

Karen Stenberg

Er det verdt det?

En kritisk studie av karriereråd gitt til kvinner

Masteroppgave i Likestilling og Mangfold

Veileder: Agnes Bolsø og Siri Øyslebø Sørensen

Juli 2020



Karen Stenberg

Er det verdt det?

En kritisk studie av karriereråd gitt til kvinner

Masteroppgave i Likestilling og Mangfold
Veileder: Agnes Bolsø og Siri Øyslebø Sørensen
Juli 2020

Norges teknisk-naturvitenskapelige universitet
Det humanistiske fakultet
Institutt for tverrfaglige kulturstudier

Læringsmål

Læringsutbytte

Masterstudiet i likestilling og mangfold har tre hovedmål:

- Kvalifisere kandidatene til avansert arbeid relatert til kjønns-, likestillings- og mangfoldsproblematikk i næringsliv og offentlig virksomhet, i utredningsarbeid, i administrasjon, politikkutvikling, kunnskapsledelse og forskning
- Kvalifisere kandidatene til å utføre systematiske undersøkelser gjennom kritisk tenking og analyse, og å kunne trekke kvalifiserte konklusjoner
- Gi kandidatene inngående kunnskaper om sentrale teorier, begreper og analysemåter i tverrfaglige kjønnsstudier.

Kunnskaper

Kandidaten har:

- avansert kunnskap om det tverrfaglige kjønnsforskningsfeltets sentrale teorier, debatter og kontroverser
- spesialisert innsikt i så vel historiske som samtidige endringsprosesser knyttet til likestilling og mangfold i det norske samfunnet, i lys av internasjonale og globale kontekster
- kunnskap på høyt nivå om hvordan kjønn som sosial og symbolsk kategori kan virke sammen med andre sosiale og symbolske kategorier og fenomener.

Ferdigheter

Kandidaten kan:

- identifisere og arbeide selvstendig med praktiske og teoretiske problemer knyttet til likestilling og mangfold i konkrete samfunnsmessige sammenhenger
- vurdere og benytte relevante metoder og teorier for undersøkelse og analyse av kjønn og eventuelt andre sosiale kategorier i spesifikke empiriske problemstillinger på en selvstendig måte
- analysere og forholde seg kritisk til problemstillinger knyttet til forståelser av kjønn, likestilling og mangfold på ulike samfunnsarenaer og derigjennom se og anvende flere tilnæringsmåter

Generell kompetanse

Kandidaten kan

- gjennomføre et selvstendig, avgrenset forsknings- og utredningsarbeid i tråd med gjeldende forskningsetiske normer
- anvende sine kunnskaper og ferdigheter på nye områder i tverrfaglig dialog med andre eksperter
- formidle resultater av eget faglig arbeid muntlig og skriftlig på en selvstendig måte både til eksperter og allmennhet

Sammendrag

I denne oppgaven belyser jeg forestillinger om næringslivet, og hva slike forestillinger innebærer for kvinner som søker topplederposisjoner, gjennom å analysere karriereråd gitt i boka *Fordi det er verdt det* av Lilla Sølhusvik. Boka kan plasseres innen selvhjelpssjangeren. Boka tilbyr råd og veiledning til kvinner for å oppnå profesjonell suksess i næringslivet, av kvinner som har lyktes i nå topplederposisjoner. Rådene tilbyr ingen granskning av underliggende forestillinger om næringslivet. Jeg har derfor gått karriererådene, og boka for øvrig, nærmere i sømmene, for å undersøke selvhjelpsboka som en komponent i å produsere en virkelighetsforståelse om næringslivet, og hva dette innebærer for kvinnene boka har som formål å inspirere.

Jeg benytter meg Carol Lee Bacchis variant av diskursanalyse kalt «what's the problem represented to be?» til å analysere karriererådene. I analysen dekonstruerer jeg karriererådene og får frem tre forestillinger om næringslivet. Disse forestillingene er (1) individorientering, (2) relasjoner: følelser og fornuft og (3) det viktige i livet. Videre undersøker jeg hva som forblir taust i disse forestillingene om næringslivet i et fjerde analysekapittel. I disse fire analysekapitlene får jeg frem tema som jeg gir en overordnet mening og kaller *VIP-diskursen*. Til slutt diskuterer jeg VIP-diskursen i lys av tidligere forskning.

Min analyse viser at karriererådene produserer en diskurs som inneholder en individuell konkurranseideologi, en instrumentell forståelse av relasjoner, og en vektning av karrieren som det viktige i livet. Premissene for å oppnå topposisjonene i næringslivet blir tatt for gitt, og det er kvinners eget ansvar å tilpasse seg dem for å oppnå profesjonell suksess. Karriererådene ser ut til å fortelle kvinner at de selv er problemet, og fraskriver virksomhetene og politikken ansvar fra å iverksette tiltak for endring av premissene for ledelse i næringslivet. Jeg viser hvordan næringslivets forutsetninger fortsetter å bestå, til tross for at kvinner kan kjempe seg til adgang.

Formålet med denne oppgaven er å bidra med en type forskning som det finnes lite av innen organisasjonsstudier. Gjennom perspektiver fra kulturstudier har jeg i denne oppgaven undersøkt og synliggjort underliggende dynamikker mellom kjønn, makt og organisasjon innen en spesifikk kontekst.

Abstract

In this thesis, I elucidate notions of business and what such notions entail for women seeking senior management positions, by analysing career advice given in the book *Fordi det er verdt det* by Lilla Sølhusvik. The book falls into the self-help genre. The book offers advice and guidance to women who wish to achieve professional success in business, by women who have reached senior management positions. The advices offer no scrutiny of the underlying notions of business. Hence, I take a closer look on the career advice given in the book, and the book in its eternity, to examine how the self-help book produces notions of business and what this entails for the women the book aims to inspire.

I employ Carol Lee Bacchi's version of discourse analysis called "What's the problem represented to be?" to analyse the career advices. Through a deconstruction of the career advises, I find three notions of business. These notions are (1) an individual orientation, (2) relations: feelings and reason and (3) the important in life. Furthermore, I explore what remains silent in these notions of business in a fourth chapter of analysis. In these four chapters of analysis, I come up with themes that I give an overall meaning and call the *VIP discourse*. Finally, I discuss the *VIP discourse* in light of previous research.

My analysis shows that the career advices produce a discourse that contains an ideology of individual competition, an instrumental understanding of relationships, and an emphasis on the career as the important thing in life. The premise for achieving senior management positions in business are taken for granted, and it is women's responsibility to adapt to them to achieve professional success. The career advices seem to blame the problem on women themselves and disclaim the organizations and politics from responsibility to change the premise of business leadership. I demonstrate how prerequisites of business still persist, even though women can fight for access.

This thesis aims to contribute with a type of research which have been scantily articulated in organizational studies. Through perspectives from the humanities, I have investigated and highlighted underlying dynamics between gender, power, and organization within a specific context.

Forord

Da var endelig masterprosessen ferdig, og det er både godt og litt trist. Jeg har lært utrolig mye gjennom studiet i Likestilling og Mangfold og gjennom masterprosessen. Det har vært utrolig lærerikt og givende og bygge på min utdanning i økonomi og administrasjon med nye perspektiver innen tverrfaglige kulturstudier. Jeg har blitt utfordret og fått nye innfallsvinkler på hvordan man kan tenke omkring kjønn, etnisitet, makt, organisasjon og mye mer. Forelesningene på KULT har vært både inspirerende og engasjerende.

Det har ikke vært bare enkelt å ha masterinnspurt under en pandemi. Redusert tilgang til litteratur og egnet kontorplass har vært spesielt utfordrende for meg. Dette har ført til både frustrasjon og varierende konsentrasjon over det som skal produseres. Det har vært en intens og emosjonell prosess, hvor jeg en dag føler jeg har kontroll, og den neste dagen føler at jeg ikke forstår noen verdens ting. Men det ble en masteroppgave til slutt, og jeg går ut av dette med mange nye erfaringer.

Når alt har føltes vanskelig har veilederne mine alltid kun vært et tastetrykk unna. Den første og største takken går til Agnes Bolsø og Siri Øyslebø Sørensen for en helt enorm oppfølging underveis. Takk for å ha stilt opp per mail, per telefon, og på lengre samtaler over videomøter. Dere har bidratt med en enorm faglig kunnskap, og gitt meg både tro på eget prosjekt og pågangsmot til å ferdigstille oppgaven. Månen til bedre veiledere skal man lete lenge etter!

Jeg vil også takke Tove Cecilie Fasting, Thomas Tran, Susann Andersen og Helene Nyheim for korrekturlesing og formateringshjelp av oppgaven. Man blir nærmest blind på egen oppgave etter hvert, og da har nye øyne vært helt uvurderlig. Tusen takk til kullet mitt på LIMA for støtte, innspill og tips underveis, dere er virkelig primalima.

Til slutt vil jeg takke Café Løkka og Sot for alternative skriveplasser under pandemien. Å endelig kunne ha en fast plass å gå til med internett og en jevn flyt av kaffe har hatt betydning for at jeg nå sitter med en ferdig masteroppgave.

Karen Stenberg

Trondheim, 2020

Innhold

Forkortelser	x
1 Innledning	1
1.1 Bakgrunn for valg av tema	1
1.2 Tidligere forskning.....	2
Balanseforskning og kulturstudier	3
Karriereråd.....	5
1.3 Problemstilling	5
1.4 Oppbygging av oppgaven	6
2 Metode og materiale.....	8
2.1 Kvalitativ metode: Tekstanalyse.....	8
2.2 Valg av empiri.....	9
2.3 Empiriens innhold.....	11
3 Teoretisk rammeverk	13
3.1 Diskurs og diskursanalyse	13
3.2 WPR-analyse	14
Anvendelse av WPR-tilnærmingen.....	15
3.3 Min bruk av diskurs	17
3.4 Avgrensing og forskningsprosess.....	17
4 Individorientering.....	21
4.1 Å rekke opp hånden.....	21
4.2 Å skape lyst.....	22
4.3 Søke.....	22
4.4 Et blikkfang	23
4.5 Kloning	23
5 Relasjoner; følelser og fornuft	25
5.1 Den gode hjelperen	25
Karaktertrekkene til 'den gode hjelper'	25
Relasjonens innhold	26
Unyttige kvinnenettverk.....	27
De uprofesjonelle følelsene.....	27
5.2 Fornuftsekteskap.....	28
6 Det viktige i livet.....	30
6.1 Det som vektlegges som mindre viktig.....	30
Å prioritere tid utenfor jobb	30
Manglende egenskaper	32

6.2	Det viktige	33
	Den materielle gevinsten av jobben.....	34
	Den personlige gevinsten av jobben	34
	Å bidra til å skape	35
	Faget som fenger.....	35
	Utfordringer og mestringsfølelse	36
7	Det tause.....	38
7.1	Makta som blir tatt for gitt.....	38
7.2	Paradokset om forventet 'kvinnelighet'.....	38
7.3	De uaksepterte følelsene	40
7.4	Heroisme til besvær.....	40
7.5	Jobbens verdi	41
8	VIP-diskursen	43
8.1	Diskusjon	44
	Ingen oppfordring til opprør	44
	Nytteargumentets bakside	45
	Bruk og kast av mennesker.....	45
	Den krevende toppjobben	46
	Avsluttende refleksjoner	47
	Referanser.....	49

Forkortelser

FDEVD	Fordi det er verdt det
ØK.AD	Økonomi og administrasjon
WPR	What's the problem represented to be?
VIP	Very important person

1 Innledning

Norge ligger i verdenstoppen når det gjelder generell likestilling – i politisk styring er kvinner representert på toppen, som viser at kvinner både er kapable til og har interesse for å lede. Likevel er mannsdominansen vedvarende i topposisjonene i næringslivet. Når det gjelder kjønnsbalanse i topposisjoner i næringslivet ligger Norge på en 54. plass (Global Gender Gap Report 2020). Prosentandelen kvinner i toppen av store Allmennaksjeselskaper – store børsnoterte selskaper (Heretter; ASA-selskaper) ligger i underkant av åtte prosent (Statistisk sentralbyrå, 2020). Slik er det til tross for at kvinner utgjør en stadig økende andel i utdanninger som typisk rekrutterer til lederstillinger, og prestisjefylte og høylønte jobber (Halrynjo, Teigen, og Nadim, 2015). Statlige krav, som blant annet, 40 prosent representasjon av kvinner i ASA-styrene, ser ikke ut til å ha særlig effekt utover endring i kjønns sammensetningen i styrene som omfattes av lovkravet (ibid.:59). I lys av disse tallene er det tydelig at det fortsatt er store likestillingsutfordringer i næringslivet. Utviklingen i toppledelsen av norsk næringsliv – når det gjelder kjønnsbalanse, har gått tregt, og en jevn fordeling i toppstillingene, om økningen fortsetter i samme tempo som nå, forventes å ta lang tid (Colbjørnsen, 2017). Mannsdominansen i toppsjiktet i næringslivet kan forstås som den største likestillingssaken innen ledelse eller organisatorisk kontekst (Alvesson og Billing, 2009).

Det har lenge vært forsket på kvinner og ledelse, og temaet er fortsatt dagsaktuelt og relevant i samfunnsdebatten. Det kommer stadig ny litteratur, forskning og medieoppslag om kvinner og ledelse. I den siste tiden har vi for eksempel sett flere artikler i media med spørsmål om kvinnelige statsledere har vært flinkere til å håndtere koronakrisen (Barse, 2020). Til tross for mye oppmerksomhet rundt, og forskning på spørsmål som gjelder kjønn, likestilling og ledelse, ser det ikke ut til at store endringer har skjedd. Dette tyder på at det enda er rom for og nødvendig å utvikle mer kunnskap om temaet.

Denne masteroppgaven har som formål å bidra med en type forskning som det finnes lite av innen organisasjonsstudier. Interessen for kvinner og ledelse, og motivasjonen for å utvikle mer kunnskap innen feltet, kom da jeg tok min bachelorgrad.

1.1 Bakgrunn for valg av tema

I 2015 tok jeg bachelor i økonomi og administrasjon (heretter; øk.ad). Tidlig i dette studiet ble jeg fascinert av den vedvarende mannsdominansen i toppledelsen i norsk næringsliv. Det var et stort misforhold mellom overrepresentasjonen av kvinner på øk.ad, og den lave andelen av kvinner i lederposisjoner i næringslivet. I min

bacheloroppgave valgte jeg derfor å skrive om et prosjekt i en mannsdominert industri som hadde som formål å rekruttere inn flere kvinner på alle nivåer. Et av sitatene fra en mannlig leder jeg intervjuet fra industriparken brente seg fast: «Det er jo slik at kvinner får jo barn, menn får ikke barn». Jeg husker jeg stusset over at menn ble tatt ut av regnestykket, menn får vel barn de òg? Denne uttalelsen viste en holdning som fritok menn ansvar for egne barn, noe som gir dem bedre forutsetninger i næringslivet ifølge forskning (Skjeie og Teigen, 2003). Det ble klart for meg at det fortsatt gjenstår et holdnings- og kulturarbeid for å kunne endre forutsetningene kvinner har for å gjøre toppkarriere.

I tillegg kom det frem under arbeidet med bacheloroppgaven at ingen av tiltakene som var iverksatt gjennom prosjektet hadde hatt særlig innvirkning på de øverste nivåene av ledelse, selv om prosjektet hadde pågått i åtte år. Dette fortalte meg at det ikke nødvendigvis skorter på kvinners manglende vilje til å bli ledere, eller manglende vilje i næringslivet til å rekruttere inn kvinner. Mye av den forskningen jeg var kjent med fra før var grunnlagt på nettopp slike tekniske sammenhenger.

Jeg fikk dermed et spesifikt formål med min masteroppgave: Jeg ønsket å belyse noen av de underliggende dynamikkene i næringslivet som kan være med på å forklare den lave kvinneandelen i topplederposisjonene. Jeg var nysgjerrig på hva som måtte til for at kvinner lyktes i å klatre hele veien til topposisjonene i næringslivet.

I mars 2019 ble boka *Fordi det er verdt det – kvinners vei mot toppen av næringslivet* (ved referering til empirien videre i oppgaven brukes forkortelsen: FDEVD) av NRK-profilen Lilla Sølhusvik publisert. Blant annet videreformidler boka karriereråd til kvinner som ønsker topplederstillingene i næringslivet. Karriererådene er basert på dybdeintervjuer med åtte norske topplederkvinner, som også er portrettert i boka. Jeg ble veldig nysgjerrig på karriererådene da de var rettet mot kvinner spesifikt, var relativt generelle og jeg hadde sett liknende råd tidligere. Jeg synes disse karriererådene er et spennende og aktuelt utgangspunkt for å finne svar på mine spørsmål. I denne oppgaven vil jeg ta for meg virkelighetsforståelser om næringslivet slik det framkommer av karriererådene gitt i denne boka.

1.2 Tidligere forskning

Det foreligger mye forskning på kvinner, ledelse og likestilling i næringslivet. Kvinner og ledelse har vært et populært forskningsområde og tema helt siden kvinnene startet å gå for lederstillingene for 40-50 år siden (Alvesson og Billing, 2009). Forskere i feltet har ulike fagbakgrunn. Begrepet 'kjønn' forstås på ulike måter, og man bruker ulike metodiske, analytiske og teoretiske begreper (Alsos mfl., 2015). Dette gjør at forskningsfeltet på kvinner og ledelse både er stort og mangfoldig. Som et bakteppe, og for å skissere et landskap hvor jeg kan plassere min oppgave i, vil jeg gjøre rede for noe av forskningen og perspektiver innen feltet. I tillegg vil jeg gi noe bakgrunn for den type karriereråd som ligger til grunn for analyse i min oppgave.

Balanseforskning og kulturstudier

Forskningen innen organisasjonsfeltet har ofte trukket frem organisasjonsinterne og -eksterne forhold som forklaringer på den vedvarende mannsdominansen (Alvesson og Billing, 2009). Hvorav organisasjonsinterne forhold handler om barrierer basert på holdninger eller praksiser innad i organisasjonene som hindrer kvinner i å gjøre karriere, og organisasjonseksterne forhold handler om kvinners preferanser eller andre «mangler» ved kvinner (Halrynjo, 2015:101). Her finner vi blant annet også den mye brukte og omdiskuterte metaforen «glasstaket», som skulle beskrive en usynlig barriere der kvinner kun når opp til et visst punkt i hierarkiet. Det pågår enda diskusjoner om denne usynlige barrieren finnes eller ikke, både i forskning og i media. Blant annet slo BI-professor Tom Colbjørnsen fast at glasstaket var mer en myte enn en realitet (Ullvang og Zondag, 2017). Diskusjonen dukker også opp i boka som ligger til grunn for min analyse.

