvorvidt familielivet har en indvirkning på kvindernes arbejdsliv og hvorvidt kvindernes arbejdsliv har en indvirkning på deres familieliv.

Som tidligere præsenteret er jeg inspireret af Hochschilds undersøgelse af arbejds- og familieliv. Hendes undersøgelse har frembragt en række spørgsmål, som jeg har haft interesse i at opnå viden omkring gennem min egen undersøgelse. Dette er spørgsmål om hvorvidt kvinderne oplever, at arbejde flyder sammen med deres familieliv, som den selvstændige livsform indikerer, at det gør, eller om kvinderne formår at holde arbejde og fritid adskilt. Jeg beskriver tidligere i analysen, at kvinderne ofte finder sig selv i situationer, hvor de besvarer beskeder fra kunder efter endt arbejdsdag. Et af de lidt mere provokerende spørgsmål jeg stiller i min undersøgelse, er hvilken betydning familien har i forhold til arbejde. Jeg opfatter spørgsmålet som provokerende, fordi min egen forståelse er, at det vil være socialt uacceptabelt at tillægge familien mindre betydning end arbejdet. Ikke desto mindre ønsker jeg at opnå viden omkring emnet. Ydermere er jeg interesseret i at frembringe viden om, hvordan kvinderne oplever og håndterer det arbejdspress, der kan følge med at arbejde som selvstændig indenfor skønhedsbranchen. I forbindelse med dette er jeg interesseret i at finde ud af, hvorvidt de anser deres professionelle arbejde som arbejde eller om det er arbejdet i hjemmet, de anser som et reelt arbejde.

4.2.1 HVAD BETRAGTES SOM ARBEJDE?

Gennem min første interviewrunde spurgte jeg kvinderne, hvor meget de oplevede at arbejde om ugen i gennemsnit. Der er en smule variation i, hvor mange timer kvinderne oplever at arbejde. Kosmetologen arbejdede, da hun var selvstændig, cirka 46 timer om ugen (Bilag E: 7). Begge frisører mener at de arbejder 37-38 timer om ugen (Bilag D: 8), (Bilag C: 6). Vippe- og brynstylisten falder lidt udenfor, da hun beskriver at arbejde 50-60 timer om ugen (Bilag B: 10). Gældende for både kosmetologen og vippe- og brynstylisten er, at de medregner tid, de bruger på administrativt arbejde, det gør frisørerne ikke, når de fortæller om deres mængde af arbejdstid. Frisørerne fokuserer på den tid de bruger i salonen med kunder. Når vippe- og brynstylisten bruger mere tid på administrativt arbejde end kosmetologen, ser jeg to årsager til dette. Kosmetologen har været selvstændig i længere tid og har derfor mere erfaring at trække på end vippe- og brynstylisten, og behøver derfor muligvis ikke at bruge lige så lang tid på de samme arbejdsgange. Ydermere er det mere aktuelt for vippe- og brynstylisten at reklamere for sig selv, i og med at hendes virksomhed stadig ikke er helt etableret. Derudover underviser vippe- og brynstylisten indenfor sit fag, hvilket også kræver forberedelsesarbejde.

Når jeg vælger at fremhæve kvindernes forskellige måder at fortælle om, hvor meget de arbejder,

er det fordi at jeg ser en interessant tendens i de supplerende interviews. Frisørerne fortæller som sagt, at de arbejder et sted mellem 37 og 38 timer om ugen. Når jeg spørger, hvor kvinderne oplever at bruge det meste af deres tid, fortæller den ene frisør:

Årh, jeg gad godt at jeg kunne sige halv, halv. Det ved jeg faktisk ikke helt. Altså jeg synes, når jeg er derhjemme, så prøver jeg at være derhjemme og alligevel så sidder man jo med telefonen. Så skal man lige overføre nogle penge til en af de to andre eller man skal lige. Så er der en kunde der har skrevet på Facebook (Bilag C1: 4).

Når frisøren fortæller om, hvor mange timer hun arbejder, lægger hun vægt på, hvor mange timer hun fysisk befinder sig i sin frisørsalon (Bilag C: 6). Dette tilvejebringer en forståelse af, at selvom frisøren anser det at besvare kunders beskeder som arbejdsrelateret, så er det ikke rigtig arbejde. Det er noget hun kan tage sig af derhjemme i mere afslappede omgivelser. Kosmetologen nævner heller ikke det at svare på beskeder fra kunder, som noget af det der får hende op på at arbejde de 46 timer om ugen. Alligevel fortæller hun at hun anser det for arbejdsrelateret:

Det er jo klart at man sidder jo... det er rigtig svært (red. at lade være med at svare på kunders beskeder udenfor åbningstiden). Det var nogle diskussioner vi (red. med sin partner) havde meget, det der med ikke at svare folk når de skriver udenfor arbejdstiden på Messenger (red. chatforum på Facebook) og Facebook og alle de her ting. Men der er jeg jo nok lidt OCD-agtig, jeg kan ikke lade være med at svare. Jeg kan ikke gå i seng, når jeg har set der er en der har skrevet, uden at svare. Det kan jeg ikke (Bilag E1: 3).

Ingen af de fire kvinder nævner det at besvare kunders beskeder, som noget af det de foretager sig i deres arbejde. Alligevel er det noget som de bruger rigtig meget tid på og noget som kan være medvirkende til diskussioner i familien. Når kvinderne bruger tid på at besvare beskeder fra kunder, tid som burde bruges på familien, kan det skabe diskussioner mellem dem selv og deres partner. Særligt gør kosmetologen det klart, at hun oplever at være nødt til at besvare kunders beskeder for at have succes med sin forretning (Bilag E1: 3). De fremhævede pointer i dette afsnit giver en forståelse af, at kvinderne faktisk lægger mere arbejde i deres arbejde, end de giver udtryk for og end de måske selv har indtryk af. Selvom både kosmetologen og vippe- og brynstylisten fortæller, at de som selvstændige arbejder rigtig mange timer om ugen, bruges der alligevel endnu flere timer end

de giver udtryk for. Det er muligt, at det for kvinderne ikke opleves som arbejde, at besvare mails eller Facebook beskeder fra kunder, men handlingen er arbejdsrelateret og de beskriver selv, at det er noget der tager fokus fra familietid. Et manglende fokus, der også kan være medvirkende til diskussioner i familien. En konsekvens det kan medføre at være selvstændig og en konsekvens som kvinderne faktisk også giver udtryk for, er manglende grænser. Grænser for hvornår og hvor meget kontakt de skal have til deres kunder. Det er klart, at de sociale medier er med til at udviske de grænser. Kunderne har mulighed for at sende Facebook beskeder døgnet rundt og samtidigt har kvinderne mulighed for at tjekke beskederne hele tiden. Med en arbejdsmail kan kvinderne nemmere regulere deres forbrug og afgrænse det til deres fysiske tilstedeværelse i salonen eller klinikken. De sociale medier er således med til at øge arbejdspresset, fordi det også er vigtigt for kvinderne at give kunderne en god oplevelse.

Når jeg fremhæver ovenstående pointer, er det fordi jeg gennem min undersøgelse har været interesseret i at finde ud af, hvorvidt kvinderne nogensinde oplever, at de går på arbejde eller om de nogensinde oplever, at de holder fri. Ud fra den måde de taler om deres arbejde på, er det tydeligt, at de ser en opdeling mellem arbejde og fritid. Når jeg spørger kvinderne hvor mange timer de arbejder om ugen, er de hurtige til at give et timeantal. Dette vidner om, at kvinderne ikke oplever at de altid arbejder. De holder også fri. Samtidigt er de heller ikke i tvivl om, hvad de betragter som arbejde. Selvom de brænder for deres fag, mener de stadig, at de går på arbejde. En anden pointe som jeg synes er interessant, er det pres der lægges på kvinderne eller som kvinderne lægger på sig selv. De kan kontaktes døgnet rundt og vælger de ikke at besvare beskeder, føler de at de burde. De sociale medier er således med til at presse kvinderne i deres arbejde. Der kan i denne forbindelse være en frihed for kvinderne i at kunne finde ud af at holde fri, sådan at de kan lave andre aktiviteter. Samtidigt kan der også ligge en frihed i, at familie- og arbejdsliv flyder sammen, da kvinderne kan arbejde på forskellige tidspunkter og med opgaver, som de ikke betragter som rigtigt arbejde, men snarere som arbejdsrelateret.

Når nu arbejdet fylder så meget i kvindernes liv, hvordan får de så tid til at dyrke et familieliv? Nedenstående afsnit har til formål at fokusere på netop dette.

4.2.2 HVOR PASSER FAMILIEN IND?

I forlængelse af ovenstående afsnit hvor kvinderne fortæller om, at de bruger noget af deres fritid på arbejdsrelaterede opgaver, vil jeg i dette afsnit undersøge, hvor meget plads og tid kvinderne giver

til deres familie. Det er her jeg vender tilbage til mit provokerende spørgsmål om, hvad der betyder mest for kvinderne. Familien eller arbejdet? Og er der overhovedet en af tingene, der betyder mere end den anden?

Frisøren som fortæller, at hun godt kan bruge sin fritid på arbejde, fortæller ligeledes, at hun også kan bruge sin arbejdstid på familien:

Og omvendt når man står her (red. på arbejdet) så kommer der et eller andet fra de der apps fra institutionerne, så skal man også lige tage stilling til det (bilag C1: 4).

