

Genderové nerovnosti ve společném podnikání partnerů v České a Slovenské republice*

MARIE POSPÍŠILOVÁ¹, NANCY JURIK², ALENA KRÍŽKOVÁ¹, GRAY CAVENDER^{2**}

¹Sociologický ústav AV ČR, v. v. i., Praha

²School of Social Transformation, Arizona State University, USA

Gender Inequalities within Copreneurships in the Czech and Slovak Republics

Abstract: Research on women's entrepreneurship often fails to uncover the gendered way in which women's roles and responsibilities are portrayed and it neglects the connections between ideas about what roles women play in business and in the family and the social context in which these ideas are embedded. This article focuses on the gender inequalities that are reflected in the construction of men's and women's roles and responsibilities in copreneurships (romantic couples in business together) and how those constructions are embedded in societal and the family context. By drawing on qualitative in-depth interviews with copreneurs in Czechia and Slovakia and interviewing each partner separately we are able to analyse how roles are constructed and the justifications given for them as well as identifying how the partners' constructions of these roles clash. We show how gender inequalities are created and presented as logical and self-evident. By studying copreneurial couples we can examine both their professional and private lives and reveal whether they interact in conflicting or complementary ways. The main contribution of the research is that it provides insight into the seemingly gender-neutral constructions of copreneurial roles, and it employs a methodological approach that has the capacity to identify differences and similarities in copreneurs' viewpoints. The article highlights the ways in which copreneur constructions reflect the unique contexts of Czechia and Slovakia, a region that to now has been largely unexplored.

Keywords: copreneurship, gender, context, post-socialism, entrepreneurship
Sociologický časopis / Czech Sociological Review, 2020, Vol. 56, No. 5: 571–598
<https://doi.org/10.13060/csr.2020.041>

* Tento článek byl napsán s podporou projektu DAISIE (Dynamics of Accumulated Inequality for Seniors in Employment) (č. 462-16-110) – NORFACE DIAL programme.

** Veškerou korespondenci posílejte na adresu: PhDr. Marie Pospíšilová, Ph.D., Sociologický ústav AV ČR, v. v. i., Jilská 1, 110 00 Praha 1, e-mail: marie.pospisilova@soc.cas.cz.

Výzkum týkající se podnikání se až do osmdesátých let 20. století zaměřoval téměř výhradně na muže i proto, že ženy byly v podnikání zastoupeny v mnohem menší míře. Později byly do výzkumu zahrnovány sice i ženy, ale zejména ty ve vrcholových pozicích ve velkých firmách [Marlow 2014]. Využívána byla především kvantitativní metodologie a gender byl proměnnou, což ve svém důsledku zdůrazňovalo rozdíly mezi muži a ženami [Ahl 2004]. Nástroje, kterými bylo zkoumáno podnikání, byly vyvinuty a testovány pouze na podnikání mužů [Brush, de Bruin, Welter 2009]. Takový přístup přehlíží vliv genderu, třídy a etnicity a druhořadou pozici žen konstruuje a reprodukuje v důsledku zdánlivé genderové neutrality diskurzu výzkumu a podnikání [Ahl 2006; Ogbor 2000]. Podnikání a podnikajícím osobám jsou přisuzovány charakteristiky, jako je nezávislost, orientace na zisk, schopnost riskovat apod., jež jsou v naší společnosti spojovány stereotypně s maskulinitou; muži jsou „normou“ úspěšného podnikání. Hodnocena je velikost podniků, orientace na růst a zisk apod., kdy podniky vedené muži dosahují lepších výsledků. To je označováno za „problém ženského podnikání“ a hledají se strategie, jak ho vyřešit [Marlow 2014]. Koncept podnikatelské aktivity je tak genderovaný a podporuje hierarchizaci hodnocení, kdy maskulinní je upřednostňováno před femininním [Ogbor 2000]. Ženy jsou neustále srovnávány s maskulinním ideálem, a pokud chtějí v podnikání uspět, musí se maskulinnímu vzoru alespoň přiblížit [Ahl 2006]. Jestliže ovšem nechťejí být diskreditovány jako ženy, musejí dostát i očekáváním z hlediska své feminity. Pokud ženy v podnikání a v soukromém životě nesplní daná očekávání, je to chápáno jako jejich individuální selhání. Přehlíží se vliv kontextu, ve kterém se podnikání odehrává, resp. podmínek podnikání, podmínek kombinování pracovních a rodinných zodpovědností a obecně vliv genderové struktury společnosti na příležitost žen a mužů podnikat a v podnikání uspět [Ahl, Marlow 2012]. V současné době probíhá diskuse mezi výzkumníky a výzkumnicemi zabývajícími se otázkami genderových nerovností a rolí žen v podnikání, která na takový dosavadní výzkum podnikání nahlíží kriticky [Ahl 2006; Hughes et al. 2012; Jennings, Brush 2013; Marlow, McAdam 2013].

V návaznosti na kritiku výzkumu podnikání v tomto článku zkoumáme kvalitativními metodami genderové nerovnosti v podnikání. Zajímají nás mechanismy konstrukce rolí v podnikání mezi spolupodnikajícími partnery,¹ jejich genderovanost a zakotvenost v kontextu. Podnikatelskou sféru chápeme jako úzce propojenou s oblastí domácí, jejíž role bývala ve výzkumu podnikání často opomíjena, zejména její vliv na podnikání mužů [Ahl 2006: 605; Jurik et al. 2019].

Hledáme odpovědi na následující výzkumné otázky:

1. Jakým způsobem spolupodnikající partneři konstruují své role v podnikání? Jaké argumenty používají pro jejich klasifikaci jako primárních, sekundárních a rovnocenných?

¹ Jedná se o partnery, kteří jak ve společném podnikání, tak i v životě sdílejí pracovní a osobní vztahy [Fitzgerald, Muske 2002].

2. *Liší se nějakým způsobem tyto konstrukce mezi partnery? Jakou roli v případných odlišnostech hraje gender?*
3. *Jak jsou tyto konstrukce a diskrepance zakotvené v institucionálním a rodinném kontextu?*

Výzkum genderových nerovností v podnikatelských párech v ČR a SR je důležitý z několika hledisek. Věnuje se dosud málo zkoumaným zkušenostem spolupodnikajících partnerů v postsocialistických státech střední Evropy s důrazem na kontextuální zakotvenost konstrukce podnikatelských rolí. Zároveň upozorňuje na zdánlivou genderovou neutralitu argumentů ospravedlňujících podnikatelské role a zakotvenost konstrukce rolí v rodinném prostředí. Poukazuje na to, jak je feminita (a maskulinita) v maskulinní oblasti podnikání vytvářena („dělána“) [West, Zimmerman 1987], a přidává dosud málo zkoumanou perspektivu její proměny v průběhu životní dráhy. Metodologicky je inspirativní v tom, že přináší oddělené pohledy partnerů v rámci páru a umožňuje tak sledovat podobnosti i odlišnosti v konstrukci rolí. Tento výzkum rozkrývá samozřejmost chápání rolí v podnikání. Konstrukce podnikatelských rolí jsou zde analyzovány z kvalitativního hlediska jako proměnlivé na základě institucionálního prostředí a rodinných faktorů, a to jak v případě mužů, tak žen. Práce ukazuje limity individualistického pohledu na podnikání a zkoumání podnikatelské (nejen párové) aktivity.

Teoretická část článku nejprve ukazuje specifika ČR a SR jako postsocialistických států střední Evropy vzhledem k podnikání a genderovým nerovnostem. Následně je představen teoretický přístup využitý v článku – sociální konstruktivismus, přístup k podnikání jako k aktivitě zakotvené v kontextu a koncept kulturních repertoárů, které jsou základem analytického rámce. Článek dále upozorňuje na význam zkoumaného tématu v ČR a SR vzhledem k dosavadní málo rozvinuté teoretické debatě v této oblasti.

Kontext výzkumu genderových nerovností v podnikatelských párech v ČR a SR

Výzkum se zaměřuje na ČR a SR jako dva postsocialistické státy střední Evropy, které mají společné charakteristiky, dané zejména společnou minulostí – vlivem stejných institucí a politik, které ovlivňují i současné vztahy mezi muži a ženami (nejen v podnikání). Institucionální prostředí – formální (legislativa, daňová a sociální politika) i neformální (genderové kulturní normy, postoje a jednání) – ovlivňuje podnikání v páru a rozdělování a chápání rolí v něm [Dlouhá, Jurik, Křížková 2014]. Všimáme si společných specifik těchto zemí, čímž rozšiřujeme dosavadní sociologický výzkum podnikání, který se doposud zaměřoval spíše na země západního rozvinutého světa [Aidis et al. 2007]. Díky teoreticky podloženému komplexnímu přístupu zachycujeme specifičnost postsocialistického prostředí, díky historické návaznosti na společné utváření institucí v ČR a SR ukazujeme význam společného zkoumání těchto dvou států.

V postsocialistických státech střední a východní Evropy došlo s přechodem na tržní ekonomiku ke změně diskurzu – od socialistického prosazování egalitarismu a sociální spravedlnosti k liberálnímu diskurzu individuální svobody a ekonomických příležitostí, odpovídajícím tradičním konotacím spojovaným s podnikáním [Einhorn 2005]. Egalitarismus se v Československu projevoval tlakem na plnou zaměstnanost, což vedlo i k vysoké zaměstnanosti žen oproti západním státům. Rovnost žen a mužů ale byla jen zdánlivá, ženy byly zatíženy tzv. dvojným břemenem domácích a pracovních povinností [Čermáková 1995]. V západních státech docházelo od šedesátých let 20. století spolu s dosahováním genderové rovnosti na trhu práce k vyrovnanějšímu zapojení žen a mužů v oblasti domácí a v péči a k opatřením pro usnadnění kombinace placené práce a péče (dostupnost zkrácených a flexibilních úvazků a zařízení péče o děti od velmi nízkého věku, podpora využívání rodičovské muží apod.) [Newell, Reilly 2001]. V ČR a SR byl vývoj jiný a to je také důvod, proč společné podnikání partnerů zkoumat právě v těchto kontextech. V průběhu transformace byl mobilizován diskurz návratu žen k jejich „přirozeným rolím“ v domácnosti. Tento trend navazoval na odmítání socialistických hodnot egalitarismu, kdy nucená emancipace žen skrze pracovní oblast byla chápána jako cesta ke „špatnému mateřství“. Rodičovská byla po roce 1989 prodlužována až na současné tři roky² a byly významně omezeny možnosti využít služeb péče o děti, zejména do tří let věku [Hašková, Saxonberg 2016]. Přitom otcové nejsou nijak motivováni k tomu, aby se významněji podíleli na péči o děti. Tato opatření spolu s nízkou podporou flexibilních a zkrácených úvazků [Vohlídalová, Formánková 2012] a diskriminací na trhu práce³ prakticky nutí ženy přerušit pracovní dráhu s každým dítětem minimálně na tři roky a činí z nich pro zaměstnavatele neperspektivní a spíše sekundární pracovní sílu. Podnikání je pak pro ženy s malými dětmi a po rodičovské dovolené jednou z mála možností, jak získat pracovní místo. Společné podnikání s partnerem je variantou, která představuje možnost, jak propojit péči o malé děti a podnikání.

