

**NAISTEN YRITTÄMISEN MERKITYKSET
YRITTÄJÄ-LEHDEN ARTIKKELEISSA V. 1991-1997
- DISKURSSITEOREETTINEN TARKASTELU**

Jyväskylän yliopisto
Yrittäjyys
Tutkielma
Kesäkuu 1999

Tarja Pietiläinen

Jyväskylän yliopisto

Taloustieteellinen osasto

PIETILÄINEN TARJA: Naisten yrittämisen merkitykset Yrittäjä-lehden artikkeleissa v. 1991-1997 – diskurssiteoreettinen tarkastelu

Tutkielma 84 sivua, 2 liitesivu

Taloustieteellinen osasto, yrittäjäyys

Kesäkuu 1999

Tutkielmassa käsitellään naisten yrittämiselle rakentuvia merkityksiä mediateksteissä. Aineistotekstit on kerätty Suomen Yrittäjät ry:n Yrittäjä-lehdestä vuosilta 1991-1997. Tutkimus perustuu diskurssiteoreettiseen ajatteluun, mikä tutkimusotteena tarkoittaa, että työssä tehdään aineistolähtöisiä tulkintoja naisten yrittämisestä. Tutkimuksen diskurssiteoreettinen viitekehys perustuu Mikko Lehtosen, Sara Millsin sekä Arja Jokisen, Kirsi Juhilan ja Eero Suonisen teoretisointeihin merkitysten ja diskurssien muotoutumisesta foucaultilaista diskurssiymmärrystä painottaen.

Aineistoteksteistä tulkitaan naisten yrittämistä jäsentäviä merkityksiä ja niiden välisiä suhteita. Merkitysten muodostamasta suhdeverkostosta rakennetaan lausumia. Lausumat ilmaisevat keskeisiä oletuksia, joiden avulla on mahdollista tunnistaa aineistossa naisten yrittämistä määrittäviä diskursseja.

Keskeisin tapa jäsentää naisten yrittämistä tutkimusaineistossa on tasa-arvodiskurssin lähestymistapa. Tasa-arvodiskurssissa naisyrittäjät määrittyvät joko samanlaisiksi tai erilaisiksi kuin miesyrittäjät. Määrittymisen perusta on sukupuolten vertailu. Samanlaisuuslausumat tuottavat naisyrittäjistä ja naisten yrittämiseen liittyvistä tekijöistä poikkeavia ja vähempiarvoisia, kun taas erilaisuuslausumat rakentavat naisyrittäjien erilaisuudesta arvokasta ja yrittämistä täydentävää.

Tutkimuksen perusteella on suositeltavaa, että sukupuolisensitiivinen yrittäjäyystutkimus jäsentää sukupuolikäsitystä muillakin tavoilla kuin tasa-arvodiskurssin mukaan, muutoin yrittäjäyystutkimus kierrättää kulttuurisesti erittäin vahvoja naiseuteen ja mieheyteen liitettäviä merkityksiä. Mediat ovat vaikuttavia yrittämisen esikuvien luoja. Olisi tärkeää, että julkisuudessa tuodaan esiin yrittämisen, niin naisten kuin miesten, moninaisuus ilman vertailuasetelmaa. Vertailussa naisten yrittäminen jo lähtökohtaisesti määrittyy normista poikkeavaksi tasa-arvodiskurssin merkityksen rakentamisen tavoista johtuen.

SISÄLLYS

1. JOHDANTO	4
2. DISKURSSITEOREETTINEN TIETEENTEKEMISEN MAAILMA	9
3. AINEISTO	16
3.1 Aineistolähde ja tutkimuksellisen tekstin tuotannon ehdot	17
3.2 Puhevallan käyttäjät.....	19
3.3 Aineistoartikkelit todellisuuden dokumentteina	22
3.4 Aineiston määrä	23
4. SUKUPUOLEN KANSSA KUURUPIILOSILLA	25
4.1 Tasa-arvopuhe: samanlaisia vai erilaisia?	26
Aineistoartikkelien analyysi	31
4.2 Samanlaisia, mutta yksilöllisesti erilaisia.....	32
4.2.1 Eriarvoisuuden yksilölliset ja yksityiset syyt	34
Poikkeavat ja ongelmalliset naisyrittäjät	35
Epäuskottavat naisyrittäjät.....	36
4.2.2 Perheen ja yrittämisen yhteensovittaminen	38
4.3 Erilaisia, mutta tasa-arvoisia.....	43
4.3.1 Naisten yrittäminen yhtä arvokasta kuin miesten yrittäminen	45
4.3.2 Yrittämisen maskuliinisuuden haastajat.....	49
4.4 Yksilölliset yrittäjänaiset	51
4.4.1 Monet identiteetit naisten yrittämistä rakentamassa.....	57
5. NAISTEN YRITTÄMINEN TASA-ARVODISKURSSISSA	59
5.1 Sukupuolijäsennykset	61
5.2 Puhuja-asetat.....	64
5.3 Tasa-arvodiskurssi tekstissä ja tutkimuksessa.....	66
6. LOPUKSI	68
LÄHTEET	70
LIITE 1	77

1. JOHDANTO

Tampereen Kalevan kaupunginosan valtasuonena pidetään Sammonkatua. Sammonkatu ei ole ainoastaan nopein ja levein väylä kaupunginosassa asuvien kotiin kuten useimpien muiden tamperelaisten kaupunginosien valtaväylät vaan se on myös vilkas liikekatu. Useiden korttelien matkalla Sammonkatua reunustavat mitä erilaisemmat kaupat, suuret ja pienet. Palvelutarjontaa on monenlaista: pankkeja, posti, apteekki, kahviloita, ruokakauppoja, kaihdinliike, kiinteistövälitystoimisto, optikko, ravintoloita, kioskeja, kirjakauppa, jakeluasema, kenkäkauppa, rautakauppa jne.

Vasta mietiskellessäni aloitusta johdantoon opinnäytetyössäni tulin ajatelleeksi, että ainakin yhden korttelin matkalla, välillä Kaalamon aukio - Kaupinkatu Sammonkadun alussa, valtaväylään reunustavat lukuisat naisyrittäjien liikkeet. On kahvila, lounasbaari, R-kioski, pari lahjatavarakauppaa, modisti, käsityöliike, kaksi kukkakauppaa, naisten alusvaatemyymä, fysioterapia, pesula, parturi-kampaamo ja grillikioski.

Sammonkadun esimerkki naisyrittäjistä ja heidän yrityksistään toistuu eri puolilla Suomea. Naisten omistamista yrityksistä toimii hieman yli 70 prosenttia (v. 1993) kaupan, majoitus- ja ravitsemistoiminnan sekä yhteiskunnallisten palvelujen toimialoilla. Naisvaltaisimpia kaupanaloja ovat apteekit, kukkakaupat ja tekstiilien, vaatteiden ja jalkineiden vähittäiskauppa. Aloilla yrittäjistä 80 prosenttia on naisia. (Hietaniemi 1996, 62). Naisyrittäjyydelle on myös tyypillistä yksinyrittäminen, sillä 70 prosenttia naisomisteisista yrityksistä työllistää yrittäjän itsensä (Kovalainen 1993, 142). Yrittäjänaiset liittyvät olennaisesti arkipäiväämme tarjoamiensa palveluiden kautta. Useimmat meistä ovat poikenneet ruusuostoksilla tai hiusten leikkuussa. Ja kuitenkin he ovat näkymättömiä tavoilla, jotka pakottavat erikseen ajattelemaan yrittämisen ja sukupuolen suhdetta. Tilastot osoittavat, että 90-luvun ajan naisyrittäjien osuus yrittäjäkunnasta on pysynyt kolmanneksen tietämällä (Hietaniemi 1996, 61). Yrittäminen on molempien sukupuolien puuhaa, kuten arkikokemus ja tilastoluvut todistavat, mutta naisten osallisuudesta on pakko muistuttaa itseään, niin taka-alalle he painuvat yrittämisen kentällä (vrt. Baker et al. 1997).

Carin Holmquistin mukaan samanlainen naisyrittäjien näkymättömyys vaivaa yrittäjyystutkimusta. Vaikka naisyrittäjyys on sekä herättänyt kiinnostusta että ollut tutkimuksen kohteena viimeisten vuosikymmenien aikana, aihealueeseen liittyy edelleen uutuuden leima. Naisyrittäjyystutkimus ei ole myöskään pystynyt murtautumaan

marginaalisesta asemastaan yrittäjyystutkimuksessa, joten teoreettista ja empiiristä tutkimustyötä on vielä jäljellä. (Holmquist 1997, 179). Holmquist ehdottaa kahdenlaista lähestymistapaa naisyrittäjyystutkimuksen ja yrittäjyystutkimuksen integraation edistämiseksi. Yhtäältä nais- ja miesyrittäjien yhtäläisyyksiä ja eroja tulee tarkastella yrittäjyystutkimuksen piirissä kehiteltyjen teorioiden valossa. Toisaalta (nais)yrittäjyyttä on tarkasteltava myös sukupuolittavana toimintana sukupuoliteorioiden valossa. Monipuolisen käsityksen saaminen (nais)yrittäjyydestä ja ilmiön syvälinen ymmärtäminen ei naisyrittäjyystutkimuksen tässä vaiheessa sulje kumpaakaan lähestymistapaa pois. (emt., 181.).

Oma työni seuraa lähestymistapaa, jossa naisyrittäjyyden tarkastelun ja ymmärtämisen katsotaan edellyttävän sukupuolen problematisointia ja käsitteellistämistä. Naistutkimuksessa on kehitetty monentyyppisiä sukupuolen käsitteellistämistapoja (esim. Saarinen 1992), mutta tässä yhteydessä tuon esiin vain näkemyksen, joka on oma lähtökohtani tässä työssä. Oletan, että yrittäjyys on yksi sosiaalisen toiminnan alue, kenttä, jonka käytännöissä sukupuolitetaan kentän toimijoita. Tällöin ajatellaan, että "vuorovaikutuksessa, ajatusmuodoissa ja mielikuvissa luodaan ja uusinnetaan merkityksiä, jotka järjestävät naisten ja miesten välisiä yhteiskunnallisia - tässä yrittäjyyteen liittyviä - suhteita" (Kinnunen & Korvajärvi 1996, 19). Lisäksi merkitykset tuottavat naisen ja miehen kategorioiden väliset suhteet hierarkkiseksi ja epäsymmetrisiksi, jolloin esimerkiksi valta jakautuu sukupuolen mukaan. Siten sukupuoli on sekä prosessi, jolla ruumiilliset yksilöt tuotetaan naisiksi ja miehiksi että prosessin tulos, sukupuoliset yksilöt, naiset ja miehet (de Lauretis 1987, 5-6).

Yrittäjyys ja sukupuoli kytkeytyvät toisiinsa arkipäivän kokemuksissa ja käytännöissä, joissa nais- ja miesyrittäjille määrittyvät sukupuolen mukaiset paikat yrittäjyyden kentässä niin symbolisella kuin materiaalisella tasollakin. Symbolinen taso ilmenee esimerkiksi siinä, että "yrittäjän on aina ajateltu olevan mies ja toimivan miesvaltaisella alalla, jolla on myös enemmän taloudellista painoarvoa kuin esimerkiksi palvelusektorilla" (Kovalainen 1995, 13). Lainauksessa tulee näkyviin myös sukupuolisuhteeseen kytkeytyvä epäsymmetrinen arvojärjestys. Sukupuolistavat käytännöt materiaalistuvat esimerkiksi toimialojen selvässä yrittäjän sukupuolen mukaisessa jaossa: naisvaltaisia toimialoja ovat majoitus- ja ravitsemustoiminta (65 % naisia v. 1993) sekä yhteiskunnalliset palvelut (66 %), miesvaltaisia taas rakentaminen (98 % miehiä v. 1993), kuljetus (92 %) ja teollisuus (74 %). (Huipulla tuulee 1996, 65). Symbolisen ja materiaalisen erottaminen toisistaan on tietenkin analyttinen jako. Jokapäiväisten käytäntöjen tasolla ne kietoutuvat erottamattomasti yhteen. Esimerkiksi Kera Oy:tä perustettaessa ja

yrittäjärahoituskohteista päätettäessä kukaan ei varmasti ajatellut pahantahtoisesti naisten yritysten jättämistä valtion tukirahoituksen ulkopuolelle. Sattuu vain olemaan niin, että tuotanto- ja teknologiahankkeita, Kera Oy:n päärahoituskohteita, pidettiin ja pidetään yhteiskunnalle arvokkaimpina kehityskohteina ja kyseeseen tulevat yritykset ovat miesvaltaisilla toimialoilla, jonka seurauksena naisvaltaiset palvelutoimialat ovat olleet pitkään Kera Oy:n tukirahoituksen ulkopuolella (vrt. Sundin 1988, 9; Carlsen & Nielsen 1988). Vasta eri tahojen pitkällisten ponnistelujen jälkeen Kera Oy on ottanut ohjelmaansa pienyrityslainat ja naislainat, jotka ovat tuoneet veronmaksajien tukirahat naisyrityksien saataville.

Sukupuolikäsitykseni on relationaalinen, erilaisissa suhteissa tuotettaviin eroihin ja yhtäläisyyksiin perustuva. Tuottaminen on myös tärkeä käsite sukupuoliymmärryksessäni. Käsitän sukupuolen ensisijaisesti tekemisenä ja toissijaisesti olemisena (Kinnunen & Korvajärvi 1996, 19). Sukupuolen merkityksiä tehdään eli tuotetaan ja uusinnetaan, moninaisissa käytännöissä paikallisissa tilanteissa (Korvajärvi 1998, 13). Työssäni käytäntö on lehtiartikkelien kirjoittamisen ja julkaisu naisyritysjärjestelmästä. Paikallinen tilanne ilmenee tietynä lehtenä, joka on tarkoitettu tietyille yleisölle. Ymmärrän sukupuolen myös yksilön välttämättömäksi olemisen tavaksi, toisin sanoen alamme olla heti syntymisen hetkestä asti joko naisia tai miehiä (ks. sukupuolen määrittämisestä tarkemmin Kessler & McKenna 1978). Kun meidät on määritelty jompaan kumpaan kategoriaan, meitä myös aletaan kohdella sen jälkeen sukupuolemmme edustajina, jolloin vuorovaikutuksissa tulemme sukupuoliksi oppimalla ja sisäistämällä sukupuoliin liitettävät merkitykset, ajatusmuodot ja mielikuvat. Sukupuolena oleminen ei kuitenkaan ole vain passiivista muiden määrittelyjen vastaanottoa. Teemme sukupuolta niin itsellemme kuin toisillekin. Käyn mielelläni silloin tällöin kosmetologilla (naisyrittäjä!), sillä kauneudenhoito on selittelemättä naiseuden tekemistä, miehelleni asia sen sijaan ei ole käynyt edes mielessä (tarkistin asian kysymällä). Toisaalta hän mielellään lähettää minut rautakauppaan tekemään hankalia kyselyjä, koska naisia palvelee paremmin kuin miesasiakkaita, sillä eihän kukaan oleta rouvan tietävän mitään rautakaupan ihmeistä.

Käytän tutkimuksessani kategorioita nainen ja mies (so. nais- ja miesyritykset). Seurauksena on, että työni uusintaa länsimaiselle ajattelulle tyypillistä vastakkaisparia nainen/mies. Ajattelen, ettei ole mahdollista astua tarjolla olevien todellisuuden käsitteellistämistapojen ulkopuolelle ja näihin tapoihin kuuluu naisiin ja miehiin jakautunut sukupuoli. Uskon Nykyrin (1998, 16) tavoin, että ”(l)opullisen totuuden etsimisestä voidaan

luopua ja tyytyä käyttämään naisen kategorialla kontekstuaalisesti ja strategisesti". Vaikka kategoriat nainen ja mies perustuvat ajatukseen sukupuolesta olemisena, sukupuolistavien käytäntöjen tuloksena, jää edelleen mahdollisuus ajatella kategorioita uudelleen ja kriittisesti, so. sukupuolta tekemisenä (vrt. emt.).