Frisørens fortælling om, hvordan hun bruger sin tid, vidner om at det ikke kun er arbejdet, der får lov til at fylde i fritiden, men også familieaktiviteter der får lov at fylde i arbejdstiden. Dette giver igen en forståelse af, at de to verdner flyder sammen, men at der stadig arbejdes med kategorier for, hvad der er arbejde og hvad der er fritid/familietid.

For tre af de fire kvinder præsenterede jeg Hochschilds undersøgelse om, at forældre kan synes at det er mere afslappede at være på arbejde fremfor at være hjemme. Kosmetologen har endnu ikke børn og derfor vurderede jeg dette spørgsmål overflødigt. Begge frisører kunne straks se deres egen hverdag i Hochschilds undersøgelse, hvortil den ene svarede:

Når jeg er på arbejde så skal jeg tage mig af mig selv og jeg skal tage mig af mine kunder. Men mine kunder skal jeg jo bare levere en vare for. Altså. Hvis jeg står bare og skal lave striber og give dem en kop kaffe, jeg skal jo ikke hele tiden være OBS på, 'skal du tisse, skal du have en ren ble, skal du lige.. er du sur' og så skal vi også lige rydde op. 'og nej nu er du blevet beskidt og så skal du også i bad'. Så altså det er helt sikkert det er nemmere at være på arbejde (Bilag C1: 3f).

Den anden frisør var lidt mere forsigtig i sin udtalelse, men giver en tilsvarende melding:

Ja det kan jeg godt. Jeg elsker også at holde fri og jeg synes også at det ville jeg slet ikke undvære. Men i hårde perioder da min partner var syg og dårlig eller da (red. et af mine børn) var en lille lort. Der syntes jeg at det var dejligt at tage på arbejde (Bilag C1: 3).

Vippe- og brynstylisten har ikke været mor i ret lang tid og kunne derfor hverken tilslutte sig eller distancere sig fra Hochschilds resultat. Dog var hun ikke uforstående overfor spørgsmålet og fortalte, at hun godt kunne se sig selv være mindre stresset på arbejdet end derhjemme i fremtiden (Bilag B2: 4). Kvindernes svar på dette spørgsmål, gav mig anledning til at spørge, hvor de oplevede, at de kunne være mest sig selv og hvor de oplevede at kunne slappe mest af henne. Her var meldingen klar for alle kvinderne: De slapper mest af derhjemme (Bilag C1: 4), (Bilag D1: 3), (Bilag B2: 2), (Bilag E1: 3).

Kvindernes udtalelser giver en forståelse af, at familien er det sted, hvor de kan lade op, men samtidigt kan deres arbejde også være det sted, hvor de kan få en pause fra familien. Der tilvejebringes en forståelse af, at arbejdet kan være et tilflugtssted, når der foregår for mange ting i familien, men samtidigt kan familien have samme effekt, hvis arbejdet bliver for meget. Der tilvejebringes altså en forståelse af, at hverken arbejde eller familie kan siges betyde mere end det andet. Det handler om balance.

4.3 DE SELVSTÆNDIGE I PREKARIATET –USIKKERHEDEN OG KONKURRENCEN

Som jeg præsenterede indledningsvist til undersøgelsen, er skønhedsbranchen en branche i vækst. Både frisørerne og kosmetologen, der har været i deres fag i flere år, oplever denne vækst (Bilag E: 6), (Bilag D: 4). De har også oplevet den økonomiske krise, der var i år 2008-2010 (Bilag E:6), men har på intet tidspunkt følt sig usikre på, hvorvidt deres forretning ville overleve. Min tese har været, at skønhedsbranchen vil være en af de brancher, som først vil falde i vækst, når en eventuel økonomisk krise rammer. Kosmetologen fortæller, at hun har oplevet krisen ved, at kunderne køber færre produkter, men at de stadig ønsker behandlinger (Bilag E: 6). Dette giver en forståelse af, at hun ikke er synderligt bekymret for sin fremtid indenfor denne branche.

Når jeg inddrager økonomiske kriser og usikkerhed indenfor skønhedsbranchen, er det fordi, at jeg er inspireret af Guy Standing og hans syn på prekariatet. Jeg er nysgerrig på, hvilken betydning ydre faktorer har for kvinderne, nu hvor de befinder sig i en udsat position, samt hvordan kvinderne håndterer dette. Jeg vil indledningsvist til dette afsnit frembringe viden om, hvordan kvinderne oplever eventuel konkurrence indenfor deres fag, samt hvordan de forstår og håndterer en eventuel usikkerhed.

Når jeg spørger kvinderne hvorvidt de oplever konkurrence mellem dem selv og andre lignende klinikker eller saloner i byen, er der ingen af dem der synes, at de er nødt til at konkurrere. Kosmetologen beskriver i nedenstående citat, hvordan alle fire kvinder forstår konkurrence:

Nej, det gør jeg ikke. Man får jo etableret en kundekreds og et navn i byen. Jeg hører det heller ikke fra kollegaer egentlig. Der har været nogle få der er gået konkurs, men jeg synes egentlig at vi er gode til at samarbejde, altså dem jeg snakker med og gode til at hjælpe hinanden hvis der kommer nogen ind der gerne vil have en tid her, så siger jeg 'prøv at gå derned til en af den andre', for det kan være at de har en tid med det samme, 'fordi vi har desværre ikke'. Det er jo også en god kundeservice, ikke. Men nej, jeg ser ikke nogen konkurrence – overhovedet (Bilag E: 4).

Kvinderne er bevidste om, at der er andre, der laver samme type arbejde, men er mere fokuseret på at gøre deres eget så godt som muligt. Kosmetologen fortæller, at hun ser konkurrenterne i byen som sine kollegaer, hvor hun kan sende kunder hen, hvis hun ikke selv har tid (Bilag E: 4). Det samme gør sig gældende for vippe- og brynstylisten (Bilag B1: 2). Dog er vippe- og brynstylisten mere opmærksom på, at de andre klinikker også er konkurrenter. Måske opstår denne nuance i synspunkterne mellem kosmetologen og vippe- og brynstylisten fordi kosmetologen har nået at opbygge en mere solid kundekreds grundet hendes erfaring. Frisørerne fortæller ligeledes, at de heller ikke ser nogen konkurrence, dog med lidt nuancerede beskrivelser. Frisørernes priser ligger i den høje ende af prisskalaen, hvilket gør, at den ene frisør ikke ser frisørsaloner med lave priser som konkurrenter (Bilag C: 4). Hendes ytring kan tolkes som, at hun mener, at kvalitet og pris hænger sammen. Den anden frisør fortæller, at hun kunne forestille sig at en intern konkurrence kunne gøre sig gældende, hvis de var mere end to frisører i salonen. Dette ville betyde, at de i højere grad var nødt til at kæmpe om kunderne. Fordi de kun er to, oplever hun ingen konkurrence (Bilag D: 5).

Indtil videre tyder meget på, at kvinderne ikke oplever nogen usikkerhed i at arbejde som selvstændige. De er ikke bekymrede for konkurrence eller økonomiske kriser. Alligevel tyder det på, at konkurrence og kriser fylder en del hos kvinderne, når jeg spørger mere ind. Når jeg spørger om de oplever, at det er vigtigt at holde sig opdateret indenfor deres fagområder, svarer de alle blankt ja. Vippe- og brynstylisten fortæller:

(...) Jeg tror bare at når man har sat sig i det jeg har sat mig i, så er det meget niche-agtigt og så skal man også vide at det er måske ikke hele tiden at der vil være et publikum eller kunderne til det og så skal man være omstillingsparat. Så

jeg tror bare at man skal sørge for ikke at gå med skyklapper på og leve i sin egen verden. Der skal man sørge for at man følger med i hvad der sker og blandt andet tager på de her messer som der er (Bilag B1: 4).

I ovenstående citat taler vippe- og brynstylisten om, at det er vigtigt at være opdateret i forhold til markedet og de trends der er på mode. Når hun fortæller om, at det er vigtigt at følge med moden, er det fordi, der er en konkurrence. Når en kunde ønsker noget, som vippe- og brynstylisten ikke kan udføre, risikerer hun at kunden går et andet sted hen. Det samme gør sig gældende for de andre kvinder. De søger også hele tiden at holde sig opdateret med kurser eller gennem netværk (Bilag E:5), (Bilag C: 4), (Bilag D: 5), for at kunne følge med tiden og moden. Den ene frisør forklarer ret præcist, hvorfor hun mener, at det er vigtigt at holde sig opdateret indenfor sit fag:

Det skal man være. Det bliver man nødt til, tænker jeg. Også fordi jeg.. ja nu bliver jeg 32 og så synes de unge piger lige pludselig ikke at jeg er ung, ung mere som da jeg var nyuddannet, der valgte de jo mig fordi der var jeg ny og 'hun kan det smarte', her bliver man nødt til at være med og jeg kan godt mærke at jo ældre jeg bliver så bliver det også nogle andre kunder jeg får (Bilag D: 5).

Det handler både om personlig og faglig udvikling, i form af at få lov til at lave noget man som fagperson synes er interessant, men også i forhold til at kunderne vælger at komme i ens forretning fremfor en anden.