Dvojitá břemeno žen v ČR a SR přetrvává i v současnosti.⁴ Vliv na genderové role, normy a hodnoty v SR může mít náboženství, konkrétně silné zastoupení obyvatel římskokatolického vyznání [ISSP 2008]. Tradiční představy o rozdělení rolí jsou podporovány i nastavením sociálního systému v ČR a SR, které zvýhodňuje rodinný model muže živitele a ženy pečovatelky. V oblasti podnikání pod-

² V ČR i SR panuje silné přesvědčení, že tato délka je ideální [ISSP 2012]: Odpověď na otázku *Jak dlouhá by měla být placená mateřská/rodičovská dovolená celkem?* (průměr odpovědí v měsících): ČR 36,4; SR 36,8, EU 17,3.

³ K diskriminaci na trhu práce dochází zejména na základě pohlaví, mateřství, věku apod. [Bahna et al. 2006; Hašková, Křížková, Pospíšilová 2018].

⁴ V obou státech převažuje názor, že *Do rodinného rozpočtu by měli přispívat muž i žena*: ČR 87,8 %, SR 81,4 %, EU 78,6 %, ale zároveň je zde dlouhodobě silný souhlas s výrokem *Muž má vydělávat peníze a žena se má starat o domácnost a o rodinu*: ČR 47,3 %, SR 54,1 %, EU 26,3 % [ISSP 2012].

poruje neformální zapojení žen do podnikání, zejména v době, kdy jsou na a po rodičovské, a to buď skrze daňový odpočet na ekonomicky neaktivní manželku (v ČR i SR), anebo v důsledku nutnosti přerušit podnikání v době pobírání peněžitě pomoci v mateřství (ČR). Podnikající tak nemohou vždy využívat sociálně-politická opatření, která jsou primárně nastavena pro zaměstnané ženy [Dlouhá, Jurik, Křížková 2014].

Podnikání žen je v postsocialistickém kontextu rámováno buď jako nutnost, jak získat pracovní uplatnění, nebo jako prostředek k emancipaci žen, které se díky němu mohou vymanit z tradičních rolí [Welter, Smallbone 2010]. Díky silné roli žen v domácnosti v postsocialistických zemích na druhou stranu bývá podnikání žen vnímáno negativně, jako neslučitelné s rolí rodinnou [Ruminska-Zimny 2002].

Postsocialistické státy byly po přechodu na tržní ekonomiku typické nedostatkem podnikatelských znalostí a zkušeností oproti západním státům, nedostatky však měly genderový rozměr, kdy muži měli větší zkušenosti z vedoucích a manažerských pozic, získané již v období státního socialismu [Wagnerová 2017]. Rozdíly stále přetrvávají. V ČR je nízký podíl žen mezi etablovanými podnikajícími⁵ [GEM 2011]. Vysvětlení můžeme hledat v přetrvávajícím dvojím břemenu žen a nerovnostech na trhu práce, kdy ženy nejsou vnímány jako ty, které by se měly pouštět do risku samostatného podnikání, a podle toho jsou také socializovány. Ženy neodpovídají ideálu podnikatele a často také nedisponují sociálním a finančním kapitálem nutným pro podnikání ani kredibilitou dostatečnou pro poskytnutí podnikatelských půjček [McCracken et al. 2015]. Ženy v ČR i SR vnímají podmínky pro zahájení podnikání jako dobré méně často než muži⁶ a jsou méně přesvědčené o tom, že mají dostatečné dovednosti, znalosti a zkušenosti potřebné pro zahájení nového podnikání.⁷ Rozdíl mezi muži a ženami v hodnocení vlastních schopností pro zahájení podnikání je v ČR a SR vyšší než v průměru EU.⁸ Také strach z neúspěchu, jako důvod bránící v podnikání, mají v obou státech ženy značně vyšší než muži.⁹ Ženy navíc o něco častěji vnímají svoje podnikání jako motivované nutností¹⁰ [GEM 2011], což souvisí s nerovnostmi na trhu práce a nižší dostupností zaměstnanecké pozice pro ženy z důvodu ať již potenciálního nebo aktuálního mateřství.

⁵ Procento populace 18–64 let, která v současné době vlastní a řídí etablované podnikání (firmu, která funguje více než 42 měsíců): Ž: ČR 21 %, SR 29 %.

⁶ Podmínky pro zahájení podnikání vnímají jako dobré: ČR Ž 19,6 %, M 28,1 %; SR Ž 22,5 %, M 23,6 %; EU Ž 29,1 %, M 34,5 %.

⁷ ČR M 48,4 %, Ž 29,9 %; SR M 62,6 %, Ž 43,2 %; EU M 52,4 %, Ž 49,7 %.

⁸ ČR 18,5 %, SR 19,4 %, EU 2,7 %.

⁹ ČR Ž 45,6 %, M 34,2 %; SR Ž 51,4 %, M 38,1 %; EU Ž 49,7 %, M 40,6 %.

¹⁰ Procento podnikajících z nutnosti: ČR Ž 28,6 %, M 27,8 %; SR Ž 34,6 %, M 25,0 %; EU Ž 26,5 %, M 23,5 %.

Gender, sociální konstruktivismus, zakotvenost podnikání a kulturní repertoáry

Zaměřujeme se na to, jakým způsobem podnikající konstruují svoje role v podnikání a jakou roli v „dělání podnikání“, resp. v této konstrukci hraje gender. Odkazujeme zde na koncept „dělání“ genderu v každodenní interakci a na podnikatelské a genderové role nahlížíme jako na sociálně konstruované identity [West, Zimmerman 1987], které se neustále vytvářejí a mění [Jurik et al. 2019]. Genderové a podnikatelské identity se vzájemně prolínají, obohacují nebo jsou spolu v konfliktu [Down, Warren 2008]. Chápání podnikatelských a genderových rolí je zakotveno v kultuře a ovlivňováno společenskými očekáváními [Deacon, Harris, Worth 2014]. Při zkoumání podnikání, které se pojí s maskulinními konotacemi [Ahl 2006], hledáme i vazbu k oblasti domácí, která se pojí s konotacemi femininními [Chasserio, Pailot, Poroli 2014]. Ženy a muži se neustále podílejí na procesu (re)produkce tohoto systému, založeného jednak na rozdílu/opozici ženského a mužského a jednak na hierarchii a moci, kdy mužské dominuje nad ženským [Talbot 2010: 8]. To, co je považováno za „typicky ženské“ či „typicky mužské“, se liší dle sociokulturního a časového kontextu a význam se mění i pro stejného jednotlivce v různých kontextech [Ahl 2002: 22]. V našem výzkumu se zaměřujeme na formální (legislativu, politiky či další regulace) i neformální instituce (normy a hodnoty ovlivňující cestu jedinců k podnikání a podnikání samotné [Welter et al. 2003]) a též postavení v domácnosti. Proto pro analýzu využíváme teoretického rámce tzv. kulturních repertoárů. Ty pomáhají zachytit symbolické významy (zejména maskulinní a femininní konotace) spojené s pracovní (a domácí) sférou, které jsou ukotvené v kultuře, nejsou univerzální. Kultura, resp. kulturní repertoáry jsou v tomto pohledu pojímány jako disponibilní „soubor nástrojů“ [Lamont 1992], tj. rituálů, symbolů, zvyků, příběhů, pohledů na svět a stylů jednání, které je možné použít v různých konfiguracích na řešení rozličných typů problémů [Swidler 1986]. Jednotlivci si z nich vybírají podle situace a podle toho, které z nich mají k dispozici, a ve svém jednání je následně mobilizují na diskurzivní i interakční úrovni. V tomto článku se zaměřujeme na to, jak podnikající konstruují svoje a partnerovy či partnerčiny role pomocí kulturních repertoárů.

Výzkum společného podnikání partnerů se zaměřením na gender v ČR a SR

Společnému podnikání partnerů zatím nebyl v ČR ani SR věnován dostatek výzkumné pozornosti a jde i na světové úrovni o výzkum poměrně nový [de Bruin 2006]. Dosavadní výzkum mnohdy zahrnoval pouze manželské páry a partnery oficiálně zaangažované v podnikání [Fitzgerald, Muske 2002]. Tento přístup však opomíjí neformální role (zejména žen) v podnikání [Lewis, Massey 2011]. V ČR a SR se výzkum dosud věnoval převážně ekonomickým aspektům podnikání. Zkoumání genderových nerovností a párového podnikání je zatím v počátcích [Jurik et al. 2019]. Většinou se výzkum zaměřený na gender nevěnuje spolupod-

nikajícím partnerům, ale pouze roli žen v podnikání. Na Slovensku je role žen v podnikání zkoumána zejména kvantitativně [viz např. Pilková et al. 2015], v ČR se objevují i kvalitativní výzkumy. Výzkum v ČR se však zaměřuje zejména na ženy ve vrcholových a formálních pozicích [viz např. Kolouchová, Machek 2016] a pouze výjimečně reflektuje genderové nerovnosti (viz kvalitativní [Rampulová, Rašticová, Kolářová 2016; Rašticová, Bédiová 2016] i kvantitativní studie [Spáčilová et al. 2003]). Ve výzkumu společného podnikání partnerů v ČR [viz např. Machek, Kolouchová, Hnilica 2016] převažují kvantitativní studie zaměřené na ekonomické otázky. Studie výjimečně reflektují genderové nerovnosti ve společném podnikání partnerů, vliv domácí sféry na oblast podnikání a vliv institucionálního prostředí [Dlouhá, Jurik, Křížková 2014]. V ČR a SR doposud chybí studie, které by zkoumaly vliv rodiny na podnikání mužů a neoficiální role (častěji) žen v podnikání.

Metodologie

V návaznosti na kritiku metodologického uchopení tématu podnikání, zmíněnou výše, a ve snaze zachytit konstrukce a ospravedlnování rolí a jejich kontextuální zakotvenost byly jako metoda sběru dat zvoleny hloubkové kvalitativní rozhovory. Zkoumanou skupinou byli spolupodnikající partneři v mikro a malém podnikání, jejichž míra zaangażovanosti ve společném podnikání byla různá. Kritériem výběru bylo to, že se sami považovali za spolupodnikající a zároveň životní partnery, tj. chápali podnikání jako jednu ze svých rolí (výzkum se zaměřoval právě na konstrukci této role). Jejich oficiální role v podnikání nebyly důležité (zkoumání byli i ti v neformálních a neplacených rolích) stejně jako to, jestli jsou manželé, nebo ne. Rozhovory s oběma partnery probíhaly odděleně. Vyjednávání rolí a zodpovědností probíhá v interakci v páru a dochází k neustálé konfrontaci mezi partnery i s vnějším institucionálním a normativním kulturním kontextem, který je genderovaný. Oddělené rozhovory umožňují zachovat tuto kontextualizaci výpovědí a umožňují dát rovnocenný prostor pro interpretaci a vyjádření vlastního hlediska oběma partnerům. Lze totiž předpokládat, že při společném rozhovoru by více prostoru pro interpretaci měl ten z páru, který by byl v rozhovoru dominantnější [Taylor, de Vocht 2016], častěji spíše ten v oficiální roli. Oddělené rozhovory pomohly ukázat různé chápání rolí partnery, čemuž je věnována část analýzy.