I sin forskning studerer Acker (2006) organisasjoners kjennetegn og prosesser for å forstå hvordan kjønnsdelte strukturer skapes og opprettholdes. Her rettes oppmerksomheten mot mer eller mindre synlige former for ekskludering for å forklare vedvarende mannsdominans. Kanter (1977) har også preget tenkingen omkring vedvarende mannsdominans i topplederstillinger. Hun introduserte et sentralt perspektiv der interne betingelser og mulighetsstruktur virker inn på menns og kvinners holdninger, handlinger og plassering i en organisasjon (Kitterød, Teigen, Halrynjo, 2015:65). Perspektivet har vært kalt for teorien om 'kritisk masse', som sier at i grupper som er preget av sterk skjevfordeling, blant annet etter kjønn, vil de som utgjør majoriteten ha kontroll over gruppekulturen, og de som er i mindretall bli symbolske representanter for sin egen kategori (ibid.) Når representanter for en gruppe er i klart mindretall, vil de være for få til å etablere en 'motkultur', og i stedet inntar de ofte en rolle som fører videre den dominerende kulturen.

I organisasjonseksterne forhold er det ofte snakk om at kvinner er mindre motiverte og sjeldnere søker seg mot topplederstillinger enn menn (Skjeie og Teigen, 2003). Det forklares blant annet ved en antakelse om at menn er mer karriereorienterte, mens kvinner antas å gjøre valg ut fra et sterkere ønske om å balansere innsats på arbeidsmarkedet med tid til familie og barn (Teigen og Midtbøen, 2015:27). Kvinner vegrer seg for å gå inn i topplederstillinger da det krever mye tid og innsats. Disse forklaringene er blant annet fremsatt av kvinner som selv har lykket som toppledere (Colbjørnsen, 2017), da blant annet i boka *Lean in* (2013) av Sheryl Sandberg. Denne boka kommer jeg nærmere inn på senere. Nyere forskning drar i større grad inn hvilken betydning familiesituasjon har for karriererealiseringsen blant kvinner. Der kjønnsbalansen i toppposisjonene ikke kan forklares ut fra kvinners manglende karriereambisjoner, men heller kjønnsforskjeller i forutsetningene for å kunne forfølge dem med tanke på fordeling av ansvar for barn og familie (Halrynjo, 2015).

Denne type forskning kartlegger de interne og eksterne barrierene som finnes i og utenfor organisasjonen. Forskningen ser ofte på kjønnsulikheter i organisasjoner og i samfunnet som kan forklare kjønnskjevheter i topplederstillinger og i muligheter for karriererealisering, ofte med utgangspunkt i fordeling av forpliktelser i hjemmet. Man finner tekniske sammenhenger for mannsdominansen, konkrete hindringer, og foreslår tiltak og veien videre for å kunne få til en kjønnsbalanse.

Innenfor dette forskningsfeltet er det forsket mye og lenge, og er den type forskning jeg var kjent med fra tidligere studier i øk.ad. Denne 'balanseforskningen' stopper gjerne på et punkt der jeg vil videre. Det stilles for eksempel ikke spørsmål ved kravene som stilles til en toppleder i næringslivet. Det er denne type tatt-for-gittheter jeg ønsker å belyse i min masteroppgave.

Perspektiver fra kulturstudier har i liten grad blitt artikulert innen organisasjonsstudier, der feltet i stor grad er dominert av samfunnsvitenskap. Kulturstudier viser til at det ligger mer til grunn enn konkrete hindringer for og tiltak mot mannsdominans i næringslivet (Bolsø, Svendsen og Sørensen 2018). Kulturstudier har til hensikt å forstå den kulturelle konteksten, eller utvikle kunnskap om normative spørsmål og normativ argumentasjon, da vår forståelse er preget av den kultur vi lever i. Kulturstudier gjør det mulig å undersøke og synliggjøre underliggende dynamikker mellom kjønn, makt og organisasjon (ibid.).

Dockweiler, Holter og Snickare (2018), avdekker underliggende mønstre og spenning i en undersøkelse av menn og maskuliniteter innen en nedbemanningsperiode i oljeindustrien. Her kommer det frem både kjønnsstruktur og -kultur, blant annet angående en maskulinitet som innebærer at man ikke skal vise følelser og at jobben alltid kommer først.

Sørensen (2018) har gjort en narrativ analyse av intervjuer med tre kvinnelige toppledere innen ideelle organisasjoner for å undersøke hvor og hvordan det nyliberale feministiske subjektet motsier seg selv. I forskningen vises det hvordan det gjøres motstand til en nyliberalistisk logistikk gjennom et skift fra individualisme til det kollektive som verdi og motivasjon. Hun avslutter med å slå fast at feministisk tenkning burde være et supplement gjennom empirisk forskning for å vise hvordan motstand tar form innen rammer som tilsynelatende er definert av nyliberal tenkning (ibid.:185).

Min oppgave tilhører kulturstudiene og har dermed en annen innfallsvinkel enn majoriteten av forskningen innen området. Istedenfor å se på tekniske sammenhenger mellom hindringer og kjønnskjevhet i topplederstillinger i næringslivet, skal jeg i min oppgave reflektere over kjønn, makt og organisasjon for å belyse underliggende mønstre og spenning i næringslivet gjennom en kritisk studie av karriereråd.

Karriereråd

I denne masteroppgaven retter jeg et kritisk analytisk blikk mot karriereråd gitt til kvinner. I denne sammenhengen er det derfor viktig å gjøre rede for hva karriereråd innebærer og hva som har blitt gjort av forskning av disse.

Rådene i mitt empiriske materiale er verken spesielt uvanlige eller originale, man finner igjen liknende råd flere steder. Helt siden kvinner startet å gå inn i lederstillinger har det blitt publisert bøker for å hjelpe dem på veien (Alvesson og Billing, 2009). Da Facebook sin CEO Sheryl Sandberg kom med bestselgeren *Lean in* i 2013, satte det i gang enda en bevegelse (Clair og McCann, 2016). Bevegelsen søkte å inspirere kvinner til å lene seg inn i sine karriereløp og ledelse. I kjølvannet av bevegelsen har det dukket opp mange nye selvhjelpsbøker, av kvinner for kvinner, om kunsten å navigere ens liv i sammenheng med ledelse, i håp om å oppnå like stor oppslutning som Sheryl Sandbergs mantra (ibid.). Vi finner også liknende karriereråd i medieoppslag og avisdebattinnlegg. Blant annet ble en kronikk av Anita Krohn Traaseth publisert på Aftenpostens nettsider i høst (9. november 2019). Der gir hun fem råd for hva unge kvinner *ikke* bør gjøre på veien til lederoppgavene i Norges største selskaper.

Boka som er min empiri er plassert innen selvhjelpssjangeren blant annet gjennom anmeldelser av boka, hvor det også meldes at rådene er troverdige og relevante (Hammernes, 2019). Selvhjelpssjangeren består av muntlig og skriftlig diskurs som søker å appellere til enkeltpersoners behov og ønsker for selvrealisering og selvtransformasjon (Clair og McCann, 2016:67). Denne type råd er ofte gitt av kvinner som selv har hatt suksess innen næringslivet, og det er derfor jeg finner det svært aktuelt å utføre en kritisk analyse av karriererådene. Det er interessant å undersøke denne type selvhjelpslitteratur som en komponent i å produsere virkelighetsforståelser om næringslivet, og hva denne forståelsen vil si for kvinner som søker seg til topplederstillinger.

1.3 Problemstilling

Med bakgrunn i de temaene jeg har belyst over, er mitt overordnede spørsmål:

Hvilke forestillinger om næringslivet kommer frem gjennom boka: Fordi det er verdt det, og hva innebærer slike forestillinger for kvinner som søker topplederposisjoner?

For å belyse og diskutere forestillinger om næringslivet nærmere har jeg formulert fire forskningsspørsmål som jeg arbeider ut fra i hvert sitt analysekapittel. Spørsmålene ble

til gjennom den analytiske tilnærmingen jeg har brukt. Gjennom forskningsprosessen utarbeidet jeg først tre forskningsspørsmål for å besvare problemstillingen:

- Hvor plasseres ansvaret for utfordringer ved å klatre til topposisjonene?
- Hvilke folk og forhold er viktige, og hvordan er de viktige?
- Hva vektes som verdifullt i livet?

Disse tre analysene ga grunnlag til et fjerde analysekapittel og forskningsspørsmål, som er en direkte del av den analytiske tilnærmingen jeg benytter meg av:

- Hvor er stillhetene, og hvordan kunne det vært tenkt annerledes?

1.4 Oppbygging av oppgaven

Oppgaven består av åtte kapitler inkludert dette innledningskapitlet. De kommende kapitler er kort presentert nedenfor:

Kapittel 2: *Metode og materiale* redegjør for materialet som ligger til grunn for analysene, samt de metodologiske valgene jeg har tatt under masterprosjektet.

Kapittel 3: *Teoretisk rammeverk* tar for seg det teoretiske rammeverket for analysekapitlene, og introduserer Carol Bacchis (2009) analytiske tilnærming: what's the problem represented to be? (WPR) som mitt analytiske verktøy. Siden metode, teori og analytisk verktøy er tett sammenvevd i min oppgave vil beskrivelsen av forskningsprosessen bli gjort rede for i slutten av dette kapitlet.

Kapittel 4, 5 og 6: *Individorientering, Relasjoner; følelser og fornuft og Det viktige i livet* er analysekapitler som tar for seg problemrepresentasjoner som kommer frem gjennom analyse av karriereråd gitt i mitt empiriske materiale. Disse tre analysekapitlene danner grunnlag for et fjerde analysekapittel.

Kapittel 7: *Det tause* tar for seg det som forblir taust i problemrepresentasjonene som kommer frem i de tre foregående analysene.

Kapittel 8: *VIP-diskursen* tegner opp hvilken forestilling om næringslivet som kommer frem gjennom mine fire analyser, og gir den et navn: VIP-diskursen. Videre diskuterer jeg denne diskursen i lys av tidligere forskning. Kapitlet avsluttes med noen refleksjoner rundt min egen forskning.

2 Metode og materiale

Dette kapitlet omhandler den metodiske delen av masterprosjektet. Det vil si at jeg skal beskrive forskningsprosessen, samt begrunne valgene jeg har tatt. Jeg skal først ta for meg kvalitativ metode og studie av tekst generelt, og redegjøre for empiriske valg. Jeg vil til slutt beskrive innholdet i mitt empiriske materiale. Siden metode, teoretisk rammeverk og analyse er så sammenvevd i min oppgave er det vanskelig å beskrive avgrensingen av materialet og forskningsprosessen som helhet før jeg har beskrevet det teoretiske rammeverket som ligger til grunn for analysen. Dette vil derfor bli lagt frem i neste kapittel.

2.1 Kvalitativ metode: Tekstanalyse

Da formålet med mitt masterprosjekt er å forske frem forståelser av sosiale fenomener i tekst, fremfor fenomeners utbredelser og generalisering i tall, det vil si at metoden jeg skal bruke er av kvalitativ art (Thagaard,2013:15-16). Kvalitative metoder gir meg muligheten til å gå i dybden av mitt empiriske materiale og vektlegge betydning og forståelse av sosiale fenomener(ibid.).

Problemstillingen min åpner for å se etter forestillinger om næringslivet, og hva forestillingene innebærer for kvinner som søker topplederposisjoner. Tekstanalyse er en egnet metode for å belyse den aktuelle problemstillingen, da tekst ofte reflekterer samfunnet, og kan si noe om det tematiske feltet jeg er interessert i. Tekster kan gi kunnskap om faktiske, konkrete forhold (Bratberg, 2014). Gjennom tekst kan man få grep om aktørers idéer, kartlegge argumentasjon og retoriske virkemidler, lese tekstene som et sett historiske kilder eller avdekke diskurser, i form av kollektive virkelighetsforståelser, som teksten preges av (ibid.). Det er det siste punktet som er aktuelt.

Meningsdannelse er kollektiv og formidles og forandres gjennom språk. Ved å tolke og filtrere informasjon fra tekster får jeg tak på det som er bortenfor de nærmeste omgivelsene og mitt eget sanseapparat, og det har gitt meg mulighet til å trekke slutninger om omkringliggende forhold (Bratberg, 2014:9). Gjennom tekstanalyse kan jeg avdekke hvordan bestemte forestillinger om hva som er riktig og godt skapes gjennom språk. I dette ligger også en ambisjon om å avkle makten, og vise hva som er de sosiale og de materielle konsekvensene av en felles virkelighetsoppfatning (Bratberg, 2014:19).

Valget falt dermed på tekstanalyse som forskningsmetode for mitt masterprosjekt, da analyse av tekst egner seg godt til å belyse forestillinger om næringslivet. Tekstanalyse gir meg mulighet til å finne gjeldende forestillinger som både former og formes av individene som deler den (ibid.:17). Tekstanalyse gir meg mulighet til å si noe om virkelighetsforståelsen av næringslivet topplederkvinnene er formet av og produserer gjennom karriererådene de formidler.

Dessuten er det flere fordeler ved å bruke tekstanalyse. I tekstanalyse brukes det Thagaard (2013) betegner som «naturlig forekommende data», det vil si at materialet er utviklet forut og for et annet formål enn forskning, og eksisterer uten forskerens innblanding. Med andre ord vil det si at jeg ikke har noe forhold til subjektene jeg studerer, eller mulighet til å påvirke materialet som ligger til grunn for analyse. Fordelen med å bruke tekst som empirisk materiale er da at de ikke har de samme etiske begrensningene som analyse av felldata (ibid.:53).

Man kan likevel ikke si at tekster er objektive beskrivelser av sosiale fenomener, de blir tvert imot skrevet av noen med spesifikke formål innen en spesifikk kontekst, og for et spesifikt publikum (Kjeldstadli,1999:185). Bratberg (2014:54) påpeker derfor at for at denne type analyse skal være holdbar bør det gjøres tydelig hvilke tekster som undersøkes, og med hvilke analytiske verktøy. For å styrke prosjektets troverdighet, gyldighet og overførbarhet skal jeg derfor videre gjøre rede for valg av empirisk materiale, og beskrive empiriens innhold og sjanger. I teorikapitlet tar jeg for meg min analytiske tilnærming for tolkning av materialet.

2.2 Valg av empiri

Problemstillingen jeg jobbet ut fra i starten av prosessen var en annen enn den jeg har utarbeidet underveis i prosessen. I starten jobbet jeg ut fra et ønske om å belyse det ubevisste og underliggende i næringslivskulturen med tanke på kjønn. Jeg var også veldig interessert i hvilke kollektive virkelighetsforståelser som kommer frem av kvinner som har lyktes i å bli toppledere spesifikt. Jeg ble bevisst på boka *Fordi det er verdt det – kvinners vei mot toppen av næringslivet* (Sølhusvik, 2019) da den inneholdt portretter av norske topplederkvinner, aktører innen næringslivet jeg var interessert i å forske på. Jeg fant boka aktuell siden den ble gitt ut da jeg startet mitt masterprosjekt våren 2019, og inneholder dermed nylige intervjuer av norske kvinnelige toppledere, og deres beskrivelser av næringslivet. Dette gir boka en høy grad av aktualitet. I tillegg er boka offentlig og lett tilgjengelig.

Før jeg ble bevisst på denne boka, vurderte jeg å lete etter profilintervjuer gjort i media. Mange har brukt medietekster i forskning for å belyse liknende tematikker som jeg var interessert i, og fant det derfor mulig å bruke dette som empirisk materiale. Blant annet har Sørensen (2016) brukt medietekster for å belyse kulturelle føringer på kvinners livsvalg med tanke på karriere og barn. Bruk av medietekster krever å gjøre bevisste

utvalg av profilintervju gjennom søkemotorer, og dette er både tidkrevende og krever at man har klart for seg hvilke søkeord man skal bruke.

Boka *FDEVD* inneholdt allerede fyldige og nærgående beretninger om erfaringer fra næringslivet fra åtte norske kvinnelige toppledere, og jeg fant innholdet aktuelt etter å ha lest diverse anmeldelser. Da jeg fikk tilgang på boka, og leste igjennom den første gang, fikk jeg et nytt utgangspunkt for analyse. Boka inneholdt ikke bare portretter av topplederkvinnene, men også karriereråd.

I intervju med Sølhusvik kom det frem at boka hadde som formål å vise at det går an for kvinner å nå toppen av næringslivet, og å inspirere andre kvinner til å tørre å satse stort (Hattvang, 2019). Etter en nærmere lesning av karriererådene gitt i boka ble jeg usikker på om dette formålet blir innfridd. Ved å inkludere karriereråd i boka, blir det som er ment som en inspirasjonsbok mer en selvhjelpsbok som uttrykker et budskap der kvinners egne holdninger avgjør deres muligheter, fremfor sosialstrukturelle begrensningene fra økonomi, politikk og kultur. Dette antyder at selvhjelpsbøker ikke bare skal gi individuelle lesere råd for hvordan oppnå suksess. For at rådene som blir gitt skal bli meningsfulle må boka også promotere og overbevise leserne om spesifikke forståelser av den sosiale verdenen (Nehring et.al, 2016).

Selvhjelpsbøker har en stor oppslutning over hele verden (Nehring et.al, 2016:8). Det er en multimillionærindustri, og flere selvhjelpsbøker har blitt internasjonale bestselgere. Da for eksempel boka *Lean in* (2013) av Sheryl Sandberg. Selvhjelpsjangeren består av en muntlig og skriftlig diskurs som søker å appellere til enkeltpersoners behov og ønsker for selvrealisering og selvtransformasjon (Clair og McCann, 2016:67). Sjangeren inneholder også ofte en ideologi som tilsier at alle kan lykkes om man bare jobber hardt nok (ibid.). Det vil si at suksess, lykke og indre styrke ikke har noe med historie eller det sosiale å gjøre, men er et resultat av individers kognitive orientering eller innstilling. Hvem som helst kan oppnå dette så lenge de tror på deres egen evne til å oppnå sine mål (Nehring et.al, 2016). Løsningene innen selvhjelpssjangeren tilbyr aldri å granske de underliggende politiske, økonomiske og sosiale årsakene. I stedet skal man se innover i seg selv og tilpasse seg det nyliberale regimet, i stedet for å se på for eksempel sosial endring og økonomisk rettferdighet (ibid.). I denne sammenhengen blir nyliberalt regime en eksistensiell norm som samkjører individet og sosiale relasjoner med modellen av markedet.