Den usikkerhed som Standing taler om i forbindelse med prekariatet, kan kvinderne ikke helt genkende. En af frisørerne fortæller, at man kan imødekomme økonomiske usikkerheder gennem forsikringer (Bilag D: 4). Alligevel ser jeg en vis lighed mellem at være selvstændig og prekariatet. Pludselig kan det hele være slut. Der er større risiko for, at falde ud af arbejdsmarkedet i en kortere eller længere periode, fordi de ikke har nogen arbejdsplads, der sikrer dem. Kvinderne kan risikere at miste deres forretning uden at have noget sikkerhedsnet. Det er lidt ligesom ordsproget: Højt at flyve, dybt at falde. Mennesker der er ansat i projektansættelser eller vikariat, som går ind under betegnelsen prekariatet, har mulighed for at tjene mange penge hurtigt og arbejde en masse, men pludselig er der ikke mere arbejde at få og så har de ikke en kontrakt, der sikrer dem en indkomst. Det samme gør sig gældende for kvinderne. Dog er det væsentligt at påpege, at frisørfaget er noget mere udbredt end eksempelvis vippe- og brynsfaget, hvilket kan betyde, at vippe- og brynstylisten er i en endnu mere usikker position end frisørerne og kosmetologen. Som præsenteret tidligere ar-

bejder kvinderne flere timer om ugen end den gennemsnitlige lønmodtager, og vælger også at udføre arbejdsrelaterede opgaver udenfor deres arbejdstid. Med viden om at kvinderne befinder sig i en usikker position i forhold til at have satset deres egen økonomi på deres forretning, og i forhold til ikke at have nogen kontrakt der giver dem indkomst, hvis forretningen ikke tjener nok penge, må de nødvendigvis arbejde mere end gennemsnittet. En person indenfor den karrierebundne livsform arbejder også mere end gennemsnittet og på tidspunkter, der går udenfor arbejdstiden. Er arbejdspresset egentlig større for selvstændige, eller er det et generelt pres om at få sin forretning til at lykkes, der fylder hos kvinderne? Nedenstående afsnit har til formål at belyse dette spørgsmål.

4.3.1 ER DER SÅ ET STØRRE ARBEJDSPRES VED AT VÆRE SELVSTÆNDIG?

Som præsenteret ser kvinderne friheden som den største fordel ved at være selvstændig, og samtidigt ser de det også som en motiverende faktor for at blive ved med at være selvstændig. Dog betyder det at drive sin egen selvstændige forretning også i nogle tilfælde et øget arbejdspress. Denne viden er blevet tilvejebragt både direkte og indirekte. Kosmetologen fortæller, at hun efter at være blevet ansat arbejder færre timer om ugen, samtidigt med at hun ikke længere oplever samme behov for at besvare kunders beskeder efter sin arbejdstid (Bilag E1: 3). Vippe- og brynstylisten oplever også, at det er nødvendigt at være tilgængelig for kunderne 24/7, som hun selv beskriver det (Bilag B: 5) – eller at kunderne forventer det. Derudover er der hele tiden bekymringen ved, hvorvidt man tjener penge eller ej. Det er ikke givet, at du tjener penge som selvstændig. Den ene frisør fortæller:

Altså så er det igen det der med, at da jeg havde ansatte så er der barn syg, så er der altså.. så er det dem der skal have løn før mig og der er hele tiden nogle andre der sådan står først i køen til at skulle have penge (Bilag C: 3).

Frisøren taler om, at det er hendes ansvar at få betalt regninger, omkostninger, eventuelt personale, sælgere osv. før hun kan udbetale løn til sig selv. Dette er ikke arbejdsopgaver, der hører med, når man er ansat - heller ikke som karrierebunden. Du er sikret din løn. Den anden frisør ser, som tidligere nævnt, en udfordring og et pres i at starte en forretning op, hvor man ikke på forhånd har etableret en kundekreds (Bilag D: 4): Netop den situation som vippe- og brynstylisten har stået i. Der er

en god sandsynlighed for, at usikkerheden omkring hvorvidt kvinderne formår at tjene penge, hænger sammen med, at de vælger at være ekstra serviceminded, når de besvarer spørgsmål fra kunder efter lukketid. Det er tydeligt, at kosmetologen har en anden tilgang til sit arbejde, nu hvor hun er blevet ansat. Dette handler både om, at hun er sikret økonomisk, men også at det ikke er hende personligt, som en eventuel negativ omtale vil ramme, hvis kunderne ikke oplever god service.

Hvorvidt at selvstændige har et større arbejdspress end ansatte, er umulig at svare på, idet forståelsen og håndteringen af arbejdspress altid vil variere. Dog kan jeg bidrage med viden om, at så længe kvinderne selv har noget på spil, vil de højst sandsynligt arbejde hårdere end ellers. Jeg kan dog give et muligt svar på, at måden hvorpå kvinderne formår at holde usikkerheden og arbejdspresset ud, kan sandsynligvis ligge i den frihed de netop sætter så stor pris på. Vi har etableret viden om, at kvinderne ofte bruger deres fritid på arbejdsrelaterede opgaver, men samtidigt har de også muligheden for at bruge arbejdstiden på familieaktiviteter. Ansvarsfølelsen for at kvindernes forretning bliver en succes gør, at de er villige til, at arbejde flere timer end den gennemsnitlige lønarbejder gør. De bruger energi på hele tiden at følge med moden og efteruddanne sig ved at tage på kurser. De forsøger at holde sig aktuelle og interessante gennem deres kundepleje og faglige kompetencer, samtidigt med, at de selv har ansvaret for at komme på ideer, der kan sikre alt dette. Jeg tror det er sikkert at sige, at livsformen som selvstændig kræver rigtig meget arbejde, på rigtig mange områder der også bevæger sig udenfor kvindernes egentlige fagområde, hvilket kan give et øget arbejdspress.

4.4. HVORDAN ER DEN POLITISKE DISKURS VEDRØRENDE IVÆRKSÆTTERI?

Den følgende del af analysen vil primært fokusere på, hvordan den politiske diskurs er i forhold til iværksætteri. Jeg er interesseret i, hvordan der i politiske debatter bliver støttet op om de små selvstændige virksomheder indenfor skønhedsbranchen. Dette vil jeg undersøge gennem regeringens måde at promovere iværksætteri på, samt gennem to politiske debatter med erhvervs- og vækstministeren Troels Lund Poulsen. Analysen vil som præsenteret være baseret på to politiske debatter omhandlende iværksætteri. Udtalelserne kommer fra den nuværende erhvervs- og vækstminister Troels Lund Poulsen, samt ministerens håndtering af spørgsmål fra en af debatternes vært. Ydermere vil analysen blive suppleret med materiale fra regeringen omhandlende et udspil vedrørende erhverv og iværksætteri.

Enhver kan læse eller lytte til de synspunkter og tiltag, som regeringen ytrer i henholdsvis udspillet og i erhvervs- og vækstministerens udtalelser. Min opfattelse er, at ytringerne som udgangspunkt er positive i forhold til, at regeringen ønsker fremme iværksætteri. Dog vil jeg i forlængelse heraf vende tilbage til mit postulat om, at sproget er langt mindre uskyldigt, end vi regner med. Hvis man sådan rigtig smager på ytringerne, hvad siger de så egentlig? Og ikke mindst hvad siger de om den type virksomhed, som kosmetologen, frisørerne og vippe- og brynstylisten driver? Via Faircloughs kritiske diskursanalyseapparat vil jeg pille ytringerne fra hinanden og bidrage med viden om, hvordan sproget har signifikant betydning for vores perception af givne konstruktioner, men også give et indblik i, hvorvidt vi står med en samfundsmæssig udfordring, når det kommer til de små skønhedsvirksomheder.

4.4.1 DEN ÅBENLYSE YTRING – HVORDAN ITALESÆTTES IVÆRKSÆTTERI?

Som indledning til denne del af analysen vil jeg først og fremmest fremhæve nogle af de redskaber, som der gøres brug af i den politiske diskurs. Med redskaber mener jeg, hvordan specifikke formuleringer vælges frem for andre i forbindelse med udtalelser om iværksætteri. Dette har til formål at give en forståelse af, hvordan man i politiske sammenhænge anvender sproget, sådan at læseren eller lytteren bedst muligt overbevises af afsendte budskaber. Begyndende vil jeg give eksempler på, hvordan dette foregår i hver af de inddragede udtalelser. Formålet er at tilvejebringe en viden om, hvad det er for typer af iværksætteri, der promoveres i den politiske diskurs. Er der nogle typer af virksomheder, der promoveres mere end andre?

I regeringens udspil for erhverv og iværksætteri fra 2017 beskrives iværksætteri som noget, der skaber respekt, både nationalt men også international (Bilag G: 3). Ved at sætte iværksætteri i samme sætning som respekt, skabes der en forståelse af, at iværksætteri er noget, man kan opnå anerkendelse på. Hvem vil ikke gerne blive anerkendt? Måden hvorpå sætningen er konstrueret, er det hvad Fairclough betegner som sammenkædning. Ved at konstruere sætningen på en bestemt måde formår afsenderen at påvirke modtageren til at acceptere budskabet. Sætningen er videre konstrueret som fakta, og det gør budskabet sværere at udfordre:

Danmark er et lille land. Alligevel er vi hjemsted for globale erhvervssucceser, der vækker respekt i udlandet og skaber mange tusinde job i Danmark. Det er succeser, der spænder vidt (Bilag G: 3).

Danmark er et lille land, det er fakta. Sammenligner vi Danmarks størrelse med andre lande både indenfor og udenfor Europa, står det ikke til diskussion, at Danmark er et lille land. Selvom vi er et lille land, er vi alligevel i stand til at konkurrere på det internationale marked i forhold til iværksætteri. Det kan vi være stolte af. Det er det budskab, som ovenstående citat bidrager med. De tre sætninger i citatet er alle konstrueret som fakta. Der er ingen personlige vurderinger i ytringerne, og der er ingen spørgsmål. Ifølge citatet er det sådan virkeligheden ser ud. Min pointe med at være detaljeorienteret i forhold til sætningens konstruktion, er at give læseren en forståelse af, hvordan sprogbrug er med til at forme den ideologi, som vi erkender. Videre leverer citatet også referencer til tidligere erfaringer. Det som Fairclough kalder for intertekstualitet. Eksempelvis kan dette være reference til LEGO, som de fleste mennesker både i Danmark og internationalt kender til. Dette er en virksomhed, der er anerkendt i hele verden og som skaber arbejdspladser. Selvom LEGO ikke nævnes direkte, har modtageren mulighed for at forestille sig en virksomhed, der har succes og derigennem opleve en vis stolthed i at være fra Danmark.