Využit byl výběr maximální variace případů [Neergaard 2007: 262]. Vzhledem k cílům práce byly vybrány podniky, kde je primární pozice přisuzována ženě, kde muži a kde je rozdělení chápáno jako rovnoměrné. Důležité bylo vlastní chápání významu rolí, nezávisle na formálním ukotvení. Vybírány byly podniky ze sektorů, které nebyly maskulinizované nebo feminizované. Voleny byly podniky menšího charakteru (do 20 zaměstnaných), které ovšem měly alespoň jednoho zaměstnance či zaměstnankyni. Proto byl výběr prováděn několika způsoby – přes známé, podnikatelské kluby a organizace na podporu podnikání a přes internet.

Tabulka 1. Seznam komunikačních partnerů a partnerek – první část

Č.	Pseudonymy	Věková skupina	Nejvyšší dokončené vzdělání	Počet dětí	Věk dětí	Počet zaměstnaných	Typ podnikání	Region
1	Krištof Katarína	18–34 let	VŠ	1	0–5 let	< 10	prodej	vesnický
2	Lubica	51 a více let	VŠ	2	obě starší 26 let	10–20	služby	městský
3	Paulína Pavol	18–34 let	VŠ	1	0–5 let	< 10	prodej	městský
4	Zdenko Zlatica	18–34 let	VŠ	1	0–5 let	< 10	prodej	vesnický
5	Vratko Viera	51 a více let	SŠ	3	dvě 19–26 let, jedno starší 26 let	< 10	služby	městský
6	Danica Dušan	51 a více let	VŠ	2	19–26 let a starší 26 let	< 10	prodej	městský
7	Antónia Andrej	35–50 let	VŠ	2	6–18 let a 19–26 let	< 10	služby/prodej	vesnický
8	Ivo Ivica	51 a více let	VŠ	3	jedno 6–18 let, dvě 19–26 let	< 10	prodej	městský
9	Belo Bea	18–34 let	VŠ	0	–	< 10	služby/prodej	městský
10	Matúš Mária	51 a více let	SŠ	3	všechny 19–26 let	10–20	služby	městský
11	Eda Ester	18–34 let	VŠ SŠ	0	–	< 10	prodej	městský

Tabulka 1. Seznam komunikačních partnerů a partnerek – druhá část

Č.	Pseudonymy	Věková skupina	Nejvyšší dokončené vzdělání	Počet dětí	Věk dětí	Počet zaměstnaných	Typ podnikání	Region
12	Kristýna Karel	51 a více let	VŠ	4	jedno 6–18 let, tři 19–26 let	< 10	prodej	městský
13	Adam Alice	35–50 let	SŠ	2	19–26 let a starší 26 let	< 10	prodej	vesnický
14	Prokop Patricie	35–50 let	SŠ VŠ	4	dvě 0–5 let, jedno 6–18 let a jedno 19–26 let	10–20	prodej	městský
15	Ota Olga	51 a více let	VŠ SŠ	2	19–26 let a starší 26 let	10–20	služby	městský
16	Dora David	35–50 let	VŠ SŠ	1	19–26 let	10–20	prodej	městský
17	Vanda Viktor	35–50 let	SŠ VŠ	2	obě 6–18 let	10–20	služby	městský
18	Marta Michal	35–50 let	VŠ SŠ	2	6–18 let a 19–26 let	10–20	prodej	městský
19	Johana Jakub	18–34 let	VŠ	1	0–5 let	10–20	prodej	vesnický
20	Zina Zdenek	35–50 let	VŠ	3	jedno 0–5 let a dvě 6–18 let	10–20	služby/prodej	vesnický
21	Lada Libor	51 a více let	SŠ VŠ	2	obě starší 26 let	10–20	prodej	městský

Poznámka: Z hlediska anonymizace jsou údaje uvedeny v kategoriích. Kategorie věku jsou vytvořeny tak, aby do nich spadali oba partneři a aby známí podnikajících nemohli jednoduše identifikovat podnikatelský pár. Věk dětí je rozdělen na děti předškolní, nezletilé, děti ve věku 19–26 let (26 let je nejvyšší hranice, kdy platí vyživovací povinnost na děti) a děti starší.

Celkem byly provedeny rozhovory s 10 heterosexuálními páry na Slovensku (v jednom páru proběhl pouze jeden rozhovor) a 11 páry v ČR (viz Tabulku 1) výzkumnici-ženou. Konstrukce podnikatelských rolí tak byla vytvářena i ve vztahu k výzkumnici (ženě). Základem scénáře rozhovoru bylo to, jak podnikající vidí svoji roli a roli partnerovu či partnerčinu v podnikání a domácnosti, ponechán byl prostor na představení fungování podniku a pracovní dráhy vedoucí k podnikání. Rozhovory trvaly 45–90 minut a probíhaly mezi roky 2012 a 2014. Byly zachyceny na diktafon, přepsány v anonymizované podobě a analyzovány v programu Atlas.ti.

Analýza

Téma výzkumu – zkoumání konstrukce rolí v podnikání a jejich ospravedlňování – je explorativní a z toho důvodu byl pro analýzu zvolen sociálně konstruktivistický přístup k zakotvené teorii [Charmaz 2006]. Ten klade důraz na roli zkoumajících ve vytváření dané teorie – teorie není „objevována“, ale spolukonstruována zkoumajícími.

Pro analýzu byly využity analytické kroky navržené Gioioui, Corleyem a Hamilton [2012]. Jedná se o přístup provádění zakotvené teorie Strausse a Corbin [1998], který systematizuje postupné kroky a způsoby analýzy dat. V první fázi tohoto přístupu dochází k otevřenému kódování a vytváření velkého množství kategorií, které se v datech hledají v návaznosti na teorii a položené otázky. V rozhovorech byly vyhledávány pasáže, kde se hovořilo o tom, kdo zastává

Tabulka 2. Koncepty, témata a agregované dimenze – příklady z analýzy

	Koncepty prvního řádu (příklady)	Témata – druhý řád (příklady kódů)	Agregované dimenze
Konstrukce podnikatelských rolí	Delegují tu práci v podnikání, na kterou je expert/ka někdo jiný.	externí experti/ky	rovnocenné role
	Mají sice určitou specializaci, ale vzájemně si radí, pomáhají a respektují se.	partner/ka, spolupodílení se	
Zdůvodňování podnikatelských rolí	Vstup do podnikání, protože to umožňuje seberealizaci.	seberealizace	individualistický repertoár
	V podnikání ho či ji nikdo nenutí dělat věci, které nechce.	dělá, co chce	

v podnikání jakou roli a také co je důvodem této podoby rolí. V druhém kroku jsme tyto kódy srovnávali a hledali mezi nimi podobnosti a odlišnosti. Vznikly koncepty první úrovně analýzy (30–50 u každé oblasti). V dalším kroku byla hledána struktura na základě vztahů mezi těmito kódy [viz Gioia, Corley, Hamilton 2012: 20] – témata druhé úrovně analýzy. V dalším kroku byly sestaveny agregované dimenze témat z druhé úrovně – podoby konstrukce podnikatelských rolí a způsobů ospravedlňování rolí skrze kulturní repertoáry. Takto byla zachycena konstrukce primárních, sekundárních a rovnocenných rolí v podnikání a sedm kulturních repertoárů. Příklady jsou uvedeny v Tabulce 2.

Analytická část nejprve ukáže, jaké argumenty (kulturní repertoáry) byly užívány pro ospravedlňování rolí v podnikání. V druhé části analýzy jsme se soustředili na vztahy mezi kategoriemi a poukážeme tak na místa, kdy docházelo k různému vnímání rolí (mezi partnery, v průběhu času a rozdíly v chápání stejných rolí a stejné chápání rolí různých). Zároveň ukážeme, jak se skrze kulturní repertoáry argumentovaly (a ospravedlňovaly) tyto diskrepance.

Kulturní repertoáry ospravedlňující role v podnikání

Výsledky analýzy ukazují mechanismy, na základě kterých se ospravedlňují role (vlastní i partnerovy) v podnikání a jsou považovány za „spravedlivé“, „logické“ a „samozřejmé“. Analýza poukazuje na udržování genderových nerovností skrze tyto argumenty. Repertoáry nebyly využívány výlučně – ve vyprávění podnikajících se vzájemně doplňovaly, prolínaly a také bylo využíváno více repertoárů zároveň.

Funkční repertoár

Manžel je jednatel. Takže já nemůžu vlastně nic. On může všechno (smích).
(Patricie, # 14 ČR)

Funkční repertoár ospravedlňoval role v podnikání argumentem oficiálních funkcí v podnikání. Oficiální role byla spíše zdrojem uznání, a tak tento repertoár pomáhal ospravedlňovat nižší symbolickou hodnotu neoficiálních rolí v podnikání, které častěji zastávají ženy [podobně viz Lewis, Massey 2011]. Zároveň však byla oficiální role (častější pro muže) argumentem pro větší zodpovědnost za oblast podnikání a v důsledku i za finanční fungování rodiny, protože tyto dvě oblasti byly mnohdy úzce spojené.

Funkční repertoár byl užíván i v případě, kdy měli oba partneři oficiální funkce. Jejich role se odvozovala od významu zastávané funkce. Přestože se tento argument zdá jako genderově neutrální, na jeho základě zastupovali manažerské a jednatelské pozice zejména muži, a to i v případech, kdy podnikání založily ženy a více rozuměly předmětu podnikání. Tak tomu bylo u Patricie (viz citace

výše), která založila podnikání postavené na její řemeslné dovednosti. Manžel se do podnikání postupně připojil, převzal řízení firmy a stal se výhradním jednatelem. Patricie se díky jeho oficiální funkci vnímala jako zbavená jakýchkoliv pravomocí. Přebírání významnějších rolí v podnikání muži a kladení většího důrazu na ně spojujeme s genderovou segregací trhu práce v ČR a SR [Bettio, Verashchagina 2009], kde muži převažují v řídicích pozicích. Zároveň kladení důrazu na formální manažerské role oproti tomu, když partnerka rozuměla předmětu podnikání, dáváme do souvislosti s hodnotami dominantně spojovanými s podnikáním, jako je důraz na zisk, úspěch apod. [Ahl 2006].

Individualistický repertoár

Věnuji se stoprocentně podnikání. Dítěti, manželce a podnikání. Co se týče domu – chci, aby to dělala radši sama, abych vůbec nemusel s někým komunikovat a absolutně se oprostil od chodu domácnosti. (Jakub, #19 ČR)

Manžel to má v pohodě. Ráno jde do práce, přijde v osm večer a doma není. Ale já místo abych si chvíli lehla a čuměla, tak ještě mám batoh na zádech a už dávám nudle na sporák, už krájím cibuli, už se to vaří, sundávám batoh, jdu do koupelny, umyji záchod, rychle, prádlo složit. Prostě je to fakt hrozný. (Olga, #15 ČR)

Individualistický repertoár byl postaven na tradiční představě podnikajícího, asociované s vlastnostmi, jako je nezávislý, orientovaný na zisk a moc [Ahl 2006]. Podnikající zdůvodňovali svoje postavení v podnikání a mnohdy i začátek podnikání jako motivované finančním ziskem, úspěchem, svojí vůlí, snahou o seberealizaci, potřebou smysluplnosti práce apod. Tyto argumenty používali jak muži, tak ženy. Výše citovaný Jakub mluvil o podnikání jako o místě, kde je pánem svého času, mluvil o radosti z úspěchu a finančních benefitech, díky kterým si může plnit sny. Olga byla také spokojená s úspěchem svého podnikání, měla radost z vydělaných peněz a ze ziskovosti firmy. Individualistický repertoár ale u žen neznamenal soustředění se pouze na podnikatelskou sféru, zůstávala jim zodpovědnost za oblast domácí, tzv. dvojí břemeno podnikatelských a rodinných povinností [de Bruin, Brush, Welter 2006]. Přestože popisování pracovní oblasti se u Olgy a Jakuba příliš nelišilo, v oblasti domácí měli odlišnou pozici, jak ukazují úvodní citace. Jakub se věnoval pouze podnikání a domácnost zajišťovala plně manželka, Olga kromě hlavní role v podnikání ještě musela prakticky sama zvládat domácnost.