Sukupuoli kietoutuu naisyrittäjyyteen työssäni juuri sukupuolen ensisijaisuuden takia (vrt. Määttänen 1993, 27). Kun on kysymys inhimillisestä toiminnasta eli yrittäjyydestä, on kysymys myös sukupuolesta, koska sukupuolikäsitykseni mukaan ruumiilliset toimijat ovat aina joko naisia ja miehiä. Ensisijaisuus ilmenee siinä, että "(s)ukupuoli läpäisee kielen, ajattelun, yhteiskunnalliset rakenteet ja organisaatiot itsestään selvyden tavoin ..." (Kinnunen et al. 1996, 25). Sukupuoli kietoutuu siten työssäni peruuttamattomasti yrittäjyyteen, koska tavat, joilla ajattelemme sukupuolesta, tunkeutuvat myös näkemyksiimme (nais)yrittäjyydestä (Berg 1997, 159). Jotta yhteennivoutuminen on mahdollista, käsitän sukupuolen ja yrittäjyyden molemmat kulttuurisiksi ja sosiaalisiksi muodosteiksi, jotka rakentuvat vuorovaikutusprosesseissa.

Yrittäjyys on työssäni siten myös relationaalista tekemistä, toisin sanoen yrittäjyys tulee olevaksi, konstruoituu vuorovaikutusprosesseissa ihmisten, instituutioiden ja rakenteiden kesken. Yrittäminen tuottaa uusia merkityksenantoja. Vaikka määrittelenkin yrittämisen arkipäivän suhteiden jatkuvassa virrassa tapahtuvaksi, ei määritelmä sulje pois yrittäjää toimijana. Yrityksen perustaja on nimittäin se, jolla on näkemys uuden liiketoiminnan mahdollisuudesta ja kyky suostutella muita yritysideoita kannattajiksi (esim. rahoittajat) ja tuotteiden/palvelujen ostajiksi. On vaikea ajatella, että toiminnan aloitteentekijä olisi muu kuin yrittäjä, mutta kiinnittyminen aloitteentekijän intentioihin ja persoonaan vie huomion pois yrittämisen toiminnallisuudesta. Toiminta vaatii ehdottomasti muutakin ja muitakin kuin yksittäisen yrittäjän. (Johannisson 1996a, 7-9, 11, 13). Sitä paitsi, kun yrittäjän intentioita tai persoona selitetään, mukaan lukien yrittäjä itse, henkilö ja tarkoitukset käännetään merkityksiksi selittämisen hetkellä. Samalla ne muuttuvat sosiaalisiksi ja jaetuiksi, koska tapamme tehdä todellisuutta ymmärrettäväksi ovat kiinni käytettävissä olevista kielellisistä konventioista. Yrityksen perustamisella ja yrittämisellä on myös paljon seurauksia, jotka eivät ole yrittäjän intentioista kiinni tai suunniteltavia, sillä merkityksentuottamisprosessit ovat ennen kaikkea yhteisöllisiä. Onkin mielenkiintoisempaa keskittyä yrittämisen ja yrittäjän konstruutumiseen kuin arvailla yrittäjän "pään" sisältöä.

Sukupuolijäsennyksen mukaan ottaminen naisyrittäjyyden pohtimiseen on yksi näkökulma työssäni, jolla olen läsnä tekstissäni. Toinen rakentuu naisyrittäjyyden ja

sukupuolen tekemisen vuorovaikutuksellisuudesta. Naisyrittäjyyden ja sukupuolen rakentuminen ja kietoutuminen interaktiivisesti sisältää oletuksen, että naisyrittäjyys ilmiönä tulee ymmärrettäväksi ja siten olevaksi merkityksellistämisen kautta. Toisin sanoen naisyrittäjyysilmiön haltuunotto tapahtuu kielellisesti merkityksenantoprosesseissa. Naisyrittäjyys ilmiönä on siten olemassa vain niillä tavoilla, joilla me pystymme sen käsitteellistämään ja tekemään itsellemme ymmärrettäväksi. (vrt. Suoninen 1997, 12-13). Naisyrittäjyyden ymmärtämistavat, konstruktiot ovat kuitenkin aina ajallisia ja paikallisia (vrt. Berger & Luckman 1995). Ei ole mitään syytä olettaa, että esimerkiksi viime vuosisadalla Suomessa tai nykypäivän Venäjällä naisyrittäjyyttä tuotettaisiin samoilla merkityksillä kuin tällä hetkellä Suomessa. Vuorovaikutuksellinen näkemys arvostaa ilmiöiden monimuotoisuutta. Kunkin hetkiset merkityksenantotavat pääsevät kiinni vain joihinkin puoliin naisyrittäjyyttä. Toisin sanoen ilmiötä ei pysty tyhjentämään kaikista siihen liittyvistä merkityksistä, jolloin kaikki käsittämisyrietykset, kuten tämä työ, ovat aina osittaisia. Todellisuus on tarua/kirjoitusta ihmeellisempää. Vuorovaikutuksen korostaminen todellisuuden rakentumisessa liittyy sosiaalisen konstruktionismin perinteeseen (esim. emt.).

Oletus todellisuuden rakentumisesta sosiaalisissa ja kielellisissä vuorovaikutuksissa on diskurssiteorian perusolettamuksia. Diskurssiteoreettinen tutkimusote on kolmas läsnäolon näkökulma työssäni. Esittelen sitä tarkemmin seuraavassa pääkappaleessa, mutta tutkimustehtäväni kannalta diskurssiteoreettinen tutkimusote tarkoittaa kielen merkityksen korostumista työssäni. Kieli on aktiivista toimintaa, jolla tehdään jaettua todellisuutta kielenkäyttäjien yhteisössä. Sosiaalista todellisuutta organisoidaan, uusinnetaan ja muutetaan kielessä. Kieli on se paikka, jossa sovitaan ja kiistellään hyväksyttävistä, arvostetuista tai hyljeksittävästä tavoista nähdä todellisuus. (vrt. Jokinen et al. 1993, 9-16). Naisyrittäjyys ei siten ole mikään itsellään todellisuudessa olemassa oleva ilmiökokonaisuus, jota suoraan voisi tutkia. Naisyrittäjyys tuotetaan erilaisissa kielellisissä tai enemmänkin tekstuaalisissa käytännöissä, joilla määritellään, miten naisyrittäjyyttä tulee tehdä yhteisesti ymmärrettäväksi, millaista naisyrittäjyys on. Ja koska monilla tahoilla - naisyrittäjillä, viranomaisilla, asiakkailta, yrittäjäjärjestöillä, yrittäjyystutkijoilla - on omassa intressissä päästä määrittelykäytäntöihin mukaan, on oletettavissa, että näkemykset ovat ainakin osittain ristiriitaisia.

Yhteenvedon ajattelen naisyrittäjyyden olevan sukupuolittavaa toimintaa yrittäjyyden kentällä, jossa naisyrittäjyyden merkityksiä uusinnetaan ja muutetaan eli niihin yhdytään ja/tai ne kiistetään vuorovaikutuksessa eri tahojen kesken. Tutkimustehtäväni on lukea

valitsemistani aineistoartikkeleista, **miten niissä tehdään naisyrittäjyyttä**. Pohdin, **miten naiseus määrittää yrittäjyyttä ja yrittäjyys naiseutta**. Olennaista ei ole kysyä, miten naisyrittäjyys on olemassa tai millaisia naisyrittäjät ovat, vaan **miten naisyrittäjyyttä tuotetaan sosiaalisissa käytännöissä, joista aineistoni on yksi areena**.

Opinnäytetyöni kirjoitukselliset ratkaisut ovat myös sidoksissa diskurssiteoriaan ja aineiston tekstianalyysin. Ennen aineiston käsittelyä en puutu lähemmin naistutkimuksen erilaisiin sukupuoliteoretisointeihin enkä aiempaan naisyrittäjyystutkimukseen. Ratkaisu perustuu kontekstinäkemykseeni. Ymmärrän kontekstin tarkoittavan sitä merkitysyhteyttä, jossa tutkittava ilmiö (naisyrittäjyys) saa sen luonteen, jona me tunnistamme sen. Konteksti on siten aineiston ja tutkijan kohtaamispaikka, jossa yhtäältä aineisto sekä mahdollistaa että vastustaa tiettyjä luentoja ja toisaalta tutkija lukee esiin ne merkitykset, jotka ovat itselle relevantteja ja mahdollisia kohtaamisessa. (Keso & Pietiläinen 1998). Aineistoa on periaatteessa mahdollista tulkita lukuisilla tavoilla, mutta käytännössä relevantteja ja mahdollisia lukutapoja vähentävät opinnäytetyöhön kohdistuvat vaatimukset. Haluan tässä työssä tulla hyväksytyksi liiketaloustieteellisen tieteentekemisen diskurssissa, joten pyrin perustelemaan tulkintojani joko sukupuoliteoretisointien avulla ja/tai aiemman naisyrittäjyystutkimuksen kautta itselleni asettamaani tehtävää seuraten. Siteet jo tehtyyn tutkimukseen eivät ole katkenneet, mutta niiden paikka on muuttunut analyysiin. Yritän eksplikoida lukutapojeni tuottamia merkityksenantoja pitäen mielessä, että tiedon sosiologia on palauttanut tutkijan pysyvästi objektiivisuuden sfääreistä samaan elämismailmaan tutkittavan ilmiön kanssa (esim. Fox Keller 1985; Latour 1986; Crawford 1993, Woolgar 1988a ja 1988b; Rouse 1991).

2. DISKURSSITEOREETTINEN TIETEENTEKEMISEN MAAILMA

Liikun työssäni diskurssiteoreettisessa tieteentekemisen maailmassa. Diskurssiteorian perusolettamukset rakentuvat kielen, merkitysten, vuorovaikutuksen ja diskurssien yhteennivoutumisen ympärille. Diskurssiteoriassa todellisuuden ilmiöiden katsotaan tulevan oleviksi ja ymmärrettäviksi merkityksenantoprosesseissa, jotka ovat kielellisiä ja interaktiivisia ja jotka tapahtuvat diskursseissa (esim. Lehtonen 1996; Mills 1997). Tässä pääkappaleessa pyrin selvittämään, mitä kaikkea edellisessä lauseessa tulikaan sanottua.

Merkityksenantoprosesseissa tuotetaan merkityksiä. Merkityksiä voidaan tehdä erilaisissa merkkijärjestelmissä, kuten kielessä, musiikissa ja eri kuvataiteissa. Merkkijärjestelmissä yksittäiset merkitykset muodostuvat erotukseksi muiden merkkien merkityksistä sekä suhteessa muihin järjestelmän merkityksiin. Merkitykset muodostuvat siten aina merkkijärjestelmän sisäisten erontekojen ja suhteiden perusteella, ei merkkijärjestelmän ulkoisen todellisuuden heijastumina. (vrt Gadet 1989). Esimerkiksi ilmiö naisyrittäjyys tekee muun muassa eron miesyrittäjyyteen perusteena sukupuoli, harrastustoimintaan perusteena liiketoiminnan ja harrastamisen erottaminen ja palkkatyöhön perusteena yrityksen omistamisen ja palkannauttimisen ero. Merkitysten muodostuminen suhteessa muihin merkityksiin ilmenee esimerkiksi siinä, että naisyrittäjyyttä ei kovin helposti voi nimetä uudelleen verottamiseksi, koska jälkimmäisen merkitys on jo täytynyt toisessa yhteydessä.

Yksilö ei pysty mielivaltaisesti päättämään kielen merkityksistä, sillä kielenkäyttö on olennaisesti vuorovaikutuksellista, toisin sanoen kielelliset merkitykset ja merkityksenannot ovat yhteisöllisiä, sosiaalisia. Saamme oman yhteisömme kielen syntymälahjana, jolloin merkityksillä on jatkuvuutta ja pysyvyyttä yli yksilön. Tämäkin merkitysten ominaisuus on helppo hyväksyä, koska muussa tapauksessa yhteisöllinen viestintä ja keskinäinen ymmärretyksi tuleminen olisi mahdotonta. (Berger & Luckman 1995, 48-53). Merkitysten interaktiivisuus ja sidonnaisuus kielen käyttäjien yhteisöön selittää myös eri kulttuurien erilaiset tavat tehdä merkityksiä todellisuudesta. Erilaisilla sanastoilla merkityksellistetään kullekin yhteisölle tarpeellisia ilmiöitä, eivätkä kielelliset erojen teot voi siten olla samoja kielestä ja kulttuurista toiseen. (Karlsson 1977, 29-30). Kunkin yhteisön kieli organisoii todellisuutta eri tavalla. Siten kieli ei yksinkertaisesti nimeä ja välitä todellisuutta, vaan tekee sitä. (Culler 1986, 31). Kielenkäyttö tekee maailman merkitykselliseksi jollakin tietyllä tavalla, jolloin kieli on aktiivista, samalla sekä uusintavaa (jatkuvuus) että muuttavaa sosiaalisen todellisuuden prosessointia. Kielenkäyttö on myös aina sidoksissa aikaan ja paikkaan, mikä tutkimuksen tekemisen näkökulmasta tarkoittaa merkityksenantoprosessien tilannetekijöiden, tutkija itse mukaan lukien, huomioon ottamista (ks. Jokinen et al. 1994, 29-36; Fairclough 1997, 85)

"Kieli ja sen merkitykset ovat tarttumista todellisuuteen, ihmisten käytännöllistä tietoisuutta, dynaamista ja artikuloitua läsnäoloa maailmassa" (Lehtonen 1996, 221). Todellisuuteen tarttuminen tarkoittaa, että pyrimme järjestämään ja tekemään ymmärrettäväksi todellisuutta kielellisten merkityksien avulla, toisin sanoen tuotamme todellisuutta ymmärrettäväksi ja käsitettäväksi kielen avulla. Tietoisuus maailmasta ja läsnäolo tässä

maailmassa (todellisuudessa) tietoisesti merkityksien ja kielen keinoin viittaa näkemykseen, jonka mukaan tietoisuus ja sitä kautta myös ajattelu ovat kieltä (Volosinov 1990, 29). Kielellinen ajattelu taas tuottaa ymmärrystä ja tietoa todellisuuden ilmiöistä. Siten ymmärtäminen, ymmärrys ja tietäminen, tieto ovat tuloksia merkityksenantoprosesseista, joilla todellisuutta tehdään käsitettäväksi itselle ja muille (vrt. Talja 1998, 24).

Diskurssiteorian perusolettamus on, että kieli tuottaa erilaisia asiantiloja ja objekteja sosiaaliseen todellisuuteen. Siten kieli itse on se paikka, jossa kielenkäyttäjät tekevät todellisuutta (ks. Mills 1997,45). On tärkeää pitää mielessä, että kielenulkoista todellisuutta ei kuitenkaan kielletä eli puut jatkavat kaatumistaan metsissä ilman kielen vaikutusta. Samoin jokaisella on esimerkiksi ruumiillisia kokemuksia, jotka pakenevat kielen merkityksellistämistä. Kuitenkin ilmiöt muuttuvat kielellisiksi heti, kun ne on mahdollista pukea merkitysten muotoon. Siten diskurssiteoreettinen tieteentekeminen ei oikeastaan taivu realismi/idealismi–dikotomiaan, jossa realismi ääripäässä todellisuuden ilmiöiden katsotaan olevan olemassa ihmisen ymmärryksestä irrallaan, kun taas idealismi ääripäässä todellisuuden ilmiöt tulevat oleviksi, so. saavat merkityksensä ja sisältönsä, yksilön tietoisuuden tuotoksina (Burrell & Morgan 1979). Diskurssiteoriassa ei niinkään olla kiinnostuneita kysymyksestä objektien ja ilmiöiden olemisen mahdollisuudesta tietoisuuden ulkopuolella kuin objektien ja ilmiöiden tulemisesta, rakentumisesta oleviksi meille merkityksenannoissa. (Laclau & Mouffe, 1985, 108, siteerattu Mills 1997, 50)

Kielen ymmärtäminen osana todellisuutta on merkittävä vedenjakaja erilaisten tutkimusten tarkastelussa. Tutkimus voi myös perustua oletukseen, että kieli välittää neutraalisti todellisuudessa olevia objekteja ja tiloja, jolloin kielen avulla voidaan siirtää todellisuuden faktoja mahdollisimman totuudenmukaisesti kielenkäyttäjältä toiselle. (Fox Keller, 1988, 142-143; Väliaverronon 1992, 29; Jokinen et al. 1993, 9). Toisin sanoen tajunnallistetut objektit ovat todellisuudessa sellaisina kuin ne meille erilaisten merkitysjärjestelmien kautta välittyvät. Yhteenvetona voikin todeta, että diskurssiteoreettinen näkökulma kieleen olettaa todellisuuden tulevan ymmärrettäviksi objekteiksi merkityksellistämisen prosesseissa, kun taas realistinen näkökulma kieleen olettaa, että todellisuutta voidaan lähestyä kielen avulla suoraan, koska kielen merkityksillä on läpinäkyvä viittaussuhde todellisuudessa oleviin objekteihin. Onkin todettavissa, että eri kielinäkökulmiin perustuvat tutkimukset ovat tietoteoreettisilta sitoumuksiltaan niin erilaisia, ettei tutkimustuloksien yhteismitallistaminen ole helpoimpia tehtäviä (vrt. Jokinen et al. 1993, 9; Oesch 1994).