Alligevel kan der være et potentiale for at styrke vækstlaget i dansk erhvervsliv yderligere. Antallet af vækstvirksomheder pr. indbygger er således lavere end i såvel Sverige, Norge og Storbritannien (...). Vi skal derfor blive endnu bedre til at aktivere vores talentmasse og skabe en attraktiv iværksætterkultur (Bilag G: 7).

Ovenstående citat indeholder ligeledes intertekstualitet, idet der refereres til undersøgelser af den skandinaviske iværksætterkultur, hvilken læseren har adgang til. Hvis ikke læseren på forhånd kender til statistikkerne, har denne mulighed for at blive informeret. Selvom det går godt i Danmark, går det ikke godt nok og hvem vil ikke gerne være de bedste? Det særligt interessante ved at inddrage ovenstående citat er sætningens konstruktion og de ord der anvendes. Eksempelvis indledes sætningen blidt ved at anvende ordet *kan* fremfor eksempelvis *skal*. Dette kan være medvirkende til, at modtagere i større grad accepterer ytringen, da modtageren ikke oplever at blive pålagt en ordre. I citatets sidste sætning er ordet 'kan' nu byttet ud med ordet 'skal'. Jeg oplever her tre årsager til, at en ordre kan accepteres: Først og fremmest er modtageren blevet informeret om, hvorfor vi pludselig *skal* noget. Der er blevet argumenteret for, hvorfor det er en god ide at blive bedre. Netop fordi vi ikke er de bedste i Skandinavien. En anden årsag til at acceptere ordren er, måden hvorpå citatet

starter blødt med ordet *kan*. Vi har ikke blot fået kastet en ordre i hovedet, men er blevet stille og roligt ledt hen til ordren. Vi har undervejs selv haft mulighed for at træffe beslutninger og foretage kritiske vurderinger. Den tredje og sidste årsag til at vi vil acceptere ordren, er anvendelsen af ordet *vi*. Vi står sammen om det her. Det er noget vi gør i fællesskab. Og hvem vil ikke gerne være en del af fællesskabet? Havde der stået *I* eller *de* eller *man* skal blive bedre, havde sætningen ikke haft samme virkning. Måden hvorpå sætningen er konstrueret, er det hvad Fairclough betegner som *styrke*. Ved både at give en ordre, men også ved at skabe en fællesskabsfølelse og referere til statistikker om iværksætterier formår afsenderen, i dette tilfælde den siddende politiske regering, at være i stand til at overbevise sin modtager.

I forlængelse af hvordan iværksætterier bliver promoveret i udspillet, synes jeg også det er væsentligt, at tage fat i ordet 'talentmassen'. Talentmassen er en positiv måde at omtale iværksættere på. De kunne have valgt at anvende mere neutrale betegnelser for iværksættere, såsom 'borgere'. Igen laves der en sammenkædning af sætningen, der sætter iværksættere i et positivt og måske lidt guddommeligt lys.

Koncentrerer vi os om debatoplæggene med erhvervs- og vækstministerens udtalelser, bliver der i større grad lagt vægt på et os - dem forhold (Bilag F: 2). Det vil sige med iværksætterne på den ene side og politikerne på den anden side. Dog har os - dem forholdet ikke til hensigt at skabe en kløft mellem de to parter, men snarere at tale iværksætterne op. Derudover taler erhvervs- og vækstministeren om sig selv og sine politikerkolleger som nogle, der godt ved, at de på flere områder godt kan blive bedre, når det gælder iværksætterier (Bilag F: 1). Han taler sig selv og hans kolleger lidt ned. For at stille kontrasterne meget skarpt op, så taler han ydmygt om politikerne, mens iværksætterne er de store helte. Nedenstående citat er et eksempel på dette:

Generelt så tror jeg ikke der er voldsomt mere behov for lovgivning på det her område, der er brug for at hverdagens helte for lov til at udfolde sig. Det er sådan det vigtigste for mig, bedre rammevilkår (Bilag F: 2).

Når ministeren siger, at der ikke er brug for mere lovgivning på området, kan det være en måde at sige, at politikerne ikke har gjort deres arbejde godt nok. Ministerens taler således sig selv og sine politikerkolleger lidt ned, og forholder sig ydmygt til sin egen position. Dette kan det være en tak-

tik for at opnå sympati og forståelse. Det kan være en måde at imødekomme den kritik som ministeren forventer, at iværksætterene kommer med. Hvis vi stiller det meget skarpt op, agerer ministeren som offer og kan på denne måde opnå styrke i dialogen. Ved selv at italesætte sine mangler, skånes han selv og samtidigt hans politikerkolleger for udefrakommende kritik. Særligt taler ministeren om lovgivning, hvilket er noget politikerne beskæftiger sig med (Bilag F1: 2). Der findes mange forskellige regler og retningslinjer, som iværksættere skal følge, hvilket ofte kan være svært at finde rundt i. Dette er netop noget, som ministeren påpeger som værende en hæmsko for iværksættere (Bilag F: 3f), og noget som han ønsker at *hverdagens helte* ikke skal belemres med. Når man italesætter iværksætterne som hverdagen helte, kan det yderligere være en måde for ministeren at opnå forståelse og anerkendelse på. På denne måde undgår han muligvis kritiske spørgsmål og fremstår som en politiker, der arbejder for iværksætterne og ikke imod dem.

Erhvervs- og vækstministeren bruger ydermere meget sig selv og sine personlige arbejdsrelaterede historier, når han debatterer emnet iværksætteri. Ministeren gør meget brug af *jeg* i stedet for *man* eller *vi*, og vælger at inddrage perspektiver der siger lidt om hans tid som erhvervs- og vækstminister (Bilag F: 1), (Bilag F1: 2). Ved at bruge sig selv og egne referencer i sine ytringer har ministeren mulighed for at fremstå mere troværdig. Han viser, at han har investeret sig selv i sit arbejde og at han er interesseret i at gøre det mere attraktivt at være iværksætter. Nedenstående citat bidrager med en forståelse af, hvordan ministeren formår at skabe denne troværdighed, blandt andet også fordi at han viser, at han ved en del om emnet:

Da jeg tiltrådte som minister og så på nogle af de første tal, der kunne jeg i hvert fald konstatere at der er en lang række barriere. Sådan som jeg husker det, så tror jeg at GoMore, de brugte cirka ni måneder på at få en tilladelse til overhovedet at være i stand til at bruge deres koncept her i Danmark (Bilag F1: 2)

Ydermere trækker ministeren også på intertekstualitet, i og med at han refererer til statistikker, men også GoMore, som de fleste der følger bare lidt med i samfundsudviklingen, ved hvad er. Når han inddrager en virksomhed som mange danskere benytter sig af, og som oveni købet er en virksomhed, der bidrager til at sætte fokus på deleøkonomien – hvilket er et meget positivt element i den politiske diskurs, er det de færreste, der kan kritisere hans udtalelse om, at processen til at få en tilladelse er alt for lang. Ved at ministren vælger at eksemplificere sin udtalelse med en virksomhed, der har succes i stedet for en virksomhed, som ingen kender, underbygges hans udtalelse. Her an-

vender han det, som Fairclough beskriver som klausul. Ministeren vælger at bruge særlige eksempler fremfor andre for at opnå accept af sin udtalelse fra modtagerne.

4.4.2 DET SOM FREMHÆVES, STJÆLER FOKUS

I ovenstående afsnit har jeg fremhævet nogle af de ytringer, hvor politikerne promoverer iværksætteri. Jeg har givet eksempler på, hvordan man gennem sproget kan være i stand til at, for at sige det lidt hårdt; manipulere sine modtagere til at acceptere sin ytring som sandhed, eller i det mindste tage godt imod den. Særlige konstruktioner af sproget kan være med til at skabe troværdighed. Jeg mener herigennem, at det er væsentligt at påpege, at der ikke er noget nyt i det, politikerne gør. Vi gør det alle sammen. Når vi er på arbejde, sammen med familien, venner, bekendte eller sammen med fremmede. Vi søger at argumentere på den ene eller anden måde for, at vores budskab kommer igennem og bliver accepteret. Det interessante er dog i denne sammenhæng, hvilken betydning det egentlig har for den type virksomheder, som jeg beskæftiger mig med i min undersøgelse. Dette er netop, hvad dette afsnit har til formål at fremhæve. Ministeren taler om, at det skal være nemmere for sponsorer at støtte op om iværksættere (Bilag F: 5), men samtidigt er der ingen af de kvinder, som jeg har talt med, der overhovedet har overvejet at søge om økonomisk støtte til deres forretning (Bilag B2: 4f), (Bilag C1: 2), (Bilag D1: 1), (Bilag E1: 1), eller kender nogen, der enten har modtaget eller søgt støtte. Særligt påpeger vippe- og brynstylisten, at hun ikke har søgt om støtte, fordi hun ikke har været i stand til at fremlægge en gennemarbejdet og detaljeret forretningsplan (Bilag B1: 1), som hun har fået indtryk af, at det kræver. En årsag til dette kan være, at der i den politiske diskurs udelukkende bliver talt om succesfulde iværksættere som nogle, der konkurrerer på det globale marked. Kvinderne ejer små forretninger, der ikke har til formål at omsætte for store millionbeløb. Samtidigt sætter politikerne lighedstegn mellem iværksættere og helte. Men ikke iværksættere og heltinder. Hvorvidt dette blot er ordkløveri eller om det har noget på sig at tale om kønnet i diskursen, må være op til den enkelte at vurdere. Hvor kønsneutral er ordet *helt* egentlig i dag? Selvom manden bidrager eller udfører det meste af arbejdet i hjemmet, tyder elementer i min undersøgelse på, at der stadig arbejdes ud fra en kønstraditionel forståelse. Jeg mener at have bidraget med viden om både sprog, diskurser, køn og social konstruktivisme i et sådan omfang at jeg ikke blot kan vælge at overse denne pointe.