Některé páry byly výjimkou a na domácnosti participovaly rovnocenně. Vandě a Viktorovi (#17 ČR) to usnadňoval fakt, že měli dostatek finančních prostředků na zaplacení externí pomoci na činnosti v domácnosti, které ani jeden z nich nechtěl dělat. Dalšími výjimkami byly bezdětné páry (Eda a Ester – #11 ČR – a Belo a Bea – #9 SR), které se pracím v domácnosti příliš nevěnovaly. Důraz, který ženy kladly na svoje zapojení v domácí sféře, vysvětlujeme tím, že se obávaly, že vlastnosti typicky spojované s podnikáním (maskulinní) se neslučují

s jejich feminitou [Chaloupková 2007] – mnohdy hovořily o tom, že kdyby domácnost nezvládaly, považovaly by to za svoje selhání (selhání v roli „správné“ ženy, matky a manželky). Muži naopak neparticipací v domácí sféře potvrzovali svoji maskulinitu [Brines 1994].

Kolektivní repertoár

Naozaj je to vyslovene rodinný spôsob, že každý musí priložiť ruku k dielu.
(Bea, #9 SR)

Kolektivní repertoár byl postaven na představě rodiny a podnikání jako celku – jedná se o společné podnikání, tudíž na něm – dle tohoto argumentu – musí všichni participovat. Role ovšem byly v některých případech pouze zdánlivě rovnocenné. Přes společné zapojení do podnikání zůstávalo (podobně jako u argumentace individualistickým repertoárem) ve většině případů tradiční rozdělení rolí v oblasti domácí. Citovaná Bea byla jediná, která se plně věnovala společnému podnikání, ostatní členové domácnosti (manžel, matka a otec) měli ještě vedlejší zaměstnání. Do domácích prací byli zapojováni všichni kromě manžela, jehož role byla vnímána jako živitelská. Přestože rodiče byli také přes týden v klasickém zaměstnání a Bea věnovala srovnatelně času společnému podnikání, na domácích pracích museli dle argumentu kolektivního repertoáru participovat všichni kromě manžela.

Ženy byly díky kolektivnímu argumentu zapojovány do podnikání, protože byly vnímány jako samozřejmá pomoc zejména během mateřské a rodičovské dovolené, muži byli takto zapojováni i v případě, kdy měli jiné zaměstnání na plný úvazek (to bylo i v případě manžela Bey). V některých případech byli jak muži, tak ženy zapojování nedobrovolně a neoficiálně. Dlouhá mateřská a rodičovská dovolená v ČR a SR vytváří prostor pro (zejména) ženy jako snadno dostupnou „pomoc“ v rodinném podnikání.

Repertoár kompetencí

Jsem spíš kreativec. Jaká máte rizika a do čeho jak se půjde, tak to jsem obvykle vymýšlel já. Manželka byla ta, která za tím vždy stála a dotáhla to, že když na to někdo kouknul zpětně, tak to bylo všechno v pořádku. (Libor, #21 ČR)

Repertoár kompetencí byl postaven na argumentu dělání toho, co podnikající umí a v čem jsou dobří. To vedlo zdánlivě k rovnoprávným rolím. Kompetence byly ale přesto v některých případech genderované – ženy spíše hovořily o tom, že umějí úlohy, které jsou stereotypně přisuzovány spíše ženám, a muži zase zmiňovali úlohy stereotypně přisuzované spíše mužům: „*Pre mňa je ľahšie riešiť tie ženské veci a dokážem sa sústrediť na desať vecí naraz, čo zase Zdenko nedokáže.*“ (Zlatica, #4 SR) Díky argumentům vnímaných vlastností a schopností také zastupovali muži

mnohdy vedoucí a manažerské funkce v podnikání nebo byly mužské kompetence více oceňovány. Podobně tomu bylo i v případě výše citovaného Libora, který popisoval svoji hlavní roli jako danou jeho schopnostmi. V další části rozhovoru mluvil o tom, že manželka měla podpůrnou administrativní roli, kterou jí přiřkl proto, aby „rodina nebyla zatížena riziky“. V tomto rozdělení nebral tolik v potaz manželčiny kompetence jako její roli v rodinné sféře. Rozdělování schopností a rolí v podnikání na základě genderu souvisí s tradičními představami o rolích mužů a žen, které souvisejí i s horizontální genderovou segregací trhu práce. Jak ukázala data [GEM 2011], ženy méně věří, že mají dostatečné schopnosti a znalosti k podnikání, proto tedy budou častěji muži vnímáni jako ti vhodní do vedoucích pozic.

Repertoár nutnosti

Akonáhle som na pol roka vypadla z práce, tak už bolo veľmi ťažko nastúpiť do tých procesov. (...) Nám sa to vyvinulo tak, že mne to bolo aj výhodnejšie, niečo som robila doma (v podnikaní), nemusela som nikde... (Danica, #6 SR)

V naší vládě nikoho nenapadlo, že by žena mohla zaměstnávat muže a ještě být těhotná. Zákon ani neumožňoval, abych odešla na mateřskou dovolenou. Musela jsem pořád podnikat, abych ty lidi nemusela propustit. (Patricie, #14 ČR)

Repertoár nutnosti byl postaven na argumentu toho, že určité role v podnikání nejsou dány volbou, zájmem či vůlí podnikajících, ale tím že jsou do nich dotlačeni externími podmínkami, prostředím. Jednalo se zejména o institucionální bariéry a situaci na trhu práce. V případě žen byly zmiňovány faktory diskriminace či obtíže související s rodičovskou rolí, například při návratu z rodičovské, což ukazuje výše uvedená citace Danicy.

Podnikání z nutnosti, jak ukazují data, je zejména na Slovensku častější u žen [GEM 2011]. Podnikání jako nutnost pro ženy s malými dětmi spojujeme s dlouhou rodičovskou dovolenou, nedostupností zařízení péče o děti do tří let, diskriminací na trhu práce a nedostatkem flexibilních pracovních míst (viz teoretický úvod). V případě žen i mužů se podnikání může stát nutností také proto, že vnímají nedostatek příležitostí realizovat své schopnosti i zkušenosti na trhu práce. „Nutnost“ podnikat spojujeme i s tím, že některá sociálněpolitická opatření (jako například mateřská dovolená v ČR) jsou designovaná zejména na zaměstnané, ne na podnikající [Dlouhá, Jurik, Křížková 2014]. Některé z žen byly například nuceny podnikat, přestože by raději využily mateřskou dovolenou, jak ukazuje případ Patricie, uvedený výše.

Repertoár zodpovednosti

Jsem na rodičovské, takže můj den je vyloženě dcerka. Já se starám o domácnost. Manželovi teď pomáhám jen u toho počítače, co potřebuje. Dřív to bylo víc, pomáhala jsem i ve skladě. (Johana, #19 ČR)

Repertoár zodpovednosti ospravedlňoval role mužů a žen na základě toho, že chápali svoje podnikání nebo zapojení do podnikání partnera či partnerky jako určované zodpovedností. Muži vnímali zodpovednost za podnikání v okamžiku, kdy měla partnerka menší přínos v této oblasti – zejména v okamžiku, kdy se začala věnovat malým dětem a přestávala participovat v podnikání. To se ukazuje na výše uvedeném případě Johany. Většinu aktivit, které vykonávala před narozením dcery, za ni musel přebrat manžel. Zároveň i Johana cítila zodpovednost za rodinné podnikání v průběhu rodičovské – přestože se výlučně starala o domácnost, když bylo potřeba, vypomohla (v neoficiální roli) v podnikání. Přesouvání zodpovednosti na muže za podnikání a na ženy za domácnost zejména v době, kdy mají malé děti, souvisí jednak se špatnou dostupností péče o děti mladší tří let [Hašková, Saxonberg 2016] a jednak s názorem, že péče o malé děti je posláním žen [Hašková, Saxonberg, Mudrák 2012], který v obou zemích převládá.

Tradiční repertoár

Muži mají větší nároky na seba, sú ambicióznejší, čo je asi prirodzené a normálne. A my ženy... Keď mám malé dieťa, mám skôr taký pocit, že sa mám starať o rodinu. (Katarína, #1 SR)

Tradiční repertoár byl postaven na představě muže živitele a ženy pečovatelky, což se opíralo o argumenty biologické „přirozenosti“ tohoto rozdělení [West, Zimmerman 1987]. Přestože některé ženy zdůrazňovaly motivace pro podnikání pomocí argumentů z jiných repertoárů (funkční, individualistický...), finální rozdělení rolí, kdy dominoval partner, bylo zdůvodněno tradičním repertoárem. Tento repertoár ukazoval úzké propojení mezi domácí a podnikatelskou sférou. U žen stanoval jako „logické“ a „přirozené“ primární zapojení v domácnosti, což se stávalo argumentem sekundárního zapojení v práci. To ilustruje uvedená citace Kataríny. Mimo to se jako „přirozené“ a „samozřejmé“ prezentovaly pro ženy stereotypně ženské, pro muže stereotypně mužské úkoly [Coltrane 2000]. Tento repertoár je v ČR a SR pravděpodobně spojen s přetrvávajícími názory o správnosti tohoto rozdělení rolí [ISSP 2012].

Diskrepance a dynamika v chápání rolí v podnikání

Výsledky analýzy ukázaly, že vnímání rolí není stálé – ve vyprávění se proměňovalo například v průběhu rodinné dráhy, různilo se i mezi partnery, objevovaly se i diskrepance v chápání vlastní role a stejné role byly chápány jako jinak důležité.

Různé chápání rolí v průběhu času

Ženy se musejí v podnikání vyrovnávat zároveň s rolí podnikatelky (podnikání je spojeno s maskulinními konotacemi) a rolemi spojenými s femininními konotacemi (např. dcera, matka, manželka apod.) a s osobní a domácí sférou [Díaz-García, Welter 2011]. Přestože u mužů nejsou role zdánlivě konfliktní, také oni se musejí vyrovnávat s mnohostí rolí.

V našem výzkumu docházelo ve vyprávění ke změnám chápání rolí v podnikání v průběhu času, což bylo dáváno do souvislosti s fázemi rodinné a životní dráhy. Měnilo se také kladení důrazu na femininní a maskulinní aspekty a to, zda mezi nimi docházelo ke konfliktu. Změny byly popisovány ve spojitosti s příchodem dětí do rodiny a s věkem podnikajících. Příchod dětí do rodiny znamenal pro ženy větší zapojení v oblasti domácí (a slábnutí vnímání role v podnikání jako primární) a pro muže přebírání zodpovědnosti za ženu v podnikání a zároveň v některých případech také částečnou péči o dítě.