FDEVD tilbyr råd og veiledning for profesjonell suksess, samtidig som en generell oppnåelse av et lykkelig og selvoppfyllende liv. I likhet med andre selvhjelpsbøker tilbyr ikke løsningene en granskning av underliggende forestillinger om næringslivet. Jeg valgte derfor å gå karriererådene nærmere i sømmene, og boka for øvrig, for å undersøke selvhjelpssjangeren som en komponent i å produsere en virkelighetsforståelse av næringslivet, og hva dette innebærer for kvinnene boka har som formål å inspirere.

2.3 Empiriens innhold

Boka «Fordi det er verdt det – kvinners vei mot toppen av næringslivet» av Lilla Sølhusvik ble gitt ut 8. mars 2019 og består av til sammen 286 sider.

Lilla Sølhusvik er en profilert journalist og har i en årrekke vært politisk reporter og programleder i NRK. Med Sølhusvik sin bakgrunn som journalist og kritikerrost biografiforfatter, har hun bred erfaring i å intervjuer offentlige personer og å fortelle historiene deres. Boka er lettlest og Sølhusvik har sagt i et intervju (Hattvang, 2019) at målet med boka er å vise at det går an for kvinner å nå toppen av næringslivet, og å inspirere andre kvinner til å tørre å satse stort.

I boka presenterer Lilla Sølhusvik åtte norske topplederkvinnene; Maria Moræus Hanssen, Anne Marit Panengstuen, Hilde Tonne, Berit Svendsen, Gunvor Ulstein, Margareth Øvrum, Birgitte Ringstad Vartdal og Kristin Skogen Lund etter lange og dyptgående samtaler med dem. Boka består av 8 kapitler der hvert av kapitlene er tildelt en av topplederkvinnene. Her forteller de om oppturer og nedturer i karriereløpet, livet utenfor og før karrieren, og generelt om hvordan det oppleves å være kvinne i tradisjonelt mannsdominerte sfærer. Før hvert portrett av topplederkvinnene har Sølhusvik trukket frem et sitat fra kvinnen presentert i kapitlet, disse står også inne i permene i starten og slutten av boka. I tillegg får man en innføring i fødselsår, sivilstatus, utdanning og stillinger i karriereløpet til topplederkvinnen. Kapitlene starter med Sølhusvik sin beskrivelse av første møte med kvinnene og følger deretter en logisk tidslinje der man følger kvinnene fra studiestart, gjennom karriereløpet og til i dag. Hvert kapittel er bygget opp av flere tema, med egnet overskrift.

Mellom portrettene viderefremidler forfatteren kvinnenens råd og erfaringer fra telekom, oljesektoren, verftsindustrien, shipping og konsulent- og mediebransjen. Disse rådene er henholdsvis; bli sett, si ja, ta vare på de gode hjelperne, finn en partner som heier på deg, det er verdt det, og hjelp kan kjøpes og 90 prosent er nok. Hvert råd tildeles fire til fem sider hver, og det overordnede rådet presenteres i overskriften. Deretter veksler teksten mellom sitater, historier og erfaringer fra topplederne, og Sølhusvik sin egen tolkning og viderefremdling av disse. I tillegg inneholder enkelte av rådene eksempler fra media, statistikk og undersøkelser. Til sammen underbygger dette det overordnede rådet som blir gitt, om at flere kvinner burde satse på en karriere i næringslivet. Dette kommer frem i det sjette rådet 'det er verdt det', som blir mer en begrunnelse, og dermed oppfatter jeg det ikke som et direkte råd. Det er ikke alltid lett å skille mellom forfatterens rene viderefremdling av det topplederne har sagt, og hennes egen stemme.

Størsteparten av boka består av beskrivelser av de norske topplederkvinnenes karrierevei, og er dermed biografisk. Men, med tanke på karriererådene som kommer frem mellom portrettene, og bokas formål, faller den under selvhjelpssjangeren. Det er denne sjangeren min analyse i størst grad tar utgangspunkt i.

Mine kategoriseringer og mye av avgrensingen av materialet har skjedd underveis i analyseprosessen. Det er derfor vanskelig å beskrive før jeg har beskrevet det teoretiske rammeverket for analysen i min oppgave. Jeg vil derfor gjøre rede for de avgrensninger som er gjort, forskningsprosessen som helhet og i tillegg gjøre rede for hvordan valg av analytisk tilnærming påvirker forskningens gyldighet etter redegjørelsen av det teoretiske rammeverket for oppgaven i neste kapittel.

3 Teoretisk rammeverk

3.1 Diskurs og diskursanalyse

Min analytiske tilnærming er en variant av diskursanalysen. En forståelse av hvilke grunnleggende premisser diskursanalyse bygger på vil bidra til forståelse av WPR-tilnærmingen. Dette da bruken av WPR-tilnærmingen avhenger av en forståelse av disse teoretiske premissene (Bacchi, 2009). Det gir meg mulighet til å diskutere utfordringer knyttet til bruk av WPR som analytisk grep. I diskursanalyse er teori og tilnærming koblet sammen, og man må akseptere de grunnleggende filosofiske premissene for å bruke diskursanalyse som tilnærming i empiriske undersøkelser (Jørgensen og Phillips, 1999:12).

Diskurs i seg selv er et omfattende begrep med mange definisjoner i ulike faglige tradisjoner. Foucault (1972) ansees å ha utviklet diskursanalysen som teori og tilnærming, og har i sin beskrivelse tre betydninger av ordet diskurs. Min analytiske tilnærming er basert på en av dem. I min analyse bruker jeg diskurs som en gruppe av utsagn som det er mulig å skille mellom og bestemme (ibid.:80). I praksis betyr det at jeg har samlinger av utsagn i mitt materiale, som jeg tillegger en overordnet mening og kaller det 'diskurs'. Gjennom de fire analysekapitlene forsker jeg frem forforståelser og det som forblir taust i min empiri som inngår i denne diskursen.

Ordet diskurs springer ofte ut fra en idé om at språket er strukturert i forskjellige mønstre. Jørgensen og Phillips (1999:9) definerer diskurs som en bestemt måte å snakke om og forstå verden, eller et utsnitt av verden, på. Følgelig blir utgangspunktet for diskursanalyse at språklige mønstre ikke avspeiler vår omverden, våre identiteter og sosiale relasjoner nøytralt, men spiller en aktiv rolle i å skape og forandre dem. Altså, språk er ikke en objektiv avspeiling av virkeligheten, men et produkt av vår måte å kategorisere verden på (ibid:13). Dette er en av fire premisser som ligger til grunn for et sosialkonstruktivistisk vitenskapssyn, som er utgangspunktet for diskursanalysen. I tillegg har dette synet som premiss at vår kunnskap om verden er kulturelt og historisk betinget, eller kontingente. Dette innebærer at våre virkelighetsforståelser kunne ha vært annerledes, og kan endres over tid (ibid:14). De to siste premissene går ut på at diskurser vedlikeholdes og endres i diskursive prosesser. Det vil si prosesser hvor man bygger opp felles forståtte sannheter gjennom sosial interaksjon, og hvor dominerende virkelighetsforståelser fører med seg en forståelse av hvilke handlinger som er naturlige og hvilke som er utenkelige (ibid.). Dette har dermed sosiale konsekvenser, men for å forstå dette må vi undersøke konkrete kontekster. Den konkrete konteksten gir et begrenset rammeverk for hvilke utsagn som godtas som meningsfulle (ibid.).

Analysens belysning av forestillinger i næringslivet, med utgangspunkt i karriereråd gitt av topplederkvinner i en spesifikk bok, setter rammene for forskningen og kan sies å representere et utsnitt av diskursene som gjør seg gjeldende i næringslivet som helhet. Oppgaven forsøker dermed ikke å kartlegge alle diskursene som kan knyttes til næringslivet, da dette går utenfor problemstillingens omfang.

Diskursanalyse deler en målsetning om å lage kritisk forskning, det vil si å utforske og kartlegge maktrelasjoner i samfunnet og formulere normative perspektiver hvor man kan kritisere disse relasjonene og peke på muligheter for sosial forandring. Næringslivet er en aktør med mye makt i samfunnet, og det er derfor viktig å forstå hvilken virkelighetsforståelse som produseres. Den dominerende diskursen vil påvirke gruppen som omfattes av løsningene og samfunnets forståelse av fenomenet.

3.2 WPR-analyse

For å besvare problemstillingen i oppgaven, vil jeg benytte meg av en variant av diskursanalyse kalt «What's the Problem Represented to be?» (heretter; WPR), utviklet av Carol Bacchi (2009). Analyseredskapet i denne oppgaven er WPR. Jeg bruker en tilpasset versjon av WPR-analyse da det er en mer operasjonell form for diskursanalyse, og tilbyr et konkret rammeverk for analytisk fremgangsmåte gjennom seks spørsmål.

Analysetilnærmingen ble utviklet for studier av politiske dokumenter, men er også anvendbar i andre sammenhenger hvor løsninger i forskjellige former tematiseres. Rådene som presenteres i boka jeg analyserer er ikke direkte politiske, men er alternative og forståtte løsninger for kvinner som ønsker å oppnå topplederposisjonene i næringslivet. Boka er rettet mot en spesifikk målgruppe, og har et formål, da den søker å inspirere og påvirke flere kvinner til å søke topplederposisjoner (FDEVD:9). Denne fremgangsmåten gir meg muligheten til å belyse hva kollektive virkelighetsforståelser om næringslivet innebærer for dem. Jeg mener derfor at WPR er en egnet analytisk tilnærming.

WPR-analysen er en seksstegsstrategi, med konkrete spørsmål som kan stilles til materialet for å dekonstruere problemrepresentasjoner. Altså, man jobber seg bakover fra løsningen som er presentert og dette sier noe om hva man mener bør endres, det vil si det forståtte 'problemet' (Bacchi, 2009). Ved å studere problemrepresentasjoner, så innebærer det en forståelse av at de 'problemer' som kommer frem av rådene ikke kan forstås som nøytrale og entydige enheter. Et problem kan skrives frem slik at det representerer en gitt måte å se virkeligheten og årsakssammenhenger på, og dermed representere gitte diskurser (ibid.). Rådene er ikke kun en reaksjon på et problem, men er også med på å konstruere og opprettholde dem. Ved å dekonstruere problemrepresentasjonen kan man vise og forstå hvordan mening blir produsert, og åpne for kritisk refleksjon. Ordet 'problem' i denne tilnærmingen refererer til den type endring som impliseres i et spesifikt løsningsforslag (ibid.: xi).

WPR-tilnærmingen er basert på tre nøkkelpinsipper (Bacchi, 2009:25). Jeg tilpasser disse prinsippene for å gjøre de relevante for måten jeg bruker tilnærmingen i min oppgave. Det første prinsippet er at vi styres gjennom problematiseringer. I min oppgave betyr dette at den kunnskapen styring baseres på, og hvilke antakelser den hviler på, legger føringer på hva som ansees som mulige tiltak eller løsninger, og hvordan dette kan ha konsekvenser for dem som berøres. Det legges opp til å forstå tankemåten bak hvordan næringslivet styres, og innta en kritisk innstilling til sannheter som tas for gitt. Gjennom analyse av det forståtte 'problemet' avdekker man hvordan styring uttrykker seg ovenfor konkrete grupper.

Det andre prinsippet tilsier at det er nødvendig å studere problemrepresentasjoner fremfor 'problemer'. Som nevnt tidligere anser ikke WPR-tilnærmingen 'problemer' som noe nøytralt og entydig som eksisterer eksternt i verden, uavhengig av hvordan 'problemet' blir oppfattet. WPR-tilnærmingen anser makten, i mitt tilfelle næringslivet, som aktive i produksjonen av 'problemer', noe som gjør at WPR-analysen er basert på et sosialkonstruktivistisk vitenskapsfundament. Altså, belyser tilnærmingen hvilke antakelser vi tar for gitt når vi foreslår et antatt problem. I likhet med hvordan diskurs ble definert i forrige delkapittel, definerer Bacchi diskurser som sosialt produserte former for kunnskap som setter begrensninger for hva som er mulig å tenke, skrive eller uttrykke om et gitt sosialt objekt eller praksis. Diskurser aksepteres som «sannheter». WPR innebærer å sette spørsmålstegn ved disse forståtte sannhetene. Ved å gi føringer til hva som bør gjøres, er karriererådene gitt i boka normative, og utgjør innfallsvinkler til problemrepresentasjoner, eller diskurser.

Det tredje prinsippet er at vi må sette spørsmålstegn ved hvordan 'problemet' forstås. Dette gjennom å granske premisene og effektene ved problemrepresentasjonene som 'problemet' inneholder. Altså søker WPR-tilnærmingen å rette et kritisk blikk mot de problemrepresentasjoner som kommer frem i foreslåtte løsninger. Det består i å se på hvilke antakelser som ligger til grunn for forestillinger, og evaluere antakelsene og deres effekter. Analysen legger ikke opp til å kartlegge alle fordeler og ulemper med et løsningsforslag, men reflektere rundt hvilke sannheter som tas for gitt i problemrepresentasjoner, og sette spørsmålstegn ved dem. Gjennom å distansere seg fra den autoritet som en problemrepresentasjon hviler på, gir WPR-analysen mulighet til å se på disse med et kritisk blikk. Målet med WPR-analyse er å sette spørsmålstegn ved problemrepresentasjoner, snarere enn å akseptere ukritisk de løsningene som fremlegges (ibid.:46). Dette gjør man gjennom en konkret tilnærming som jeg nå skal gjøre rede for.

Anvendelse av WPR-tilnærmingen

Som sagt består en WPR analyse av seks konkrete og sammenhengende spørsmål jeg kan stille til egne problemrepresentasjoner (ibid.:2). De forskjellige spørsmålene i analysen vil prege forskjellige deler av oppgaven.

Først identifiserer man problemrepresentasjonene i tilfellet som studeres: hva er forstått som problemet? Dette er en avklaringsøvelse, det vil si at man gjennom løsningen kan

avklare hvordan det tenkes om 'problemet'. I denne oppgaven innebærer det å identifisere forståtte problemrepresentasjoner innen de spesifikke rådene som blir gitt til kvinner som ønsker topplederposisjoner. I denne sammenhengen har jeg også med en utvidelse av de seks spørsmålene i analysen som er et startpunkt der jeg gjør rede for løsningen som blir presentert i rådet som analyseres i kapittelet. Dette er steg null.

Når man har avklart problemrepresentasjonene, spør man deretter hvilke forforståelser og antakelser de bygger på. Dette referer til de bakenforliggende 'kunnskapene' som er tatt for gitt (ibid.:5). Hvilke virkelighetsforståelser eller diskurser ligger til grunn for de identifiserte problemrepresentasjonene? Ved å undersøke forforståelser kan jeg identifisere hvilke ideologier, premisser eller logikker som ligger til grunn for spesifikke problemrepresentasjoner. Disse begrepene referer til meningen som må være på plass for at en spesifikk problemrepresentasjon skal henge sammen og gi mening (ibid.). Det blir min oppgave å avdekke hvordan denne meningen blir konstruert. Disse to (tre) første stegene i WPR-tilnærmingen er grunnlaget for de tre første analysekapitlene i denne oppgaven.

Det tredje steget går på konteksten, eller forholdene som legger til rette for at 'problemet' har blitt produsert. Hensikten er å belyse forutsetningene for at en spesifikk problemrepresentasjon tar form og inntar dominans. Jeg kommer ikke til å ta for meg det tredje spørsmålet i analysen i særlig grad da den legger opp til å se på hvilke konkurrerende problemrepresentasjoner som har eksistert over tid og rom, og dermed undersøke hvordan utviklingen kunne tatt en annen retning (ibid.: 10). Denne oppgaven har som hensikt å avdekke de forstillingene om næringslivet som kommer frem gjennom karriereråd innen en sjanger som har mottatt både stor oppslutning og kritikk. Det tredje steget har til hensikt å spore opphavet til en spesifikk problemrepresentasjon, noe som vil kreve et større omfang enn det denne oppgaven har mulighet til.

Det fjerde steget spør etter hva som forblir uproblematiskert i problemrepresentasjonene. Altså, hva snakkes det ikke om eller blir tatt for gitt? Målet er å åpne for refleksjon og betrakte vansker og perspektiver som er tause i de identifiserte problemrepresentasjonene (ibid.: 13). Med dette får man både frem det som ytres og representeres og det som ikke synliggjøres og stille spørsmål ved hvordan det kunne vært tenkt annerledes. Dette retter et blikk mot spenninger og uoverensstemmelser i problemrepresentasjoner, som igjen synliggjør begrensninger og utilstrekkeligheter i måten 'problemet' representeres. Siden det andre steget i WPR-analysen har betydning for denne delen av analysen, blir dette steget belyst i et eget analysekapittel.

Deretter spør man det femte spørsmålet; hvilke effekter får problemrepresentasjonene? Målet med det femte spørsmålet er å identifisere effektene av spesifikke problemrepresentasjoner slik at de kan bli drøftet kritisk. En WPR-tilnærming til løsningsforslag starter fra en antakelse om at noen problemrepresentasjoner skaper vanskeligheter for enkelte sosiale grupper og er til fordel for andre. Etter man har sett på dannelsen av disse virkelighetsforståelsene kan man granske hvilke effekter dette får i den sammenhengen de er knyttet til. Ifølge Bacchi (2009:15-16) kan man identifisere tre

sammenhengende og overlappede effekter; diskursive, subjektposisjonerende og levde effekter. I denne oppgaven vil det først å fremst være de diskursive effektene av problemrepresentasjonene som vil være relevant. Diskursive effekter er de effektene som påvirker hvordan man oppfatter et fenomen i samfunnet, hvilke handlinger som ansees som mulige, og gjør det vanskelig å tenke annerledes om fenomenet. Det er effekter som følger av satte begrensninger for hva man kan tenke og si (ibid.: 15). Selv om jeg ikke bruker begrepet subjektposisjon eksplisitt i denne oppgaven kommer denne effekten implisitt frem i form av antakelser om hvem som er 'ansvarlig' for problemet. Effektene vil fremkomme løpende i analysen, men vil først og fremst bli tatt opp og diskutert kritisk i det siste kapittelet i oppgaven

I det sjette og siste spørsmålet i WPR-tilnærmingen er målet både se på hvordan problemrepresentasjonene har blitt forsvart, og hvordan de har blitt dominerende forestillinger, men også hvordan man kan endre eller utfordre de problemrepresentasjonene som ansees som skadelige. Dette spørsmålet bygger på det tredje steget i WPR-tilnærmingen, og faller utenfor rekkevidden av problemstillingen. Dette steget blir derfor ikke belyst i min oppgave.