Ovenstående afsnit bidrager med en forståelse af, at iværksætteri ifølge den politiske diskurs er vejen frem, ingen tvivl om det. Det skal være meget nemmere at starte op som selvstændig. Men måske bare ikke lige nemt for alle. Politikerne mener, at de selv har en række opgaver at varetage, såsom at få bedre styr på lovgivningen og gøre den mere overskuelig sådan at det bliver mere attraktivt at være iværksætter.

Det jeg nu er interesseret i at tilvejebringe en forståelse af, er hvorvidt de virksomheder, som drives af selvstændige kvinder indenfor skønhedsbranchen, også promoveres eller om de faktisk anti-promoveres gennem den politiske diskurs.

I udspillet for erhverv og iværksætteri skriver regeringen således:

Danske virksomheder har vokset sig til globale giganter inden for eksempelvis medicin, legetøj, energi, fødevarer og shipping. Vi skal give plads til flere af sådanne succeser (Bilag G: 3).

I ovenstående citat promoveres virksomheder, der har til hensigt at vokse sig store på det globale marked. Der bliver sat lighedstegn mellem at være en global gigant og at være en succes. Betyder det, at virksomheder der er små og lokale er lig med fiasko? Spørgsmålet vil jeg vende tilbage til senere, da jeg ikke mener at en enkelt udtalelse om, hvad der betegnes som en succes, automatisk gør noget andet til et nederlag. Med viden om at iværksættere er hverdagens helte, fra ovenstående afsnit, synes jeg det er interessant at se på, hvad der ifølge den politiske diskurs gør dem til helte.

Når iværksætteri promoveres, er det hele tiden med argumentet om, at deres virksomheder skaber arbejdspladser og giver vækst (Bilag G: 3), (Bilag F: 1). Derudover er der tale om virksomheder, der vokser hurtigt (Bilag G: 7) og dermed hurtigt kan være med til at skabe vækst. Der er fokus på, at det er de store virksomheder, der klarer sig bedst og at det er dem, vi vil have flest af (Bilag F1: 1). De kvinder der har deltaget i min undersøgelse, har ingen ansatte, det vil sige, at de ingen arbejdspladser skaber. De lever af deres kunders privatøkonomi, hvilket betyder, at de ikke kan bidrage med millionoverskud til det danske samfund. Det betyder vel, at de så ikke er en succes?

I forlængelse af ovenstående er det samme ytringer, der gør sig gældende ved iværksætterdebatten 'GoPro'. Værten for debatten sætter et stort fokus på, at det er virksomheder med godt vækstpoten-

tiale, der har til hensigt at skaffe arbejdspladser. Blandt andet siger hun:

Vi kan se, at tænker man sin forretningside, sådan stort fra starten af, ja så er der meget stor global impact, mange penge at tjene og mange nye arbejdspladser. Alligevel, så er der altså rigtig mange danske iværksættere som tænker for småt. Vi skal være meget bedre til at tænke globalt og skalerbart i Danmark. Og hvad er så opskriften på at få det til at lykkes på den internationalebane? (Bilag F: 1).

Værten dyrker en diskurs der siger, at virksomheder der kan konkurrere på det globale marked, er den type virksomheder, vi vil have i Danmark. Videre taler hun ud fra en ideologi om, at det er forkert at ville 'nøjes' med en lille virksomhed. At være en lille lokal virksomhed er ikke godt nok. Det er altså ikke godt nok at have en frisørsalon i en større provinsby uden ansatte? Ytringen ovenfor står ikke alene. De fleste af de spørgsmål som værten stiller ministeren, har et fokus på, hvordan iværksættere kan sikre at blive store globale virksomheder (Bilag F: 1+4). Ydermere bliver der direkte i debatten påpeget, at regeringen støtter særlige typer af virksomheder:

Troels Lund Poulsen, skiftene regeringer har jo giver særlig støtte og særligt fokus til bestemte brancher. Vi har for eksempel vindmølleindustrien, hvilke brancher vil din regering satse på i fremtiden, hvis man vil skabe international gennemslagskraft? (Bilag F: 4).

Igen lægges der vægt på en ideologi, hvor international succes er i fokus. Ministeren besvarer spørgsmålet med både at sige, at de vil satse på bestemte brancher, men at de potentielt ikke kan vide, hvad det er for virksomheder, der bliver til en succes (Bilag F: 4). Dette åbner lidt op for en forståelse af, at regeringen ikke kun er interesseret i én særlig type af virksomheder. Dog har vi fra udtalelserne erfaret, at en virksomhed med succes, er en virksomhed, der opnår international anerkendelse, vækst og som skaber arbejdspladser.

Erhvervs- og vækstministeren er ikke ligesom værten direkte i sin tale om, at virksomheder med stort vækstpotentiale udelukkende er den type virksomhed, vi ønsker at promovere i Danmark. Dog besvarer han værtens spørgsmål ud fra denne ideologi. Når ministeren ikke udfordrer den gældende ideologi, tilvejebringes der en forståelse af, at det er den ideologi, der gælder. Når de selvstændige kvinder indenfor skønhedsbranchen ikke har søgt eller overvejet at søge om økonomisk støtte til deres virksomhed, kan den dyrkede ideologi være en årsagsvirkning til dette.

4.5 OPSUMMERING AF ANALYTISKE FUND

Skønhedsbranchen er ikke et fag, som udelukkende har vækst og kapitalinteresser i fokus ligesom andre fagområder: Som eksempelvis indenfor medicin og teknologi. Det vidner dele af min undersøgelse om. Der er fokus på kundeservice, kundepleje og at kunne balancere arbejde- og familielivet. Når de små klinikker og saloner ikke promoveres, er det så fordi de tænker for småt, eller anser vi ikke branchen for noget særligt? Indledende til min undersøgelse viser jeg, at salget af skønhedsprodukter er steget med over 100 procent de sidste otte år. Det er da vækst, men måske væksten ikke er stor nok?

Gennem analysen har jeg bidraget med viden om, at der ikke er én måde at være selvstændig indenfor skønhedsbranchen på. Der er ikke en rigtig eller en forkert måde at starte sin forretning op på, men min analyse har resulteret i følgende observationer om den selvstændige kvinde, som udgør dette speciales analytiske fund: Det er ikke kvinder, der altid har gået med en drøm om at være selvstændig, der vælger at blive iværksættere indenfor skønhedsbranchen. Det er ikke kvinder, der ikke skelner mellem arbejde og fritid. Det er ikke kvinder, der ikke tager sig af arbejdsopgaver i hjemmet, eller som har en opfattelse af, at de ikke behøver at udføre husligt arbejde. Derimod er det kvinder der er kreative, ansvarsbevidste, serviceminded, har is i maven hvad angår det økonomiske aspekt og som sætter stor pris på, at de selv kan bestemme, hvornår de arbejder og hvornår de holder fri. Det er kvinder der ikke venter på, at nogen tager dem i hånden og placerer dem på en arbejdsplads, hvor de får at vide, hvad de skal lave. Det er kvinder, der vil selv og kan selv – og som gør det selv. Det er kvinder, der har evner, der rækker udover deres faglige kompetencer. Det er kvinder, der udover at udføre det faglige arbejde de er uddannet indenfor, også agerer direktører, chefer, ledere, kontormedarbejder, rengøringspersonale, økonomiansvarlig og som er virksomhedens kreative drive. Det er kvinder, der trods den politiske diskurs, som hovedsageligt promoverer store internationale virksomheder, formår at blive etablerede iværksættere indenfor skønhedsbranchen. Hvorvidt flere kvindelige iværksættere ville komme på banen, hvis en hegemonisk kamp om den nuværende diskurs blev igangsat, kan vi indtil videre kun gisne om. Alligevel vil jeg i næste kapitel diskutere hvad der kan gå tabt ved, at disse typer af virksomheder netop ikke promoveres og måske kan føle, at de skal gemme sig selv.

5. DISKUSSION

I analysen tilvejebringes der eksempler på forskellige faktorer, der har indflydelse på kvindernes liv som selvstændige. Dette gælder både i forhold til praktisk arbejde som iværksætter, faglige kompetencer, motivation, familieliv, udbud og efterspørgsel, usikkerheden i at være sin egen chef og selv stå med al ansvar for succes med sin forretning, samt den politiske diskurs vedrørende iværksætteri.