Predtým to bolo vyvážené. Keď máme dieťa, mám skôr taký pocit, že sa mám starať o rodinu. (...) Uvidím, že ako Krištof to nasmeruje do budúcnosti, lebo teraz to bude hlavne o ňom asi. (Katarína, #1 SR)

Lebo odkedy pribudlo dieťa, tak Katka vlastne robí veľmi menej vecí – teraz sa začína trochu zlepšovať, že už čo-to spraví. Takže tým pádom momentálne ťahám všetko ja, a už to začína byť strašné. (Krištof, #1 SR)

Z Kataríniny citace je patrné, že s příchodem rodiny cítí povinnost se více věnovat rodině, neuvažuje o tom, že by v podnikání měla stejnou roli jako dříve. Krištof vidí změnu rolí také spojenou s příchodem dítěte, na rozdíl od Kataríny vnímá, že ta se v současné době zapojuje více. Její rovnocennější role je pro něj zlepšením situace. V době, kdy mají podnikatelky malé děti, samy sebe chápou spíše jako „pomocnice“ než jako rovnocenné partnerky, podnikatelé zase často hovoří o vysokém zatížení prací, kterou po partnerce přebírají. Přebírání vyššího zapojení žen v domácnosti a mužů v podnikání bylo argumentováno repertoárem tradičním jako samozřejmé. U mužů se zároveň objevoval argument nutnosti přebírání úkolů a zodpovědnosti za podnikání nebo kolektivní repertoár argumentující společným podnikáním. U žen sláblo užívání repertoáru kompetencí a individualistického repertoáru. Ženy před příchodem dětí nevnímaly vykonávání individualizované podnikatelské činnosti jako ohrožující jejich feminitu. S příchodem dětí je okolí vnímá jako zvládající maskulinní i femininní roli, ovšem některé ženy

potlačují maskulinní aspekty a konstruují svoji roli jako roli „nepodnikatelky“. Muži naopak s příchodem dětí kladou při konstrukci své role důraz na maskulinní aspekty životelství. U některých tato maskulinita zahrnuje péči o dítě v roli otců, ale už nezahrnuje péči o domácnost, která by jako femininní činnost mohla maskulinitu oslabovat.

Otázkou je, zda bude v případě Krištofa a Kataríny růst role partnerky v podnikání a zda bude její role v domácnosti stále důležitá, či se i toto rozložení změní. Případ Alice (#13 ČR), která měla již děti starší, ukazuje, že díky dlouhé rodičovské dovolené se změna rolí (jak v domácnosti, tak v podnikání), ke které došlo s narozením dětí, vrací jen obtížně nazpět:

Byla jsem doma (na rodičovské), nic jsem po manželovi nechtěla, neměl žádné povinnosti k dětem ani k domácnosti. (...) Samozřejmě byly nějaké snahy ho do domácích prací zapojit... Ze začátku právě nebyly a to byla chyba. Byly až po nějakých letech, a to už bylo pozdě. (Alice, #13 ČR)

Změnu rolí v podnikání ilustruje to, že firmu, kterou Alice zakládala, začal vést během její rodičovské (a v době rozhovoru stále vedl) manžel. Alice si až zpětně rekonstruuje to, jak vyjednávala s manželem role v domácnosti (což v důsledku ovlivnilo její roli v podnikání). Zpětně zjišťuje, že zpočátku samozřejmě rozdělení rolí už v průběhu času nešlo změnit, přestože měla snahy tak učinit, a projevuje nad tím lítost. Ukázalo se tedy, že repertoár kompetencí a individualistický repertoár, který byl užíván ženami před příchodem dětí do rodiny, přestával být akceptován a užíván i v době, kdy děti byly již soběstačné. V rámci životní dráhy se tak role mateřská ukazuje jako zásadní. S příchodem dětí ženy konstruují svoje role s důrazem na femininní aspekty pečující role a oslabují maskulinní aspekty podnikatelské práce. Mužští partneři partnerčin důraz na pečující roli přijímají a tato konstrukce je stálá i v okamžiku, kdy děti domácnost opouští, přestože ženy v této době kladou větší důraz na podnikatelskou roli. Ne všechny ženy ale byly na rodičovské maximální možnou dobu a potýkaly se s tím, jak zajistit péči o malé děti vzhledem k nedostupnosti státních zařízení pro děti mladší tří let (tyto obtíže zmiňovaly pouze ženy). I u nich ale docházelo k přebírání hlavní zodpovědnosti za domácí oblast a slábnutí podnikatelské role, případně byl kladen velký důraz na zvládnání obojího, kdy role podnikající nesměla narušit představu o „správné“ matce:

Když člověk chce, tak se fakt dá všechno. Skloubit práci i rodinu. (...) Já jsem si říkala, že dceru nikdy neodstrčím, a neudělala jsem to. Radši jsem dělala v noci, jenom abych s ní mohla být přes den. (Dora, #16 ČR)

Zvládnání obou sfér tak odhalovalo konfliktní oblasti mezi feminizovanými a maskulinizovanými aspekty. Jedním ze způsobů, jak se vyrovnat se zároveň silnou rolí v podnikání a snahou „neselhat“ v roli matky, bylo kladení důrazu na sa-

mostatnost dětí, kterou tato situace zapříčinila. Samostatnost zpětně oceňovaly. Přestože některé ženy v průběhu života zvládaly jak podnikatelské, tak rodinné role, zpětně v hodnocení svojí role pochybovaly. Silná podnikatelská role ohrožovala jejich feminitu správných žen a matek: „*Dcéra mu (synovi) pomáhala robiť úlohy a tak. To bolo také, že som mala taký zlý pocit, že nie som dobrá matka.*“ (Ivica, #8 SR)

Současný důraz na femininní i maskulinní aspekty mateřské a podnikatelské role nebyl vždy vnímán jako konfliktní. Jednoznačně to ale znamenalo velké zatížení pro podnikatelku. Důraz na femininní aspekty pečující role zároveň znamenal konstrukci maskulinní role partnera, kde péče byla vnímána jako ohrožující maskulinitu. Partner je chápán jako ten, kdo si na rozdíl od ženy může vybrat, zda bude při zatížení podnikáním participovat v domácnosti:

Nehovorím, že som vždy nadšená, bývam aj ja unavená. (...) Ale môj manžel, tým, že je flegmatik, tak zase nevykrikuje: aha, tam je plný rez riadu! Radšej mi kúpil umývačku (smích).

Už to je nejaku prirodzene rozdelené, že ja čo vycítim, že môže pomôcť, tak ho požiadam, ale on keď je unavený, a on býva naozaj unavený, tak to nechcem. Mi je dôležitejšie tá jeho regenerácia, ako to, že by som si ja trvala na tom, že má vyniesť kôš. (Mária, #10 SR)

Dobrovolnost mužova zapojení zůstává i po odchodu dětí. Muži o konfliktních situacích spojených s problematičností péče o děti a zvládáním podnikání nehovořili.

Naopak beze změny rolí byli ti (nebo spíše ty), kteří kladli důraz na maskulinní aspekty podnikání. Jednalo se však o ty, kteří s příchodem dětí mohli část domácích povinností outsourcovat vně domácnosti např. placenou službou, což dělali podnikající s vyššími příjmy.

Ke změně chápání rolí docházelo i se s věkem podnikajících – jak mužů, tak žen. Ti, kteří byli téměř v důchodovém věku, hovořili mnohdy o svojí roli v minulosti jako velmi aktivní, mluvili o různých nápadech a rozvíjení firmy. S přibývajícím věkem přisuzovali tyto vlastnosti „mladší generaci“ a svoji roli chápali jako postupně se zmenšující: „*V našom veku, my už sme takmer dôchodcovia. Určite to najbližších päť rokov ešte neuzatvoríme, ale už k nejakým veľkým zmenám..., my už tak dožiť.*“ (Lubica, #2 SR)

Nejvíce zde zazníval repertoár kompetencí, kterým bylo argumentováno, že podnikatelské schopnosti a dovednosti podnikající s věkem ztrácejí. Představy tradičně spojené s podnikáním, jako nezávislost, orientace na zisk a moc [Ahl 2006], se neshodují s představou vyššího věku. Péče o děti ubývalo a zvládání domácí sféry nebylo u žen vnímáno jako zásadní – ve vyšším věku se nestyděly v některých případech outsourcovat část domácích prací – nemusely nutně vařit pro rodinu, ale mohly si zajít do restaurace, nemusely mít dle jejich slov tak perfektně uklizeno a případně část úklidu za ně někdo dělal. V domácnosti, ze které odešly děti, tedy nedocházelo k takovému konfliktu role manželky, matky a podnikatelky.

Různé chápání rolí mezi partnery

V některých případech docházelo k tomu, že ženy díky rodině samy sebe chápaly v podnikání jako sekundární (využívaly tradiční repertoár), ve svých výpovědích dávaly do popředí rodinnou oblast a narativně snižovaly svoji roli v podnikání. Některé mluvily o úbytku objemu práce v podnikání, jiné o menším významu podnikání. Jejich partneři je ale vnímali jako snadno dostupnou pomoc, která je díky rodinným vazbám nemůže odmítnout. Využívali k tomu repertoáru nutnosti, zodpovědnosti nebo kolektivního repertoáru. Ženy tak buď byly částečně tlačeny do dvojího břemene povinností domácí a pracovní oblasti nebo i do práce, která by nebyla jejich první volbou. Příkladem je případ Karla a Kristýny, která zajišťovala kompletní péči o domácnost a čtyři děti. O způsobu jejího zapojení Karel hovořil následovně: „*Lidi odcházeli z firmy... Bylo nutný, aby nastoupila, protože nebylo nikoho, kdo by se tomu věnoval. Byla tam ta jistota, že neodejde.*“ (Karel, #12 ČR)

Kristýna v rozhovoru uvedla, že se zapojení bránila, ale považovala to za nejjednodušší řešení. K zapojení došlo po skončení její rodičovské dovolené.

Podobné případy se ale objevovaly i u mužů podnikatelů, kteří měli mimo podnikání ještě klasické zaměstnání (a chápali svou roli jako živitelskou, což podporovali tradičním repertoárem). V těchto případech ženy zapojovaly tyto muže do podnikání, ve kterém chápaly svou roli jako hlavní. Stejně jako v předchozím případě užívaly repertoáru nutnosti, zodpovědnosti nebo kolektivního repertoáru. V některých případech muži vnímali svoji podnikatelskou roli jako velmi okrajovou (díky hlavnímu zaměstnání, které vedle podnikání vykonávali), partnerky je vnímaly spíše rovnocenně a vyžadovaly od nich toto zapojení. Dvojí role byla vnímána jako náročná a stresující, jak ukazuje případ Zdenka (#20 ČR): „*Mám paralelní schizofrenii, že přes to (klasické zaměstnání) mám nějakou stávající klientelu a závazky, které nás živí, protože ty příjmy z toho jsou pravidelné.*“

Ne vždy bylo zapojení partnera či partnerky vnímáno jako vynucené, ale jako dobrovolné, založené na respektu a obdivu k roli druhého či druhé, což bychom mohli označit za ovlivněné samotným partnerstvím. Právě případ Zdenka ukazuje, že nechápal svoji roli jako vynucenou, podnikání s partnerkou ho bavilo, i když ho vnímal vzhledem k hlavnímu zaměstnání spíše okrajově.