3.3 Min bruk av diskurs

WPR analysen springer ut fra diskursanalyse, da man leter etter sosiale diskurser for problemrepresentasjonene. Altså blir *diskurs* i denne sammenhengen hvordan et problem kan skrives frem slik at det representerer en gitt måte å se virkeligheten og årsakssammenhenger på. Diskursen har også i denne sammenhengen to sider, både det som ytres og representeres og det som ikke synliggjøres (Bratberg, 2017:34). I oppgaven bruker jeg både virkelighetsforståelser og forestillinger, i min sammenheng har de tilnærmet samme betydning og brukes som begreper for å beskrive de problemrepresentasjonene som kommer frem gjennom analyse. Til slutt setter jeg en ramme rundt problemrepresentasjonene og gir det et navn.

3.4 Avgrensning og forskningsprosess

Den kvalitative forskningsprosessen kjennetegnes ofte ved at den er fleksibel (Thagaard, 2013:28). Det vil si at vi kan jobbe parallelt med de ulike fasene av forskningsprosessen, og at man kan endre strategier og fremgangsmåter underveis for å skape en oversikt over det empiriske materialet, og refleksjoner over hvordan det kan forstås. De ulike fasene av forskningsprosessen vil i realiteten overlappe hverandre, slik at det blir et gjensidig påvirkningsforhold mellom de ulike fasene (Thagaard, 2013:28). Dette gjelder kanskje særlig dokumentstudier. Datainnsamlingen i min oppgave kan i mindre grad forstås som en egen fase, fordi utgangspunktet for analysen er en allerede eksisterende tekst. I praksis betyr det at jeg har kunnet jobbet parallelt med ulike deler av oppgaven samtidig, og endre ting underveis, noe jeg også har gjort.

Selv om tekstanalyse har gitt meg mulighet til å gå i dybden av sosiale fenomener, har arbeidet også vært tidkrevende. Jeg har derfor måttet avgrense materialet, for å kunne ha mulighet til å gå i dybden. Ifølge Thagaard (2013) er det derfor viktig å vise tydelig hvilke valg man har gjort underveis, og gjøre prosessen gjennomsiiktig, slik at leseren kan følge prosessen. Dette er med på å styrke påliteligheten til prosessen og gyldigheten av resultatene jeg har kommet frem til (Thagaard, 2013:181). I denne sammenheng er det også viktig å påpeke at jeg som forsker ikke har vært uavhengig og nøytral i prosessen. WPR-tilnærmingens sosialkonstruktivistiske vitenskapsfundament påvirker forskningsprosessen ved at empirien er analysert på en fortolkende måte. Dette gjør at andres lesning av materialet kan resultere i andre tolkninger enn de jeg har kommet frem til.

Mine kunnskaper og mitt levde liv kan være med å påvirke hvordan jeg leser og tolker materialet. Min studiebakgrunn innen øk.ad kan for eksempel ha vært med å farge mitt tankesett. Jeg er lært opp innenfor den samme rammen som topplederkvinnene portrettert i boka, og det kan prege hva jeg ser og henter ut av materialet. Hensikten med å gjøre rede for mine interesser og forforståelser er at det kan ha en innflytelse på mine tolkninger og funn. Faren er at jeg ikke er kritisk nok til materialet. Men, jeg ble allerede kritisk til kulturen i næringslivet under studiet i øk.ad. I tillegg gjør jeg mye for å bli fremmed med tanke på de gitte rammene gjennom WPR-tilnærmingen. WPR er et fremmedgjørende analytisk verktøy og hjelper meg til å ikke bli farget av de virkelighetsforståelsene jeg forsøker å analysere. Jeg er allikevel ikke nøytral i prosessen som forsker (Jørgensen og Phillips, 1999). Derfor er det viktig å være nøyaktig og åpen rundt hvordan jeg har kommet frem til og begrunner mine funn.

Denne redegjørelsen, bidrar til at leseren kan følge forskningsprosessen, og de eventuelle tolkningene jeg har gjort. Jeg har i de foregående kapitlene forsøkt å gjøre det tydelig hvilket materiale og teoretisk rammeverk som er grunnlaget for analysen, og jeg vil i det følgende gi en detaljert gjennomgang av analyse- og forskningsprosessen.

Oppgaven har endret seg i løpet av prosessen, men det har ikke hatt stor betydning for formålet med prosjektet som var å forske på underliggende dynamikker i næringslivet. Oppgaven er basert på empiri knyttet til én spesifikk arena og tilhørende aktører, nemlig toppledelse i næringslivet og norske topplederkvinner. Jeg kunne valgt andre tekster for å belyse underliggende forståelser i næringslivet, blant annet kunne det vært aktuelt å studere lærebøker innen økonomi og administrasjon. Men jeg var spesielt interessert i å forske på kvinnelige toppledere, og hvilke virkelighetsforståelser de formidler.

Det første spørsmålet jeg arbeidet ut fra var: *Hvilken betydning har kjønn for kvinnelige toppledere og hvilke forståelser av kjønn har de?* Jeg startet med en gjennomlesing av boka hvor jeg markerte utsagn jeg fant interessante, og lagde separate sammendrag av portrettene og rådene. Jeg fant da fort ut at det ikke nødvendigvis var forståelsen og betydningen av kjønn som var det mest interessante, men heller virkelighetsforståelsen eller ideologien i næringslivet som har innvirkninger for kvinner i næringslivet. Jeg skjønnte at jeg mest sannsynlig måtte legge fra meg det første spørsmålet jeg hadde

jobbet etter. Etter å ha lest igjennom boka og samlet sitater, ble jeg særlig fascinert av rådene boka formidler. Jeg valgte derfor WPR-tilnærmingen fordi den kunne appliseres til analyse av karriererådene, og hadde en veldig konkret fremgangsmåte for å avdekke hvordan mening og makt blir produsert og hva som ikke får plass (Bacchi, 2009). Karriererådene som blir formidlet i boka kan forstås som forskjellige foreslåtte løsninger på den lave kvinneandelen i toppledelse i Norge. Etter denne åpenbaringen kunne jeg gå inn i sammendraget av rådene og finne tematikker og mønstre, og dermed danne grunnlaget for analysearbeidet.

I utgangspunktet tenkte jeg at analysen av karriererådene bare skulle utgjøre en del av analysen i oppgaven, da jeg ikke hadde gitt slipp på den opprinnelige ideen om å analysere selve portrettene av topplederkvinnene i boka. Det ble fort klart for meg at dette ville bli alt for omfattende, og vanskelig å gjennomføre med den tiden jeg hadde til disposisjon. Veilederne mine forsikret meg om at det ligger nok materiale til grunn i karriererådene til å kunne belyse hvilke forestillinger om næringslivet som kommer frem gjennom boka, og hva det innebærer for kvinner som søker topplederstillinger. Jeg har allikevel valgt å supplere med enkelte sitater fra portrettene for å underbygge enkelte påstander jeg kommer med. Med denne avgrensning ble mitt materiale mer håndterlig og gjorde det mulig å gå i dybden, og lete frem hvilke forestillinger om næringslivet boka produserer.

Jeg startet den analytiske prosessen med å skrive meg igjennom og plukke fra hverandre alle rådene. Det første som sto frem som relevant var forståelsen av hvor ansvaret ligger for å lykkes. Jeg så en tendens til at ansvaret for å lykkes ble tillagt individet i flere av rådene, men aller tydeligst gjennom det aller første rådet i boka; «Bli sett». Det kom frem en individorientering gjennom materialet, og dette ble grunnlaget for det første analysekapitlet i denne oppgaven. Jeg fortsatte arbeidet med å plukke ut sitater fra de ulike rådene og notere meg tanker underveis. Etter denne jobben ble jeg spesielt oppmerksom på en negativitet til enkelte følelser, og det å bli synes synd på. Dette kom særlig til uttrykk om rådene som omhandler relasjoner; «Ta vare på de gode hjelperne», og «Finn en partner som heier på deg». Jeg fant det interessant at følelser tilsynelatende ikke hadde plass i rådene som omhandlet relasjoner, da dette kanskje er noe man vanligvis assosierer med følelser. Dette dannet grunnlaget for det andre analysekapitlet i oppgaven. Det tredje analysekapitlet har endret seg og blitt til underveis i prosessen. Jeg startet med å analysere det andre karriererådet; «Si ja!», ut fra et inntrykk av en avvisning av legitime behov, som for eksempel å prioritere tid med familie. Jeg jobbet først ut fra et forskningsspørsmål som spurte hvilken mening gis det å gjøre karriere i næringslivet. Etter å ha skrevet meg gjennom hele analysen ble det derimot klart at det ikke handler om hva som gir mening, og ikke gir mening når man skal gjøre karriere. Men heller en vektlegging av hva som er viktig i livet.

Dette arbeidet resulterte da i at jeg kunne dele inn forestillingene om næringslivet inn i tre overordnede temaer; individorientering, relasjoner; følelser og fornuft, og det viktige i livet. Disse forestillingene om næringslivet ble grunnlaget for de tre første analysekapitlene, og disse ble igjen grunnlaget for videre analyse av det tause i forestillingene i det fjerde og siste analysekapitlet, som er en direkte del av WPR-

tilnærmingen. Disse fire analysekapitlene ble grunnlaget for å tegne opp diskursen jeg ser gjennom min analyse og diskutere den i lys av hva andre har skrevet

Jeg har nå gjort rede for hva slags materiale som ligger til grunn for mitt masterprosjekt i forrige kapittel, samt mitt teoretiske rammeverk, og vist hvordan jeg har gått frem i forskningsprosessen.

Min analyse er basert på de fire første rådene i boka. Jeg valgte å ikke ta med det femte rådet: «Hjelp kan kjøpes og 90 prosent er nok». I dette rådet kommer det i større grad frem forestillinger om klasse og kjønn, enn forestillinger om næringslivet som sådan. De eventuelle forestillingene om næringslivet som kommer frem i det femte rådet, er også synlig i de andre rådene jeg har valgt å plukke fra hverandre. Dette rådet ble derfor ikke inkludert i analysen. Etter å ha funnet de overordnede forestillingene gikk jeg tilbake til boka flere ganger for å se om det fantes flere sitater jeg hadde oversatt i førsteomgang.

4 Individorientering

Som nevnt innledningsvis kan rådene som presenteres i boka forstås som selvhjelpsråd til kvinner som ønsker å lykkes i næringslivet. I selvhjelps litteratur finnes det ofte en underliggende ideologi om at man er sin egen lykkes smed, man kan oppnå det man ønsker om man bare jobber hardt nok (Clair og McCann, 2016:67). Det første steget i min analyse er derfor å forske frem hvor ansvaret plasseres for at kvinner skal oppnå topposisjonene i næringslivet. Hvem ser ut til å få ansvaret for utfordringene ved å klatre i karrierestigen i næringslivet? For å belyse dette går jeg veien om det første rådet gitt i boka; «Bli sett».

4.1 Å rekke opp hånden

Rådet «bli sett» innebærer en implisitt antakelse om 'problemet'; at kvinner ikke blir sett eller fremstår som nærmest usynlige i karriereveien. Gjennom rådet gis mange forklaringer for hvorfor kvinner ikke blir sett, både fra topplerderne selv og forfatteren. Disse forklaringene inneholder forforståelsene for hvorfor kvinner ikke blir sett, som igjen sier noe om hvor ansvaret plasseres for å oppnå suksess eller ikke i næringslivet. Det er gjennom Bacchis andre spørsmål i WPR-analysen jeg leter frem disse forforståelsene og antakelsene som ligger til grunn for det forståtte 'problemet' av rådet. Rådet starter med et sitat av Maria Moræus Hanssen:

Ikke tro at du blir tilbudt en masse spennende jobber uten å rekke opp hånden (FDEVD:40)

Dette indikerer at du (her; kvinner) må gjøre noe aktivt for å bli sett og som resultat bli tilbudt spennende jobber. Det kommer frem en underliggende antakelse om at kvinner er for passive, og at de må ta initiativ selv for at noen skal legge merke til dem. Her er initiativet «å rekke opp hånden». Å «rekke opp hånden» er en metafor hentet fra klasserommet, hvor eleven ikke kan forvente at læreren ser eleven, eller blir oppmerksom på eleven uten at man rekker opp hånden, og dermed vises. I denne sammenhengen kan det tolkes som at det ikke nødvendigvis holder å levere, å gjøre jobben og være dyktig. Kvinnene må stikke seg frem. Ansvaret plasseres med andre ord hos kvinnene selv ved at de må *gjøre* seg sett for at de som tilbyr spennende jobber og karrieremuligheter skal bli oppmerksomme på dem.

4.2 Å skape lyst

Det ligger ofte mange jobbrelevante betingelser til grunn for at man skal bli sett og plukket ut av overordnede til toppposisjoner (Halrynjo, 2015:117). Betingelsen som kommer frem gjennom rådet om å «bli sett», er det «å levere». Det å *levere* ser også ut til å innebære mer enn bare å jobbe, og å være dyktig når Sølhusvik slår fast:

Det første og mest åpenbare rådet til den som skal opp og fram, er å levere der du er. Du må ha gode resultater, du må ha kunnskaper om faget, og du må oppføre deg på en måte som gjør at andre ønsker å bli ledet av deg. (FDEVD:40)

Det å jobbe og gjøre det bra er absolutt rimelige krav for å kunne klatre karrierestigen, men kvinner må også gjøre noe mer her for å kunne si at de har «levert». Kvinner må oppføre seg slik «at andre ønsker å bli ledet av dem», de må skape en 'lyst' hos andre. Akkurat hvordan de skal oppføre seg for å skape denne 'lysten' kommer ikke like tydelig frem av rådet. Det som derimot kommer fram, er en forståelse av at for å kunne levere har kvinner et ansvar for å oppføre seg slik at deres kolleger også ser potensialet for lederskap. Kvinner har altså ikke bare ansvar for at de i høyere posisjoner ser potensialet til å bli leder, men også de medarbeiderne kvinnene eventuelt skal lede i fremtiden.

4.3 Søke

Å gjøre seg sett gjennom de tiltakene man rådes til her, behøver ikke nødvendigvis å si at man automatisk får toppjobbene. Sølhusvik påstår selv at det ikke alltid er så enkelt å bli lagt merke til selv om man «leverer». «Eller det kan være mekanismer eller reflekser som gjør at selv om du gjør alt rett, blir du likevel oversett fordi du er kvinne» (FDEVD:41). Til tross for denne påstanden, viser hun til en topplederundersøkelse fra 2014 der svært få toppledere tror at kvinner forbigås ved ansettelse.

Derimot mente de fleste i topplederundersøkelsen at den viktigste grunnen til lav kvinneandel er at for få kvinner søker seg til lederstillinger (FDEVD:42)

Videre viser Sølhusvik til måter å søke, eller melde interesse på, blant annet ved å si ifra til sjefen, eller kontakte en hodejeger (FDEVD:42). En vanlig forklaring for den lave kvinneandelen i næringslivet er for få kvinnelige søkere (Skjeie og Teigen, 2003:122). Skjeie og Teigen (ibid.) påpeker at selv om denne forklaringen absolutt *kan* ha noe med saken å gjøre, er det også en veldig bekvem unnskyldning for selskapene, da ansvaret ikke tillegges dem selv. Det at ansvaret ikke plasseres hos «de som ser» kan vi se flere tendenser til av rådet.

4.4 Et blikkfang

Lederjobber i næringslivet lyses sjelden ut, og Sølhusvik forklarer at dette er grunnen til at rådet om å «bli sett» blir gitt. Rådet viser til hvordan topplederkvinnene portrettert i boka sjelden har måttet søke på lederstillinger på karriereveien (FDEVD:40). For å få disse jobbene må du «bli sett», og dermed få muligheter fordi noen på et høyere nivå legger merke til deg, og gir deg muligheter. Sølhusvik forklarer det slik:

De er sett. De er plukket. Noen bestemte at de egnet seg bedre til jobbene enn alle andre kandidater. Det betyr ikke at de har sittet stille på kontorpueltene sine og ventet (FDEVD:40).

Her blir det igjen konstatert at kvinnene må gjøre noe aktivt for å bli sett, gjennom at de ikke kan «sitte stille og vente». Det kommer også frem hvordan «noen» har plukket topplederkvinnene portrettert i boka til lederstillingene de har hatt i løpet av karrieren. Det er disse «noen» som i stor grad får være i fred gjennom rådet. Altså, ansvaret for at kvinner skal få topposisjoner forblir hos kvinnene selv. De som ser og plukker, ser ikke ut til å tillegges ansvar for å legge merke til mulige dyktige kvinner som tilsynelatende «sitter stille». Kvinnene fremstår usynlige fordi de ikke *gjør* seg sett, ikke fordi «noen» ikke tar initiativ til å inkludere og se de kvinnene som angivelig «sitter stille». De som plukker sitter med mye makt i en ansettelsessituasjon med tanke på at stillingene sjelden lyses ut, men dette ser det ikke ut til at de må svare for her.

4.5 Kloning

Hilde Tonne, en av kvinnene som portretteres i boka, kommer med en mulig forklaring for hvorfor næringslivet ofte ender opp med menn i topposisjonene under rådet:

Å utnevne en toppleder innebærer en risiko. De som skal velge ønsker gjerne å minimere den risikoen, og da velger de bort det som er litt ukjent. Jeg tror ikke det er vond vilje, men heller ubevisste fordommer som gjør at man ofte ender med en mann i femtiårene (FDEVD:41).