Som jeg skriver indledningsvist i min undersøgelse, har min hensigt med dette speciale ikke været at belyse, hvorvidt kvinders muligheder som iværksættere er ringere end mænds. Alligevel har jeg ikke kunne overse den faktor, at kvinderne qua deres køn kan stå overfor andre og muligvis mere krævende udfordringer end mænd, mens jeg er sikker på, at der for mænd kan gælde andre former for udfordringer, som kvinder muligvis ikke møder. Jeg har valgt at inddrage statistikker som netop viser, at langt færre kvinder end mænd vælger at blive iværksættere og bidrager med viden om, at kvinderne i min undersøgelse ikke lever i kønstraditionelle forhold, da deres partnere er med til at udføre arbejdet i hjemmet. Alligevel vidner kvindernes måde at fortælle om det huslige arbejde om, at de stadig er den drivende faktor i hjemmet, eller har en forståelse af, at de burde være det. Dette er viden jeg mener, er meget relevant for at forstå, hvad det er for omstændigheder, der gør sig gældende for kvinder, der arbejder som selvstændige indenfor skønhedsbranchen. Derfor mener jeg også, at det er et emne, der er værd at diskutere i dette kapitel.

Ydermere bidrager jeg med viden om, at der indenfor politik dyrkes en særlig diskurs når det handler om iværksætteri. Denne diskurs er som præsenteret, at iværksættere skal tænke stort. Iværksættere er helte, hvis de formår at konkurrere på det globale marked. De skal kunne og ville konkurrere internationalt, skabe vækst og arbejdspladser. Dette er nogle store kontraster i forhold til de kvinder, som er selvstændige indenfor skønhedsbranchen. Jeg mener i den forbindelse, at det er meningsfuldt at forholde sig kritisk til den politiske diskurs. Derfor vil jeg i dette kapitel diskutere og bidrage til en hegemonisk kamp vedrørende diskursen om iværksætteri indenfor politik.

I kapitlet vil jeg derfor diskutere mine mest væsentlige analytiske resultater indenfor kønsforståelse og diskurs. Dette vil jeg blandt andet gøre i forhold til nogle af de pointer, som jeg præsenterede i specialets indledning fra tidligere undersøgelser vedrørende iværksætteri. Det er blandt andet mit formål at bidrage med viden om nogle af de udfordringer, som kvinderne indenfor skønhedsbran-

chen kan stå overfor, samt assistere med en forståelse af, at disse typer af virksomheder også kan bidrage til den samfundsmæssige udvikling, trods fokus ikke ligger på at skabe stort økonomisk overskud.

Kapitlet er disponeret således, at jeg i første afsnit fremhæver pointer vedrørende den politiske diskurs omhandlende iværksætter. Herefter vil jeg fokusere på, hvilken betydning kønnet kan have i forhold til at være iværksætter. Afslutningsvis ønsker jeg at opsummere kapitlets pointer i et kort resume. Formålet med dette er at skabe et klart overblik over kapitlet.

5.1 HEGEMONISK KAMP OM DEN GÆLDENDE IDEOLOGI IN- DENFOR DEN POLITISKE DISKURS OM IVÆRKSÆTTERI

Det er blevet præsenteret i analysen, hvad der er den største motivationsfaktor for kvinderne. Næmlig friheden i selv at bestemme de mange forskellige facetter af deres arbejdsliv. Dette er blandt andet en af de faktorer, der er med til at beskrive de livsstilsentreprenører, som Christensen et al. fokuserer på i deres undersøgelse (Christensen et al., 2014: 29f). Som jeg beskriver i begrebsafklaringen, betragter jeg iværksætteri som iværksætteri, selvom jeg godt er klar over, at der er variationer mellem de to betegnelser. Ingen af de kvinder, som har deltaget i min undersøgelse, har selv opfundet det fagområde, de beskæftiger sig med, men de er med til at opretholde og videreudvikle det. Christensen et al. beskriver videre i deres undersøgelse, at livsstilsentreprenører er meget nicheorienteret og arbejder oftest indenfor lokale rammer. Derudover gælder det, at det er mennesker der har større fokus på interesse fremfor økonomisk overskud. Alle disse pointer er beskrivende for kvinderne i min undersøgelse. Selvom det ikke er noget, som kvinderne direkte fortæller, lægger de alligevel vægt på, at der er en balance mellem arbejde og fritid. Dette kommer blandt andet til udtryk ved, at de fortæller at have dårlig samvittighed, hvis de arbejder, når de burde være sammen med deres familie og når de fortæller, at de søger at planlægge deres arbejde sådan, at deres familieliv kan hænge sammen. Det er vigtigt for dem, at der er tid til familien. Ligesom det er for de livsstilsentreprenører Christen et al. beskriver. Min pointe med at inddrage undersøgelsen om livsstilsentreprenør er, at validere at det ikke er unormalt, at nogle iværksættere ikke vægter økonomien højest men snarere interesse, frihed og familie.

Som jeg pointerer i analysen, er det min forståelse, at man gennem den politiske diskurs bygger på en ideologi om, at små forretninger egentlig ikke regnes for bidragende til samfundet og særligt ikke til den vækst som er et væsentligt omdrejningspunkt i diskursen. Samme pointe kommer Christensen et al. frem til (Ibid: 28). Vil det så sige, at vi samfundsmæssigt ikke kan bruge de små virksomheder, som dem kosmetologen, frisørerne og vippe- og brynstylisten driver? I Hanne Wittorff Tanvigs undersøgelse beskriver hun samme pointer som Christensen et al. og jeg selv leverer (Tanvig, 2010: 11). I den politiske diskurs leveres der en forståelse af, at succesfuldt iværksætteri sker øjeblikkeligt eller i hvert fald kun hvis iværksætteren har store mål fra virksomhedens opstart (Bilag G: 7). Alligevel leverer Tanvig en forståelse af, at succesfuldt iværksætteri også kan handle om sociale forhold eller økonomisk vækst på længere sigt. Eksempelvis kan iværksætteri være med til at hjælpe socialt udfordrede mennesker i forskellige aspekter af deres liv (Tanvig, 2010: 11). Dette behøver ikke at have været hensigten med virksomhedens opstart, men kan være opstået tilfældigt. Og hvad er min pointe så med det? Jeg har ikke en forventning om, eller en forståelse af, at de kvinder der har deltaget i min undersøgelse, har et særligt socialt formål med deres virksomhed. Min pointe er, at virksomhederne kan udvikle sig og bidrage på områder, som iværksætterene selv ikke nødvendigvis havde forudset. Og på områder som politikerne heller ikke havde forudset. Eksempelvis er vippe- og brynstylisten begyndt at undervise indenfor sit fagområde, hvilket bidrager til at flere kvinder, og mænd for den sags skyld, bliver dygtiggjort og uddannet og derigennem har mulighed for at udvikle og skabe vækst i samfundet på samme eller andre områder. Kosmetologen og frisørerne har erfaringer og viden indenfor hudanalyse eller særlige kemiske blandinger i forhold til hårfarve. Deres viden kan ligeledes bidrage til udvikling og konkurrence indenfor netop de områder. Jeg fremhæver disse pointer, fordi jeg også leverer en forståelse af, at de kvinder jeg har talt med, har et større drive og lyst til udvikling, netop fordi de er selvstændige. Havde de været i ansættelse, havde de muligvis ikke - ifølge min undersøgelse - haft samme kompetencer og viden, og kunne derfor ikke bidrage til den samfundsmæssige udvikling, som den politiske diskurs ideologi lægger op til. Samtlige kvinder har mulighed for at bidrage til en forandring indenfor deres fagområder qua deres viden. De er alle bidragende til – dog særligt vippe- og brynstylisten på grund af hendes job som underviser - at flere iværksættere kan skabe deres egen forretning. Dog er både jeg selv og kvinderne bevidste om det faktum, at nogle klinikker indenfor skønhedsbranchen ikke formår at konkurrere og derfor må lukke igen. Alligevel er der flere succeshistorier end fiaskoer.

5.2 NU VI SNAKKER OM KØN

Når nu jeg har valgt at sætte et mere eller mindre eksplicit fokus på det kvindelige køn i forhold til iværksætteri, synes jeg også, at det er væsentligt at inddrage nogle af de mest centrale pointer vedrørende køn i diskussionen. Vi kan ikke komme udenom diskussionen omhandlende barsel. Selvom vi i Danmark fortsat har et øget fokus på større lighed mellem køn, når det gælder barselsordninger, er der stadig udfordringer (Ugebrevet4A.dk). Som jeg beskriver i indledningen til undersøgelsen bliver færre kvinder end mænd iværksættere og Ugebrevet 4A kaster blandt andet en del af skylden på den nye barselsordning for selvstændige. Ordningen er simpelthen ikke attraktiv for selvstændige – og særligt ikke nystartede iværksættere. Jeg vil dog inddrage den pointe, at selvom mænd tager halvdelen eller mere af barslen, kan vi ikke komme udenom, at det er kvinderne der må bære barnet under graviditeten og det er kvinderne, der er fysisk belastede under og efter graviditeten. Dette kan som sagt afholde nogle fra det ekstra pres, der kan opstå ved at være selvstændig. Selvom diskursen og ideologien omkring barsel er, at den skal deles mere eller mindre ligeligt mellem kønnene, mener jeg ikke, at dette er nok for at få kvinderne til at vælge den selvstændige livsform fremfor nogle af de andre. Jeg er af den overbevisning, at mange af årsagerne til, at kvinder afholder sig fra iværksætteri skyldes diskurserne om emnet. De politiske diskurser, de offentlige diskurser, diskurser på arbejde, diskurser i hjemmet, alle mulige forskellige formelle og uformelle diskurser. Det er ikke meget mere end 50 år siden, at kvindens arbejde hovedsageligt lå i hjemmet. Selvom vi er kommet lang vej fra dette, dyrkes der stadig en indirekte ideologi om, at kvinderne er det praktiske overhoved i hjemmet. Dette vidner både min undersøgelse, men også vores sprog, om. Som jeg fremhæver i analysen, har vi særlige køn knyttet til særlige roller: Rengøringskone, husmor, brandmand, osv. Selvom det ikke er usandsynligt at betegnelsen *helt* kan anvendes om en kvinde, er det for de fleste en mandlig figur, der træder frem, når ordet anvendes. Desuden findes der en betegnelse for kvindelige helte; *heltinder*. Jeg er derfor af den overbevisning, at vores sprog og diskurser er med til at afholde nogle kvinder fra at blive selvstændige. Jeg mener dog ikke, at det er den eneste grund. Jeg bidrager med mange forskellige omstændigheder, der gør sig gældende for kvinder, der arbejder som selvstændige indenfor skønhedsbranchen. Qua mit socialkonstruktivistiske ståsted mener jeg, at vi grundet forskellige erfaringer med samme typer af konstruktioner derfor heller ikke motiveres af det samme. Vi er alle forskellige og derfor tilskriver vi forskellige elementer forskellig værdi.