K nestejnému vnímání rolí oběma partnery docházelo v případech, kdy muži nebo ženy cítili v přiznání určité role ohrožení svojí maskulinity nebo feminity. V případech mužů to bylo, když důležitější roli v podnikání zastupovala žena. Někteří tak uznávali její primární roli, ale snižovali hodnotu podnikání jako takového, například jako „něčeho pro zábavu“, nebo mu přisuzovali nižší hodnotu oproti výdělečné aktivitě v klasickém zaměstnání, které měli (a díky němuž sami sebe chápali jako živitele). Alice (#13 ČR) považovala založení firmy za svůj nápad a pro vstup do podnikání užívala argumenty individualistického repertoáru. Její manžel situaci interpretoval tak, že začátek podnikání byl jeho nápad „pro zábavu“ manželky. Za důležitější považoval svoji živitelskou roli v klasickém zaměstnání. K Alici se postupem času do podnikání připojil.

Nechtěla jsem žádného nadřízeného. Chtěla jsem být sama pro sebe. (Alice, #13 ČR)
Já jsem si říkal – no tak ať se něčím zabaví. (...) Tenkrát jsem vydělával super peníze, takže jsem ji spíš do toho naverboval, aby měla nějakou zábavu. (Adam, #13 ČR)

Podnikání pro zábavu představovalo koncept podnikání, který není v souladu s „klasickými“ maskulinizovanými představami spojenými s podnikáním (orientace na zisk apod.), díky tomu byl tento druh podnikání vnímán jako druhořadý. Jediný případ, kdy měla vedlejší zaměstnání, které představovalo hlavní zdroj financí, žena, byla Marta (#18 ČR). Ta svoji živitelskou roli nekonstruovala jako tu důležitější a její partner Michal se o živitelské roli Marty v rozhovoru vůbec nezmiňoval.

V jiných případech muži chápali partnerčinu roli jako v podnikání podstatnou, samy ženy ji vnímaly jako vedlejší, protože se obávaly, že by to znamenalo selhání v „ženské“ roli matky a pečovatelky. Podobně o tom hovořila Zlatica (#4 SR), která přes důležitou roli v podnikání považovala za podstatné, aby zajišťovala rodině teplé domácí jídlo: *„Nechcela by som byť takou emancipovanou ženou, čo iba behá od roboty do roboty a nakupuje polotovary alebo vôbec sa stravuje niekde v meste.“*

Přestože se v podnikání angažovala a Zdenko vnímal její roli v podnikání jako stejně významnou jako v domácnosti, sama kladla větší důraz na „ženskou“ roli v domácnosti. Opět používala ke snižování svojí role v podnikání argumentů z tradičního repertoáru.

Různé chápání stejných rolí a stejné chápání rolí různých

Některé aktivity v podnikání, které byly podobně časově náročné a byly podobně důležité, byly oceňovány různým způsobem. Například v podnikání, ve kterém měli partneři specializované, přibližně stejně náročné role, byly chápány jako důležitější stereotypně mužské role, a role, které byly spojované se ziskem a úspěchem v podnikání. V případě Zlaticy a Zdenka (#4 SR) se oba zaměřovali na jednu oblast umělecko-řemeslné tvorby. Zlatica jejich role popisovala rovnocenně, bez důrazu na důležitost jedné nebo druhé. Zdenko popisoval specializaci Zlaticy jako „málo ziskovou“, její roli chápal jako rovnocennou jedině díky tomu, že se mimo podnikání věnovala ještě domácnosti: *„Keď si zrútaš všetky tie aspekty okolo toho, že ona je doma, varí, udržuje domácnosť, to sú veci, ktoré ňa tiež stoja peniaze. Nieкто ich spraviť musí. Takže v tomto celom komplexe to vychádza finančne dobre.“*

Zdenko byl jediný z mužů, který rozpoznal roli partnerky v domácnosti i jako finanční úsporu rodiny.

Také podobné role byly chápány různě v různých párech. Matuš (#10 SR) interpretoval finanční management podniku jako něco „zbytkového“, co dělá manželka, protože to sám „nezvládá“: *„Robí to, čo ja nestíham a nevolám. Viac menej je to pre ňu taká prirodzenejšia voľba, riešiť tieto ekonomické veci, ako pre mňa.“*

Ivica (#8 SR) naproti tomu oceňovala správu financí, kterou prováděl manžel, jako složitou práci, kterou nikdo nechce dělat, takže vyjadřovala partnerovi

vděk, že ji vykonává: „*On má tu těžší robotu, lebo vlastne celé to finančné hospodárenie má na starosti, všetky papiere.*“

Patricie (#14 ČR) také chápala správu financí, kterou vykonával manžel, jako roli s větší zodpovědností, kterou dle toho oceňovala a zároveň ji chápala jako „přirozeně“ bližší mužům.

Některé aktivity pak nebyly rozeznány druhým partnerem vůbec. V návaznosti na to nemusel daný podnikající chápat roli partnera či partnerky jako tak významnou. Jednalo se zejména o aktivity stereotypně spojované se ženami, jako například úklid, které vykonávaly především ženy. Výše uvedené příklady ilustrují, že přestože jsou v podnikání více oceňované (a vůbec rozeznané) aktivity stereotypně spojovány s muži [Ahl 2006] a s charakteristikami typicky připisovanými podnikání (zisk, finanční management apod.), hraje roli i to, kdo tyto aktivity vykonává. Přestože v těchto případech užívali podnikající k ospravedlnění repertoáru kompetencí nebo individualistického repertoáru, tedy zdánlivě genderově neutrálních argumentů, ve svém důsledku to vedlo k rozdělování rolí na stereotypně mužské a ženské, kterým byla zároveň přisuzována rozdílná symbolická hodnota, a to i v závislosti na tom, kdo roli vykonával.

Specifika společného podnikání partnerů

Rovnocenné role v podnikání a rozeznání a uznání role druhého či druhé se ukázalo být podporováno tzv. partnerským prvkem, specifickým prvkem partnerského podnikání [Jang, Danes 2013], který představoval spojení intimity partnerství a sdílení podnikatelských rolí. Jednalo se o argument objevující se napříč repertoáry. Uznání role druhého či druhé jako rovnocenné vyžadovalo mnohdy respekt či úctu, jako v případě Edy (#11 ČR): „*Ty věci, co ona cítí, nějakým způsobem fungují a dlouhodobě se projevují. Má výborný názor. (...) Necháávám hodně věcí na ní a příjemně se mi to vrací.*“

V některých případech fungoval partnerský prvek k rozeznání neoficiální role (častěji žen). Bylo tomu tak i u Edy a Ester – přestože měli v podnikání na počátku odlišné formální role, díky partnerskému prvkem je oba chápali jako rovnocenné. Přestože ale v rovině uznání jsou tyto role rovnocenné, může to mít pro neoficiálně zapojeného partnera dopady v budoucnu – ve výši důchodů nebo při rozdělování majetku v případě rozpadu partnerského svazku [Dlouhá, Jurik, Křížková 2014]. V oblasti domácí docházelo v některých případech k uznání přínosu partnerky v domácnosti a tím zviditelnění její role i v této oblasti (příkladem je již zmiňovaný pár Zdenka a Zlaticy (#4 SR), kdy partner chápal činnost partnerky jako finanční úsporu v domácnosti).

Partnerský prvek mnohdy prohluboval genderové nerovnosti. Zejména se jednalo o případy, kdy byl provázán s tradičním repertoárem – uznání dosahovaly role, které odpovídaly tradičnímu rozdělení. V podnikání byla oceňována a obdivována role muže, role ženy v podnikání byla snižována či přehlížena důrazem na její postavení v oblasti domácí. Domácí zapojení žen bylo hodnoceno

jako samozřejmé (tj. často vedlo k nerozpoznání přínosu), role mužů zde byla oceňována, vyzdvihována a chápána jako něco neobvyklého (vymykajícího se tradičnímu „samozřejmému“ rozdělení). I zdánlivě rovnocenné argumenty (kolektivního, individualistického a funkčního repertoáru, repertoáru zodpovědnosti, nutnosti a kompetencí) v některých případech díky partnerskému prvku provázanému s tradičními hodnotami ospravedlňovaly role nerovné. Příkladem je oceňování stejných schopností, které v případě mužů vedly k hlavním, v případě žen k vedlejším rolím. Partnerský prvek ale v jiných případech fungoval k upevňování rovnocenných rolí. Uznáním partnerčiny role v podnikání (skrže repertoár individualistický či repertoár kompetencí) byl kladen důraz na podnikatelskou roli a vyhýbal se argumentům tradičního repertoáru. Neuznání přínosu partnera či partnerky v některých případech vedlo ke konfliktům.

Závěr

V analýze vycházíme z kritiky současného převládajícího výzkumu podnikání, která upozorňuje na maskulinizovanost konceptu podnikání a individualistickou perspektivu, která přehlíží strukturální faktory. Teoretický přístup a volba metodologie v tomto článku mají v návaznosti na tuto kritiku odhalovat zdánlivou genderovou neutralitu tohoto přístupu skrze zkoumání konstrukce rolí v podnikání a způsobů jejich ospravedlňování. Volbou kvalitativní metodologie a oddělených rozhovorů poskytujeme stejný prostor k interpretaci i neoficiálně zapojeným partnerům či partnerkám (častěji ženám). Zároveň odhalujeme rozdíly v pohledech na vlastní a partnerovy či partnerčiny role, což umožňuje nahlédnout do toho, jak se určité role z(ne)významňují. Ukazujeme, že symbolické významy (zejména maskulinitu a feminitu obou oblastí) spojené s podnikatelskou a domácí sférou, jsou udržovány jak muži, tak ženami. Kvalitativní metodologie umožnila poukázat též na rozdíly v přístupech různých mužů a žen. Příkladem je možnost využít externí pomoci pro práce v domácnosti i podnikání v závislosti na finančních možnostech rodiny nebo různý přístup podnikajících v různém věku a životní etapě. Zvolený přístup na současnou kritiku výzkumu podnikání navazuje i v tom, že poukazuje na zakotvenost podnikání v rodinném kontextu nejen u žen, ale také u mužů. Příkladem je, že i muži bývají chápáni jako snadno dostupná pomoc ve společném podnikání, přestože mají další klasické zaměstnání. Také pro ně znamená příchod dětí do rodiny jakési „dvojí“ břemeno – kromě práce, kterou vykonávali předtím, zastupují mnohdy také partnerčinu roli a navíc se často alespoň částečně starají o děti, musí tedy naplňovat roli podnikatelskou, živitelskou i rodinnou.