Kielenkäyttö ja merkitysten tekeminen tapahtuu diskursseissa. Diskurssin käsite kiteyttää kielenkäytön sosiaalisen toiminnan muodoksi. Sillä viitataan merkityksen tuottamisen erilaisiin muotoihin, kuten puhumiseen, kirjoittamiseen, sanattomaan viestintään, kuviin, joilla tuotamme itsemme, toisemme ja todellisuuden objektit. Diskurssiteoreettisia pohdintoja on 70-luvulta lähtien harjoitettu lukuisten tieteenalojen piirissä, joten diskurssin määritelmiä on ehditty kehittää runsaasti eri tarpeisiin. Seuraavassa on Stuart Hallin määritelmä, joka tosiaankin on kätevä, ja toimiva myös oman työni kannalta, kuten toteaa Mikko Lehtonen, jolta minä sitä vuorostani siteeraan. "Diskurssi on ryhmä lausumia, jotka tarjoavat kielen sitä varten, että voitaisiin puhua tietynlaisesta jotakin aihetta koskevasta tiedosta - toisin sanoen representoida tätä tietoa. Kun lausumia jostakin aiheesta esitetään jonkin erityisen diskurssin sisällä, diskurssi mahdollistaa aiheen näkemisen jollakin tietyllä tavalla. Se myös rajoittaa muita tapoja, joilla aihe voitaisiin esittää" (Hall 1992, 291, siteerattu Lehtonen 1996, 67).

Diskurssit koostuva lausumista, joilla ilmaistaan diskurssin keskeisiä oletuksia. Keskeiset oletukset tukevat toisiaan loogisesti, jolloin diskurssista tulee sisäisesti koherentin ja tiiviin oloinen. Lausumia sääntelee diskurssille ominainen diskursiivinen käytäntö, joka määrittää tapoja ja sääntöjä asettaa kysymykset, vastata niihin, vakuuttaa ja legitimoida argumentit sekä arvioida tulokset. Diskursiivinen käytäntö myös asettaa rajat sille, mitä ja miten voidaan sanoa, kuka voi sanoa ja missä yhteydessä ja millä ehdoilla "tietyllä sosiaalisella, taloudellisella, maantieteellisellä tai kielellisellä alueella" (Lehtonen 1996, 68). On tärkeää huomata, että diskursiivinen käytäntö on diskurssispesifi: jokaisella diskurssilla on omat sääntönsä ja tapansa järjestää todellisuutta, joten lausumia on aina arvosteltava suhteessa diskurssiin, jonka sääntöjä ne noudattavat (Mills 1997, 48). Siten diskurssit ovat laajoja tieto/valtajärjestelmiä, jotka asettavat tietämisen mahdollisuuden rajat osoittamalla, mikä on ylipäätään olemassa olevaa, potentiaalista tietämisen kohteeksi ja tietämisen arvoista (Mills 1997, 51; Talja 1998, 20-21).

Diskurssit rakentuvat olennaisesti eron tekemisen periaatteelle: diskursiivinen käytäntö sulkee diskurssin ulkopuolelle kaikki sellaiset vaihtoehtoiset lausumat, jotka eivät tue diskurssin koherenttiutta. Poissulkeminen nostaa esille kysymyksen mukaan pääsystä diskurssiin, koska diskursiivinen käytäntö määrittää legitiimit puhuja-asemat. Puhuja-asema on sidoksissa siihen, ketä pidetään missäkin yhteydessä ja tilanteessa oikeutettuna puhumaan kyseeseen tulevasta asiasta. Esimerkiksi liike-elämässä menestyneinä pidettyjen yritysten johtajat/omistajat ovat arvovaltaisia esittämään mielipiteitään liiketoiminnasta julkisuudessa,

kun taas parturi-kampaamon pienyrittäjä tuskin saa yleisempää huomiota näkemyksilleen liiketoiminnan tilasta, vaikka molempien mielipiteet voivat olla yhtä perusteltuja. Jotta ylipäättäen voi tulla kuulluksi esimerkiksi yrittäjyysasioissa, on ensiksi pystyttävä legitimoimaan puhuja-asema teemalle relevanttien diskurssien piirissä.

Diskursiivisissa tieto/valta-järjestelmissä eron tekeminen yleensä myös hierarkkisoitettuja puhutavat/tietämisen tavat. Diskursiivisen käytännön mukainen puhutapa tulee "oikeaksi", "totuudelliseksi" ja ristiriidassa oleva "vääräksi", "valheelliseksi". Yrittäjyystutkimus ei esimerkiksi aina ole kuulunut liiketaloustieteen repertuaariin vaikka yrittäminen, jos mikä, on liiketoimintaa, koska yrittämisen katsottiin olevan enemmänkin käytännöllistä, arkitiedon ja -kokemuksen piiriin kuuluvaa, kuin teoreettista ja tieteellistä käsittelyä vaativaa toimintaa. Kuluvalla vuosikymmenellä yrittäjyystutkimus ja -opetus ovat kuitenkin todenteolla varmistaneet pääsynsä akateemisiin käytäntöihin (Hjorth & Johannisson 1997, 3).

Kunakin hetkenä ilmassa on lukemattomia erilaisia diskursseja, joista kukin esittää oman versionsa sosiaalisesta ja yhteiskunnallisesta todellisuudesta. Versiot eivät synny itseriittoisesti, vaan diskurssit rakentuvat aina suhteessa muihin diskursseihin. Samaa ilmiötä voi määrittää useampi eri diskurssi. Yrittäjyyden ja liiketaloustieteen muuttunut suhde kertoo juuri diskurssien keskinäisistä suhteista. Liiketaloustieteellisessä diskurssissa ohjaututaan tekemään tutkimusta ilmiöistä, jotka liittyvät liiketoimintaan, ovat mielenkiintoisia ja joilla on uutuusarvoa sekä laajempaa kantavuutta liiketoiminnan kehittämisessä (Keso & Pietiläinen 1998; vrt. Berkenkotter & Huckin 1995 14-17). Kaikki mainitut tekijät määrittyvät kuitenkin myös suhteessa muihin ajassa oleviin diskursseihin (vrt. Mills 1997, 33). Yrittäjyyden merkityksen kasvu parin viimeisen vuosikymmen aikana ja erityisesti kuluvalla vuosikymmenellä liittyy sekä talouden rakennemuutokseen että työmarkkinoiden ja palkkatyön muutoksiin, jolloin yrittäjyydestä on tullut kiinnostavaa eri diskurssien näkökulmasta, liiketaloustiede mukaan lukien (ks. Kovalainen 1995, 14-15). Yrittäjyysdiskurssista on tullut esimerkiksi työllisyysdiskurssia, elinkeinopoliittista diskurssia ja liiketaloustieteellistä diskurssia tukeva puhekäytäntö. Sen sijaan suomalaisen hyvinvointivaltion rakentamisen aikana (60-luvulta lähtien) julkisen sektorin kasvu ja suurteollisuuden näkyvä rooli elinkeinoelämässä asettivat yrittäjyysdiskurssin version yhteiskunnallisesta todellisuudesta marginaaliin ja osittain oppositioon edellä mainittuihin diskursseihin nähden.

Edellisen kappaleen päätelmäni yrittäjyysdiskurssin ja liiketaloustieteellisen diskurssin suhteesta eri ajanhetkinä ovat melkoisen rohkeita, koska diskurssit eivät ole historiallisesti kiinteitä muodostelmia suhteessa toisiinsa tai edes itseensä. Suhteessa toisiinsa diskurssit voivat edellisessä kappaleessa olevan esimerkin mukaisesti olla joko toisiaan tukevia tai ristiriitaisia. Toisiaan tukevat diskurssit voivat muodostaa laaja-alaisia diskursiivisia tieto/valta-järjestelmiä, joiden ilmiöiden selittämisvoima ylittää yksittäisen diskurssin tarjoaman version; vrt. yrittäjyys työllistävänä ja elinkeinoelämää sekä Suomen taloutta elvyttävänä toimintamallina. Valta-aseman voi kyllä saavuttaa yksittäinenkin diskurssi. Hyvä esimerkki tällä hetkellä hegemonisesta diskurssista on strateginen johtaminen, joka tuntuu levittäytyneen kaikenlaisiin yhteyksiin, joissa puhutaan tulevaisuuden suunnittelusta, esimerkiksi informaatioyhteiskuntakeskusteluun ja yritysten perustamiseen (vrt. Alvesson & Willmott 1995, 98-101). Strategisen johtamisen kielestä onkin tullut olennainen osa johtajan osaamista ja siten yksi edellytys johtajaksi etenemiselle. (Eriksson & Lehtimäki 1998).

Tavallinen on myös tilanne, jossa diskurssien versiot todellisuudesta ovat ristiriitaisia. Ristiriidat on mahdollista ymmärtää merkinä käynnissä olevasta diskurssien kamppailusta (Jokinen & Juhila 1994, 102-103). Kilpailevat diskurssit ovat yleensä valta-asemiltaan erilaisia. Vallitsevat diskurssit ovat niin itsestäänselviä, ettei niille tule edes ajatelleeksi vaihtoehtoja, ennen kuin kilpailevat diskurssit alkavat saada jalansijaa vaihtoehtoisine versioineen (emt., 105). Sukupuolen ymmärtäminen biologiaan pohjautuvana ja sukupuolieron selittäminen biologisilla eroilla on esimerkki erittäin tunnetusta, uskottavasta ja itsestäänselvästä diskurssista. Naistutkimuksen sukupuoliteoretisointi on puolestaan tällä hetkellä tämän hegemonisen diskurssin merkittävin haastaja, joka on yleensä päässyt hyväksytyyn puhettavan asemaan. Esitetystä haasteesta huolimatta yleisesti tunnettuja tutkimuksen sukupuoliteoretisoinnit eivät vielä ole. Marginaalisuutta ei niin vain rikota.

Diskurssien keskinäiset rajat liikkuvat näissä kamppailuissa ja yhtymisissä. Erilaiset todellisuuden versiot tulevat samalle tiedon kentälle selittäessään samaa ilmiötä. Selittämällä samaa ilmiötä monilla, jopa ristiriitaisilla tavoilla diskurssit tulevat osoittaneeksi toistensa "pimeät pisteet", ne epäjatkuvuudet, jotka ovat seurausta ristiriitaisten lausumien poissulkemisesta. Toisin sanoen erilaiset diskursiiviset käytännöt merkitsevät eri lausumia tiedon piiriin, jolloin toisesta diskurssista poissuljettu voi olla ja onkin toisen diskurssin käytännön mukaisesti "oikeata" tietoa ja lausuman poissulkeneen diskurssin epäyhtenäisyys tulee näkyväksi. Rajojen siirtyminen ei kuitenkaan välttämättä pyyhkäise diskurssia pois

tietoisuudesta. Vahvimmat diskurssit pystyvät vastustamaan ajanhammasta yllättävän tehokkaasti, jolloin kilpailevat versiot tulevat vaihtoehtoisiksi lähestymistavoiksi (Talja 1998, 21-22). Yrittäjyysdiskurssin vahva juonne on ollut sankarillisen, poikkeuksellisen yksilön hahmo yrittäjän mallina (Kovalainen 1995, 12-13). Kuluvan vuosikymmenen kovat alkuvuodet lukemattomine yrityskonkursseineen ja henkilö-, perhe- ja sukukohtaisine tragedioineen on ilmeisesti heikentänyt tätä heroaista stereotypiaa ja tuonut yrittäjäidealia lähemmäs arkipäivän yrittäjäaherrusta (Kivimäki 1996, 116-117).

Diskurssiteorian sitoutuminen todellisuuden sosiaaliseen ja interaktiiviseen rakentumiseen vähentää yksilöllisen toimijan ja hänen tietoisuutensa painoarvoa kaiken toiminnan lähteenä. Yksilöiden intentioista sinällään ei olla kiinnostuneita, koska tarkastelun kohteena ovat sosiaaliset käytännöt. Diskurssit tuottavat yksilöille asemia, joista puhuminen ja tietäminen on mahdollista kussakin diskurssissa. Puhujapositiot otetaan käyttöön, kun diskurssiin kuuluvia lausumia käytetään selittämään todellisuutta. Puhuja-asemien realisoituminen kielenkäytössä on hyvin tilannekohtaista, kuten kielikin. Siten sama puhuja voi samankin keskustelun aikana puhua erilaisista, ristiriitaisistakin asemista. Samoin toimitetut tekstit voivat sisältää monia erilaisia puhujapositioita vaikka teema pysyykin samana. Sukkuloiminen positioista toisiin kuvaa hyvin diskurssiteorian identiteettikäsitystä. Identiteetillä tarkoitetaan "niitä oikeuksia, velvollisuuksia ja ominaisuuksia, joita toimija olettaa itselleen, toisille toimijoille tai muut toimijat olettavat hänelle" (Jokinen et al. 1993, 38-39). Identiteetit/puhuja-asetat rakentuvat ja vaihtelevat sen mukaan, mistä asemista tai identiteeteistä käsin kussakin diskurssissa on mahdollista puhua. (emt., 37.40).

Diskurssit ja niiden tuottamat merkitykset eivät ole yksilön omia, koska synnyimme kieleen ja sen merkitysjärjestelmiin. Tämä ei kuitenkaan tarkoita, että olisimme diskurssien vankeja. Ristiriitaiset ja kilpailevat versiot todellisuudesta ja eri diskurssien vaihtoehtoiset puhuja-asetat tarjoavat meille luovia kielenkäytön mahdollisuuksia rikkoa vallitsevia diskurssijärjestyksiä. Yksilön vastarinnan mahdollisuus on kielen käytön seurauksia tuottavassa luonteessa, sillä samalla kun lausumat uusintavat todellisuutta, ne myös tekevät samaista todellisuutta (Jokinen et al. 1993, 41-42). Kielenkäytön seuraukset ovat ennen kaikkea erilaisten tulkintamahdollisuuksien, asiatiilojen aukaisemista ja sulkemista, mutta ne eivät suinkaan aina ole toimijan tarkoittamia (Sawicki 1991, 100). Esimerkiksi strategisen johtamisen suunnittelukäytännöt ovat levittäytyneet yrityksen perustamiseen yllättävällä tavalla: yritysrahoitusta antavat tahot, kuten pankit ja Kera Oy, edellyttävät nykyisin aloittavilta yrityksiltä jonkinlaista liiketoimintasuunnitelmaa, joka on olennaisesti

suunnitteludokumentti. Yrittäjät ovat pakotettuja laatimaan suunnitelmia, jotka monelta osin, esim. budjetit kahdelle tulevalle toimintavuodelle; perustuvat "hihasta ravistettuihin" lukuihin. Toisaalta keksittyjen lukujen esittäminen rahoittajille on toimintaa, jolla yrittäjä vastustaa strategiadiskurssin totalisoivaa vaikutusta.

Olen useiden sivujen ajan selvittänyt, miten diskurssiteoria hahmottaa tieteen tekemisen todellisuutta. Diskurssiteoreettinen tutkimus on kuitenkin ennen kaikkea tekemistä. Omassa työssäni tekeminen on aineistoartikkelien analysointia tekstianalyysin avulla. Monet selittämäni käsitteet tulevat ymmärrettäväksi, kun niitä käyttää aineiston tulkinnassa. Tuon vielä esiin yhden käsitteen, joka liittyy aineiston nimeämiseen. Mikko Lehtosen sanoin: "Kun ihmiset tuottavat merkityksiä diskursseissa, tuloksena on keskenään sikäli samankaltaisia tekstejä (jotka voivat olla esimerkiksi puhetta, kirjoitusta, ääntä/kuvaa), että diskurssien keskeiset oletukset toistuvat niissä" (Lehtonen 1996, 68-69). Siten tarkoitan tekstillä tässä työssä artikkeleita, joista aineistoni koostuu. Aineistoa käänän ja väänän seuraavassa pääkappaleessa.

3. AINEISTO

Tieteen ja tutkimuksen tekeminen eli tieteellisen tiedon tuotanto on olennaisesti sidoksissa tekstien kuluttamiseen ja tuottamiseen (esim. Latour 1986; Luostarinen & Väliverronen 1991; Berkenkotter & Huckin 1995). Tieteen tekemisellä on omat kirjoitetut ja kirjoittamattomat sääntönsä, jotka koskevat oikeita tapoja seuloa ja järjestää tietoa. Tiede asettaa rajoja sille, mitä voidaan tietää, miten voidaan tietää ja millainen tieto on ylipäättään tiedoksi luokiteltavaa (Mills 1997, 69).