Med dette til grunn kommer det frem en noe annen forforståelse til at kvinner ikke «blir sett» enn den som kom frem av topplederundersøkelsen Sølhusvik viste til. Her forklares det ved at «de som ser» velger bort «det» som er litt ukjent. Her fremstår «det» som noe utenom det vanlige, noe ulikt normen, som i denne sammenhengen kan antas å være kvinner. Kvinner ser altså ut til å ha gjort alt 'riktig' i dette tilfellet, men blir allikevel valgt bort til fordel for det som er mindre ukjent: «en mann i femtiårene». Ansvaret ser allikevel ikke ut til å bli plassert hos de som skal velge, da valget de tar forklares med ubevisste fordommer. Da denne vurderingen er noe de angivelig ikke er bevisst, kan de heller ikke stilles til ansvar for å ikke ha valgt det ukjente. Det forblir med andre ord kvinners ansvar å gjøre seg synlig på måter som ikke fremstår som

ukjent for de som skal se. Kvinner ser ut til å måtte strømlinjeformes slik at de som plukker ut ikke ser dem som ukjent. Istedenfor å gjøre motstand mot betingelsene for å kunne bli sett og valgt, er det kvinners ansvar å tilpasse seg og føye seg for å kunne oppnå topposisjonene. Dette ansvaret blir gjennom rådet plassert hos kvinnene, som selv må sørge for å «bli sett» som noe de som velger kan kjenne igjen som lik seg selv.

At kvinner ikke «blir sett» blir gjennom rådet forstått som et individuelt 'problem'. Individene, kvinnene, er selv ansvarlige for å *gjøre* seg synlige gjennom «å rekke opp hånden», «levere» og aktivt ta initiativ gjennom å «melde interesse» eller «søke». Dette i motsetning til et kollektivt eller samfunns 'problem' der selskapene eller staten må ta en del av ansvaret for 'problemet'. Denne forståelsen forekommer veldig bekvem for selskapene og systemet, da ansvaret ikke tillegges dem selv (Skjeie og Teigen, 2003:122).

Av rådet har vi også sett denne tendensen, hvor 'de som ser' tilsynelatende får være i fred og må ikke svare for at kvinner ikke blir sett. På denne måten blir de vanskelig å flytte ansvaret fra kvinnene, som ofre for urettferdige systemmekanismer, og over på de som praktiserer dem (Bacchi, 1999:109). Videre kommer det frem noe vi kan kalle en føyelig feminisme, der det ser ut til at kvinner må tilpasse seg slik at de som plukker ikke ser deg som ukjent. Kvinnene må tilpasse seg systemet for å kunne oppnå topposisjonene, istedenfor at systemet må tilpasse seg dem.

For å kunne oppfylle disse betingelsene for å nå topposisjonene trenger man hjelp og bakkemannskap (Halrynjo,2015). Det er hva rådene sier om dette jeg skal se nærmere på i det andre analysekapittelet.

5 Relasjoner; følelser og fornuft

Ingen kommer til topps alene. Faglitteraturen om lederskap viser hvordan nettverk, relasjoner og bakkemannskap har betydning (Halrynjo, 2015:97). For å kunne kvalifiseres til topplederjobber regnes det som nødvendig å ha innehatt linjelederposisjoner (ibid.), som ofte stiller typisk høye krav til innsats, mobilitet og prestasjon. Relasjoner kan dermed ha betydning for kvinner som vil satse på en karriere med lederansvar i næringslivet. Nettverk, relasjoner og bakkemannskap nevnes gjennom to råd i boka: «Ta vare på de gode hjelperne» og «finn en partner som heier på deg». Ved første øyekast ser det altså ut som relasjoner også her ansees som å være vesentlig for å nå toppen. I dette kapitlet er jeg derfor interessert i å undersøke nærmere hva som sies om dette.

Jeg er som tidligere sagt, inspirert av Bacchis analytiske vri på diskursanalyse og bruker en tilpasset versjon av hennes WPR-analyse. Jeg går veien om de to konkrete rådene, og spør: Hvilke folk og forhold er viktige, og hvordan er de viktige? Jeg bruker ordlyden i rådene, og dekonstruerer de for å vise hvordan mening blir produsert.

5.1 Den gode hjelperen

Implisitt i rådene ligger en forståelse av relasjonene og hvilke folk man burde finne og ta vare på for å kunne klatre til topps i næringslivet. Rådet om å ta vare på de gode hjelperne innebærer en implisitt antakelse om at kvinner tar vare på 'dårlige' eller 'feil' hjelpere. Gjennom forklaringene på hva en «god hjelper» er, kan vi finne hvilke relasjoner som ansees som viktige, og hva som gjør dem viktige.

Karaktertrekkene til 'den gode hjelper'

Under rådet presenterer Sølhusvik hva som kvalifiseres som en 'god hjelper', hva vedkommende skal hjelpe med og hvor man kan finne dem:

De som er intervjuet i denne boken, har funnet sine gode hjelpere blant venner, tidligere kollegaer, folk de ser opp til, profesjonelle organisasjonspsykologer eller gjennom organiserte mentorordninger. En god hjelper ser ting fra et annet perspektiv, men forstår jobben din tilstrekkelig til å skjønne hva du står oppe i. En god hjelper vil deg vel, men jatter ikke med. En god hjelper tillater deg ikke å bruke ham eller henne som søppelbøtte for oppdemmet frustrasjon. Poenget er å finne en vei ut, ikke grave seg ned eller å finne noen som kan synes synd på deg (FDEVD:144).

Sitatet indikerer en forventning til hva en «god hjelper» skal være. Hjelperne må inneha spesifikke karaktertrekk for å kunne kvalifiseres som en «god hjelper». Disse trekkene gjør dem til viktige folk det er verdt å ta vare på for å kunne gjøre karriere. Det kommer frem at «den gode hjelperen» finnes blant «folk de ser opp til». Dette er med andre en beundringsverdig person. Det kan blant annet bety en som har fått til ting i sin karriere, eller har oppnådd en viss status eller posisjon. Dette er også noen som «forstår jobben og ser ting fra et annet perspektiv». Vi kan dermed anta at dette skal være en dyktig person, noen med både kunnskap og erfaring.

Til slutt kan vi se at «den gode hjelperen» burde være rasjonell og profesjonell, ved at den ikke lar seg styre av emosjoner, men av logikk, og kan «finne en vei ut» uten å «grave seg ned». Dette framstår som personer man kan lære av og strekke seg etter karrieremessig. Det er noen som rasjonelt sett setter grenser for deg, og ikke involverer seg personlig, det framstår som et profesjonelt og fornuftig forhold. Altså, «de gode hjelperne» forstås mer som karrieremessige veiledere og mentorer enn personlige venner, noe som indikerer hva slags relasjon man skal ha til «den gode hjelperen».

Relasjonens innhold

I tillegg til å si noe om «den gode hjelperen» sine karaktertrekk, sier sitatet også noe om hva slags forhold kvinner skal ha til dem. Dette er noen som gir både støtte og motstand, men selv om de «vil deg vel», men det er kun fra et profesjonelt ståsted. Det er spesifikke karrieremessige situasjoner «de gode hjelperne» skal bistå med, og de aksepterer ikke at man bruker dem som en såkalt «søppelbøtte» for urasjonelle emosjoner. De skal med andre ord ikke fungere som omsorgspersoner, eller involvere seg på et personlig nivå. Relasjonen skal forholde seg profesjonelt ved at «den gode hjelperen» gir konkrete råd og praktisk veiledning i vanskelige jobbsituasjoner, men de negative følelsene må forbli ditt eget problem. Dersom den andre parten «synes synd på» deg, eller «jatter med», er de ikke å forstå som gode hjelpere, tvert imot. «De gode hjelperne» formidles her som relasjoner til nytte for karriereveien i næringslivet, og ikke som relasjoner som gir deg noe på et personlig plan. Det å være den det er synd på ansees som en svakhet. Dette indikerer en instrumentell forståelse av relasjoner, hvor kvinner rådes til å bruke tid på og å ta vare på relasjoner som er fornuftige og nyttige for karrieren, ikke på relasjoner for det sosiale eller følelsesmessige.

Når «en god hjelper» presenteres på denne måten innebærer det implisitt en påstand om at kvinnene kan tenkes å bruke tid på feil type relasjoner, at de kan tenkes å være mer opptatt av å finne omsorg, emosjonell støtte og bekreftelse, enn av å etablere relasjoner som kan være karrieremessig nyttige. Forståelsen av at kvinner bruker tid på 'feil' relasjoner kan vi også se tendenser til videre i rådet når det kommer frem forståelser av nettverk.

Unyttige kvinnenettverk

Sølhusvik trekker særlig frem topplederkvinnenes forståelse av kvinnenettverk i rådet. Det kommer blant annet frem at topplederkvinnene verken «har tid til», eller er «spesielt opptatt av» kvinnenettverk (FDEVD:146). Sølhusvik beskriver hvorfor kvinnenettverk ikke nødvendigvis er en kilde til de forstått viktige relasjonene:

Lederne som er intervjuet i boken er klare på at du skal ta vare på de gode hjelperne. Men selv har de ikke nødvendigvis funnet hjelperne sine i kvinnenettverkene – verken de formelle eller de uformelle. Så lenge det finnes så få kvinner i toppen av næringslivet, er det også begrenset hvor mektige kvinnenettverk kan bli (FDEVD:146).

Det kommer frem en forståelse av at kvinner leter etter de viktige relasjonene på feil sted, eller prioriterer feil type relasjoner. Kvinnenettverk ansees ikke som en riktig kilde til «de gode hjelperne» da de er til mest for det «sosiale» og topplederkvinnene finner dem ikke «faglig matnyttige» (FDEVD:146).

I tillegg kommer det frem av sitatet at kvinnenettverkene har begrenset «makt». Dette innebærer en implisitt påstand om at et fellesskap av kvinner ikke har makt til å bistå med fremdrift i karrieren. Dette indikerer at det er menn som gjelder i hierarkiet i næringslivet. Kvinner må søke seg til menn og må inn blant dem for å finne de som er «mektige». Det er her kvinner kan knytte de viktige og nyttige relasjonene det er verdt å ta vare på. Det er altså ikke det sosiale, eller den følelsesmessige verdien i relasjonen som ansees som viktig. Man skal ta rasjonelle vurderinger, velge «mektige» hjelpere da de bidrar til fremdrift i kvinners karrierer. Følelser anses som uviktig i relasjonen.

De uprofesjonelle følelsene

Vi har sett hvordan «den gode hjelperen» er viktig fordi de kan hjelpe kvinnene opp og frem i næringslivet. I rådet kommer det også frem hva topplederkvinnene anser som viktig lærdom deres «gode hjelpere» har bidratt med. Blant annet forteller Berit Svendsen, en av topplederkvinnene portrettert i boka, at det «viktigste» hun lærte av sin mentor var «å skille mellom følelser og forretninger»:

Vi snakket mye om å hvordan man opptrer profesjonelt. Du kan være lei deg for et prosjekt som ikke blir noe av, men du må akseptere det, og aldri la dine følelser gå foran. Du kan godt gråte innimellom, men da får du gå inn på kontoret. Der ute er det bare business og kunden det dreier seg om (FDEVD:145).

Med dette til grunn kommer det frem en forståelse som også kan ha en sammenheng med hvordan relasjonene beskrives. At det å vise følelser og sårbarhet ansees som uprofesjonelt, og at det ikke finnes en plass til det «der ute» i næringslivet. I likhet med relasjonene til «de gode hjelperne», er de negative følelsene ditt eget problem. Det kan

se ut til at man forstår relasjoner som en del av, eller ut fra, næringslivets premisser. At fornuften har forrang, og at enkelte emosjoner ikke har plass. Hvordan denne forståelsen av profesjonalitet gjenspeiles i vurderingen av folk og forhold, kan vi også se i rådet om valg av partner.

5.2 Fornuftsekteskap

I boka behandles også spørsmålet om partnervalg. Vi lever i et samfunn der det romantiske og det rasjonelle inngår i et samspill hvor vurderinger av relasjonen og opplevelse av et følelsesmessig engasjement påvirker hverandre (Thagaard, 2005:76). Rådet «finn en partner som heier på deg» som Sølhusvik formidler peker kun i én retning, hvor valg av partner har referanse til en mål-middel-tenking.

Rådet «finn en partner som heier på deg» innebærer en forståelse av at kvinner finner eller velger 'feil' partnere. Sølhusvik sier dette om å velge partner for kvinner som vil oppnå topposisjonene:

De færreste velger sin partner med tanke på at de om noen år skal bli toppleder. Det gjelder også for dem som er intervjuet i denne boken. Ektefellene deres har like fullt noen fellestrekk som det kan være lurt å se etter for den som både ønsker en spennende karriere og et godt familieliv. Det viktigste er å ha en partner som heier på deg. En som er trygg i seg selv og trygg på egne valg. Da er det også større mulighet for at partneren vil støtte dine. (FDEV:208).

Sølhusvik slår fast at man bør være «lur» når man «ser etter trekk» ved en partner. Hun anbefaler med andre ord en kalkulerert innstilling til valget av partner, og at kvinnen bevisst vurderer hvilke trekk vedkommende skal ha. Romantisk kjærlighet er selvsagt ikke fri for vurderinger av karaktertrekk hos en mulig partner (Thagaard, 2005:76), men dette er likevel noe annet. Fornuftbaserte valg innen romantiske parforhold innebærer å ta beslutninger på grunnlag av den kunnskapen man etter hvert får om hverandre (ibid.:73). Her har de rasjonelle overveielser forrang og ikke minst et *mål*, nemlig å oppnå «en spennende karriere» i tillegg til det de fleste vil ha, nemlig «et godt familieliv». Partneren bør også velges ut fra en vurdering av den aktuelle partnerens villighet til å støtte kvinnens valg. Det er nytte som skal prioriteres her, ikke romantiske følelser, evne til omsorg eller seksuell kompatibilitet, som også kunne vært aktuelle kriterier for partnervalg. Dette minner mye om fornuftsekteskap, der partnerskapet inngås av hensiktsmessighet, og ikke av kjærlighet¹. Valget av partner framstår nærmest forretningsmessig, der man inngår en avtale om et samliv for at kvinnen skal ha mulighet til å gjøre karriere. Dette innebærer en forståelse av at kvinner kan være lite strategisk smarte i valget av partner. Vi finner også en forventning om at kvinner har klart for seg karriereveien og skal velge en partner ut fra hvordan personen passer inn i

¹ Definisjon hentet fra det Norske akademis ordbok:
<https://naob.no/ordbok/fornuftsekteskap>

dette karrieremålet. Karrieren fremstilles dermed som å skulle legge premissene for andre livsvalg, noe jeg belyser i neste kapittel.

At kvinner velger 'feil' relasjoner, om det er hjelpere eller partnere, er basert på en instrumentell forståelse av relasjoner. De folkene og forholdene som ansees viktige er de som er nyttige for å kunne gjøre karriere i næringslivet. Hjelperne er viktige ved at de hjelper kvinnenens fremdrift gjennom å ha spesielle karaktertrekk og bistå med en spesifikk profesjonell og rasjonell hjelp i karrieren uten å involvere seg personlig. Partneren skal velges ut fra et strategisk ståsted, og er viktig da hen skal bidra til «en spennende karriere», samtidig som «et godt familieliv» for kvinnene. Av rådet kommer det frem en forståelse av at det fornuftige har forrang, og romantiske følelser ikke blir nevnt som grunnlag for valg av partner.

Det kan dermed se ut til at kvinnene har dratt inn premisser for ledelse inn i sine personlige liv eller partnerskap. I neste kapitel skal jeg derfor belyse hvilke livsvalg som vektas positivt verdifulle gjennom karriererådene som gis.

6 Det viktige i livet

I de foregående analysekapitlene har jeg vist hvordan ansvar plasseres hos individet, og hvordan man evaluere folk og forhold som viktige ut fra nytte. I dette analysekapitlet ønsker jeg å belyse vektingen av verdifulle aspekter ved livet slik det kommer frem gjennom karriererådene.

I denne analysen tar jeg utgangspunkt i det andre rådet i boka, der man rådes til å 'si ja!'. Det andre rådet videreformidles av Sølhusvik som det klareste rådet fra topplederne portrettert i boka (FDEVD:71). Variasjoner av dette rådet dukker stadig opp når det er snakk om kvinners vei til topps, blant annet i boka *Lean in* (2013) og kronikken til Anita Traaseth (2019), nevnt i innledningen til denne masteroppgaven. Jeg spør: Hva vektes som verdifullt i livet? Jeg bruker ordlyden i rådene, men tar også i bruk sitater fra portrettene til topplederkvinnene for å belyse forskningsspørsmålet.

Rådet om å si ja innebærer en implisitt antakelse om problemet, nemlig at kvinner sier nei til karrieremuligheter. I denne analysen skal jeg først ta for meg forforståelsen av hva dette neiet består i, for å belyse hva som vektes som mindre viktig. Som andre del av analysen ønsker jeg å belyse motivasjonen for å si ja. Med andre ord, hvis 'problemet' er at kvinner sier nei, hva forteller karriererådene, og boka generelt, om verdien i å si ja? For å belyse dette tar jeg i bruk sitater fra portrettene i boka.

6.1 Det som vektlegges som mindre viktig

I karriererådet «si ja» gis det mange forklaringer for kvinners nei. I denne sammenhengen skal jeg forske frem forforståelser og antakelser som ligger til grunn for det forståtte problemet igjennom sitater fra Sølhusvik og topplederkvinnene. Som en del av det andre spørsmålet i Bacchis WPR-analyse. Man kan si at forståelsen av hva kvinnenenes nei består i, utgjør det som vektlegges som mindre viktige aspekter ved livet. Det vil si det som gir negativt meningsinnhold.

Å prioritere tid utenfor jobb

Det nytter ikke å bli sett, om du takker nei når mulighetene åpner seg. Det gjelder gjennom hele karrieren, men aller mest i mellomlederperioden, hvor mange har forpliktelser med små barn (FDEVD:71)

Den første setningen indikerer at dette rådet blir sett som en videreføring av det første rådet om å «bli sett» som jeg har analysert tidligere i oppgaven. I tillegg konstaterer Sølhusvik det forståtte 'problemet': det hjelper ikke at kvinner har gjort noe aktivt for å bli lagt merke til av arbeidsgivere, når de takker nei til karrieremuligheten som kommer som et resultat.

Videre kommer det frem at det er spesielt i en «mellomlederperiode» kvinner sier nei, og en forforståelse av at dette neiet består i «forpliktelser med små barn». Det er med andre ord innenfor en spesifikk periode i karrieren og livet man kan anta at kvinner sier nei, og noe av grunnen til dette er at perioden sammenfaller med en spesifikk familiær periode i kvinners personlige liv. Altså, prioriteringen av tid med familie forstås som en heftelse i kvinners karriereløp. Kvinners nei består her i at kvinner er for knyttet til familien.

Dette dilemmaet mellom karriere og familie gir ikke mening for næringslivet, da dette dilemmaet fremstilles som noe man kan løse praktisk. Da det blant annet sies:

Si ja først. Let etter praktiske løsninger etterpå (FDEVD:71).