Výsledky našeho výzkumu poukazují na mechanismy, kterými podnikající konstruují svoje role. Diskrepance v konstrukci rolí ukazují, že konstrukce rolí nemusí být stálé ani mezi partnery, ani v čase. Nestálost a diskrepance ve vnímání rolí navazují na předchozí kritiku výzkumu podnikání jednak tím, že ukazují, že i neoficiální role mohou být vnímány jako důležité, ale také například tím, že

poukazují na zakotvenost podnikání v různých faktorech. Tyto diskrepance spojujeme s kontextuálními charakteristikami (institucionálními i rodinnými) a poukazujeme na genderové nerovnosti argumentů (nebo výsledně zastupovaných rolí), kterými jsou diskrepance ospravedlňovány. Výsledné chápání se ukázalo být ovlivněno komplexem různých faktorů. Vliv měla rodinná situace – zejména malé děti v rodině, ale i děti staršího věku, věk komunikačních partnerů a partnerek, ale také třeba finanční situace, která (ne)umožňovala partnerům delegovat určité povinnosti na ostatní. Vnímání podnikatelských rolí také souviselo s vnímáním ostatních rolí, zejména role ženy, muže, matky a otce, což je utvářeno kontextem formálních a neformálních institucí v ČR a SR. Ukázaly se zejména důležité následující charakteristiky ČR a SR, které mají kořeny v postsocialistickém kontextu: (1) Dlouhá mateřská a rodičovská dovolená, kterou využívají zejména ženy, spojená s nedostupností péče o děti do tří let [Hašková, Saxonberg 2016], nedostatkem flexibilních pracovních úvazků [Vohlídalová, Formánková 2012] a představou, že o děti má pečovat zejména žena [Hašková, Saxonberg, Mudrák 2012; ISSP 2012]. Ženy tak zůstávají dlouho mimo pracovní trh [Hašková, Křížková, Dudová 2015] a mohou představovat dostupnou pomoc v partnerově podnikání. Zároveň se ve výzkumu ukázalo, že díky dlouhé péči o děti se mění vnímání rolí a u žen dochází k většímu důrazu na domácí sféru, muži se více orientují na společné podnikání (a jsou zatíženi prací, kterou přebírají po partnerce). (2) Silná společenská představa v ČR i SR, že oba partneři mají přispívat do rodinného rozpočtu [ISSP 2012]; od žen je tak v mnohých případech očekáváno, že se do partnerova podnikání zapojí (někdy nezávisle na vlastní vůli a i v případech, kdy pečují o malé děti; ve většině případů jde o zapojení v neoficiálních rolích). Tato představa vysvětluje i často zmiňované dvojí břemeno podnikatelských a rodinných povinností žen podnikatelek. Jen v případě zvládnutí obou rolí u žen – domácí i podnikatelské – je možné dosáhnout společenského uznání nebo sebeuznání [Ruminska-Zimny, 2002]. (3) Tradiční rozdělení rolí, které je chápáno jako správné [viz např. ISSP 2012] a které je podporováno nastavením sociálního systému [Dlouhá, Jurik, Křížková 2014]. To souvisí s důrazem kladeným ženami na domácí sféru (a potvrzováním si feminity, což je pak vede k dvojímu zatížení domácími i rodinnými povinnostmi) a tím, že muži kladou důraz na svoji živitelskou roli a různými způsoby upozadují partnerčinu roli v podnikání (nebo vedlejší živitelskou roli). (4) Diskrepance u žen mezi tradičním chápáním jejich role a individualistickými, kompetenčními a ostatními hodnotami, ovlivňovaná ambivalencí postsocialistických hodnot odmítnutí socialistického egalitarismu a zároveň diskurzu liberalismu a individualismu [Einhorn 2005]. (5) Zdůvodňování rolí v podnikání, které nejsou v souladu s tradičními představami – například důraz na seberealizaci a pomoc partnerkám u mužů a individualistické argumenty u žen. Inovativní přístupy mohou souviset s novým přístupem ke společenskému chápání rolí nebo k jinému než individualistickému chápání podnikání [Sauka, Chepurenko 2017]. (6) Rozdílné postoje žen a mužů k podnikání (nedostatek sebevědomí žen, malá ochota žen riskovat apod.) [GEM 2011] a spojování podnikání s maskulinními konotacemi [Ahl 2006], což vysvětluje různé

hodnocení podobných rolí v podnikání, přičemž mužské role v podnikání jsou oceňovány více.

Podnikání (a zejména to párové) umožňuje zkoumat prolínání podnikatelské role s dalšími rolemi – rolí muže, ženy, matky, otce a dalšími. Podnikatelská sféra je tradičně spojována s maskulinními konotacemi, ženy se tak vyrovnávají se střetem této role s rolemi, jež jsou od nich očekávány [Ahl, Marlow 2012]. Dosavadní výzkumy ukázaly, že dřívější představa, že nedochází ke konfliktu těchto rolí, protože ženskou roli lze skrýt za „profesionální“, tj. podnikatelskou roli, je mylná [viz např. Díaz-García, Welter 2011]. Ženy často jednájí v souladu s maskulinními normami podnikání, ovšem ne vždy potlačují své stereotypně ženské role matek a pečovatelek. Stejně tak se i v tomto výzkumu ukázalo, že mnohé ženy chápou svoje role v podnikání jako důležité a mnohdy takto byly i rozpoznány. Ženy stejně jako muži využívaly pro konstrukci svojí role argumentů schopností, vůle a touhy po úspěchu či zisku. I v těchto případech však zároveň zdůrazňovaly svoji roli v domácnosti v obavě ohrožení svojí feminity [Ahl, Marlow 2012]. Náš výzkum tak potvrzuje, že „potlačení“ domácích rolí díky roli podnikatelské [Díaz-García, Welter 2011] u žen není prakticky možné, i když mnohdy jednájí v souladu s maskulinními normami podnikání. Náš výzkum tyto poznatky ještě rozšiřuje, protože poukazuje na to, že profesní „podnikatelská“ role je od rolí žen a mužů v rodině a domácnosti neoddělitelná, přestože vůči určitému publiku mohou být domácí role potlačované či málo zřejmé. Emancipačního potenciálu podnikání žen tak nemůže být dosaženo pouze skrze podnikání [Welter, Smallbone, 2010], ale i v souvislosti se změnami v oblasti rodinné. Navíc se ukázalo, že chápání rolí, tj. vztahování se k maskulinizované podnikatelské roli a roli ženy, není stálé, mění se například s fázemi životní dráhy [Jurik, Křížková, Pospíšilová (Dlouhá) 2016], čemuž v literatuře zatím není věnován takový prostor. Zároveň práce poukázala i na proměny chápání rolí u mužů v maskulinizované oblasti podnikání a na rozdíly v chápání maskulinizovaných a femininních rolí mezi partnery. Tyto proměny je vhodné zkoumat na příkladu partnerského podnikání, protože dochází nejen k proměnám feminity, ale i maskulinity a protože tyto proměny jsou spolu provázané díky tomu, že se jedná o partnerský pár. Prezentování se v maskulinizované podnikatelské roli oddělené od role rodinné/domácí je možné spíše v případech, kdy tyto osoby nepečují o děti, případně mají dostatek financí na outsourcing péče o domácnost.

Charakter výzkumu podnikatelských párů otevírá nové oblasti a témata, kterými je možné se v budoucnu zabývat, zejména s ohledem na specifika této oblasti. Jedná se zejména o partnerský prvek, který na jedné straně genderové nerovnosti prohluboval, na druhé straně je mírnil, a o propojení oblasti podnikání s oblastí domácí. Práce také poukazuje na potřebu zkoumat podnikatelské páry v perspektivě životních drah – z hlediska rozdělování rolí v podniku i v domácnosti zejména v souvislosti s příchodem dětí a jejich věkem. Další pozornost je možné věnovat i případům, kdy je v roli živitelky žena nebo v roli pečovatele muž, které byly ve výzkumu zachyceny pouze okrajově nebo – vzhledem k ma-

lému zastoupení v celkové populaci – vůbec. U nich je předpoklad složitějšího vyjednávání mužské či ženské role, navíc v kombinaci s rolí podnikatelskou. Zahrnutí českých a slovenských podnikatelských párů do výzkumu umožnilo širší variabilitu vzorku s návazností na společnou minulost obou zemí.

MARIE POSPÍŠILOVÁ je postdoktorandkou v Sociologickém ústavu AV ČR, v. v. i., kde pracuje v oddělení Gender a sociologie. Zaměřuje se zejména na kvalitativní výzkum, téma genderu, párového podnikání a kombinace rodinného a pracovního života.

NANCY JURIK je emeritní profesorkou Justice & Social Inquiry na Arizona State University (School of Social Transformation). Zaměřuje se na témata genderu, zaměstnání, pracovních organizací a podnikání.

ALENA KRÍŽKOVÁ je vědeckou pracovnící a vedoucí oddělení Gender a sociologie Sociologického ústavu AV ČR, v. v. i. Zabývá se ekonomickou nezávislostí žen, kombinací práce a rodiny a genderovými vztahy v organizacích, managementu a podnikání.

GRAY CAVENDER je emeritním profesorem Justice & Social Inquiry na Arizona State University (School of Social Transformation). Mezi oblasti jeho zájmu patří korporátní kriminalita a regulace, trest a mediální studia.

Literatura

- Ahl, H. 2002. *The Making of the Female Entrepreneur: A Discourse Analysis of Research Texts on Women's Entrepreneurship*. Jönköping: Jönköping International Business School.
- Ahl, H. 2004. *The Scientific Reproduction of Gender Inequality: A Discourse Analysis of Research Texts on Women's Entrepreneurship*. Copenhagen: Copenhagen Business School Press.
- Ahl, H. 2006. „Why Research on Women Entrepreneurs Needs New Directions.“ *Entrepreneurship Theory and Practice* 30 (5): 595–621, <https://doi.org/10.1111/j.1540-6520.2006.00138.x>.
- Ahl, H., S. Marlow. 2012. „Exploring the Dynamics of Gender, Feminism and Entrepreneurship: Advancing Debate to Escape a Dead End?“ *Organization* 19 (5): 543–562, <https://doi.org/10.1177/1350508412448695>.
- Aidis, R., F. Welter, D. Smallbone, N. Isakova. 2007. „Female Entrepreneurship in Transition Economies: The Case of Lithuania and Ukraine.“ *Feminist Economics* 13 (2): 157–183, <https://doi.org/10.1080/13545700601184831>.
- Bahna, M., M. Čambáliková, M. Čambáliková, T. Lengyelová, E. Kvapilová, Z. Kumanová, M. Piscová. 2006. *Slovensko na ceste k rodovej rovnosti*. Bratislava: Sociologický ústav SAV.
- Bettio, F., A. Verashchagina. 2009. *Gender Segregation in the Labour Market. Root Causes, Implications and Policy Responses in the EU*. Luxembourg: European Commission.
- Brines, J. 1994. „Economic Dependency, Gender, and the Division of Labor at Home.“ *The American Journal of Sociology* 100 (3): 652–688, <https://doi.org/10.1086/230577>.