Lähteiden ja aineiston valinta ovat aivan yhtä vähän neutraaleja, tutkittavaan ilmiöön vaikuttamattomia tutkimusprosessin vaiheita kuin varsinainen analyysikin. Eri tieteen aloilla erilaiset lähteet ja aineistot ovat hyväksyttäviä ja toiset tulevat vain vaivoin kyseeseen, jos ollenkaan. Siten lähteiden ja aineiston valinta tarkoittaa myös sen valitsemista, kenen tai keiden ääni saa mahdollisuuden tulla kuulluksi. Kaikki tutkimuksen tekemisen diskursiiviset käytännöt sulkevat jotakin pois ja ottavat jotakin mukaan, niin myös käytetyt lähteet ja aineistot. Edellinen tuntuu itsestään selvältä ja triviaalilta, mutta tieteen historia kuhisee hiljennettyjä osallisia. Esimerkiksi naistutkimuksen päätavoitteita on ollut naisten kokemusten tuominen tieteen piiriin.

Diskurssiteoreettisessa tutkimusotteessa aineiston asema on poikkeuksellisen korkea (Suoninen 1993a, 49). Aineistoni artikkelit eivät suinkaan kuvaa naisryttäjäyttä, vaan ne samalla sekä dokumentoivat että tekevät sitä. Artikkelit ovat itsessään se "paikka", jossa tutkimaani ilmiötä nimeltä naisryttäjäyys tuotetaan eli tutkittava ilmiö tulee olevaksi tutkijan ja aineiston välisissä monissa keskittyneissä luku-, kuuntelu- tai katselukerroissa (mukaellen Jokinen et al. 1993,13). Diskurssiteoriassa ei aineistojen jakaminen ensisijaisiin ja toissijaisiin olekaan mielekäästä, koska jako perustuu ajatukseen aineiston keruumenetelmien ja lähteiden eriasteisesta autenttisuudesta. Millään aineistolla ei ole sen parempaa pääsyä todellisuuteen kuin toisellakaan ja siten hyvin monentyyppiset tekstit tai muut merkityksenantoprosessit (esim. kuvat, videot, liikuntaesitykset) soveltuvat aineistoksi¹ (ks. Talja 1998, 36). Aineiston valinnassa tulevatkin nopeammin vastaan kunkin tieteenalan hyväksyttävät tiedon valikoitumis- ja organisointitavat kuin diskurssiteorian mahdollisuuksien ehtyminen.

3.1 Aineistolähde ja tutkimuksellisen tekstin tuotannon ehdot

Aineistot, lähteet ja tekstit eivät kuitenkaan ole valta-asemiltaan tasa-arvoisia, kuten edellä oleva arvio erilaisten aineistojen ja todellisuuden suhteesta antaisi olettaa. Koska tekstien tuotantoon ja kulutukseen kietoutuvat erottamattomasti sosiaaliset, yhteiskunnalliset ja (tässä tapauksessa myös) tieteelliset arvoasetelmat, toiset tekstit rakentuvat totuudellisemmiksi ja etuoikeutetummiksi kuin toiset (vrt. Mills 1997, 23). Näihin tieto/valtamerkityksiin viitataan puhumalla tekstien tuotannon ehdoista ja käytännöistä. Myös opinnäytetyön tekeminen on suostumista tieteellisen tekstin tuotannon ehtoihin ja käytäntöihin. Pyrin selventämään ehtoja ja käytäntöjä joiltakin osin tuomalla esiin työni aineiston valintakiemuroita.

Mietiskellessäni eri lähdevaihtoehtoja ryttäjäyteen keskittyvät lehdet tuntuivat hetimiten varteenotettavilta läpikahlattavilta. Koko 90-luvun useimmissa aikakausi- ja sanomalehdissä on kirjoitettu ja kirjoitetaan paljon ryttäjäydestä ja ryttäjäistä, mutta erityisen oikeutettuja puhumaan ryttäjäydestä ovat ryttäjäjä ja heitä lähellä olevat tahot - kokemuksen rintaäänellä. Naisryttäjäien Keskusliiton Naisryttäjäyys -lehti olisi ollut itseoikeutettu vaihtoehto lähteeksi, mutta se ei tule Tampereen julkisiin kirjastoihin. Sen sijaan yliopiston

¹Olen monta kertaa miettinyt, kuinka mielenkiintoista olisikaan tutkia Aku Ankan ryttäjäyyskäsitteitä.

kirjastoon on tilattu vuosikausia Yrittäjä(politiikka). Voinkin rehellisesti todeta, että naisyrittäjyysartikkeleiden ottaminen Yrittäjä -lehdestä ei aiheuttanut suurta päänvaivaa². Itse asiassa olin pelkästään hyvilläni, että artikkeleita yleensä kertyi riittävä määrä yhdestä yrittäjyyttä käsittelevästä lehdestä. Tutkimuksen valossa suomalaiset naisyrittäjät ovat nimittäin moninkertaisesti marginaalissa: naisyrittäjiä on vähän, heidän yrityksensä keskittyvät palvelutoimialoille ja ovat henkilöstöltään pieniä (esim. Kovalainen 1993), joten naisyrittäjien näkyvyys muiden kuin naisille kohdistettujen lehtien palstoilla ei ole itsestäänselvyys.

Yrittäjä -lehti (numeroon 1/1994 asti Yrittäjäpolitiikka) on Suomen Yrittäjät ry:n (syksyyn 1995 asti SYKL ry.) julkaisema "yrittäjien ammattilehti", kuten lehden kannessa nykyisin heti nimen alle on painettuna. SY julkaisee myös toista lehteä, Yrittäjäsanomiam, joka on järjestöasioihin keskittyvä jäsenlehti. Yrittäjä -lehti toimii tilausperiaatteella ja ilmestyy nykyisin kuusi kertaa vuodessa. Lehti keskittyy "taloudelliseen ideologiaan, periaatteellisiin yrittäjäpoliittisiin asioihin, lainsäädäntöön, hallintoon, politiikkaan, päätöksentekomekanismeihin; ylipäätään sellaisiin asioihin, jotka eivät istuneet Yrittäjäsanomille, mutta joissa tiedontarve on suuri... Yrittäjäpoliittisesti lehden tulisi osata ennakoita tulevaa, luoda pienyrittäjyyden visioita kiinnostavalla tavalla, olla askeleen edellä pk-sektoria koskevassa ajattelussa ja näitten ajatusten esillepanossa.... Yrittäjäpolitiikan pitää olla ykkönen omalla alueellaan, lehtenä, joka on suunnattu nimenomaan pienyrittäjille" (Heikkilä 1992, 4-5). SYKL:n tuolloisen toimitusjohtajan Kari Heikkilän ajatukset Yrittäjäpolitiikka -lehdestä ovat vuodelta 1992 (lehti täytti kymmenen vuotta), mutta nykyisen päätoimittajan Jouko Lanton mukaan profilointi on käypä edelleenkin³.

Työni aineistolähteen ja varsinaisen aineiston valinta ovat kuvaavia otteita siitä, kuinka tutkimuksen tekemisen diskurssit materialisoituvat käytännöissä, so. ohjaavat näkemistä, tekemistä ja kokemista. Valintaprosessi on ollut sukkuloimista liiketaloustieteellisen diskurssin rajoilla ja sisällä. Yhtäältä aikakauslehtitekstit ovat valtavirtanäkemyksen mukaan toissijaista lähdemateriaalia, koska niissä tutkittava ilmiö on jo suodattanut ainakin yhden tulkinnan läpi. Näkemys perustuu realistiseen kieliymmärrykseen. Aineistoartikkelien väittäminen osaksi sosiaalista todellisuutta eli realistisesta näkemyksestä käsin autenttiseksi ja ensisijaiseksi, sekä ottaminen pääasialliseksi analyysin kohteeksi,

²Luettelo valitsemistani artikkeleista, niiden otsikoista, lehden numeroista, sivuista, juttutyypeistä ja puhevaltaa käyttävistä on liitessä 1.

³Henkilökohtainen tiedonanto, puhelinkeskustelu Lantto/Pietiläinen 11.6.1998.

vaativat vahvoja perusteluja. Naisyrittäjyyden tarkasteleminen sukupuolinäkökulmasta ei sekään ole kovin tavallista yrittäjyystutkimuksessa saati sitten liiketaloustieteessä.

Kaikkea ei kuitenkaan voi, eikä ole järkevääkään, asettaa kyseenalaiseksi samalla kertaa. Kun marssin yliopiston Attilan kirjastoon lehtiosastolle Yrittäjä -lehteä läpi käymään tarkoitukseni naisyrittäjyyttä koskevien lehtiartikkeleiden kerääminen, luotin (ainakin) kahteen asiaan. Uskon ensinnäkin, että tieteellisen kirjaston lehtitilauuskäytännöt ovat sellaisia, että niukat tilausmäärärahat käytetään tutkimukselle relevanttien lehtien tilaamiseen. Yrittäjä -lehden olemassaolosta tiesin muista yhteyksistä, vaikka en vielä tuossa vaiheessa tuntenutkaan lehden profiilia. Kuten yllä totesin valinta ei ollut vaikea. Toiseksi Yrittäjä -lehdellä on tukenaan julkaisijansa Suomen suurimman yrittäjäjärjestön Suomen Yrittäjien arvovalta, joten jos kyseisessä lehdessä ei tehdä yrittäjyyttä, niin sitten ei missään. Lehden toimituksella on varmasti halua ja kykyä julkituoda yrittäjiin ja yrittäjyyteen liittyviä teemoja. Minulle onneksi naisyrittäjyyskin on alkanut saada palstatilaa lehdessä.

Yrittäjyyskentässä arvovaltaiseen julkaisijaan (vaikuttaa tietenkin lehden linjaan, yrittäjyyttä ei esimerkiksi kritisoida) kytkeytyy työni kannalta sellainen ongelma, että analyysin tuloksena saattaa olla "pääasiallisesti vallitsevan järjestelmän mukainen maailmankuva" - tässä naisyrittäjyyskuva -(Fairclough 1997, 69), mutta vähän esillä olevan naisyrittäjyyden kohdalla senkin näkyviin tuominen on mielestäni hyvä lähtökohta.

3.2 Puhevallan käyttäjät

Yrittäjä -lehden naisyrittäjyysartikkelit ovat journalistisia tekstejä, jotka on tuotettu tiettyjen institutionaalisten ehtojen vallitessa. Mediadiskurssin yksi ulottuvuus on se, että "uutistuotannon eräs silmiinpistävä piirre ... on toimittajien suunnaton luottamus määrättyjä virallisia tai muutoin legitimoituja lähteitä kohtaan" (Fairclough 1997, 69), minkä seurauksena valtaapitävien näkemykset asioiden tilasta koetaan luotettavimmiksi ja ne saavat paremmin julkisuutta mediassa kuin marginaalisten ryhmien tulkinnat. Toinen näkökohta korostaa lehtitekstien tuottamisen kollektiivisuutta. Ennen kuin artikkeli tai uutinen on valmis painettavaksi, on se käynyt läpi lukuisia valinta-, muokkaus- ja järjestämiskertoja toimituksellisen ja teknisen henkilökunnan käsissä. (Pietilä 1993, 46; Fairclough 1997, 68-69). Naisyrittäjyysartikkelien voi siten odottaa olevan monikerroksisten, monenlaisia viittaussuhteita sisältävien ja edelleen erilaisia luentoja mahdollistavien

merkityksenantoneuvottelujen tulos. Kolmas asiantila vahvistaa edellistä. Viestimet käsittelevät aiheita, jotka ovat sekä epätavallisia että tuttuja, ja julkaisevat tekstejä, jotka tuovat esiin jotain uutta, merkittävää ja mielenkiintoista (Reunanen 1993, 31). Onkin esitetty, että mediadiskurssi on sensitiivinen ympäristössä tapahtuville muutoksille, jolloin "(a)lustavat, keskeneräiset ja ristiriitaiset yhteiskunnalliset ja kulttuuriset muutokset ilmenevät tiedotusvälineiden moniaineisissa ja muuttuvissa diskurssikäytännöissä" (Fairclough 1997, 73).

Tekstien tuotannon kollektiivisuus ja mediadiskurssin alttius muutoksille tarkoittavat työssäni lähtöoletusta naisyrittäjyysartikkeleiden moninaisuudesta ja ristiriitaisuudesta, vaikka en luennoissani puutukaan journalistisiin tuotannon ehtoihin ja käytäntöihin aineistokappaletta enempää.

Samoin kuin tutkimusdiskurssit määrittävät, mistä lähteistä aineistoja voi kerätä, pääsy mediadiskurssiin on rajattu. Rajoitukset ilmenevät sekä legitiimeinä lähteinä (keneltä kysytään mielipidettä) että painetuissa teksteissä puhevallan käyttönä (Jokinen & Juhila 1993, 86-87). Pohdinkin seuraavassa, kenelle naisyrittäjyysartikkeleissa on annettu lupa puhua omalla äänellä. Keskityn esittelemään ne artikkeleissa esiintyvät tahot, jotka nimeltä mainiten tai esittämisteknisesti (lainaus) puhuvat omissa nimissään.

On itsestään selvää, että joku tai pikemminkin jotkut toimituksessa ovat olleet osallisina aineistoartikkeleiden kirjoittamisprosessissa. Kuitenkin artikkeleiden inhimillinen tekoprosessi on hävinnyt lukupiiristä ja toimituksen osuus on palautettava erikseen mieleen myös silloin, kun toimittajan nimi on merkitty jutun loppuun. Yhden tutkimusesittelyartikkelin (ks. liite 1) ovat kirjoittaneet tutkimuksen tekijät itse, mutta hekin puhuvat työstään passiivissa. Juttujen todellisuusvaikutelma on erittäin vahva. Lukijana voin olla vakuuttunut, että naisyrittäjätodellisuus tulee esitetyksi sellaisenaan, mitään lisäämättä tai poistamatta, luotettavasti ja totuudellisesti *Yrittäjä* -lehdessä. (vrt. Pietilä 1993, 47-48). Todellisuusvaikutelman tekeminen eli journalistinen realismi on ymmärrettävissä mitä suurimmassa määrin kysymykseksi tekstien tuotannon institutionaalisista käytännöistä. Luonnollisuus tuotetaan tietyillä tekniikoilla (emt., 48-56). Tekstien sosiaalisen konstruoinnin häivytyks luonnollistavilla merkityksenannoilla uusintaa tehokkaasti tekijöiden ja kokijoiden jakoa ja pitää yllä legitiimeistä lähteistä teksteihin välittyneitä tulkintoja asioiden "oikeasta" laidasta. Eri asia tietenkin on, suostuvatko lukijat tekstien viettelyyn. (vrt. Ridell 1994, 102-132).

Päätoimittaja Lanton mukaan erityisesti yrittäjätarinat ovat lukijoiden suosiossa⁴. Tämä näkyy myös aineistossani. Yrittäjäesittelyitä ja muita juttuja on aineistossani lähes yhtä paljon. Yrittäjänaiset pääsevät esille omassa asiassaan juuri yrittäjätarinoissa. Jokaisessa esittelyssä yrittäjät saavat "puheaikaa" ja he ilmaisevat omia mielipiteitään suorissa lainauksissa niin yrityksistään, liiketoiminnasta yleisesti kuin henkilökohtaisesta elämästäänkin. Yrittäjäesittelyt ovat samalla sekä henkilökohtaisia että puhuttelevia. Autenttisuutta lisää artikkelin kirjoitusprosessin näkymättömyys. Yrittäjäkokemukset tuntuvat välittyvän paperin valkoiselle pinnalle vähentymättöminä. Toisaalta henkilökohtainen ote saattaa nakertaa tarinoiden uskottavuutta, koska naisten asiantuntevia näkemyksiä asiantiloista pidetään helposti pelkinä yksityisinä mielipiteinä vailla yleistä kantavuutta. Naiset määrittyvät mieluummin kokijoiksi kuin näkijöiksi.