I dette sitatet fra Maria Moræus Hanssen kan vi se noe av forståelsen av at slike kvinnelige dilemmaer blir redusert til praktiske utfordringer. Andre aspekter ved livet skal ikke gå på bekostning av karrieren, det bare snakk om praktikaliteter. Noe av neiet består med andre ord i livsvalgene kvinner tar, som gir dem mer tid utenfor jobb. Videre forklarer Sølhusvik:

Forskning viser at menns karrierer skyter fart i 30-årene, mens kvinners karrierer oftere bremses opp. Forklaringene er mange – det skyldes lange fødselspermisjoner, deltidsjobbing, overgang til offentlig sektor eller at kvinner velger stabsjobber som ikke kvalifiserer til toppjobbene i like stor grad. Men ikke bare det. Noen kvinner har alle forutsetninger og er sterkt ønsket, men sier nei likevel (FDEVD:71).

Her kommer det, i likhet med det første sitatet, at det er i en spesifikk periode i livet kvinners karrierer «bremser opp». Forklaringene peker på kvinners valg som den underliggende forforståelsen for neiet. Kvinner velger 'feil' type jobber, her «offentlige- og stabsjobber», som springbrett til en toppstilling i næringslivet. Dette er ofte jobber som ansees som mer fleksible med tanke på tid (Halrynjo, 2015:98). Kvinner velger også mer tid utenfor jobb gjennom permisjon og deltidsstillinger.

Neiet består i kvinners prioritering av tid og aspekter utenfor jobb, der de setter seg i en posisjon der det ikke er spillerom for å klatre til toppen av næringslivet. Disse valgene ansees ikke som legitime. Det som allikevel gir minst kreditt, er kvinnene som har alle «forutsetninger», og angivelig er «sterkt ønsket», men allikevel sier nei. At de har alle forutsetninger vil mest sannsynlig si at de ikke har tatt de valgene som er nevnt tidligere

i sitatet. De har prioritert 'riktig' og er i en posisjon der det er mulig å klatre, men velger allikevel ikke å gripe muligheten. Videre i rådet forsøker Margareth Øvrøm, en av topplederne portrettert i boka, å forklare hva neiet fra disse kvinnene består i:

Jeg opplever at det er en del i vårt selskap som søker krevende jobber. Men det er stort sett jentene som sier nei ... Noen ganger ønsker de ikke jobbe så mye, noen ganger ønsker de ikke å pendle, noen ganger er det andre ting (FDEVD:72).

Forklaringene indikerer at kvinner ikke er like fleksible når det kommer til disponering av tid til jobb og til å reise. Det kan tenkes at kvinnene har personlige behov som setter begrensninger for arbeidsmengde og lokasjon. Forforståelsen av hva som ligger i neiet kan være at kvinner som sådan er for stedbundne og frykter stor arbeidsmengde. I tillegg kommer det frem at det også kan være andre «ting» som ligger i neiet. At det ligger noen «ting» til grunn som kvinner verdsetter i livet, og gjør at de sier nei. Disse tingene ansees ikke som viktige for næringslivet.

Det kan tenkes at neiet handler om mer enn kun praktikaliteter når det kommer til å prioritere tid utenfor jobb. Dette tyder på at det ligger flere drivkrefter i spill, enn hensyn til familiesituasjon. Kanskje ligger noe mer bak neiet enn det som kommer frem av karriererådet.

Manglende egenskaper

Rådet til kvinner som bruker lang tid på å bestemme seg, er at det kan være dumt å ta sjansen på at du får nye muligheter senere. Det er bedre å si ja først, og så orientere om hva du trenger å få på plass. Er du best, vil arbeidsgiveren ha deg, og du er i stand til å stille krav (FDEVD:74).

Sitatet fra Sølhusvik indikerer at kvinner er for trege og kritiske. Neiet består i at de bruker for «lang tid på å bestemme seg». Karriererådet oppfordrer kvinner til å endre innstilling og være mer ukritiske til å hoppe i det, og ta sjansen. Det viktige ansees her som jobben man blir tilbudt. Man oppfordres til å gripe muligheten, uten å overveie situasjonen eller konsekvensene for ettertiden. Det kommer frem at alt annet kan ordnes, og tilpasses slik at det blir plass til det som vektlegges som det viktige, nemlig karrieren.

Du må tåle å være ukomfortabel. Du bør ikke bli stående for lenge og tenke at dette er jeg god til, så her blir jeg værende (FDEVD:71).

Gjennom sitatet fra Kristin Skogen Lund består neiet i at kvinner ikke «tåler» å være ukomfortabel og ta en sjanse. Neiet består i at kvinner slår seg til ro med noe man er «god til», og velger å ikke klatre videre. Dette indikerer en forforståelse om at det er viktig å alltid hige etter noe mer. Det er ikke ansett som legitimt å ikke satse på enda

mer suksess i næringslivet bare fordi man er tilfreds der man er. Det å lykkes i å nå toppen er vektlagt som det viktige, og man oppfordres til å alltid gå etter mulighetene som resulterer i å nå toppen.

Forståelser av nei ligger i at kvinner finner verdi og følelse av mening andre steder, enn det som vektlegges som viktig av næringslivet. Dette synliggjør noen av kravene som stilles for å gjøre karriere. Dette er aspekter ved livet som fra næringslivet forstås å måtte nedprioriteres, om man skal oppnå det som vektlegges som viktig: «den spennende jobben».

6.2 Det viktige

Til nå har jeg tatt for meg forståelsen av problemrepresentasjonen, hva man antar at kvinnenes nei består i. I denne sammenheng er det også interessant å se på hva som gir meningsinnhold til karrieren i næringslivet. Hva er motivasjonen for å «si ja»? Gjennom denne delen av analysen ønsker jeg å belyse det som vektlegges som viktig.

Dette blir i liten grad nevnt direkte i rådet. Den eneste gangen det blir nevnt en mening ved å «si ja» utover å være et middel for å nå toppen er når Sølhusvik skriver:

Topplederne i denne boken har gjennomgående tatt imot mulighetene de har fått. De har sagt nei til jobber fordi de ikke var spennende nok – ikke fordi arbeidsmengden var for overveldende, eller fordi det ville gå på bekostning av familien (:73).

Dette er det eneste sitatet fra rådet hvor det hintes til at jobben har en betydning eller verdi i seg selv. I sitatet får vi igjen konstatert noe av det som har negativt meningsinnhold, frykt for arbeidsmengde og for at det skal gå på bekostning av familien. Vi har sett hvordan disse forklaringene for å si nei ikke ansees som legitimt.

Det kan også være en jobb som skaper eller gir mening, gjennom å være «spennende». Det at jobbene er «spennende» formidles flere ganger gjennom hele boka, både av topplerkvinnene selv og av Sølhusvik. Det hintes til at jobben kan være meningsskapende på et annet nivå enn det instrumentelle og materielle. Hvorfor man burde si ja kommer, som sagt, ikke tydelig frem av dette rådet. For å belyse dette ytterligere bruker jeg derfor sitater formidlet gjennom det siste 'rådet' i boka og gjennom portrettene av topplerkvinnene. Verdien i å si ja fremstår som todelt, vi kan både finne motivasjon for å gripe muligheten gjennom materielle og personlige vinster.

Den materielle gevinsten av jobben

I det siste 'rådet' i boka oppsummerer Sølhusvik noe av formålet til boka, og viktigheten av å få flere kvinnelige toppledere i næringslivet. Hele boka avsluttes med at Sølhusvik slår fast:

Flere kvinner bør velge toppledelse. Fordi det finnes spennende jobber der ute som kvinner ellers går glipp av. Fordi næringslivets konkurransekraft svekkes dersom vi fortsetter å velge blant halve befolkningen. Fordi kvinner utgjør halvparten av kundene, og burde være med på å bestemme over produktene. Fordi der er best for samfunnsøkonomien, og absolutt mer lønnsomt for kvinnene enn en jobb i offentlig sektor. Det er så enkelt som at kvinner bør bli toppledere – fordi det er verdt det (:284).

Her argumenterer Sølhusvik for både samfunnsverdien og personlige materielle fordeler ved at flere kvinner satser på toppjobbene. Den samfunnsmessige verdien fremstilles som økt konkurransekraft for det norske næringslivet. Ved å argumentere for dette kan man også tenke at man argumenterer for en forbedret samfunnsøkonomi, noe Sølhusvik også nevner senere i sitatet. Dersom man påstår at man vil bli bedre rustet i en global markeds konkurranse ved å være mer kjønnsbalansert i toppen, forventer man også mest sannsynlig at det vil føre til en høyere fortjeneste i selskapene, noe som vil gagne det norske samfunnet økonomisk (Kitterød, Teigen og Halrynjo, 2015:88). Det argumenteres med andre ord for en økt verdi både for selskapene selv og samfunnet som helhet.

For kvinner personlig brukes også lønnsomhetsbetraktninger for å argumentere for verdien av å satse på en karriere i næringslivet, her veid opp mot en jobb i offentlig sektor. Argumentene for å «si ja» blir i denne sammenheng basert på materielle verdier. I tillegg vektet det som viktig da en karriere i næringslivet betyr mer makt til kvinner ved at de kan være med å bestemme over hvilke produkter som produseres og distribueres. Med andre ord betyr en karriere i næringslivet penger og makt, dette er noe av det som forstås å gi jobben positivt meningsinnhold. Det å kunne være med å bestemme nevnes også i flere av portrettene som en motivator for å satse på en karriere i næringslivet. I tillegg blir det også nevnt i dette sitatet at toppjobben er en «spennende» jobb.

Jeg har nå vist hva jobben gir av materielle goder, men hva mer enn den materielle vinsten gir positiv mening for topplederkvinnene? Hvilke andre drivkrefter er i spill når topplederkvinnene har valgt å satse på en karriere i næringslivet?

Den personlige gevinsten av jobben

Gjennom portrettene kommer det frem flere forhold som har gitt positivt meningsinnhold og motivert til en karriere i næringslivet. Flere av topplederkvinnene trekker også her frem makt som pådriver, gjennom å «være med å bestemme» (FDEVD:78 og 176). I

tillegg blir det trukket frem andre positive motivatorer for jobben. Jeg skal nå ta for meg disse.

Å bidra til å skape

Flere av topplederkvinnene nevner det å bidra som en motivator. Å blant annet kunne bidra til å skape verdier og nye teknologiske løsninger gir meningsinnhold for Panengstuen:

Det er mye som gir glede i denne jobben. Å vinne store kontrakter, å produsere verdens aller første helelektriske bilferje eller bidra til at gamle folk kan være hjemme lenger fordi vi har de teknologiske løsningene som kan gi dem trygghet (FDEVD:51)

I sitatet nevnes både å skape verdier for selskapet ved 'å vinne store kontrakter', og å bidra ved å skape 'teknologiske løsninger' som kan hjelpe folk i hverdagen og klimautfordringer i verden. Med andre ord er motivasjonen bygget på å kunne bidra til verdier både for virksomheten i seg selv, men også enkeltmennesker og samfunnet. Berit Svendsen finner også stor motivasjon i «å bidra til å skape»:

Å skape verdier er jo en veldig stor tilfredsstillelse. Det finnes ikke noe som er morsommere enn å føle at du bidrar. (FDEVD:129)

Ikke nok med at det gir «glede» i jobben, men ifølge Svendsen er «følelsen av å bidra» det som gjør jobben «morsom». Altså, kommer det frem at det å bidra gjør at jobben føles positivt meningsfull, ved at jobben de gjør gir noe tilbake i form av å skape verdier for virksomheten og samfunnet.

Faget som fenger

Noen ganger forklares faget som drivkraften til de utradisjonelle valgene av karriere, og det som gjør jobben 'spennende'. Blant annet var Anne Marit Panengstuen og Berit Svendsen spesielt interessert i teknologi:

Det var teknologien som fenget. Jeg ønsket jo en jobb der jeg så konkrete resultater med en gang, og dette var et sånt yrke. Teknologien gir meg mye feedback (FDEVD:57)

Jeg var ekstremt fascinert av det som skulle bli den nye dataalderen, og så for meg en spennende karriere med alt det nye som skulle skje (FDEVD:113)

Her er det «teknologien» og «dataalderen» som skapte et engasjement og begeistring for en karriere i næringslivet. Topplederkvinnene startet sine karrierer i en tid da teknologien virkelig skulle ta av. Beskrivelsene av noe nytt og spennende som ga raske

og konkrete resultater indikerer en drivkraft gjennom et engasjement for faget man jobber med.

Utfordringer og mestringsfølelse

Til slutt kommer det frem at topplederkvinnene mener det å utfordre og utvikle seg selv, og det å overkomme eller løse utfordringer motiverer gir positivt meningsinnhold gjennom blant annet mestringsfølelse. Dette kommer spesielt frem i portrettene til Birgitte Vartdal og Kristin Skogen Lund:

Jeg synes det er motiverende å lære nye ting, utvikle meg og skape noe ... Jeg hadde ikke gidde å gjøre denne jobben om jeg ikke syntes det var gøy (FDEVD:220) ... Det blir som å løse en nøtt (FDEVD:225).

Hvis du skal lykkes på dette nivået, er du nødt til å være komfortabel med å ta en del risiko. Men når man lykkes og får det til, gir det en enorm mestringsfølelse (FDEVD:252).

Dette indikerer en form for selvrealisering som motivator. Det å kunne utvikle seg selv og lykkes i å nå et visst nivå, gir en form for mestringsfølelse som igjen gir jobben et positivt meningsinnhold.

Vi ser med andre ord mange positive sider ved motivasjonene for en karriere i næringslivet hos topplederkvinnene. De liker å ha makt, bidra til å skape verdier, har interesse for faget i seg selv, og å overkomme utfordringer, samt utvikle seg selv. Her ser vi tydelig det som gir positivt meningsinnhold på et personlig plan for topplederkvinnene, og begeistringen for karrieren i næringslivet. Det er dette som gjør at kvinnene vekter jobben som verdifull i livet, og grunnen til at de vier mye tid til den.

Hva man vekter som verdifullt i livet, er basert på en reduksjon i tiden brukt på familie. Det som vektes som viktig i livet er karrieren. Selv om det vises en forståelse for at progresjon i karrieren ofte sammenfaller med en småbarnsperiode, blir denne meningsskvisen redusert til et spørsmål om praktiske løsninger. Ifølge rådet handler det om å planlegge og stille krav til arbeidsgiver om vilkår for å ta jobben.

Kvinner tar også livsvalg som ser ut til å bli ansett som mindre viktige, ved da å velge blant annet mer tid utenfor jobb, offentlige stillinger, typiske stabsjobber, eller velger bort karrieremuligheten til fordel for andre viktige «ting» i livet. Det er mange mulige ting som kan være verdifullt i livet, men det kan se ut til at alt som kan verdsettes blir redusert til karriere og familie. Dette ved at den eneste grunnen til at topplederkvinnene portrettert i boken selv har sagt nei, er når det er snakk om å flytte på barna midt i et skoleår (FDEVD:74). Det kan se ut til at man må prioritere og inngå kompromisser med andre viktige aspekter ved livet for å kunne oppnå topposisjonene, ved å vektlegge dem som mindre viktige. Det framstår ikke som legitimt at man kan finne andre sider ved

livet verdifulle og ønsker å bruke mer tid på dem. Det som vektlegges som verdifullt reduseres til makt, penger, og den «spennende» jobben i seg selv. Den eneste andre grunnen til å si nei ifølge rådet «si ja» er spesifikke hensyn med tanke på små barn. Dette sier noe om kravene som stilles til de som skal lede. Disse kravene må man «tåle» om man skal nå målet om den viktige jobben, tilsynelatende til enhver pris.

7 Det tause

Ved å dekonstruere råd gitt i boka gjennom de tre første stegene i WPR-analysen, har jeg analysert frem flere forskjellige problemrepresentasjoner, og hvilke antakelser og forforståelser som ligger til grunn for disse. Med de foregående analysene som grunnlag skal jeg nå belyse hva som forblir uproblematiskert, som en del av Bacchis fjerde steg i WPR-analysen. Jeg stiller spørsmålet: hvor er stillhetene, og hvordan kunne det vært tenkt annerledes om problemet?

7.1 Makta som blir tatt for gitt

Vi har sett hvordan individet blir gjort ansvarlig for egen suksess i næringslivet, og ved å gi individet eller kvinner ansvaret får «de som ser» eller systemet være i fred. På denne måten blir det vanskelig å skifte ansvaret fra kvinnene, som ofre for urettferdige systemmekanismer, og over på de som tjener på dem. På dette grunnlaget kan vi si at de som sitter med makt til å rekruttere inn flere kvinner i toppledelse og dermed bidra til kjønnsbalanse forblir uproblematiskert i problemrepresentasjonen som kommer frem av rådene gitt i boka. Problemrepresentasjonen er utilstrekkelig i den forstand at den ikke dekker tiltak som politikere, organisasjoner eller virksomheter kan iverksette for å forbedre rekrutteringen for mangfold i næringslivet. En annen vinkling av 'problemet' kan være at «de som ser» ikke gjør noe aktivt for å se det som er ukjent. Noe forskning henter til denne tankegangen, gjennom blant annet bevisstgjøring av rekrutteringsansvarlige (Halrynjo, 2015:118).

Man setter heller ikke spørsmålstegn ved den mannlige makten i næringslivet. Gjennom det første analysekapitlet kom det frem hvordan kvinner må gjøre seg mindre ukjent for å bli valgt. De må føye seg og gjøre seg gjenkjennbar, slik at de med makt ikke skal anse det som en stor risiko å satse på dem, og majoriteten av de med makt er «menn i femtiåra». I tillegg har vi sett en forventning om at kvinner må inn mellom «mektige» menn og ta vare på relasjonene med dem for å komme til topposisjonene i næringslivet. I stedet for å kritisere det mannlige makthierarkiet, oppfordres kvinner til å tilpasse seg det og knytte nyttige relasjoner til menn med makt for å oppnå topposisjonene. Den mannlige makten blir med andre ord en stillhet i problemrepresentasjonene som kommer frem.