- de Bruin, A. 2006. „Copreneurship.“ Pp. 202–208 in J. H. Greenhaus, G. A. Callanan (eds.). *Encyclopedia of Career Development*. Thousand Oaks, CA: SAGE Publications.
- de Bruin, A., C. G. Brush, F. Welter. 2006. „Introduction to the Special Issue: Towards Building Cumulative Knowledge on Women’s Entrepreneurship.“ *Entrepreneurship Theory and Practice* 30 (5): 585–593, <https://doi.org/10.1111/j.1540-6520.2006.00137.x>.
- Brush, C. G., A. de Bruin, F. Welter. 2009. „A Gender-Aware Framework for Women’s Entrepreneurship.“ *International Journal of Gender and Entrepreneurship* 1 (1): 8–24, <https://doi.org/10.1108/17566260910942318>.
- Coltrane, S. 2000. „Research on Household Labor: Modeling and Measuring the Social Embeddedness of Routine Family Work.“ *Journal of Marriage and the Family* 62 (4): 1208–1233, <https://doi.org/10.1111/j.1741-3737.2000.01208.x>.
- Čermáková, M. 1995. „Gender, společnost, pracovní trh.“ *Sociologický časopis* 31 (1): 7–24, <https://doi.org/10.13060/00380288.1995.31.1.03>.
- Deacon, J. H., J. A. Harris, L. Worth. 2014. „Who Leads? Fresh Insights into Roles and Responsibilities in a Heterosexual Copreneurial Business.“ *International Journal of Gender and Entrepreneurship* 6 (3): 317–335, <https://doi.org/10.1108/IJGE-03-2014-0009>.
- Díaz-García, M.-C., F. Welter. 2011. „Gender Identities and Practices: Interpreting Women Entrepreneurs’ Narratives.“ *International Small Business Journal* 31 (4): 384–404, <https://doi.org/10.1177/0266242611422829>.
- Dlouhá, M., N. C. Jurik, A. Křížková. 2014. „Genderové inovace v malém podnikání. Institucionální podmínky a dosahování genderové (ne)rovnosti v podnikatelských párech.“ *Gender, rovné příležitosti, výzkum* 15 (2): 87–100, <https://doi.org/10.13060/12130028.2014.15.2.133>.
- Down, S., L. Warren. 2008. „Constructing Narratives of Enterprise: Clichés and Entrepreneurial Self-identity.“ *International Journal of Entrepreneurial Behaviour & Research* 14 (1): 4–23, <https://doi.org/10.1108/13552550810852802>.
- Einhorn, B. 2005. „Citizenship in an Enlarging Europe: Contested Strategies.“ *Sociologický časopis / Czech Sociological Review* 41 (6): 1023–1039, <https://doi.org/10.13060/00380288.2005.41.6.04>.
- Fitzgerald, M. A., G. Muske. 2002. „Copreneurs: An Exploration and Comparison to Other Family Businesses.“ *Family Business Review* 15 (1): 1–16, <https://doi.org/10.1111/j.1741-6248.2002.00001.x>.
- GEM. 2011. „Global Entrepreneurship Monitor“ [online]. [cit. 14. 6. 2018]. Dostupné z: <http://www.gemconsortium.org/data/sets#baps>.
- Gioia, D. A., K. G. Corley, A. L. Hamilton. 2012. „Seeking Qualitative Rigor in Inductive Research: Notes on the Gioia Methodology.“ *Organizational Research Methods* 16 (1): 15–31, <https://doi.org/10.1177/1094428112452151>.
- Hašková, H., A. Křížková, R. Dudová. 2015. *Ekonomické náklady mateřství: co znamená odpovědnost za péči o dítě/děti pro ženy z hlediska jejich pracovního uplatnění a ekonomického postavení*. Praha: Sociologický ústav AV ČR, v. v. i.
- Hašková, H., A. Křížková, K. Pospíšilová. 2018. „Intersekcionální přístup ke zkoumání nezaměstnanosti.“ *Sociologický časopis / Czech Sociological Review* 54 (2): 171–197, <https://doi.org/10.13060/00380288.2018.54.2.398>.
- Hašková, H., S. Saxonberg. 2016. „The Revenge of History – The Institutional Roots of Post-Communist Family Policy in the Czech Republic, Hungary and Poland.“ *Social Policy & Administration* 50 (5): 559–579, <https://doi.org/10.1111/spol.12129>.
- Hašková, H., S. Saxonberg, J. Mudrák (eds.). 2012. *Péče o nejmenší. Boření mýtů*. Praha: Sociologické nakladatelství (SLON).
- Hughes, K. D., J. E. Jennings, C. G. Brush, S. Carter, F. Welter. 2012. „Extending Women’s Entrepreneurship Research in New Directions.“ *Entrepreneurship: Theory and Practice* 36 (3): 429–442, <https://doi.org/10.1111/j.1540-6520.2012.00504.x>.

- Chaloupková, J. 2007. *Rozdělení domácí práce: ekonomická racionalita, mocenské zdroje a symbolické významy*. Praha: Fakulta sociálních věd UK.
- Charmaz, K. 2006. *Constructing Grounded Theory*. Thousand Oaks, CA: Sage.
- Chasserio, S., P. Pailot, C. Poroli. 2014. „When Entrepreneurial Identity Meets Multiple Social Identities.“ *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research* 20 (2): 128–154, <https://doi.org/10.1108/IJEBR-11-2011-0157>.
- ISSP. 2008. *ZA4950: Religion III*. Cologne: GESIS Data Archive.
- ISSP. 2012. *ZA5900: Family and Changing Gender Roles IV*. Cologne: GESIS Data Archive.
- Jang, J., S. M. Danes. 2013. „Are We on the Same Page?: Copreneurial Couple Goal Congruence and New Venture Viability.“ *Entrepreneurship Research Journal* 3 (4): 483–504, <https://doi.org/10.1515/erj-2013-0036>.
- Jennings, J. E., C. G. Brush. 2013. „Research on Women Entrepreneurs: Challenges to (and from) the Broader Entrepreneurship Literature?“ *Academy of Management Annals* 7 (1): 663–715, <https://doi.org/10.1080/19416520.2013.782190>.
- Jurik, N. C., A. Křížková, M. Pospíšilová (Dlouhá). 2016. „Czech Copreneur Orientations to Business and Family Responsibilities: A Mixed Embeddedness Perspective.“ *International Journal of Gender and Entrepreneurship* 8 (3): 307–326, <https://doi.org/10.1108/IJGE-09-2015-0032>.
- Jurik, N. C., A. Křížková, M. Pospíšilová, G. Cavender. 2019. „Blending, Credit, Context: Doing Business, Family and Gender in Czech and US copreneurship.“ *International Small Business Journal* 37 (4): 317–342, <https://doi.org/10.1177/0266242618825260>.
- Kolouchová, D., O. Machek. 2016. „Ženský leadership v rodinném podnikání: poznatky z kvalitativního výzkumu v České republice.“ *Trendy v podnikání* 6 (1): 33–41.
- Lamont, M. 1992. *Money, Morals, and Manners: The Culture of the French and the American Upper-Middle Class*. Chicago: University of Chicago Press, <https://doi.org/10.7208/chicago/9780226922591.001.0001>.
- Lewis, K., C. Massey. 2011. „Critical Yet Invisible: The ‘Good Wife’ in the New Zealand Small Firm.“ *International Journal of Gender and Entrepreneurship* 3 (2): 105–122, <https://doi.org/10.1108/175662611111140198>.
- Machek, O., D. Kolouchová, J. Hnilica. 2016. „The Impact of Spousal Relationship on Profitability: A Matched-Pair Investigation of Copreneurial Firms.“ *Journal of Advanced Management Science* 4 (3): 245–249, <https://doi.org/10.12720/joams.4.3.245-249>.
- Marlow, S. 2014. „Exploring Future Research Agendas in the Field of Gender and Entrepreneurship.“ *International Journal of Gender and Entrepreneurship* 6 (2): 102–120, <https://doi.org/10.1108/IJGE-01-2013-0003>.
- Marlow, S., M. McAdam. 2013. „Gender and Entrepreneurship: Advancing Debate and Challenging Myths; Exploring the Mystery of the Under-Performing Female Entrepreneur.“ *International Journal of Entrepreneurial Behaviour & Research* 19 (1): 114–124, <https://doi.org/10.1108/13552551311299288>.
- McCracken, K., S. Marquez, C. Kwong, U. Stephan, A. Castagnoli, M. Dlouhá. 2015. *Women’s Entrepreneurship: Closing the Gender Gap in Access to Financial and Other Services and in Social Entrepreneurship*. Brussels: European Parliament.
- Neergaard, H. 2007. „Sampling in Entrepreneurial Settings.“ Pp. 253–278 in H. Neergaard, J. P. Uhløi (eds.). *Handbook of Qualitative Research Methods in Entrepreneurship*. Cheltenham, UK: Edward Elgar Publishing Limited.
- Newell, A., B. Reilly. 2001. „The Gender Pay Gap in the Transition from Communism: Some Empirical Evidence.“ *IZA Discussion Papers* 268. Bonn: Institute for the Study of Labor, [https://doi.org/10.1016/S0939-3625\(01\)00028-0](https://doi.org/10.1016/S0939-3625(01)00028-0).
- Ogbor, J. O. 2000. „Mythicizing and Reification in Entrepreneurial Discourse: Ideology-Critique of Entrepreneurial Studies.“ *Journal of Management Studies* 37 (5): 605–635, <https://doi.org/10.1111/1467-6486.00196>.

- Pilková, A., M. Holienka, J. Reháč, Z. Kovačičová. 2015. *Podnikatelská aktivita a prostredie na Slovensku*. Bratislava: Univerzita Komenského v Bratislave, KARTPRINT.
- Rampulová, K., M. Rašticová, I. Kolářová. 2016. „O podnikatelkách na startovní čáře, jejich motivech, obavách a podnikatelských snech.“ Pp. 119–166 in P. Slavíčková (ed.). *Ženy-podnikatelky v minulosti a současnosti*. Praha: Nakladatelství Lidové noviny.
- Rašticová, M., M. Bědiová. 2016. „Ovládnou ženy 21. století svět podnikání?“ Pp. 119–166 in P. Slavíčková (ed.). *Ženy-podnikatelky v minulosti a současnosti*. Praha: Nakladatelství Lidové noviny.
- Ruminska-Zimny, E. 2002. „Gender Aspects of Changes in the Labour Markets in Transition Economies.“ *UNECE* [online]. United Nations Economic Commission for Europe [cit. 2. 1. 2019]. Dostupné z: <http://www.uncece.org/commission/2002/Ruminska>.
- Sauka, A., A. Chepurensko (eds.). 2017. *Entrepreneurship in Transition Economies. Diversity, Trends, and Perspectives*. Berlin: Springer, <https://doi.org/10.1007/978-3-319-57342-7>.
- Spáčilová, D., A. Putnová, M. Rašticová, J. Dvořák. 2003. *Bariéry pro vstup do podnikání a sebeprosazení žen v ČR a srovnání s EU*. Brno: Vysoké učení technické, Fakulta podnikatelská.
- Strauss, A., J. Corbin. 1998. *Basics of Qualitative Research: Techniques and Procedures for Developing Grounded Theory*. Thousand Oaks, CA: Sage.
- Swidler, A. 1986. „Culture in Action: Symbols and Strategies.“ *American Sociological Review* 51 (2): 273–286, <https://doi.org/10.2307/2095521>.
- Talbot, M. 2010. *Language and Gender*. Stafford: Polity Press.
- Taylor, B., H. de Vocht. 2016. „Interviewing Separately or as Couples? Considerations of Authenticity of Method.“ *Qualitative Health Research* 20 (10): 1–12.
- Vohlídalová, M., L. Formánková. 2012. „Částečné úvazky v České republice: šance nebo riziko?“ *Fórum sociální politiky* 6 (5): 17–21.
- Wagnerová, A. 2017. *Žena za socialismu: Československo 1945–1974 a reflexe vývoje před rokem 1989 a po něm*. Praha: Sociologické nakladatelství (SLON).
- Welter, F., D. Smallbone, E. Aculai, N. Isakova, N. Schakirova. 2003. „Female Entrepreneurship in Post Soviet Countries.“ Pp. 243–269 in J. E. Butler (ed.). *New Perspectives on Women Entrepreneurs*. Greenwich: Information Age.
- Welter, F., D. Smallbone. 2010. „The Embeddedness of Women’s Entrepreneurship in a Transition Context.“ Pp. 96–117 in C. G. Brush, A. de Bruin, E. J. Gatewood, C. Henry (eds.). *Women Entrepreneurs and the Global Environment for Growth. A Research Perspective*. Cheltenham: Edward Elgar Publishing Limited.
- West, C., D. H. Zimmerman. 1987. „Doing Gender.“ *Gender and Society* 1 (2): 125–151, <https://doi.org/10.1177/0891243287001002002>.