5.3 OPSUMMERING

Formålet med ovenstående afsnit er at tilvejebringe en forståelse af, at det er vigtigt at forholde sig kritisk til kulturen, samfundet, gruppen, nationen og alle andre situationer vi befinder os i. Jeg bidrager med en forståelse af, at vi påvirkes af vores omgivelser. Vi påvirkes til at mene noget bestemt, til at gøre noget bestemt eller til at sige noget bestemt. Dette kan både være ønsket og uønsket.

Selvom den politiske diskurs lægger op til, at iværksættere skal være de her store globale konkurrenter, kan de mellemstore og små virksomheder altså også bidrage med noget. Nogle gange kan de måske endda bidrage med noget, som de store globale giganter ikke kan. Noget som bare opstår, men som ingen forudser. Denne variation er med til at gøre samfundet interessant, samtidigt med at det skaber plads til forskellige typer af mennesker. Kvinder fravælger muligvis et liv som selvstændig erhvervsdrivende på grund af diskursen om iværksættere og det levn i vores sprog der deler erhverv op i køn. Måske fravælger kvinder et liv som iværksætter, fordi de ønsker mere familietid, samtidigt med at de laver et stort økonomisk overskud. Måske er der en tredje eller fjerde grund til det.

6. KONKLUSION

Min undersøgelse har haft til formål at besvare problemformuleringen: *Hvordan formår kvindelige selvstændige indenfor skønhedsbranchen at balancere arbejds- og familieliv? Hvordan håndterer disse kvinder økonomiske og markedsorienterede usikkerheder i forbindelse med deres forretning og i hvilket omfang kan den politiske diskurs have indvirkning på disse kvinders motivation for at skabe sin egen virksomhed?*

Når jeg stiller spørgsmålet om hvorfor nogle kvinder vælger at blive selvstændige, er det korte og præcise svar i min undersøgelse – friheden. Friheden i selv at kunne strukturere sin egen arbejdsdag og sit eget arbejdsliv. Dette gælder for tre af kvinderne. For kosmetologen har hendes motivationsfaktor været at tjene flere penge. Kvinderne har oplevet at have bedre udviklingsmuligheder ved at blive sin egen chef. Derudover har de oplevet en større fleksibilitet i, at kunne bestemme egne arbejdstider, hvilket har givet bedre mulighed for at passe familielivet ind. Selvom kvinderne har nemmere ved, at flytte rundt på arbejdstider betyder det ikke, at de oplever, at arbejdspresset er faldet og at de dermed har fået meget tid til familien. Ingen af kvinderne klager over eller har en negativ oplevelse af, at arbejde flere timer end gennemsnittet. De giver ikke udtryk for, at den mængde arbejde de står med, giver dem overvejelser om at holde op med at være selvstændig. De er beviste om, at de arbejder meget, men synes ikke at opleve arbejdspresset som negativt. De tidspunkter hvor de særligt oplever et stort arbejdspress ved at selvstændig, er når de føler, at de skal besvare kunders beskeder over Facebook eller andre typer af sociale medier. De oplever en ansvarsfølelse for at besvare disse beskeder, og som kosmetologen fortæller, så kan det være svært at finde ro før dette er gjort. Selvom kvinderne umiddelbart ikke fokuserer på det arbejdspress, der kan være ved at arbejde som selvstændig, vidner deres fortællinger om, at de faktisk bliver presset. Når kunder kan kontakte kvinderne gennem de sociale medier, medier som kvinderne også bruger i deres fritid, formår de faktisk ikke at lægge deres arbejde væk og holde fri.

I forlængelse af ovenstående afsnit bliver det netop interessant at konkludere på, hvordan kvinderne så formår at balancere arbejds- og familieliv. Som jeg pointerer, har kvinderne mulighed for at flytte rundt på arbejdstider, sådan at der skabes plads til familieaktiviteter. Dette fortæller en af frisørerne, er en af fordelene ved at arbejde som selvstændig. Derudover fortæller alle fire kvinder,

at de i samarbejde med deres partner taler om, planlægger og udføre arbejdsopgaver og aktiviteter i hjemmet. Kvinderne fortæller, at måden hvorpå de er i stand til at balancere deres arbejds- og familieliv, handler om planlægning og fleksibilitet. Alligevel bidrager jeg også med viden om, at kvinderne leverer en forståelse af, at de enten er eller mener at de bør være den proaktive i hjemmet. Denne proaktivitet kan ligeledes være en måde for kvinderne at balancere arbejds- og familieliv. Deres måde at have overblik over hjemmet kan bidrage til, at de bedre oplever et overskud til at drive deres virksomhed.

Jeg valgte at spørge kvinderne ind til, om de oplever en økonomisk eller markedsorienteret usikkerhed i forbindelse med at drive sin egen forretning indenfor skønhedsbranchen. Alle kvinder oplevede som udgangspunkt ikke, at føle sig usikre og oplevede heller ikke nogen former for konkurrence indenfor deres fagområde. Umiddelbart syntes kvinderne ikke, at kunne genkende de prekariatslignende tilstande, som jeg forestillede mig, der måtte være. Alligevel fortæller alle kvinder, at de mener, det er vigtigt at holde sig opdaterede indenfor deres fag, og alle fire kvinder bruger ressourcer på at blive ved med at dygtiggøre sig. Behovet for at dygtiggøre sig tolker jeg i min undersøgelse som et udtryk for, at de alligevel ikke føler sig hundrede procent sikre i forhold til konkurrence og i forhold til at markedet hurtigt kan ændre sig.

Det andet led i min undersøgelse handler om diskurser og særligt den politiske diskurs vedrørende iværksætterier. Jeg havde til formål at tilvejebringe viden om, at sproget har en mere signifikant betydning, end vi måske tillægger det i dagligdagen og at den politiske diskurs kan påvirke indehavere af virksomheder, som kvinderne netop driver. Jeg viser, at sproget kan være med til enten at give os en større tro på os selv, eller det kan med til at begrænse os. Blandt andet tager jeg fat i den diskussion ved at fokusere på de kasser, vi placeres i qua vores køn. Min pointe er, at vi påvirkes af de diskurser, som vi omgiver os med. Om det handler om køn, alder, vægt, størrelse på virksomhed eller noget andet er diskursen med til at definere os. Dette viser jeg blandt andet også ved at foretage diskursanalyse af politiske ytringer vedrørende iværksætterier. Jeg stillede spørgsmålet om, hvordan den politiske diskurs lyder i forbindelse med iværksætterier, og hvorvidt der bliver promoveret en særlig type af virksomhed. Svaret på dette er ifølge min undersøgelse at, ja der bliver promoveret særlige typer af virksomheder. I den politiske diskurs er man optaget af at tale iværksætterier op og

gøre det mere attraktivt at være iværksætter. Dog er det min forståelse, at det er de store virksomheder, der kan konkurrere på det globale marked, som bliver promoveret. Dette er med et fokus på hurtigt økonomisk vækst. I diskussionen bidrager jeg med perspektiver, der kan udfordre denne diskurs, da jeg mener, at ved at promovere særlige typer af virksomheder, fjerner man fokus fra netop de typer af virksomheder, som kvinderne indenfor skønhedsbranchen driver. Dette mener jeg er en skam. Jeg er af den overbevisning, at disse virksomheder netop også kan bidrage med udvikling og beskæftigelse og at vi derfor ikke kan afskrive ideen om, at disse typer virksomheder kan bidrage på andre områder end med de store millionbeløb.

Jeg har således i min undersøgelse givet indblik i, at kvinder gennem planlægning, samarbejde og fleksibilitet formår at balancere mellem arbejds- og familieliv. Jeg har vist at gennem videreuddannelse og kurser søger kvinderne at håndtere den usikkerhed, der kan være i at være selvstændig.

Afslutningsvis tilvejebringer jeg viden om, at den politiske diskurs sagtens kunne forestilles at spille en rolle, når færre kvinder end mænd vælger at blive iværksættere. Derudover kan politikernes måde, at promovere store virksomheder på også afholde nogle fra at ville drive en mindre forretning. Dette kan enten være i form af ikke at opleve, at ens virksomhed bliver respekteret eller det kan opleves som for stort et pres at vide, at politikerne helst ser, at ens forretning bliver konkurrencedygtigt på internationalt plan.

7. PERSPEKTIVERING

Som afsluttende bemærkning til min undersøgelse ønsker jeg kort at præsentere, hvad jeg forestiller mig, at mit speciale kan bidrage med. Derudover vil jeg ligeledes komme med nogle forslag til, hvordan man kan gå videre med min undersøgelse eller hvilke andre vinkler der kunne supplere med viden om at arbejde som selvstændig indenfor skønhedsbranchen.