Yrittäjänaiesten Keskusliiton puheenjohtaja, Naisyrittäjyyden Edistämiskeskuksen toimitusjohtaja ja tutkijat edustavat varsinaista naisyrittäjyyden asiantuntemusta artikkeleissa, toiset ammatillista ja järjestöllistä, toiset tieteellistä. Molemmissa tahoissa toteutuvat Fairclough'n (1997, 69) sanat: "Tällaisia (legitiimejä 'faktalähteitä', TP) ovat hallitus-, viranomais- ja poliisilähteet, työnantajien ja -tekijöiden ammattiliitot sekä tieteen asiantuntijat". Naisyrittäjyyden edunvalvojilla uskotaan olevan näkemystä yrittäjyyden yleisistä yhteiskunnallisista ja sosiaalisista ulottuvuuksista yli yksittäisen naisyrittäjän. Heillä on myös valtuutus jäsenyrityksiltä edustaa yrittäjäkenttää muihin valtaa pitäviin tahoihin päin. Tutkimuksen taidosta tuottaa kaikkein luotettavinta tietoa erinäisistä todellisuuden ilmiöistä ja vielä kirjallisena ei länsimaissa liene mitään epäselvyyttä (Latour 1986, Woolgar 1988, 11).

Aidon yrittäjäkokemuksen ja tieteellisen asiantuntemuksen epätasa-arvoisuus on ilmeisintä aineiston vanhimmassa artikkelissa "Kotiansiotyö - ei tilapäisratkaisu, vaan pysyvä tapa tehdä työtä". Sivun mittaisessa jutussa yksinyrittäjä, psykologi Anna Kock ja kotityöstä väitellyt VTT Minna Salmi keskustelevat toimittaja Vesterisen johdolla. Artikkelin on rakennettu siten, että ensin näkymätön toimittaja kertoo jotakin Kockin yrittämisestä. Seuraa lainaus yrittäjältä itseltään toimittajan esittelemään teemaan. Lainauksessa Kock erittelee kokemuksiaan kotiansiotyöstä, minkä jälkeen Salmi kommentoi yrittäjän kokemuksia asettamalla sen tutkimusyhteyteen. Puheenvuorot siirtyvät toimittajan tarjoamilla puheenaibeilla. Artikkelin puheasemat ovat selkeät: toimittaja päättää, mistä puhutaan, yrittäjä kertoo kokemuksistaan ja tutkija tekee subjektiivisista kokemuksista tietoa.

⁴ Katso edellinen viite.

3.3 Aineistoartikkelit todellisuuden dokumentteina

Naisyrittäjyysartikkelit ovat kirjoitetussa muodossa, ja jokaiseen juttuun on myös yhdistetty kuva yleensä tekstissä puhevaltaa käyttävistä⁵. Jälleen kirjoitan esiin jotakin niin arkipäiväiseltä ja itsestäänselvältä tuntuvaan, että ikävystyminen alkaa saada yliotteen. Latouria mukaillen kolmiulotteisen haisteltavan, maisteltavan, katseltavan, kuultavan ja kosketeltavan todellisuuden ilmiö(ide)n kääntäminen kaksiulotteisiksi kirjoituksiksi, numeroiksi, taulukoiksi, kaavioiksi, diagrammoiksi, sanalla sanoen visuaalisiksi, nähtäviksi objekteiksi, on tyypillistä länsimaisille nykypäivän yhteiskunnille. Erityisen huomion arvoiseksi kääntämisen (so. tekstien ja numeraalisten esitysten) tekee sen yliverlainen asema totuudellisimman ja luotettavimman tiedon tuottajana yli tradition, auktoriteettien tai välittömien havaintojen. Eri-aikaisten käännosten keskinäisessä arvojärjestyksessä uusin on kaikkein parhain ellei muuta ilmene. (Latour 1986, 26; myös Lehtonen 1996, 89, painetun tekstin uskottavuudesta).

Yrittäjä -lehden toimitus ei kuitenkaan käänne naisyrittäjien monivivahteista todellisuutta teksteiksi ja kuviksi pelkästään tekemisen ilosta. Aiemmin lainattuja (kpl 3.1.) SYKL:n tj. Heikkilän sanoja diskursiivisesti tulkiten lehden tehtävänä on tuoda esille erityisesti pienyrittäjyyttä määrittäviä diskursseja ja diskursiivisia käytäntöjä yrittäjien näkökulmasta. Latour esittää, että kääntämien saa erityisen merkityksensä ja näkyvät seurauksensa tilanteessa, jossa omalle, kääntämisellä tehdylle todellisuuden ilmiön versiolle suostutellaan kannattajia. Kannattajat ovat ensiarvoisen tärkeitä version faktaksi tulemisen polulla, jolla monet muutkin versiot kamppailevat etuoikeutetusta asemasta selittää kyseistä ilmiötä. Virtaavan, hetkellisen todellisuuden kääntäminen kaksiulotteiseksi nähtäväksi objektiksi tekee todellisuudesta samalla sekä muuttumattoman että siirrettävän, esitettävissä olevan että muihin objekteihin liitettävän. Tekstit, taulukot ja diagrammit ovat vakuuttava todiste tekijänsä todellisuuden version luotettavuudesta ja totuudellisuudesta. Niillä voi vakuuttavasti suostutella muita oman näkemyksen kannattajiksi. (Latour 1986, 5, 7). Voikin sanoa, että Yrittäjä -lehti suostuttelee lukijoitaan journalistisilla todellisuuden esittämiskeinoilla hyväksymään lehden version yrittäjätodellisuudesta. Samalla lehti tuottaa itsestään arvovaltaista yrittämisen tietäjää.

Yrittäjä -lehden painos on tällä hetkellä 23 000 kappaletta. Lehden kutsuun on vastannut noin 20 000 tilaajaa. Yritystilaajien pääomistajista naisia on 16 % ja miehiä 69 % (ei

⁵En käsittele jutuissa olevia kuvia mainintaa enempää, koska erimuotoisten tekstien merkityksen antotavat eroavat toisistaan huomattavasti (vrt. esim. Lehtonen 1996, 87-88).

tietoa 15 %). Toimialoista ovat edustettuina palvelut 33 %, teollisuus 32 %, kauppa 24 %, liikenne 7 % ja muut 4 %. Selvä enemmistö Yrittäjä -lehden vuosikerran maksajista on miesten omistamia yrityksiä. Asiantilasta ei tietenkään voi päätellä varsinaisten lukijoiden sukupuolta suoraviivaisesti. On kuitenkin perusteltua olettaa, että toimituksen tieto lukijakunnasta perustuu myös omalta osaltaan tilaajaprofiiliin, koska edellä esittämäni luvut olen saanut lehden tilaajarekisteristä. Siksi rohkenenkin todeta, että pääsääntöisesti Yrittäjä -lehteä toimitetaan miehelle pienyrittäjälle.

Päätoimittaja Lanton mukaan toimitukseen on tullut lukijapalautetta, jossa on pyydetty lisää naisyrittäjyyttä käsitteleviä juttuja. Lanto totesi myös, että toimitus on itsekin alkanut ymmärtää tarpeen kirjoittaa naisyrittäjyydestä lehdessä (vrt. mediadiskurssin sensitiivisyys yhteiskunnallisille ja kulttuurisille muutoksille kpl. 3.2.). Mielestäni molemmat tekevät naisyrittäjyyden tulemistä mahdolliseksi yrittäjyysdiskurssissa. Saavutetut palstamillimetrit eivät vielääkään häikäise pituudellaan, mutta näkymättömyyteen verrattuna julkisuuteen pääsyä on tapahtunut. Samalla edellisessä kappaleessa mainitut tahot ovat määrittäneet lehdessä naisyrittäjyyden faktatietäjiksi tässä yrittäjyysdiskurssikamppailun vaiheessa. Tietyt artikkelihin dokumentoidut käännökset ovat myös muodostuneet näkyviksi naisyrittäjyyden tulkinnoiksi, versioiksi. Paperille kirjattuina näitä versioita voi siirtää paikasta toiseen yhä uusien tahojen suostuttelemiseksi dokumentoitujen versioiden kannattajiksi (Latour 1986, 5-7). Oma opinnäytetyöni on siitä hyvä esimerkki. Hyväksyin lehden naisyrittäjyyden tietäjäksi ja siten säästyin menemästä yrittäjien luokse. Naisyrittäjät sen sijaan saapuvat luokseni artikkeleissa, jotka siis tarjoavat minulle mahdollisuuden pohtia, miten naiset rakentuvat naisyrittäjiksi Yrittäjä -lehdessä (vrt. Sawicki 1991, 2),

3.4 Aineiston määrä

Keräsin Yrittäjä-lehden naisyrittäjyyttä käsitteleviä artikkeleita vuosilta 1991-1997. Artikkeleita on yhteensä 18 kappaletta. Artikkeleiden valinta edellä mainitulta aikajaksolta perustuu osaltaan käytännöllisiin syihin. Aloitin artikkeleiden valinnan vuodesta 1997 ja kävin läpi ajassa taaksepäin niin monta vuosikertaa, että artikkeleiden määrä oli mielestäni riittävä. Riittävyyttä arvioin artikkeleiden sivumäärillä suhteutettuna analyysitapaani ja työhön käytettävissä olevaan aikaan. Tekstien lähiluku on nimittäin työlästä tunteja nielevää puuhaa (ks. Jokinen et al. 1993, 13), joten suuri sivumäärä tarkoittaisi myös pitkää työrupeamaa.

Tarkoitukseni on siten aineiston sivumäärää rajoittamalla pitää opinnäytetyön kirjoittaminen kannaltani järkevissä mitoissa.

Perustelen edellä aineiston valintaa määrällisillä tekijöillä. Aineiston tarkoituksenmukaisuuden perustelu määrällä on erityisen vahva argumentti edelleenkin liiketaloustieteellisessä tutkimuksen tekemisessä. Määrä aineiston arviointikriteerinä perustuu triangulaation periaatteeseen, jonka mukaan tutkittavan ilmiön olemassa olosta todellisuudessa saadaan sitä parempi ja totuudellisempi käsitys mitä erilaisimmilla aineistoilla ja esittämistavoilla ilmiötä todennetaan (Woolgar 1988, 72). Jos käytettävissä on vain yhdentyypinen aineisto, sitä tulisi vastaavasti olla paljon.

Aineiston määrien esiintuominen tuntuu itsestäänselvältä ja jopa välttämättömältä. Asiantila kertoo mielestäni kvantitatiivisen tutkimuksen vahvasta asemasta liiketaloustieteissä. Vaikka aineiston käsittely olisikin laadullista, numeerisen tiedon esittely tuntuu lähes pakolliselta oman tutkimuksen totuudellisuuden, luotettavuuden ja uskottavuuden vahvistamiseksi. Taustalla on edelleenkin ihmisistä riippumattoman, universaalien tiedon ihanne. Määrällisistä mittareista ja numeroista on ikään kuin häivytetty pois tekijä ja hänen epämääräiset motiivinsa, jolloin objektiivisen tiedon illuusiota on mahdollista ylläpitää. Numeroihin pakotettu todellisuus tuntuu olevan olemassa sinällään, jokaiselle samalla tavalla todettavissa.

Diskursiivisen tutkimusotteen näkökulmasta aineistomäärän kertominen on juuri kumartamista kvantitatiivisen tutkimuksen arviointikriteerien valta-asemalle tieteessä. En tarkoita kumartamista väheksyvässä mielessä. Diskursiivisesti ajatellen on selvää, että liiketaloustieteessä tietyt tavat tehdä tutkimusta määrittävät tiedon tuotannoksi ja toiset eivät. Toisin sanoen tutkimus on aina sekä tiedeyhteisössä hyväksytyiksi katsottujen diskurssien mukailua (tässä aineiston määrän kertominen) että kritisoimista niissä rajoissa, jotka tieteen olemassaolon mahdollistavat perusolettamukset asettavat. (Mills 1997, 33, 69; Pirttilä 1994, 91).

Pätevää diskursiivista tutkimusta voi tehdä niin yhdestä haastattelusta (Suoninen 1993b, 91-123) kuin laajasta haastattelu- ja tekstiaineistosta (Talja 1998)⁶. Määrä ei siten tuo

⁶Aineiston määrän ja valitun analysointitavan voisi ajatella olevan sellaisessa suhteessa, että hienojakoisia keskusteluanalyttisiä työkaluja käyttävät tutkimukset tulevat toimeen pienillä aineistoilla, sillä analyysi saa tarkkuudellaan muutamastakin rivistä "kaiken irti" ja on samalla tietenkin työläs (esim. Suoninen, emt.). Foucault -vaikutteiset analyysit taas kartoittavat ilmiöiden historiallista muotoutumista ja/tai tiettyyn ilmiöön liittyviä erilaisia diskursseja/tulkintarepertuaareja rajattuna ajan hetkenä (esim. Talja, emt.), jolloin

diskurssianalyttiselle tutkimukselle sinällään lisää luotettavuutta ja totuudellisuutta. Olen tähän mennessä perustellut pakottavaa tarvetta tuoda aineiston määrä julki ajankäytöllä ja (liiketalous)tieteellisen diskurssin tiedon suodattamis- ja organisointitavoilla. Haluan tuoda esiin vielä kaksi aineiston määrään liittyvää perustelua, jotka pohjautuvat tavoitteeseeni tulkita aineistoteksteistä naisyrittäjyyttä strukturoivia **erilaisia** diskursseja. Yhtäältä minulle on syntynyt tuntemani naisyrittäjyys- ja naistutkimuksen pohjalta sellainen esiyymmärrys, että naisyrittäjyydestä puhutaan melko yhdenmukaisilla tavoilla ainakin tutkimuksessa. Käsitteiden muodostumiseen on vaikuttanut se, että naistutkimuksen näkökulmasta naisyrittäjyystutkimuksessa sukupuolikäsitys on melkoisen problematisoimaton ja yksioikoinen. Naisyrittäjyystutkimus näyttää minulle usein vallitsevien sukupuolikäsitysten uskollisena toistajana, jolloin on odotettavissa, että aineistoni artikkelit tuottavat samantyyppisiä naisyrittäjyysdiskursseja kuin naisyrittäjyystutkimuskin. Samoin artikkelien valitseminen yhdestä lehdestä arkiymmärryksen mukaan vastustaa moninaisuutta, koska useimmilla lehdillä on oma tunnistettava linjansa käsitellä erilaisia ilmiöitä. Toisaalta yllä käsitellyt journalististen tekstien tuotantoehdot ja -käytännöt edistävät artikkeleiden ristiriitaisuutta ja moniäänisyyttä. Oletankin artikkeleissa rakentuvan monenlaisia naisyrittäjyyden merkityksiä, kunnes muuta ilmenee (Fairclough 1997, 30). Arkikokemus todistaa, että määrän kasvaessa myös variaatioiden mahdollisuus lisääntyy. Näissä ristipaineissa yritän tavoitella diskurssien moninaisuutta artikkeleiden määrällä ja jonkin verran myös aikajänteellä.

4. SUKUPUOLEN KANSSA KUURUPIILOSILLA

Yrittäjyys -lehden naisyrittäjyyttä käsittelevissä artikkeleissa yrittäjyys ja yrittäjät ovat näkyvästi läsnä, mutta sukupuoli on samanaikaisesti sekä paikalla että poissa. Jollakin hämmästyttävällä tavalla artikkelien yrittäjät ovat sukupuolisia olentoja eivätkä kuitenkaan ole sitä.

Naisyrittäjyyttä eksplisiittisesti käsittelevät artikkelit on erityisesti kirjoitettu Suomen yrittäjät ry:n naispuolisen yrittäjäkunnan esille tuomiseksi, heidän työnsä ja yrityksiensä huomionarvoisiksi tekemiseksi. Kirjoittamistarpeeseen ovat vaikuttaneet sekä toimituksen ammattitaitoisesti “haistama” ajan henki että lukijakunnan pyynnöt. Yrittäjien naiseus on se

mahdollisimman monipuolisen käsityksen saaminen ilmiöstä saattaa vaatia paljon (erilaisia) aineistoa.

tärkeä, ajankohtainen ja mielenkiintoinen kysymys (vrt. kpl 3.2.), jonka pohjalta toimitus on katsonut tarpeelliseksi kirjoittaa yrittäjyydestä. Naisyrittäjyyden artikkelien aiheeksi nouseminen antaa aihetta päätellä, että naisyrittäjyys on aiemmin ollut poissa lehden palstoilta siinä määrin, että naisyrittäjyyteen aiheena liittyy uutuuden “viehätys“. Naiseudella katsotaan siten olevan jotakin kiinnostavaa lisättävää yrittäjyyteen, mitä aiemmin ei ole tultu ajatelleeksi.