7.2 Paradokset om forventet 'kvinnelighet'

Gjennom rådene kommer det frem antakelser om en såkalt 'work-life-balanse'. Det vil si råd for hvordan man skal løse tidsklemma mellom jobb og familie, eller andre aspekter

ved livet. Her kan man synliggjøre et paradoks, som ikke ser ut til å bli problematisert gjennom rådene. For i tillegg til å gjøre seg minst mulig ukjent for å kunne «bli sett», forventes også å opprettholde en form for 'kvinnelighet', gjennom en forventning om å ha partner og barn. Altså, samtidig som man må holde urasjonelle følelser under kontroll, eller opptre såkalt «profesjonelt» i et mannlig makthierarki, må man samtidig opprettholde en viss 'kvinnelighet' for å kunne være relaterbar, og et forbilde for andre kvinner som vil opp og frem. Det ser ikke ut til at det er et alternativ å velge å ikke ha en partner eller en familie. Berit Svendsen, en av topplederkvinnene portrettert i boka, har et utsagn om akkurat dette som en reaksjon på en omtale om henne fra kvinnelige mellomledere i Telenor, som ikke så henne som noe forbilde i 2004:

For det første kledde jeg meg jo som en mann ... jeg hadde jo ikke barn heller. Mens alle strevde med å få balansert jobb og familieliv, kunne jeg bare surfe der oppe og bruke tiden min på å jobbe. Jeg skjønnte at jeg var blitt annerledes, og at jeg hadde blitt for lik dem av mine mannlige kollegaer som ikke trengte å ta så mye hensyn hjemme. Det var jo ikke bra at det var en dame i toppen som ingen andre kan kjenne seg igjen i. Hvis damer skal ha mulighet, må de vite at det er en som er maken til dem som klarer å gjøre det ... Jeg tenkte at jeg kanskje skulle få meg en familie (FDEVD:121).

Kvinner havner i en skvis mellom å måtte gjøre seg gjenkjennbar for menn med makt, samtidig som det forventes en 'kvinnelighet' gjennom blant annet å «få seg en familie» for å lykkes i næringslivet. Det forventes at man både skal være 'karierekvinne' og 'familiekvinne' for å være 'riktig' i henhold til forventningene ovenfra, nedenfra og omverdenen. Disse forestillingene om kvinnelighet i skjæringspunktet mellom idealer i arbeidslivet og idealer for familieliv er, ifølge forskning, vanskelig å innfri (Sørensen, 2016:62). Balanseringen som kreves for å innfri de ulike forventningene til normer for kvinnelighet samtidig blir beskrevet som en kjønnsnormsklemme, hvor det blir et smalt normativt vindu for de legitime valgene, og gjør at man blir en 'upassende kvinne' uansett hva man velger å prioritere (ibid.). I min analyse kommer dette blant annet frem gjennom avvisningen av det legitime behovet for å prioritere tid utenfor jobb, der balanseringen blir redusert til et spørsmål om praktikaliteter.

Samtidig som det da forventes en 'kvinnelighet' ved å ha en familie, blir det allikevel, igjen, kvinners eget ansvar å finne løsninger på å kombinere dette med en karriere. Vi har sett hvordan det forventes at progresjon i karrieren skal skje i en periode som ofte samsvarer med en småbarnsperiode. Ideen om progresjon i næringslivet må bekjempe en 'kvinnelighet', at kvinner prioriterer familie, samtidig som det er forventet at de skal ha det. Dette er et eksempel på at det stilles andre forutsetninger til kvinner, enn menn. Der kvinners forutsetning er deres *egen* innsats i organisering av hjem og familie, for å kunne forfølge karriereambisjoner, mens menn rapporterer om *partnerens* innsats som forutsetning (Halrynjo, 2015). En eventuell tilrettelegging fra staten eller virksomheter for å gjøre karriere og samtidig ha «et godt familieliv» forblir stille. I tillegg forblir det taust når det kommer til en ansvarliggjøring av næringslivsfedre med tanke på familie og barn. Dette siste punktet er derimot vanskelig ut fra næringslivets premisser for karrierebygging. I det videre skal vi se hvordan fravær i form av, blant annet, pappapermisjon eller syke barn anses som manglende innsats i næringslivet. Pappapermisjon kan ifølge forskning gjøre næringslivsfedrene mindre attraktiv til

forfremmelse, eller sette dem først i rekka til å miste jobben i en nedbemanning (Dockweiler, Holter og Snickare, 2018).

7.3 De uaksepterte følelsene

I tillegg blir det ikke problematisert hvordan det blir sett på som noe negativt å vise følelser. Kan ikke det å vise sårbarhet også være en kilde til lederskap? Havner man i en vanskelig situasjon, er det negativt at noen synes synd på deg. Du skal heller ikke vise at du synes noe er vanskelig, om det er lange og krevende arbeidsdager, at du har mistet en jobb, eller liknende. Det er en del av 'spillet', og blir tatt for gitt. Dockweiler, Holter og Snickare (2018:139) har skrevet om hvordan menn i oljeindustrien forsøker å forstå en nedbemanning. I artikkelen kommer det frem hvordan det ikke er ansett legitimt å vise at man er opprørt eller lei seg i en nedbemanningssituasjon, da situasjonen forstås som en nødvendighet for virksomheten ovenfra. Man må følge reglene, eller premissene som er innforståtte. Det å, for eksempel, ta ut pappapermisjon kan føre til at du ikke blir ansett som en like 'god' arbeider og kan resultere i at du er en av de som vurderes til å måtte gå i en nedbemanningssituasjon (ibid.:138). Dette må man akseptere, ikke vise frustrasjon over, og ikke sette spørsmålstegn ved. Dette bekrefter også et hierarki blant menn. Hvor de som jobber mest er rangert høyere enn de som er så dristige at de tar ut pappaperm, og velger å ta en del av ansvaret for egne barn(ibid.). Dette bringer oss videre til den uproblematiserte heroismen.

7.4 Heroisme til besvær

Gjennom det tredje analysekapitlet kom det frem at man må «tåle å være ukomfortabel», og at topplederkvinnene ikke har takket nei til muligheter fordi «arbeidsmengden er for overveldende». Dette opprettholder en form for heroisme, der det blir et mål i seg selv å tåle krevende jobber, og overveldende arbeidsmengde, som vi kan anta vil si et høyt antall arbeidstimer. Om man skal tenke annerledes om 'problemet' kan man spørre om det faktisk er for krevende, og om det stilles for høye krav til arbeidsmengde og påkjenning, uansett kjønn. Gjennom forskning kommer det frem hvor mye som kreves når en jobb blir livet. Connell og Wood (2005), beskriver hvordan kampen om forfremmelse er ekstremt konkurransepreget, og at man alltid må 'være sulten', og hige etter å forbedre seg selv. Det er 'opp eller ut', og ingen garanti for karriere innen virksomhetene. Gjennom problemrepresentasjonene som kom til syne gjennom det første analysekapitlet så vi hvordan det forventes at kvinner har ansvar for å hele tiden ta aktivt initiativ for å bli plukket ut til lederjobbene. Man må alltid være frempå, aldri ligge på latsiden eller ta til takke med «godt nok».

Hilde Tonne, en av topplederkvinnene portrettert i boka beskriver konkurransepreget som «å løpe med ulver»:

Men i toppen var det litt som å løpe med ulver. Du løper og løper, men det er bare den som vinner som får et godt resultat (FDEVD:96).

Snickare og Holter (2018) skriver om arbeidsforholdene innen finansjobber. Der man må regne med å jobbe til kl. tre om natten, og sytti til åtti timer i uken som nyansatt (ibid.:151). Man har en forventning om at dette skal forbedre seg når man stiger i gradene, men det er ikke nødvendigvis tilfellet. Det kommer også frem sterk misnøye blant intervjupersonene i forskningen, der de ikke føler de får brukt alle aspektene ved seg selv, og at man ikke gjør noe meningsfylt med livet sitt (ibid.:155). Mine funn tyder på at topplederkvinnene både føler en mening med og begeistring ved selve jobben, men for å ha mulighet til å oppnå den «spennende» jobben, er det ved å inngå kompromiss med andre mulige viktige ting livet ved å vektlegge dem som mindre viktig. Selv om jobbene ser ut til å gi dem følelse av selvrealisering, og å bidra, i tillegg til penger og makt, ser det også ut til å koste dem noe med tanke på betingelsene for innsats i form av, blant annet, antall arbeidstimer. Dette forblir taust gjennom problemrepresentasjonene i karriererådene, men Hilde Tonne har et utsagn om dette i sitt portrett i boka:

Hvis jeg har forsakert noe, så er det at jeg ble for streng, for strukturert. Det ble for lite liv og for lite tid til det andre fikk tid til. Men jeg angreer ikke et sekund (FDEVD:103).

Selv om Tonne erkjenner at jobben har kostet henne noe, sier hun også at hun «angreer ikke et sekund». Med andre ord står hun for prioriteringen av karrieren.

7.5 Jobbens verdi

Forklaringene for hva kvinner nei består igjennom analysen av karriererådet «si ja», var i stor grad preget av hensyn til familie, og hvordan dette kan løses praktisk. Det tas for gitt at det er familiesituasjonen som er største delen av 'problemet'. Det som forblir usagt i denne sammenhengen er at det også kan handle om at man ikke finner jobben i seg selv positivt meningsfull nok. Topplederne som er portrettert i boka har funnet personlig positive motivatorer for jobben. Penger og makt vektlegges også som viktig. Forskning på toppledermenn i det globale næringslivet viser det samme (Connell, 2005:358). Vi har også sett forskning hvor menn innen finans føler at jobben i seg selv ikke gir nok mening i livet (Snickare og Holter, 2018:155). Det kan derfor tenkes at det handler om mer enn hensyn til familie, men også at man ønsker å jobbe med noe som kjennes personlig meningsfullt, at det er flere drivkrefter i spill i valget av karriereretning.

Et eksempel på dette kan vi finne i forskning om kvinner i topposisjoner i ideelle organisasjoner (Sørensen, 2018). I artikkelen kommer det frem en sammenlikning mellom en toppjobb i næringslivet og en i en ideell organisasjon fra en kvinne som valgte å bytte sektor. Her blir personlige verdier vurdert høyere enn en ansett suksessfull

karriere. Indre motivasjon blir sterkere enn vurderingen om hvordan karrierer forstås suksessfulle eller ikke (ibid.:175). Hun beskriver drivkraften som at hun føler at hun utgjør en forskjell, og at hun bidrar til noe større enn materielle verdier. I tillegg kommer det frem en lettelse over å ikke føle på et press 'gå videre', som vi har sett er en forventning gjennom det tredje analysekapitlet, «det viktige i livet». Topplederkvinnen i den ideelle organisasjonen forteller at hun krymper av tanken på presset og kravene hun var under i næringslivskulturen.

Kulturen i den ideelle organisasjonen framstår nærmest som en motsetning til den i næringslivet som kommer frem gjennom mine funn. Ideelle organisasjoner beskrives som et sted hvor topplederkvinnen kan være seg selv, og trenger ikke gjøre en innsats for å passe inn i en spesifikk kategori hverken gjennom klær eller personlighet. Ingen får henne til å føle seg skyldig ved å dra fra kontoret, og hun får sympati og støtte om hun må hjem for å ta vare på syke barn. Dette er også et miljø der det er akseptert å uttrykke følelser (ibid.). Dette blir det motsatte av næringslivet, hvor det blir ansett som mangel på innsats om man forlater kontoret tidlig, og å vise enkelte følelser blir sett på som uprofesjonelt. Selv om Topplederkvinnene portrettert i boka uttrykker mange positive sider ved jobben som motiverer dem for toppjobbene i næringslivet, forblir det en taushet rundt de negative sidene som topplederkvinnen i den ideelle organisasjonen uttrykker. Denne forskningen viser at det kan være andre aspekter enn familie som gjør at kvinner velger å ikke søke topplerposisjonene i næringslivet. Selv om boka uttrykker at flere kvinner bør velge topplerposisjon i næringslivet «fordi det er verdt det», kan det tenkes at man stiller spørsmål ved om det faktisk er verdt det.

8 VIP-diskursen

Jeg har i de foregående analysekapitlene forsket frem problemrepresentasjoner og forforståelsene som ligger til grunn for dem ved hjelp av Bacchis (2009) analyseverktøy. I tillegg har jeg diskutert og vist hva som forblir uproblematiskert og taust ved hjelp av Bacchis fjerde steg i WPR-analyse. Jeg har undersøkt forestillinger om næringslivet slik de kommer frem av boka. I dette kapitlet vil jeg vise hvordan en næringslivsdiskurs produseres, ved å ta et samlet grep om forestillingene som har kommet frem gjennom analysen. Denne diskursen vil få navnet 'VIP-diskursen'² og dette skal jeg selvfølgelig gjøre nærmere rede for. Deretter går jeg over til min diskusjon og kritikk av VIP-diskursen i lys av tidligere forskning.

Gjennom analyse har jeg vist at boka portretterer et næringsliv som rommer en individuell konkurranseideologi, der du selv er ansvarlig for egen suksess, eller skyldig i å mislykkes. Det er kvinners eget ansvar å gjøre noe aktivt og tilpasse seg for å lykkes i å nå topposisjonene. Systemet blir tatt for gitt, som fører til at man opprettholder status quo, og dermed konserverer en mannsdominans og makthierarki. Diskursen som kommer frem, er basert på en form for markedsrasjonalitet. Med dette mener jeg en ideologi der man til enhver tid tenker og handler rasjonelt med tanke på et ønsket resultat, i denne sammenhengen i form av «en spennende karriere» og «et godt familieliv». Her har ikke følelser plass, og valg skal tas basert på egen vinning. Nytte- og økonomiske argumenter har forrang i rekrutteringen for bedre kjønnsbalanse. Det som vektlegges som viktig er «den spennende» karrieren og livet må legges til rette for å gi plass til den. Å prioritere andre aspekter ved livet krediteres ikke, da det vektlegges som mindre viktig, eller blir redusert til et spørsmål om praktiske utfordringer som kan løses.

Rådene gitt i boka tilsier at kvinner skal inn i en næringslivsledelse der de som allerede er innenfor setter alle premisene. Det ser heller ikke ut til at det åpnes for noen form for forhandling av disse premisene. Karriererådene produserer en diskurs som kommer frem som låst og lukket, der «de som ser» sitter med makten til å bestemme. Man må tilpasse seg dem for å kunne komme innenfor. Kvinnene oppfordres til, og tillegges ansvar for å tilpasse seg de på innsiden. Rådene tilsier at kvinnene skal inn i og tilpasse seg tilsynelatende koste hva det koste vil.

Med bakgrunn i dette vil jeg beskrive en metafor for VIP-diskursen. Mitt bilde på diskursen kommer frem som et eksklusivt utested der det står en dørvakt ved inngangen. De som har kommet inn og dominert klubben over lengre tid bestemmer kriteriene for å komme inn. De i køen utenfor kan innfri kriteriene, de er motiverte for å stå i køen, og begeistret over tanken om å komme inn. Vakta ser derimot kun de som

² VIP er en forkortelse for very important person, som betegner en person som vises spesiell oppmerksomhet på grunn av stilling eller berømmelse

stikker seg ut, og slipper dem frem i køen. Ved døra sjekker dørvakta innholdet i sekken, og om han finner noe som ikke er tillatt på innsiden må det legges igjen utenfor for å kunne slippe inn. Når du først har sluppet inn må du absorbere reglene som er satt og promotere den eksklusive klubben videre.

Næringslivsdiskursen rommer denne metaforen jeg nå har gjort rede for. Å inkludere alle elementene i denne metaforen i en navngitt diskurs kunne ha resultert i et langt og komplisert navn. Jeg har forkortet den, og valgt å kalle den: VIP-diskursen. Selvhjelpsboka med råd fra topplederkvinner er en del av denne diskursen og setter ikke spørsmålsteget ved politiske, økonomiske eller sosiale årsaker til individene i køen ikke slipper frem eller inn. I stedet oppfordrer karriererådene individene (her; kvinnene) i køen om å tilpasse seg VIP-diskursens premisser, istedenfor å endre kriteriene for å slippe inn på det eksklusive utestedet.

8.1 Diskusjon

Jeg har forsket frem forestillinger om næringslivet slik det kommer frem gjennom boka. Jeg skal nå rette et kritisk blikk mot innholdet i VIP-diskursen som produseres og diskutere den i lys av tidligere forskning.

Ingen oppfordring til opprør

Rådene som formidles i boka tilsier at når kvinnene først har kommet på innsiden må de tilpasse seg denne virkelighetsforståelsen og er med på å praktisere og produsere den. Når andre blir stående igjen i køa på utsiden, er det deres egen feil for at det ikke 'tåler' å 'spille spillet'. Man skal tilpasse seg, infiltrere og heie fram en kvinne om gangen.

McRobbie (2013:133) poengterer at når denne type råd blir gitt, med et vokabular hentet fra en markedsrasjonalitet, ikke bare for å fortelle kvinner hvordan de kan oppnå suksess i karrieren, men også på hjemmebane, viser det hvor dyp forankring premisene i næringslivet har. Topplederkvinnene unngår å si noe kritisk om arbeidsgiverne, systemet eller premisene for å oppfylle kravene til jobben som leder. Denne tilegningen av markedsrasjonalitet kan virke nærmest absurd fra et historisk feministisk perspektiv, der man ville funnet det rimelig å utfordre denne mannsdominerte kulturen i næringslivet (ibid.).

I denne type karriereråd, kommer det heller fram en form for føyelig feminisme. Altså, det finnes ingen opponering mot mannsdominansen i næringslivsdiskursen som produseres. Kvinnene har føyet seg, og må oppføre seg så 'riktig' med tanke på premisene som stilles til ledelse i diskursen, for å kunne innta den eksklusive klubben. I likhet med den bestselgende boka *Lean in* (2013), handler karriererådene i boka om å finne bedre måter å tilpasse seg VIP-diskursen, ikke å prøve å endre den. Nettopp dette

poenget er mye av grunnen til kritikken av denne type karriereråd til kvinner (McRobbie, 2013:133). Om noe skal endres, må det være til nytte for bedriften.

Nytteargumentets bakside

Denne næringslivsdiskursen tilbyr ingen kritikk av markedsrasjonaliteten. Som vist gjennom analyse gjennomsyrrer økonomisk nytte og rasjonalitet argumentene for rekruttering av flere kvinner, samt hvilke relasjoner man skal finne og ta vare på.

Det kommer frem en oppfordring til at hver enkelt kvinne må akseptere fullt ansvar for egen trivsel, som i stor grad innebærer å skape en egnet work-life-balanse basert på en kostnad-nyttemarkedstenkning (Rottenberg, 2014:420). Følelser og verdifulle aspekter ved livet, som ikke har med karriere- eller familieliv å gjøre, er ikke en del av kalkuleringen. Denne diskursen trekkes inn i kvinnenens personlige liv, ved at valg av partner eller hjelpere skal være med på å maksimere egeninteressen om «en spennende karriere» og «et godt familieliv».