7.1 HVAD SÅ NU?

Et af de store fokusområder i mit speciale er den politiske diskurs vedrørende iværksætteri. Jeg bidrager med viden om, at måden hvorpå politikerne taler om iværksætteri, både kan være med til at afholde kvinder fra at blive iværksættere og det kan afholde iværksættere, der ikke ønsker store globale virksomheder. Ved at gøre opmærksom på, hvordan den politiske diskurs kan afholde potentielle iværksættere fra at give iværksætteri et forsøg, kan det skabe refleksion hos politikerne, om det er sådan, diskursen skal eller bør være. I forhold til det politiske ønske om at få flere kvindelige iværksættere mener jeg også, at diskursen har en indvirkning. Jeg er af den overbevisning, at kvindernes forståelse af, at de bør være den drivende faktor i hjemmet, stammer fra en gammel diskurs, der stadig er under ombygning. Hvis de kvinder der har deltaget i min undersøgelse, som faktisk dedikerer det meste af deres tid til at gøre karriere, har en forståelse af, at de skal sørge for at tingene bliver struktureret i hjemmet eller at de burde sørge for det, så tør jeg ikke tænke på, hvad kvinder der ikke i samme grad dyrker en karriere, forestiller sig. At være opmærksom på og kritisk overfor måden vi gør, siger og tænker om forskellige elementer er et godt fundament for forandring.

Jeg forestiller mig, at et fokus på diskurser både i forhold til iværksætteri, men også til køn, kan være en måde at håndtere nogle af de samfundsmæssige udfordringer, som vi står med. Vi ønsker flere iværksættere og særligt kvindelige iværksættere. En anden måde at finde frem til mulige løsninger kan være ved at spørge de selvstændige selv. Hvad oplever de af udfordringer, og hvad ople-

ver de har fungeret godt for dem i forbindelse med at blive etableret iværksætter? Mit forslag er at forme fokusgrupper, hvor iværksættere kan udveksle erfaringer og lade sig inspirere af hinanden.

Derudover kan dette medbringe en mulighed for selvstændige med små forretninger for at fortælle om, hvad deres type af virksomhed kan bidrage med. Måske kan de virksomheder, der ikke ønsker at konkurrere internationalt bidrage med elementer, som kun de selv har en forståelse for. Jeg er af den overbevisning, at vidensdeling og kommunikation mellem 'de oversete' iværksættere og politikere kan være med til at skabe samfundsmæssige forandringer, der afhjælper nogle af de udfordringer, som vi står med i forhold til iværksætteri.

7.2 SÅDAN KUNNE UNDERSØGELSEN OGSÅ SE UD

Som jeg indledningsvist skriver i min undersøgelse var mit formål ikke at have et fokus på køn. Alligevel erfarede jeg gennem specialet, at jeg ikke kunne overse den faktor, at køn også har en betydning for oplevelser og erfaringer – også for selvstændige. En måde at validere dette på kunne være ved at inddrage mandlige selvstændige indenfor skønhedsbranchen til at sammenligne opfattelser af eksempelvis arbejdsopgaver i hjemmet, ansvarsfølelse og arbejdspress.

Det er muligt, at jeg i min undersøgelse slet ikke ville inddrage det familieorienterede aspekt, hvis jeg udelukkende fokuserede på mandlige selvstændige. Dette kan muligvis være fordi, jeg selv er påvirket af diskursen om, at kvinden er familiens bånd, eller det kan være fordi det ikke er lige så interessant, hvordan manden balancerer familieliv ved siden af sit arbejde, fordi det har han altid gjort.

En anden tilgang til en undersøgelse om livsformen som selvstændig kunne være ved udelukkende at fokusere på diskursanalyse. Gennem en sådan undersøgelse vil jeg tilskrive sproget endnu mere værdi, end jeg har gjort i denne undersøgelse. Ved at lade selvstændige fortælle om deres arbejde versus deres familieliv, er det muligt at tilvejebringe ubeviste holdninger til hvert område gennem sproget. Hvordan de taler om deres arbejde versus hvilke ord de vælger at anvende i forbindelse med ytringer om deres familieliv, kan give en mere umiddelbar og ureflekteret beskrivelse. Samme tilgang kunne gøres i forbindelse med, at respondenter taler om at være selvstændig versus at være

lønmodtager. Hvordan beskriver respondenterne det at være selvstændig, og hvordan beskriver de det at være lønmodtager? Det er interessant at undersøge, om der er nogle grundlæggende forestillinger om hver af de to livsformer. Ved en sådan undersøgelse, der udelukkende baseres på diskursanalyse, skal man dog være opmærksom på risikoen for at fejl- eller overfortolke.

LITTERATURLISTE

Bernhard, Russel H. (2013): "*Social Research Methods – Qualitative and quantitative approaches*". SAGE Publications

Brinkmann, Svend, Tanggaard, Lene (2010): "*Kvalitative Metoder – En Grundbog*". 1. Udgave. 2. Oplag. Hans Reitzels Forlag.

Christensen, Lone Rahbek (1994): "*Livsformer i Danmark*". 5. Oplag. Samfundsfagsnyt.

Christensen, Dorthe Refslund, Neergaard, Helle, Birk, Sidsel Freja Trads (2014): "*Bliv som mig! En analyse af den nye kvindelige soteriologiske iværksætter*". Novus Forlag. Tidsskrift for religion og kultur.

Duggan, Lisa (2003): "*The Twilight of Equality – Neoliberalism, Cultural Politics and the Attack on Democracy*". Beacon Press.

Ejrnæs, Anders, Boje, Thomas P. (2015): "*Kapitel 11. Uligevægt mellem familie og arbejdsliv – familiepolitik*". I bogen "*Grundbog I socialvidenskab – 5 perspektiver*". Greve, Bent (2015). 2. Udgave. Nyt fra samfundsvidenskaberne.

Fairclough, Norman (1992): "*Discourse and Social Change*". Polity Press.

Foucault, Michel, (2010): "*The Archaeology of Knowledge – And the Discourse on Language*". Vintage.

Guvå, Gunilla, Hylander, Ingrid (2003): "Grounded Theory – Et teorigeneret forskningsperspektiv". *Hans Reitzels Forlag*.

Harboe, Thomas (2008): "Indføring i samfundsvidenskabelig metode". 4. Udgave. 3. Oplag. Forlaget, Samfundslitteratur.

Hochschild, Arlie Russel (1997): "The time bind – When Work Becomes Home and Home Becomes Work". 1. American ed. Metropolitan Books – Henry Holt and Company. New York.

Højrup, Thomas (1984): "Begrebet livsform – En formspecificerede analysemetode anvendt på nutidige vesteuropæiske samfund". Videnskabelig artikel i Fortid og Nutid fra 1984. Det Kongelige Bibliotek.

Jacobsen, Michael Hviid, Rasmussen-Lippert, Kasper, Nedergaard, Peter (2012): "Videnskabsteori – I statskundskab, sociologi og forvaltning". 2. Udgave. 1. Oplag. Hans Reitzels Forlag.

Kvale, Steinar, Brinkmann, Svend (2009): "Interview – Introduktion til et Håndværk". 2. Udgave. 5. Oplag. Hans Reitzels Forlag.

O'Reilly, Karen (2009): "Key Concepts in Ethnography". SAGE Publications.

Pedersen, Kaare, Olsen, Poul Bitsch (2013): "Problemorienteret Projektarbejde – En Værktøjsbog". 3. Udgave. 7. Oplag. Roskilde Universitetsforlag.

Pedersen, Martin (2012): *"Deltagerobservation – En metode til undersøgelse af psykologiske fænomener"*. I *"Triangulær validering"*. 1. Udgave. 2. Oplag. Hans Reitzels Forlag.

Rasmussen, Tove (1994): *"Actionfilm og drengekultur"* I: Reception af levende billeder. Akademisk forlag.

Standing, Guy (2017): *"Prekariatet – den farlige nye klasse"*. 1. Udgave. 1. Oplag. Informations Forlag.

Tanvig, Hanne Wittorff (2010): *"Kvindelige iværksættere i landdistrikter – ikke bare en bitte biks"*. Københavns Universitet. Arbejdsrapport, Skov og Landskab. Nr. 124.

WEBSIDER

Danmarksstatistik.dk

Besøgt den 06.01.2018

Klokken 10.44

<https://www.statistikbanken.dk/statbank5a/SelectVarVal/Define.asp?MainTable=FIKS44&PLanguage=0&PXSID=0&wsid=cftree>

Erhvervsstyrelsen.dk

Besøgt den 01.04.2018.

Klokken 09.02

<https://erhvervsstyrelsen.dk/udvikling-i-cvr-registreringer-fordelt-paa-koen>

Ugebrevet 4A

Besøgt den 31.03.2018

Klokken 13.45

https://www.ugebreveta4.dk/rekordfaa-kvinder-kaster-sig-ud-som-ivaerksaetter_20425.aspx

Borger.dk

Besøgt den 31.03.2018

Klokken 13.56

<https://www.borger.dk/familie-og-boern/Barsel-oversigt/Barsel-selvstaendige>

Youtube.com

Besøgt den 25.03.2018

Klokken 19.34

<https://www.youtube.com/watch?v=BeGRd-QuxcA>

Youtube.com

Besøgt den 11.04.2018

Klokken 11.24

https://www.youtube.com/watch?v=lv7vEWNlo_c

Forsidebillede

Besøgt den 30.05.2018

Klokken 13.53

<http://girlschannel.net/topics/189568/>