Naisyrittäjyyden uutuusarvo on ymmärrettävää, sillä Yrittäjä –lehden näkökulmasta lehden lukijarytymä on ensisijaisesti ollut mies, jolle mieleistä luettavaa lehdessä on pyritty julkaisemaan. Lehden lukijakunnan ymmärtämistä miehisenä tukevat tilaajaprofiilitiedot, joista käy ilmi, että tilaajarytymästä suurin osa on miesten omistamia (vrt. kpl 3.3.). Lehden artikkeleissa keskitytään valottamaan pk-sektorin yrittämisen eri puolia ja jos nyt sattuu olemaan niin, että teksteissä ja kuvissa vilisevät miesyrittäjät ja miesasiantuntijat, ei se missään vaiheessa kiinnitä erityisempää huomiota. Yksinkertaisesti sukupuolella ei jutuissa ole merkitystä. Vasta naisyrittämisen nimeäminen omaksi aihealueekseen erotukseksi muusta yrittäjyyskirjoittelusta tekee sukupuolen ja yrittäjyyden kytköksen näkyväksi ja kiinnittää huomion yrittäjien sukupuoleen. Naisyrittäjäartikkelit ovat poikkeus yrittäjyyskirjoittamisen linjasta: niiden kirjoittamista on inspiroinut yrittäjien naisena oleminen ja sitä tuodaan myös esille tekstissä ja kuvissa.

Yllä kirjoitetusta huolimatta yleisvaikutelma naisyrittäjyysartikkeleista on kuitenkin sukupuolta näkymättömänä pitävä. Jutuista saa sellaisen käsityksen, että “(y)rittäjyys ei ole sukupuolikysymys“, kuten yhdessä artikkelissa selväsanaisesti todetaankin. Jokaisessa artikkelissa on tekstikohtia, joissa ei enää voi olla varma puhutaanko naisten yrittämisestä vai yrittämisestä ilman sukupuolta. Yhtäkkiä sukupuoli häviää näköpiiristä, vaikka se onkin innoittanut juttujen kirjoittamista. Naisuus on tärkeä tekijä naisyrittäjien saamiseksi lehden palstoille, mutta yrittäjätyössä ja yrittäjänä olemisessa sillä ei enää olekaan välttämättä väliä. Artikkelien kuurupiilo sukupuolen kanssa on hämmentävää. Kuinka sukupuoli voi olla läsnä ja kuitenkin niin poissa?

4.1 Tasa-arvopuhe: samanlaisia vai erilaisia?

Artikkeleissa naisyrittäjät erotetaan omaksi ryhmäkseen yrittäjistä yleensä naisena olemisen perusteella. Huomion kiinnittäminen naisyrittäjiin miesyrittäjistä erillisenä ryhmänä on sukupuolen tuomista yrittäjyyden kentälle, sillä ei ole mitään syytä luokitella erikseen

naisyrittäjiä ellei naiseus, sukupuolena oleminen, ole se tekijä, joka jollakin tavoin tuo erityisyyttä yrittämiseen.

Naisyrittäjien erityisyyttä naisina tehdään huomion arvoiseksi juttujen sisältötekstien lisäksi teemaotsikoilla ja kuvituksella. Aineistoartikkeleista viisi on **Naisyrittäjä**-teemaotsikon alla (ks. liite 1.). Teemaotsikot jäsentävät lehden sisällysluettelo, jolloin naiseus yrittämisen erityisenä aspektina on helppo havaita jo silmäilyvaiheessa (vrt. teemaotsikko **palveluyrittäjyys**). Kahdeksassa artikkeliotsikossa mainitaan jossakin muodossa **naiset** ja yrittäminen (ks. liite 1.) ja viidessä artikkelissa **naiseus** yrittämisen erityisenä aspektina tuodaan esille tekstissä, esim. *“... eikä naiskonsulttikaan ole paremmin herättänyt epäilyksiä, vaikka joskus mies intoutuu ’ottamaan mittaa’ Terhin kyvyistä neuvoa organisaatioitten kehittämisessä.”* (2). Yrittäjä-lehdessä ei ole teemaotsikkoa ’Miesyrittäjä’, enkä ainakaan nopeasti selaten tavoittanut miesyrittäjien yrittäjätarinoissa yrittäjien mieheyden esiin ottamista yrittämisen erityisenä ulottuvuutena. Sukupuoli on artikkeleissa raportoimisen arvoinen naisyrittäjien ollessa kyseessä.

Kaikkien artikkelien kuvat esittävät artikkeleissa haastateltavia/esiteltäviä naisia tai jutun kirjoittajina olevia naisia (tutkijat artikkelissa 11, ks. liite 1). Juttujen kuvitus seuraa tältä osin lehtitekstien konventiota kuvittaa jutut tekstissä esiintyvien henkilökuvilla. Sen sijaa kuvatekstit vahvistavat sanomaa naisyrittäjistä sukupuolena. Kahdeksan artikkelin kuvaan liittyy kuvateksti, jossa naiseus on tärkein sisältö, esim. *“(n)aisyrittäjä ei vielääkään saa sitä arvostusta työstään, mitä työn vaativuus ja yrittäjyys ansaitisivat huomauttaa Riitta Suomi”* (17). Kahden jutun kuvasto on kulttuurisesti tyypillisen feminiinistä: yhdessä nuori nainen kurottautuu tietokoneen äärestä vieressä nukkuvaa vauvaa kohti (jutun aiheena kotityö) ja toisessa piirros esittää punktyylisesti pukeutunutta pystytukkaista nuorta naista piikkikorkoisissa avokkaissa käsissään jakkupuku, jota hän tarkastelee arvioivasti (jutussa pohditaan mm. naisyrittäjän pukeutumisen vaikutusta uskottavuuteen yrittäjänä). Naisyrittäjää kuvataan työnsä äärellä neljässä jutussa. Kahdessa kuvassa kyse on tekemisestä, joka määrittänyt kulttuurissamme naisten työksi. Yrittäjä Taina Liukkonen, parturi-kampaaja, käsittelee naisiasiakkaan pitkiä vaaleita hiuksia ja Sinooperi Oy:n omistajat Arja Varis ja Varpu Honkakoski seisovat merkkauslankatokkia täynnä olevan hyllyn edessä. Kauppias Sirpa Kaalikosken haastattelun kuvituksessa naiseus pistää silmään poikkeuksena. Kaalikoski on kuvattu ruohonleikkurin kahvassa ja maalaustarvikehyllyn edessä kaupassaan. Vaikka naisyrittäjiä onkin paljon vähittäiskaupassa, rauta- ja maatalouskaupan pitäminen on perinteisesti miesten yrittämistä. Kolme artikkelia on kuvitettu haastateltavien rintakuvilla.

Mielenkiintoista on, että kaksi rintakuvaa esittää pj. Ritva Sjöholmia Naisyrittäjien Keskusliitosta ja yksi yrittäjä Aino Mäkipeuraa, vuoden 1992 Yrittäjänäistä. Muotokuvan omaiset valokuvat rakentavat artikkelien puhuja-asemissa olevista alansa asiantuntijoita ja siten uskottavia naisyrittäjyyden tietäjiä.

Artikkelien kuvituksissa ja teemaotsikoissa naisyrittäjät tulevat sukupuoliksi lukijan, tässä tapauksessa minun, kulttuurisen lukutaidon kautta. Tiedän suomalaisen kulttuurin jäsenenä, mikä on naiseuteen liittyvää, mikä mieheyteen. Vasta kun tietoisesti kysyn itseltäni, miksi ymmärrän esimerkiksi naisyrittäjyys-teemaotsikon tai vauvaa kohti kurottautuvan naisen naiseutta rakentaviksi esittämisen tavoiksi, huomaan vertailevani kuvituksia ja tekstikohtia siihen, miten miehiä esitetään lehdessä. Yrittäjä-lehdessä ei ole **mies**yrittäjyys-teemaotsikoita. En myöskään tavoittanut lehdestä samalta aikaväliltä kuvaa, jossa miesyrittäjä olisi yrittäjätyönsä äärellä hoitanut toisella kädellään pientä lastaan. Tarkistin asian varmuuden vuoksi, vaikka tiesin jo edeltä käsin, ettei sen tyyppinen miesyrittäjän esittäminen ole mahdollinen pääsääntöisesti pk-sektorin miesyrittäjille suunnatussa lehdessä.

Vertailu nais- ja miesyrittäjien välillä jatkuu artikkeliteksteissä. Naisyrittäjistä näytetään tekevän sukupuolta ilmeisimmin vertailun avulla.

“Nybergin mukaan naisten kynnys ryhtyä yrittäjiksi on edelleen korkeampi kuin miesten.” 12⁷

“Takana on vuoden kestänyt johtajakoulutus, jossa hän oli mukana ainoana naisena. ‘Siinä yhteydessä selvisi muun muassa ettei minulla ollut tarpeeksi paineensietokykyä. Mieskollegoilla taas oli vähemmän välittämisen- ja kuuntelukykyä sekä lämpimyyttä.’” 13

“Naiset eivät perusta yritystä yhtä herkästi kuin miehet, vaan päättävät ryhtyä yrittäjäksi vasta, kun liikeidea on pitkälle kehitetty.” 14

“Palvelusuuntautuneen toimialavalinnan lisäksi naisyrittäjille on tyypillistä osa-aikayrittäjyys, sosiaalisesti painottuneet liiketoiminnan tavoitteet sekä pienempi yrityskoko.” 11

“Keskeinen tutkimustulos koskee yrittäjyyden jakautumista sukupuolen mukaisesti miesten aloihin ja naisten aloihin.” 5

Lainauksissa naisten yrittämistä peilataan ja vertaillaan miesten yrittämiseen. Naisyrittäjien yrittämisen esteitä, tavoitteita, yrittäjäominaisuuksia ja heidän omistajiensa yritysten toimialoja verrataan miesten vastaaviin, vain joitakin artikkeleissa esitettyjä vertailuja mainitakseni. Myös naisyrittäjätutkimuksessa on vahva perinne naisyrittäjien ja

miesyrittäjien vertailulla ja vertailut tekijät ovat pitkälti samoja kuin tekstiotteissa mainitut (esim. Carter & Kolvereid 1998; Olson & Currie 1992; Hajba 1985; Kovalainen 1993). Sukupuolten vertailunäkökulma on niin vahva artikkeleissa, ettei vertailuasetelmaa tarvitse välttämättä edes lausua julki. Monet naisyrittäjistä lausutut asiat peilautuvat itsestään selvästi lukijan mielessä vasten miesten yrittäjyyttä. Oletuksena on, että se mikä koskee esimerkiksi tyypillisesti naisyrittäjiä ei voi koskea samanaikaisesti miesyrittäjiä, joten miesyrittäjistäkin tullaan sanoneeksi jotakin naisyrittäjien vastakohtina. Vertailun tuloksena on nais- ja miesyrittäjien yhtäläisyyksiä ja eroja. Samanlaisuus/erilaisuus –teemat ja niiden selvittäminen vertailemalla ovat **tasa-arvoajattelun** perusprosesseja.

Tasa-arvoa voi pitää keskeisenä arvona omassa elämänpiirissämme (Hellsten 1997, 46; Salmela 1998, 7,12). Tasa-arvo liitetään vahvasti myös sukupuolten välisten suhteiden käsittämiseen. Voi jopa väittää, että se on ensimmäinen mieleen tuleva ymmärtämistapa, kun puhutaan naisista ja miehistä suhteessa toisiinsa (Parvikko 1991, 48). Tasa-arvo tarkoittaa vertailtavien ryhmien samanarvoisuutta, periaatetta, että “kaikkia ihmisiä tulee kohdella samanarvoisina“ (Hellsten 1997, 46). Tiedämme kuitenkin, ettei tasa-arvoisuus ole toteutunut yhteiskunnassa. Saman huomion ovat tehneet monet aikaisemmatkin eriarvoisuutta kokeneet sukupolvet. Lukuisat syrjityt ryhmät ovat taistelleet samanarvoisen yhteiskunnallisen aseman ja kohtelun puolesta, niin myös naiset. Historiallisesti tasa-arvonäkökulma erilaisine painotuksineen on dominoinut naisten yhteiskunnallista asemaa koskevia keskusteluja ja toimenpiteitä vuosisadan vaihteesta lähtien (Bergman 1995, 52-57; Koivunen 1996, 78). Tasa-arvoa on käytetty tehokkaana argumenttina haettaessa sisään pääsyä naisille suljetuille elämän alueille ja naisille kuulumattomia oikeuksia (Bergman 1995, 54, vrt. Holli 1999). Tällöin oletuksena on, että miehillä on oikeuksia ja vapauksia, jotka kuuluvat jakamattomasti molemmille sukupuolille. Oikeuksien jakamattomuutta taas perustellaan sillä, että miehet ja naiset ovat koetuista eroistaan huolimatta olennaisesti samankaltaisia. Sukupuolia yhdistävänä tekijänä pidetään ihmisyyttä, joka erottaa naiset ja miehet muista luonnon olioista (Holli 1995, 15, 16-17). Tasa-arvoon kietoutuu vielä oikeudenmukaisuuskysymys. Koetun ja eletyn syrjinnän poistamista, toisin sanoen tasa-arvon lisäämistä, vaaditaan oikeudenmukaisuuden tähden. Oikeudenmukaisuus on tasa-arvon tavoin tärkeä ja tavoiteltava länsimainen arvo (Salmela 1998, 8).

⁷ Numero (nimellä viiteno liitteessä) viittaa liitteessä 1 lueteltuihin aineistoartikkeleihin, jotka olen numeroinut vanhimmasta (no 1) uusimpaan (no 18).

Tasa-arvon tavoittelu on muodollisen (lakeihin perustuvan) tasa-arvon osalta jo hyvin pitkälle edennyt maassamme. Lakien puolesta sukupuolilla on suurin piirtein samat oikeudet ja yhtäläinen pääsy yhteiskunnan eri alueille. Kuitenkin sukupuolia ei edelleenkään kohdella tasa-arvoisina kaikilta osin ja eriarvoinen kohtelu “myös tekee ihmisistä eriarvoisia käytännössä” (Hellsten 1997, 47). Kysymys onkin nykyisin enemmän tasapuolisista mahdollisuuksista ja niiden tarjoamisesta ja toteutumisesta kuin muodollisista oikeuksista. Naisyrittäjyysartikkelit pohjautuvat mielestäni juuri oletukseen eriarvoisesta kohtelusta: Yrittämisen todellisuus asettaa naisyrittäjät eriarvoiseen asemaan miesyrittäjiin nähden, esimerkiksi *“naisten kynnys ryhtyä yrittäjäksi on edelleen korkeampi kuin miesten”*(12), ja siksi on tarpeen tuoda heidän yrittämisensä erityisyys esiin.

Tasa-arvon perusprosessi on vertailu. Kulloinkin kyseeseen tulevia ryhmiä vertaillaan halutun seikan suhteen. Vertailu voi kohdistua esimerkiksi kunnallisten palveluihin, yliopistojen opiskelijavalintaan, yrittäjätuloon, yritysten uusperustantaan jne. Holli esittää, että tasa-arvo käsitteenä ei voi täydellisesti palautua samanlaisuuteen eikä erilaisuuteen. Jos kaksi vertailtavaa ryhmää ovat identtisiä, vertailuasetelma puuttuu ja tasa-arvosta ei enää voi puhua. Samoin jos ryhmät ovat täysin erilaisia, ilman yhteistä nimittäjää, tasa-arvosta puhuminen muuttuu jälleen mahdottomaksi. Siten tasa-arvosta puhuttaessa liikutaan jatkumolla näiden ääripäiden välillä, vaikkakin itse ääripäät ovat suljettu pois. Samanlaisuus ja erilaisuus ovat läsnä samanaikaisesti, mutta erilaisin painotuksin tilanteen mukaan. (Holli 1995, 16, 22 ja 1997,137, vrt. Berggren 1987, 91). Artikkelien kuurupiilo sukupuolen kanssa on liikkumista samanlaisuus ja erilaisuus –näkemysten välillä. Hämmäntävyys on tulosta ääripäiden samanaikaisesta läsnäolosta, sillä toisilleen näennäisesti vastakkaisina ne tuottavat ristiriitaisen kuvan sukupuolen ja yrittäjyyden kytköksestä. Yhtäältä vedotaan naisyrittäjyyden erilaisuuteen ja toivotaan parannusta naisyrittäjien asemaan ja toisaalta vakuutetaan, ettei yrittäjyys sittenkään ole sukupuolikysymys.