Innen økonomisk teori er man ofte opptatt av at rasjonelle valg handler om å identifisere det alternativet som med størst sannsynlighet vil tilfredsstillende egne behov og interesser (Kvalnes, 2012:75). De forsømmer dermed den enkeltes ønske om at ting skal gå rettferdig for seg. Det betyr ikke nødvendigvis at man ikke er opptatt av en rettferdig fordeling av goder i det virkelige liv, men rettferdighetsargumentet og etiske hensyn kommer ikke frem som en del av VIP-diskursen. Rådene åpner opp for å se kvinners deltakelse i topplederstillinger som nyttige for både næringslivet og samfunnet. Denne argumentasjonen åpner derimot ikke opp for å kunne se det som en rettighet å delta på disse arenaene. Nytte- eller økonomisk argumentasjon har ikke nødvendigvis hold i virkeligheten. Forskning viser at virksomheter med en likere fordeling av kvinner og menn i styrer og ledelse ikke nødvendigvis fører til forbedret lønnsomhet (Teigen og Midtbøen, 2015:34). Om det viser seg at rekruttering av kvinner ikke bidrar til å øke bedriftens lønnsomhet og konkurransekraft, kan nytteargumentet endres til et argument mot å rekruttere inn kvinner (Skjeie og Teigen, 2003). Hvis en bedre kjønnsbalanse ikke er til nytte for bedriften, og systemet fungerer like bra som de allerede er, hvorfor da sette i gang et omfattende arbeid med å endre noe?

Bruk og kast av mennesker

Markedsrasjonaliteten og nytteargumentet kan også ses i menneskesynet som kommer frem i VIP-diskursen. Hvis man for eksempel ser på det tredje rådet; «ta vare på de gode hjelperne», tilsier det at det også finnes *dårlige* hjelpere. Dette fremstår som de som ikke er nyttige for karriere- og familielivkalkuleringen. Ved å snu det på hodet, blir de dårlige hjelperne de som investerer seg i deg personlig, og gir deg rom for å uttrykke følelser og frustrasjon. Denne type hjelp fremstilles da som unyttig, og kastes bort. Vi får altså et menneskesyn nær markedets bruk-og-kast-mentalitet. Er de ikke nyttige for deg

er de ikke verdt din tid og energi, men hva om de trenger deg? I denne diskursen slipper man tilsynelatende å ta hensyn til andre mennesker, med mindre de er nyttige for sine egne behov. Dette minner om et egoistisk menneskesyn som vi kan se i tesen om det økonomiske mennesket (Kvalnes, 2012).

Den krevende toppjobben

Vi har sett at en topplederposisjon i næringslivet krever mye. Det krever blant annet mye tid, fleksibilitet, eksponering, usikkerhet, og grafisk mobilitet. Min forskning stemmer overens med mye av tidligere forskning på menn og kvinner i topplederposisjoner (Connell og Wood, 2005; Halrynjo, 2015; Colbjørnsen, 2017). Det at topplederjobber stiller typisk høye krav til innsats, mobilitet og prestasjon, gjør at familiesituasjon og grad av bakkemannskap hjemme kan ha betydning for hvem som kan velge å satse på en karriere (Halrynjo, 2015:97). Av VIP-diskursen reduserer denne utfordringen i stor grad til spørsmål om å finne praktiske løsninger, valg av partner, stille krav til arbeidsgiver og planlegging. Det er også, som tidligere nevnt, kvinners eget ansvar å løse konflikten mellom familieansvar og premissene for ledelse i næringslivet. Forskning viser at fysisk tilstedeværelse, og hvor mange antall timer de er villige til å arbeide kan ha betydning for forfremmelse eller vurdering av å måtte gå i en nedbemanningssituasjon (Dockweiler, Holter og Snickare 2018:138). Dette stemmer overens med min analyse av det tause der vi så hvordan jobben faktisk krever mye tid og kan gå på bekostning av «det andre fikk tid til».

Som vi har sett vil perioden der karrieren forventes å bygges ofte sammenfalle med en småbarnsfase. Derfor er forutsetningene for å lykkes for kvinner forskjellige fra menns da mannlige toppledere i større grad kan satse på at partner gir opp sine karrierer og tar størstedelen av ansvaret (Rønning og Karlsen, 2014, gjengitt i Halrynjo, 2015:101). Med dette til grunn er det ikke nødvendigvis manglende vilje til å rekruttere kvinner eller kvinners manglende vilje til å bli toppleder det skorter på, men betingelsene for å kunne bli sett, påta seg ansvar og møte utfordringer (Halrynjo,2015:101). VIP-diskursen jeg har forsket frem tilsier at det kun er snakk om at kvinner selv må finne løsninger. Kvinnelige toppledere er i langt større grad avhengige av et lappeteppe av egen innsats, og bakkemannskap gjennom besteforeldre, au pair, praktikant og andre (ibid.:117). Topplederkvinnene portrettert i boka benytter seg også i stor grad av slikt bakkemannskap. Dette kommer frem i portrettene og det femte rådet «Hjelp kan kjøpes og 90 prosent er nok». Hvis man ikke har tilgang til et slikt bakkemannskap, er forutsetningene for en karriere med barn spesielt vanskelig.

Forskning viser at kvinner og menns betingelser for å leve opp til premissene for ledelse i næringslivet ikke er likt fordelt, selv blant de i toppposisjoner i norsk næringsliv (ibid.:118). Vi har også sett at det å leve uten familie ikke ser ut til å være et alternativ, da det fortsatt forventes en viss 'kvinnelighet'. Der karriereråd tillegger kvinner hele ansvaret for å løse denne konflikten, burde det kanskje heller åpnes for forhandling av premissene for suksess. Halrynjo (2015:118) foreslår at politikere og virksomheter som ønsker kjønnsbalanse i toppledelse burde se på muligheter for å oppmuntre til en aktiv

rekrutteringspolitikk for å rekruttere kvinner på alle nivåer. Virksomheter bør vurdere hvordan forventningene om geografisk mobilitet, tid, fleksibilitet og synlighet praktiseres og kommuniseres. Det er også viktig at flere næringslivsfedre oppfordres til å ta en større del av ansvaret for egne barn og egen familie (ibid.). Det kan, ifølge Halrynjo, bidra til at den neste generasjonen av toppledere består av flere kvinner som har hatt mulighet til å satse på en linjekarriere også i småbarnsfasen. Her plasseres ikke lenger ansvaret hos kvinnene selv, i motsetning til næringslivsdiskursen som produseres ut fra selvhjelpsliknende karriereråd.

Avsluttende refleksjoner

I min oppgave har jeg ønsket å rette særskilt oppmerksomhet mot premisene for ledelse, med mulighet videre klatring til topposisjonene. Jeg spør i tittelen til denne oppgaven om det er verdt det? Det gjør jeg for å rette et kritisk blikk mot forutsetningen for og intensjonen til Sølhusvik med boka som er det empiriske materialet for prosjektet. Som vi har sett krever en klatrekarriere i næringslivet mye, uansett familiesituasjon og kjønn. Selv om jeg finner mye begeistring og motivasjon blant topplederkvinnene i boka for karrierene deres, har jeg prøvd å belyse at man også må betale en viss pris for å oppnå dem. Man må inngå kompromisser og gi avkall på andre verdifulle aspekter ved livet, og det kommer frem en viss negativitet ovenfor de som velger å prioritere noe annet fremfor «den spennende karrieren» i næringslivet. Jeg ønsker også å poengtere at selv om jeg belyser at næringslivet må forhandle om premisene for å kunne bli mer kjønnsbalansert, vil ikke det tilsi at den skal feminiseres. Premisene burde endres slik at den gir rom for at både menn og kvinner kan prioritere flere viktige, meningsfulle aspekter ved livet, og likevel være toppledere, det handler heller om etikk (Pullen og Vachhani, 2018). I diskusjonen om at næringslivet og samfunnet burde ha flere kvinner i toppledelse, er det ikke nødvendigvis slik at kvinner fyller et tomrom i næringslivet, og bidrar til noe annet i topposisjoner enn menn gjør i bakgrunn av sitt kjønn. Fra mitt ståsted handler det ikke om at kvinner skal bidra med noe kjønns spesifikt for samfunnet og næringslivet. Det handler om at kvinner burde ha like stor rett til deltakelse til maktposisjonene. På bakgrunn av dette oppfordrer jeg til en større grad av åpen kommunikasjon av feminisme i næringslivet, da det bygger på mer allmenne og generelle verdier i samfunnet om retten til deltakelse på disse arenaene.

Helt avslutningsvis vil jeg si at både analysene og kritikken jeg kommer med i denne oppgaven er basert på mine perspektiver og tolkning av karriererådene. Jeg mener allikevel denne oppgaven kan være et bidrag til å synliggjøre en næringslivsdiskurs som produseres gjennom selvhjelpsliknende karriereråd til kvinner. Selv om jeg gjennom min forskning kun diskuterer innholdet i forestillinger om næringslivet slik de kommer frem av karriereråd, viser min diskusjon at boka faktisk kan reflektere noen viktige forutsetninger for karriere. Dette ved å se på VIP-diskursen i lys av annen empirisk organisasjonsforskning. Det kan tyde på at næringslivsdiskursen jeg har forsket frem speiler trekk ved virkeligheten i næringslivet. Min oppfordring er å være mer kritisk til karriereråd, da selvhjelpssjangeren om kvinner og ledelse både er en populær salgsmetode som en ettervirkning av bestselgeren *Lean in* (2013), og rådene ser ut til å fortelle kvinner at de selv er problemet. Dette bidrar ikke nødvendigvis til endring av premisene som settes for ledelse i næringslivet, og det fraskriver virksomhetene og politikken ansvar fra å iverksette tiltak for endring av disse. Gjennom min forskning har

jeg fått mulighet til å si noe om hvilke forutsetninger som ligger implisitt i denne selvhjelpsboka. Jeg har vist hvordan næringslivets forutsetninger fortsetter å bestå, da blant annet gjennom hvordan boka jeg har analysert er skrevet, til tross for at kvinner kan kjempe seg til adgang.

Referanser

- Acker, J. (2006) Inequality Regimes. Gender, Class and Race in Organizations. *Gender & Society*. 20(4), 441-464
- Alsos, G.A, Bjørkhaug, H., Bolsø, A. og Ljunggren, E. (2015) Introduksjon – kjønn og norsk næringsliv. Alsos, G.A, Bjørkhaug, H., Bolsø, A. og Ljunggren, E. (Red.) *Kjønn og næringsliv i Norge* (s.15-27) Oslo: Cappelen Damm akademisk
- Alvesson, M. og Billing Y.D. (2009) *Understanding Gender and Organizations*. 2.utg London: SAGE Publications.
- Bacchi, C.L. (2009) *Analysing Policy: What's the problem represented to be?* Pearson Australia: French Forest NSW
- Barse, M. (2020, 9. mai). *Er kvinnelige statsledere flinkere til å håndtere koronakrisen?* Forskning.no. <https://forskning.no/helsepolitikk-kjonn-og-samfunn-ledelse-og-organisasjon/er-kvinnelige-statsledere-flinkere-til-a-handtere-koronakrisen/1680892>
- Bratberg, Ø. (2014). *Tekstanalyse for samfunnsvitere*. Oslo: Cappelen Damm akademisk.
- Bolsø, A., Svendsen, S.H.B. og Sørensen, S.Ø (2018) Transdisciplinary interventions A. Bolsø, S.H.B. Svendsen og S.Ø. Sørensen (Red.), *Bodies, symbols and organizational practise - the gendered dynamics of power* (s.1-9) BY: Routledge
- Clair, J.A og McCann C. (2016) Pulling a chair up to the table. Elliot, C., Stead, V., Mavin, S. og Williams, J. (Red.). *Gender, Media and organization: Challenging Mis(s)Representations of Women Leaders and Managers*, (s.63-76). Charlotte, NC: Information age publishing, inc
- Connell, R.W og Wood, J. (2005) Globalization and Business Masculinities. *Men and Masculinities*. 7(4), 347-364. <https://doi.org/10.1177%2F1097184X03260969>
- Colbjørnsen, T. (2017) "Onwards and Upwards" - *Kvinnens veier til topps i norsk næringsliv* (Spekter Rapport) Hentet fra https://spekter.no/Global/Rapporter/Kvinnens_veier_til_topps_i_norsk_n%c3%a6ringsliv_2017.pdf
- Dockweiler, M., Holter, Ø.G., og Snickare, L (2018) Making sense of downsizing: Exploring masculinities in the Norwegian oil industry. A. Bolsø, S.H.B. Svendsen og S.Ø. Sørensen (Red.), *Bodies, symbols and organizational practise - the gendered dynamics of power* (s.123-142). London og New York: Routledge
- Foucault, M. (1972) *The Archeology of Knowledge and the Discourse on Language*. London:Travistock
- Halrynjo, S, Teigen, M. og Nadim, M. (2015) Kvinner og Menn i Toppledelsen. Teigen, M. (Red.), *Virkninger av kjønnskvalitering i norsk næringsliv* (s.48-61) Oslo: Gyldendal akademisk
- Halrynjo, S. (2015) Kjønn, Topplederkarriere og familie. Teigen, M. (Red.), *Virkninger av kjønnskvalitering i norsk næringsliv* (s.97-118) Oslo: Gyldendal akademisk.

- Hammernes, L.M. (2019, 16.april) En annerledes selvhjelpsbok.
https://www.cappelendamm.no/_fordi-det-er-verdt-det-lilla-solhusvik-9788202590314
- Hattvang, M. (2019, 5.mars) *Hvorfor er det så få kvinnelige toppledere?* Boktips.no.
<https://www.boktips.no/dokumentar-og-samfunn/historie/hvorfor-er-det-sa-fa-kvinnelige-toppledere/>
- Jørgensen, M. W. og Phillips, L. (1999) Det diskursanalytiske felt. *Diskursanalyse som teori og metode*. (s.9-33) Frederiksberg: Roskilde universitetsforlag
- Kanter R. M. (1977). *Men and Women of the corporation*. New York: Basingstoke
- Kitterød, R.H., Teigen, M. og Halrynjo S. (2015) Flere kvinner på toppen? Teigen, M. (Red.), *Virkninger av kjønnskvalifisering i norsk næringsliv* (s.63-96) Oslo: Gyldendal akademisk
- Kjeldstadli, K. (2000) Å tolke tekster: kvalitative teknikker. *Fortida er ikke hva den engang var*. Oslo: Universitetsforlaget
- Kvalnes, Ø. (2012). *Etikk og samfunnsansvar*. Oslo: Universitetsforlaget.
- McRobbie, A. (2013). Feminism, the family and the new 'meditated' maternalism. *New formations: A Journal of Culture/Theory/Politics*, 80(80-81), 119-137.
 DOI:10.3898/NEWF.80/81.07.2013
- Nehring, D., Alvarado, E., Hendriks, E.C. og Kerrigan, D. (2016) *Transnational Popular Psychology and the Global Self-Help Industry-The Politics of Contemporary Social Change*. New York: Palgrave Mcmillan
- Pullen, A. og Vachhani, S.J. (2018) A leadership ethics of sexual difference? A. Bolsø, S.H.B. Svendsen og S.Ø. Sørensen (Red.), *Bodies, symbols and organizational practise - the gendered dynamics of power* (s.187-200) London og New York: Routledge
- Rottenberg, C. (2014). The Rise of Neoliberal Feminism. *Cultural Studies*, 28(3) 418-437.
<https://doi.org/10.1080/09502386.2013.857361>
- Sandberg, S. (2013) *Lean in. Women, Work and the Will To Lead*. New York: Alfred A. Knopf.
- Skjeie, H. og Teigen, M. (2003) *Menn imellom. Mannsdominans og likestillingspolitikk. Makt- og demokratiutredningen*. Oslo: Gyldendal Akademisk
- Snickare, L. og Holter, Ø.G. (2018) When working life becomes life: A study of investment banking. A. Bolsø, S.H.B. Svendsen og S.Ø. Sørensen (Red.), *Bodies, symbols and organizational practise - the gendered dynamics of power* (s.145-163). London og New York: Routledge
- Statistisk sentralbyrå. (2020) Styre og leing i aksjeselskap [Statistikk].
<https://www.ssb.no/styre>
- Sølhusvik (2019) *Fordi det er verdt det - kvinners vei mot toppen av næringslivet*. Oslo: Cappelen Damm
- Sørensen, S.Ø (2016) Karrierекvinne og mor: Et kulturanalytisk blikk på kombinasjonslivets balansekrav. Ravn, M.N, Kristensen, G.K, og Sørensen S.Ø (Red.) *Reproduksjon, kjønn og likestilling i dagens Norge* (s.49-62) Bergen: Fagbokforlaget

- Sørensen, S.Ø. (2018) Women to the rescue? Gender, power and idealism in the third sector. A. Bolsø, S.H.B. Svendsen og S.Ø. Sørensen (Red.), *Bodies, symbols and organizational practise - the gendered dynamics of power* (s.167-185) London og New York:Routledge
- Thagaard, T. (2005). *Følelser og fornuft*. Oslo: Abstrakt forlag.
- Thagaard, T. (2013). *Systematikk og innlevelse*. Oslo: Fagbokforlaget.
- Teigen, M. og Midtbøen, A.H (2015) Kunnskap om kjønnsbalanse. Teigen, M. (Red.), *Virkinger av kjønnskvoltering i norsk næringsliv* (s.27-44) Oslo: Gyldendal Akademisk
- Traaseth, A. K. (2019, 9.november). Kjære unge kvinne, hold hardt på lederambisjonene. *Aftenposten*. Hentet fra: <https://www.aftenposten.no/kultur/i/0nq0a0/anita-krohn-traaseth-kjaere-unge-kvinnehold-hardt-paa-lederambisjonene>
- Ullvang, I.E, og Zondag, M.H.W (2017). *BI-professor: - En myte at «glasstaket» hindrer kvinner fra å bli toppsjefer*. NRK. https://www.nrk.no/norge/bi-professor_-_en-myte-at-_glasstaket___-hindrer-kvinner-fra-a-bli-toppsjefer-1.13414456
- World economic forum (2020) *Mind the 100 year gap*. <https://www.weforum.org/reports/gender-gap-2020-report-100-years-pay-equality>