Tasa-arvon käsite antaa artikkeleissa mahdollisuuden liikkua sulavasti samanlaisuuden ja erilaisuuden välimaastossa, eikä hämmennykseen toisiaankaan ole syytä. Itse asiassa työni naisyrittäjyysartikkeleissa argumentoidaan taitavasti naisyrittäjyyden tärkeyden puolesta tasa-arvopuheen samanlaisuus/erilaisuus -jatkumoa hyödyntäen. Ensilukemisilla kuitenkin melkein suivaannuin artikkeleissa naisyrittäjyydestä puhevaltaa käyttäviin. He eivät olleet puheissaan päättäväisesti jotakin mieltä sukupuolen ja yrittäjyyden suhteesta, vaan esittivät milloin minkin näkemyksen mielipiteidensä tueksi. Diskurssiteorian tutkimuksellinen voima on mielestäni juuri teorian mahdollistama itseäänselvyyksien

horjuttaminen ja toisin ajattelu. Tutkimusotteen merkittävä vahvuus on tilan antaminen paikallisille tiedoille: sosiaalisen todellisuuden merkityksellistäminen tapahtuu aina ruumiillisten naisten ja miesten arkipäivän toiminnassa tietyssä paikassa ja ajassa (vrt. Smith 1990, 200).

Diskurssiteoria mahdollistaa myös monentyyppisten aineistojen käyttämisen naisten yrittämisen tutkimiseen. Monenlaisissa aineistoissa arkisetkin asiat saavat diskurssiteoreettisen otteen kautta takaisin sen monimuotoisuuden ja rikkauden, joka niihin lopultakin on kätkeytynyt. Teoria ei tietenkään diskursiivisessa maailmassakaan pysty vangitsemaan täydellisesti elämän antamaa kokemuksellista ja elämyksellistä merkitystäyteyttä, mutta väittäisin diskurssiteorian kuitenkin olevan poikkeuksellisen ansiokas erilaisten vivahteiden ja vaihtoehtojen näkyville tuomisessa. Niinkin arkipäiväinen ja jopa tylsä aihe kuin tasa-arvo taipuu yllättävästi erilaisten naisyrittäjyysnäkemysten esittämiseen, perusteluun ja puolustamiseen tarpeen mukaan, kunhan lukijana suostun sen näkemään ja sitä arvostamaan. Alkusuivaantumisen jälkeen osaankin antaa arvoa artikkeleissa puhujien ajallista ja paikallista taitavuutta, joka ilmenee juuri siinä, että he osaavat tukeutua oman näkökulmansa perusteluissa kulttuurisesti vahvaan ja vakiintuneeseen tasa-arvodiskurssiin, jota erimieltä olevien on vaikea vastustaa. Naisyrittäjien vaateet tulla vakavasti otetuiksi yrittäjinä saavat tällöin lisää painoarvoa ja kantavuutta.

Aineistoartikkelien analyysi

Kuten aiemmin totesin työni tarkoitus on analysoida naisten yrittämisen määritelmiä Yrittäjä-lehden naisyrittäjyyttä käsittelevissä artikkeleissa vuosilta 1991-1997. Alan jo tässä vaiheessa puhua **tasa-arvodiskurssista**, vaikka aineistoanalyysin kirjoittaminen on vasta alkamassa. Jo parin aineistoartikkelien läpilyönnin jälkeen minulle oli selvää, että yrittäminen artikkeleissa sukupuolistuu merkittävästi tasa-arvodiskurssin käsiteellistämisen tavoilla. Tasa-arvodiskurssi sukupuolten suhteiden määrittäjänä on niin hyvin dokumentoitu naistutkimuksessa, että diskurssin nimeämisen jättäminen analyysin tulokseksi olisi älyllistä epärehellisyyttä. Tunnistaminen ei vapauta kuitenkaan analyysistä. Se, miten naisten yrittämisen sukupuolistaminen tapahtuu tasa-arvodiskurssin näkökulmasta, edellyttää aineiston tulkintaa.

Tulkitsen aineistoteksteistä naisten yrittämistä jäsentäviä merkityksiä ja niiden välisiä suhteita. Merkitysten muodostamasta suhdeverkosta pyrin tunnistamaan lausumia, jotka

ilmaisevat tasa-arvodiskurssin keskeisiä oletuksia. Tunnistan lausumia ja niissä ilmeneviä perusoletuksia teksteistä feministisen tutkimuskirjallisuuden ja (nais)yrittäjyystutkimuksen esittämien näkökohtien ja aineistosta esiin nousevien merkitysten risteämissä. Odotan myös, että aineiston kaikki naisten yrittämiseen liittyvät merkitykset eivät suostu 'kauniisti' tasa-arvodiskurssin siipien suojaan, sillä yhdenmukaisissakin teksteissä on yleensä halkeamia, joista toisenlaiset merkityksellistämiset pääsevät esiin (Sawicki 1991 24-26, 98-102 ;Mills 1997, 116, 128).

4.2 Samanlaisia, mutta yksilöllisesti erilaisia

“Yrittäjyys ei ole sukupuolikysymys, mutta naisyrittäjä on aivan toisenlaisten paineiden ja odotusten alaisena kuin miesyrittäjä” (15) toteaa Yrittäjänäisten Keskusliiton puheenjohtaja Ritva Sjöholm haastattelussa vuonna 1997. Yrittäminen voidaan erottaa sukupuolesta olettamalla kahta asiaa. Ensinnäkin yrittämistä on pidettävä kaikille ihmisille samanlaisena, sukupuolineutraalina toimintana (vrt. Korvajärvi & Kinnunen 1996, 236; Johannisson & Monsted 1997, 5). Yrittäminen on kaikille sama, kun yrittäminen ilmiönä ymmärretään olevaksi yrittäjistä irrallaan. Yrittäminen on kuitenkin mitä suurimmassa määrin inhimillistä toimintaa, joten yrittämiselle on oletettava omat yleiset lainalaisuutensa, joihin yksittäinen yrittäjä ei perustavalaatuisesti vaikuta, jotta yrittäminen ilmiönä voidaan ymmärtää irralliseksi yrittäjistä. Toiseksi myös nais- ja miesyrittäjät ja yleisimmin ihmiset, on nähtävä pohjimmiltaan **samanlaisina** (Honkanen 1993, 50-51; Nousiainen 1998, 32). Ihmisyys yhdistää olennaisesti naisia ja miehiä ja tekee heistä samanarvoisia (Berggren 1987, 37). Tällöin naisten ja miesten välillä ei voi olla mitään sellaista sukupuolesta johtuvaa eroa, joka oikeuttaisi väittämään, että sukupuoli on yksi yrittämistä määritteleviä perusvoimia. Alun lainaus pitääkin sisällään ajatuksen, että yrittämisellä on omat lainalaisuutensa, joihin yksilöiden on sopeuduttava oli sitten mies tai nainen.

Yrittämisen omalakisuus korostuu yrittäjäpersoonallisuusajatuksessa. *“Toimitusjohtaja Ritva Nybergin mielestä tärkeää olisi löytää oikeita yrittäjäpersoonia, sillä kaikista ei ole yrittäjiksi. Yrittäjyyteen liittyy suuri vastuu ja riskinottohalu, mikä vaatii erityistä paineensietokykyä”* 12.

Lainauksessa yrittäjyyttä ilmiönä määrittävät ihmisen psykologiaan kuuluvaksi ymmärrettävät ominaisuudet. Yksittäisen yrittäjän toiminnasta irrallisen ilmiön, yrittämisen, suhde toimijaan eli yrittäjään rakennetaan yksilöön liittyvien ominaisuuksien avulla. Yksilö voi tällöin sopeutua omalakisesti yrittämiseen omaamalla yrittämiseen sopivat (sukupuolineutraalit) ominaisuudet. Toisin sanoen luetellut ominaisuudet rakentavat kuvaa yrittämiseen sopivasta persoonasta. Yrittämisen määrittäminen persoonallisuuskysymyksenä kaikille samaksi: yrittäminen sinällään ei aseta esimerkiksi naisia ja miehiä eriarvoiseen asemaan, vaan yrittäjäksi tuleminen ja yrittämisessä menestyminen riippuu siitä, onko yksilöllä, miehellä tai naisella, sopivia kaikille samoja yrittäjäominaisuuksia. Yrittäjäpersoonan hakemisella on pitkät perinteet myös yrittäjyystutkimuksessa, jossa tekstiotteessa nimetyt yrittäjäominaisuudet yleensä liitetään ns. aitoon yrittäjyyteen (esim. Hajba 1985; Carland & Carland 1991; Chell & Hedberg-Jalonen & Miettinen 1997).

Kokemus riitelee samanlaisuuden periaatetta vastaan ja osoittaa, että nais- ja miesyrittäjien välillä ilmenee eroja. Tähän havaintoon perustavat esimerkiksi työni aineistoartikkelit. Jotta ajatus nais- ja miesyrittäjien tasa-arvoisuudesta samanlaisuuden mielessä pysyisi yllä, havaittuja eroja pyritään selittämään muilla tekijöillä kuin sukupuolella.

“Voidaan kuitenkin sanoa, että eroja löytyy useammin ympäristön suhtautumisessa nais- ja miesyrittäjiin kuin nais- ja miesyrittäjistä sinänsä” 11.

“Kun yrittäjän toimiala, ikä ja aikaisempi kokemus otetaan huomioon erot katoavat...Naisilla ja miehillä sinänsä ei ole eroja yrittäjinä, vaan naisille tyypillisiä toimialoilla olosuhteet eroavat 'miehisistä' aloista ...Suurimmaksi osaksi nämä erot liittyvät kuitenkin toimiala- ja toiminnallisiin valintoihin sekä jossain määrin ympäristöön“ 11.

Ensimmäisessä otteessa erot selittyvät ympäristön suhtautumisella. Ympäristö pitäne sisällään toiset ihmiset ja suhtautumisella viitataan heidän asenteisiinsa, käsityksiinsä ja ymmärryksiinsä yrittämisen ja sukupuolen suhteesta. Tasa-arvodiskurssin **samanlaisuuslausumat** ohjaavat hakemaan selityksiä yksilöistä (itsestä tai toisesta), jotka nähdään ensisijaisesti kaiken tiedon ja toiminnan lähteinä (Berggren 1987, 23, vrt. Cullen 1990, 353-354). Toisessa otteessa sukupuolta erojen selittäjänä kierretään kuin kissa kuumaa puuroa. Yhtäältä tunnustetaan, että on olemassa nais- ja miesyrittäjille tyypillisiä toimialoja, toisin sanoen eroja on havaittavissa. Toisaalta selitystä haetaan erilaisista yksilöön liittyvistä tekijöistä. Selitysvoimaisimmaksi osoittautuu toimiala, mutta sekin tulkitaan yksittäisen

yrittäjän henkilökohtaiseksi valinnaksi (vrt. Berggren 1987, 23). Jälleen havaitut erot nais- ja miesyrittäjien välillä palautuvat naisyrittäjiin yksilöinä. Yrittämisen määrittely valinnaksi korostaa erityisen vahvasti yrittäjä-yksilön vapaata ja rationaalista päätöksentekoa omasta elämästään.

Miksi sitten sukupuoli ei voi selittää nais- ja miesyrittäjien eroa, vaikka yksilölliset ja yksityiset, tai esimerkiksi kulttuuriset, kasvatukselliset tai yhteiskunnalliset (Nousiainen 1998, 32) syyt ovat hyväksyttäviä selityksiä. Tasa-arvodiskurssi kiinnittyy sukupuolikäsitykseen, jossa sukupuoli nähdään ihmisen biologisena ominaisuutena. Naisiksi ja miehiksi synnyttään. Kun tasa-arvon nähdään rakentuvan oletukselle naisten ja miesten perustavasta samanlaisuudesta, naisten ja miesten välillä havaittujen erojen perustelu sukupuolella tarkoittaisi ko. peruslähtökohdan kieltämistä. Kun eroja sen sijaan selitetään syillä, jotka yleisesti käsitetään ihmisten tekemisestä riippuvaisiksi, sukupuolten samanlaisuuden oletus ei kyseenalaistu. Havaitut ja koetut erot sukupuolten välillä voidaan perustella pätevästi horjuttamatta tasa-arvodiskurssin selitysvomaisuutta sukupuolten välisissä suhteissa.

4.2.1 Eriarvoisuuden yksilölliset ja yksityiset syyt

Naisten ja miesten havaittujen eroavaisuuksien lisäksi kokemus osoittaa, että sukupuolia myös kohdellaan eriarvoisesti (Hellsten 1997, 48). Miesyrittäjät tuntuvat sopeutuvan yrittämiseen paremmin kuin naisyrittäjät. Eriarvoisuus on vaikea kysymys korostettaessa naisten ja miesten samanlaisuutta tasa-arvon perusteena. Vertaileminen edellyttää kahta asiaa. Yhtäältä vertailtavat on nähtävä jollakin tapaa toisistaan erillisinä, synnynnäisesti naisina ja miehinä ja toisaalta jollakin tapaa samanlaisina, ihmisinä. Eriarvoisuuden ilmeneminen on pystyttävä selittämään tavalla, joka ei horjuta tätä tasa-arvodiskurssille olennaista vertailuasetelmaa. Avainkysymys on, mitä selityksiä samanlaisuuslausumat tuottavat havaitulle ja koetulle eriarvoisuudelle nais- ja miesyrittäjien välillä.

Poikkeavat ja ongelmalliset naisyrittäjät

Alla olevissa tekstiotteissa naisyrittäjien kerrotaan yrittäjänä toimivan eri tavoin kuin miesyrittäjät.

“Euroopassa merkittävä naisyrittäjyyden kompastuskivi on perinteiset roolimallit, joihin tytöt ’opetetaan’ jo kouluaikana“ 11.

“(N)aisyrittäjät käyttävät miehiä vähemmän erilaisia informaatio- ja neuvontapalveluja, mikä voi osaltaan vaikuttaa eroihin yritysten kuolleisuusasteissa“ 11.

“Naisyrittäjillä on usein vähemmän tietoa olemassa olevista palveluista ja toisaalta pienempi kontaktiverkko – erityisesti päätöksentekijöiden joukossa – kuin miehillä“ 11.

“Nybergin mukaan naisten kynnys ryhtyä yrittäjäksi on edelleen korkeampi kuin miesten. Naiset ovat usein kriittisempiä, karttavat riskejä ja asettavat itselleen ja omalle osaamiselleen suurempia vaatimuksia” 12.

Kaikissa neljässä lainauksessa naisten yrittämistä vertaillaan miesten yrittämiseen, ei päinvastoin (Widerberg 1986, 40). Naisten yrittämistä voi perustellusti verrata suoraan miesten yrittämiseen, jos ajatellaan, että sitä, mitä tiedetään miesten yrittämisestä, on mahdollista pitää vertailun perustana. Itse asiassa tieto miesten yrittämisestä näyttäytyy tietona yrittämisestä yleensä, jolloin miesten yrittämisestä rakentuu yleispätevä normi myös naisten yrittämiselle. Lainauksissa vertailun perustaksi tulee juuri se yrittäminen, joka ei ole sukupuolikysymys ja johon naisten ja miesten on yhdenvertaisesti sopeuduttava.

Nais- ja miesyrittäjien vertailun tulokset eivät kuitenkaan ole yhdenvertaisia. Lainauksissa nais- ja miesyrittäjiä samanlaistavat lausumat tuottavat poikkeuksetta naisyrittäjistä huonoja sopeutujia. Perinteiset naisten roolimallit eivät tue kasvamista yrittäjäksi, aloittavilla naisyrittäjillä on liian vähän tietoa ja kykyä hankkia tietoa, liian pienet ja vääränlaiset kontaktiverkot jne. Mitä hyvänsä naisten yrittämisestä sanotaan verrattuna miesten yrittämiseen, tuloksena on, että naisten yrittäminen näyttää jollakin tapaa ongelmallisena ja poikkeavana siitä, mitä yrittämisen pitäisi olla (vrt. Holli 1995, 17). Nainen yrittäjänä ei mahdu sinällään tasa-arvodiskurssissa määrittyvään maskuliiniseen yrittäjäpositioon. Naisyrittäjästä tulee erityinen identiteetti yrittämisessä, hän on sukupuoli muuten sukupuolineutraalissa yrittämisen maailmassa (vrt. Nousiainen 1998, 34). Naisyrittäjän elämäkokonaisuuteen liittyvät asiat tekevät hänestä poikkeuksen yrittäjänormiin ja sitä kautta sukupuolen, naisen, jonka on erityisesti sopeuduttava yrittämiseen.

Periaatteessa nais- ja miesyrittäjien vertailussa tuotettu samanlaisuus voi olla sekä naisia että miehiä yhteisesti määrittävää, ryhmiä yhdistävää, kunhan “samanlaisuutta on enemmän kuin erilaista” (Holli 1995, 17). Aineistoteksteissä vertailu on kuitenkin aina yksisuuntaista, naisyrittäjiä verrataan suoraan miesyrittäjiin ja/tai maskuliiniseksi paljastuvaan yrittäjäidealiin. Feministinen tutkimus on jo pitkään osoittanut, että sukupuolten tasa-arvon ollessa kyseessä vallitsevaan sukupuolikäsitykseen kuuluu, että maskuliininen on vertailun luonnollinen normi (esim. Kanter 1977, 261; Berggren 1987, 115; Honkanen 1993, 51; Braidotti 1994, 9). Aineistossani sukupuolten samanlaisuutta korostavat lausumat samanlaistavat naisyrittäjiä kyseiseen maskuliiniseen malliin (Holli 1995, 17).

Lainauksissa naisyrittäjät osoittautuvat vähempiarvoisiksi kuin miesyrittäjät. Perustelut naisyrittäjien huonommuudelle palautuvat naisyrittäjiin itseensä. Roolimalleja voi omaksua tai olla omaksumatta oman valinnan mukaan, tietopalveluja voi opetella käyttämään enemmän kuin aikaisemmin, tietoa saa lisää esimerkiksi yrittäjäkursseilla, kontaktiverkosto kasvaa aktiivisella toiminnalla ja henkilökohtaisia ominaisuuksia voi muuttaa. Selityksissä ongelmat nähdään mielellään yksityisinä ja yksilöllisinä. Kun sopeutumattomuuden selitykset piilevät yksilössä itsessään (Hellsten 1997, 48), nais- ja miesyrittäjien eriarvoisuus ei selitykään sukupuolella vaan tekijöillä, joihin yksilö itse voi vaikuttaa halunsa/kykynsä/voimiensa mukaan. Eriarvoisuuden yksilölliset ja yksityiset syyt eivät horjuta sukupuolten samanlaisuuden ideaa, koska sukupuolten samanlaisuus ei lähtökohtaisesti estä olettamasta, että “(j)okainen minuus, jokainen yksilö ajatellaan ainutlaatuiseksi, muista erottuvaksi ja rajautuvaksi. Yksilöllisyys erottaa ihmiset toisistaan, samalla kun se yhdistää heidät yleispätevästi”(Nousiainen 1998, 32).

Epäuskottavat naisyrittäjät

Seuraavassa lainauksessa yrittäjä kuvaa värikkäästi liikekumppaninsa kanssa pankissa saamaansa kohtelua yrittämisen alkuaikoina.

“ ’Hyvä pankkisuhde on yrittäjälle perusedellytys. Nykyisin paikallisen pankin kanssa menee ihan hyvin. Aikaisemmin sen sijaan pankin suhtautuminen oli omituista – aivan kuin pikku tytöt olisivat leikkineet hiekkalaatikolla’, Varis muistelee“ 10.

Metafora ’pikkutyttöistä leikkimässä hiekkalaatikolla’ vertaa naisyrittäjiä lapsiin ja heidän yritystoimintaansa leikkiin. Yrittäjäntyö ja yritystoiminta ymmärretään ja

käsitteellistetään lapsena olemisen ja leikkimisen kautta (vrt. Aro 1999, 139). Aikuisten näkökulmasta lapsi on esimerkiksi epärationaalinen, impulsiivinen, lyhytjänteinen ja riippuvainen vanhemmista. Leikki on lapsenomaista, helppoa, hauskaa, hetkellistä ja mielikuvitukseen perustuvaa. Kuitenkin puhe on kahdesta naisyrittäjästä ja heidän yrityksensä alkuajoista. Pankin henkilökunnan suhtautumisen tiivistäminen käytettyyn vertaukseen kertoo oivasti, kuinka naisyrittäjien ja heidän liiketoimintansa uskottavuus tulee kyseenalaiseksi.

Tutkimuksessa on toistuvasti raportoitu naisyrittäjien kohtaamista uskottavuusongelmista yritysrahoitusta pankista haettaessa (esim. Lee-Gosselin & Gris  1990, 427; Koper 1993, 64-66; Kaur & Hayden 1993, 103; Carter & Rosa 1998, 7). Koperin mukaan lainoista päättävät pankkivirkailijat pitävät naisten yrityshankkeita pankin kannalta huonona liiketoimintana: muun muassa naisyrittäjien anomat lainat ovat liian pieniä ollakseen kannattavia rahoittajalle; naiset perustavat yrityksiä palvelutoimialoille, jotka pankin näkökulmasta ovat erittäin riskipitoisia; naiselta kysellään nykyisestä ja tulevasta perhetilanteesta, sillä perheen ja yrittämisen yhdistämisen nähdään vähentävän naisyrittäjän mahdollisuutta sitoutua yritystoimintaan täysipainoisesti (emt., 64). Näkemykset naisten yritystoiminnasta määrittävät jälleen naisyrittäjän elämäkokonaisuuden ulottuvuudet vakavasti otettavaan yrittämiseen sopimattomiksi. Lee-Gosselin & Gris  toteavat samansuuntaisesti, että naisten yritystoimintaa on suuri kiusaus olla ottamatta vakavasti, koska heidän yrityksensä kasvavat hitaasti, jos ollenkaan, toiminta on pienimuotoista ja vahvasti riippuvaista omistaja-yrittäjästä (emt., 432). Luetellut tekijät horjuttavat uskottavuutta tilanteessa, jossa yrittäminen määrittyy vakavasti otettavaksi esille tuotujen tekijöiden vastakkaisille kriteereillä. ”Oikea” yrittäminen on valmistusvoittoista, kasvuhakuista, työpaikkoja luovaa ja laajaan resurssipohjaan perustuvaa.

Yllä olevassa lainauksessa naisyrittäjiä kohdeltiin pankissa kuin ”pikkutyttöjä leikkimässä hiekkalaatikolla”. Uskottavuuden horjumista selittää tutkimuksen valossa haastateltavien naisyrittäjien toimialavalinta, johon haastattelussakin otetaan kantaa.

”Askartelulla on leimana se, että se mielletään harrastukseksi lasten kanssa: muovailua, väritymistä, leikkaamista, liimaamista. Aikuisten askartelu on kuitenkin aivan jotakin muuta: silkkimaalausta, korujen tekemistä, polttokoristelua, saven polttamista, emaljointia. Ongelmana vain on, miksi tätä askartelumuotoa nimittäisi...” 10.

Tekstissä todetaan suorasanaisesti, että mielikuvat askartelusta lasten ja naisten (ketkäpä muut lastentarhassa, ala-asteella ja kotona lasten kanssa pääasiallisesti askartelevat) harrastuksena eivät lisää liiketoiminnan arvostusta ja vakavasti otettavuutta. Tällaisen liikeidean esittely pankissa kahden naisen voimin todennäköisesti synnyttää uskottavuusongelmia, sillä vähäpätöisenä pidettävät tuotteet yhdistyneenä naisiin ja lapsiin pääasiallisena asiakasryhmänä, saati sitten vielä naisten toteuttamana yrittämisenä on yhdistelmä, jonka vakavasti ottaminen edellyttää erinäisten vallitsevien sukupuolikäsitysten uudelleen miettimistä.

Aiempi lainaus kertoo suhtautumisen pankissa myöhemmin muuttuneen. Pikkutyttöjen leikki on määrittynyt ”oikeaksi” yrittämiseksi pankkiakin tyydyttävällä tavalla ja ymmärrettävistä syistä. Haastatteluhetkellä (v. 1995) naisyrittäjien perustama Sinooperi Oy toimi askartelutarvikkeiden maahantuojana, tukkukauppana ja useilla paikkakunnilla vähittäismyyjänä, julkaisi tytäryhtiön kautta neljää alan lehteä useilla kielillä sekä työllisti 60 henkeä. Toimialan johtavaksi yritykseksi kasvaneen ”hiekkalaatikon” omistajia on vaikea pitää epäuskottavina, niin naisia kuin he ovatkin. ”Oikeaksi” yrittäjäksi tulemisella on toinenkin puoli. Askartelutarvikekaupan muuttuminen leikistä vakavasti otettavaksi yrittämiseksi vahvistaa yrittämisen ymmärtämistä molemmille sukupuolille samana. Samoin muutos todentaa, että koettu eriarvoisuus on yksityinen kysymys, joka myös voidaan ratkaista yksilöllisellä tavoittelulla. Pikkutyttöihin suhtaudutaan aikuisina yrittäjinä, kunhan he kehittävät yritystoimintaansa yrittäjäideaalin mukaiseen suuntaan. Ja siihen on jokaisella yrittäjällä mahdollisuus, jos rahkeita riittää.

4.2.2 Perheen ja yrittämisen yhteensovittaminen

Aineistoartikkeleissa naisten yrittämiseen erityisesti liittyvänä tekijänä nähdään perhe ja (pienet) lapset. Teemaa käsitellään jollakin tavoin yli puolessa artikkeleissa. Aihe otetaan esille kaikenlaisissa jutuissa: eri-ikäisten yrittäjänäisten haastatteluissa, tutkimusesittelyissä ja asiantuntijapuheenvuoroissa. Artikkelien tavoin myös tutkimuksessa nähdään lapsien ja perheen vaikuttavan olennaisesti naisyrittäjän yrittäjätyöhön (esim. Sundin & Holmquist 1989, 147; Green & Cohen 1995; Kivimäki 1996). Samanlainen ymmärrys on mitä ilmeisemmin siivittänyt kysymään Naisyrittäjien Keskusliiton jäsenkyselyssä perheeseen ja äitiyteen liittyviä kysymyksiä. Kyselyn mukaan äitiys on useimpien naisyrittäjien arkitodellisuutta, sillä kyselyyn vastanneista naisyrittäjistä 86%:lla on lapsia ja heistä kotona

asuvien lasten äitejä on 48% (Yrittäjänäisten... 1997, 36). Naisyrittäjien Keskusliiton jäsentutkimuksessa kysyttiin myös yrittäjänäisten alle kouluikäisten lasten määrää. Osoittautui, että viidenneksellä kyselyyn vastanneista on hoitoikäisiä lapsia. (emt., 25). Tuntuu itsestään selvältä, että naisyrittäjiltä pitää kysyä perheestä ja lapsista kokonaisvaltaisen kuvan saamiseksi naisyrittäjien todellisuudesta. On kuitenkin merkille pantavaa, että miesyrittäjiltä ei yleensä tiedustella perheen ja yrittäjätyön yhdistämisestä (Allen & Truman 1993, 13).

Perheasioita ei tarvitse kysyä, kun oletuksena on, että miehen yrittäminen ei ole sidoksissa perheeseen ja lapsiin yrittämiseen merkittävästi vaikuttavalla tavalla. Perheasioista on kysyttävä, kun oletetaan, että perhe ja lapset vaikuttavat olennaisesti yrittämiseen. Alla olevassa lainauksessa lastenhoitovastuu kytkeytyy itsestään selvästi naisyrittäjän elämäkokonaisuuteen, vaikka kytköksen luonnollisuutta kritisoidaankin. Vastuu lapsista ja hoitojärjestelyistä rakentuu ensisijaisesti naisyrittäjän kannettavaksi (vrt. Berggren 1987, 144), jolloin perheen lapsista tulee pääsääntöisesti naisen lapsia (Salmi 1996, 212).

“Jos äiti puhuu oman yrityksen perustamisesta, kysyy isä usein, että kuka lapset sitten hoitaa. Kuinka monelta yrittäjäksi aikovalta mieheltä kysytään, kuinka lasten käy“ 14.

“Kun lapset ovat pieniä, myös esimerkiksi päivähoiton kysymykset ovat usein naisten kohdalla este yrittäjäksi ryhtymiselle“ 12.

Lasten hoitaminen on olennaisesti aikaan ja paikkaan liittyvä kysymys. Lainauksen viittaus päivähoiton kysymyksiin naisen yrittämisen esteenä perustuu juuri oletukselle, että äidillä on ensisijainen vastuu joko hoitaa lapsia tai järjestää lastenhoito muulla tavoin. Lainaukseen on myös sisäkirjoitettu ajatus, että yrittäminen ja lastenhoito eivät voi tapahtua samaan aikaan. Päivähoidosta tulee ongelma, jos lapset tarvitsevat läsnäolevan hoitajan eikä naisyrittäjällä itsellään ole siihen mahdollisuutta eikä muita sopivia hoitovaihtoehtoja ole saatavilla. Naisen ensisijainen vastuu lapsista merkitsee sitä, että naisyrittäjän aika on sidoksissa lapsiin (Salmi 1996, 212). Sidos tekee lasten hoitamisen ja yrittämisen yhteensovittamisesta naisyrittäjän ajankäyttöä voimakkaasti järjestävän kysymyksen. Ongelmaksi ja jopa yrittämisen esteeksi yhteensovittaminen määrittyy (vrt. Virta 1986, 51, 54-56), kun naisyrittäjään pakottavat ajankäytölliset ratkaisut vertautuvat yrittämisen ideaaliin, johon vastuu lasten hoidosta ja perheen arkipäivän pyörittämisestä ei kuulu. Ei liene yllätys, että tällaisen yrittäjäideaalin on todettu tyypillisesti olevan maskuliininen (Hajba 1987, Stevenson 1990, 441; Fagenson & Marcus 1991; Kovalainen 1994 ja 1995). Vertailun

tuloksena naisyrittäjien perhevastuu näyttäytyy erilaisuutena ja yrittämistä haittaavana tekijänä. Sen sijaan perheen ja yrittämisen yhteensovittaminen ei näyttäydy miesyrittäjien yrittämisen ongelmana; ei edes tilanteessa, jossa perheelle ei jää lainkaan aikaa (Kivimäki 1996, 112-114).

Jotta vastuu lasten hoidosta ja perhe-elämän arjesta ei häiritsisi yrittämistä, arki ja yrittäminen on nähtävä toisistaan irrallisina elämäkokonaisuuksina. Jaottelussa yrittäminen on julkisen alueelle kuluva työtä ja arki yksityiselämää. Perhe ja pienet lapset kuuluvat arjen ja yksityisen puolelle. (Salmi 1996, 212-213). Perhe-elämän ja yrittämisen näkeminen toisistaan riippumattomina elämäkokonaisuuksina tukee saumattomasti sukupuolten samanlaisuuden ajatusta. Ensinnäkin naisen ensisijainen vastuu lastenhoidosta tuottaa perheen ja yrittämisen yhdistämisestä naisyrittäjän ongelman; toiseksi julkisen yrittämisen ja yksityisen perhe-elämän irrottaminen toisistaan tekee yhdistämisestä yksityisen kysymyksen, jonka kukin voi ratkaista valitsemallaan tavalla. Jälleen asia, joka tuntuisi päällepäin selittyvän parhaiten sukupuolella, on keikahtanut ongelmaksi määrittymisen kautta yksityiseksi.

Minna Salmen mukaan työelämän ja perhe-elämän “yhteensovittamista ei ole liitetty siihen, miten työelämä on organisoitu. Sen on katsottu ensin olevan työntekijöiden yksityisasi ja sittemmin sosiaalipoliittinen kysymys“ (emt., 213). Artikkeleista rakentuvaan naisten yrittämiseen edellinen pätee hyvin. Perhe ja hoitoikäiset lapset näyttäytyvät naisyrittäjän ongelmana, joka hänen on järjestettävä jollakin tavoin yrittämisen kanssa yhteensopivaksi. Yrittäminen sinällään ei määrity maskuliinisen mallin mukaan rakentuneeksi ja siten myös ongelmien varsinaiseksi lähteeksi. Yhteensovittamisen ongelmaa ratkaisevat osaltaan yhteiskunnan sosiaalipoliittiset toimet, kuten äitiysloma ja -päiväraha, kunnallinen päivähoito, koulukuljetukset ja –ruokailut, joilla julkinen sektori ottaa vastuuta lastenhoidosta (emt., 213). Mutta kattavienkin toimenpiteiden jälkeen “vastuu lastenhoidosta on yksityisten naisten yksityinen asia“ (emt., 213). Näkemykseen yhdytään lainauksessa, jossa naisyrittäjä “muistuttaa, että lopultakin kotityöt ja lastenhoito ovat järjestelykysymyksiä“ (6). Julkisen sektorin käden ojennuksen äideille voi tulkita heidän kouluttamiseksi miehen mallille rakentuvalla yrittämiselle sopiviksi (vrt. Koivunen & Liljeström 1996, 17).

Julkisen sektorin tarjoama lastenhoitoapu pystyy kuitenkin ratkaisemaan naisyrittäjän perhe-elämän ja yrittämisen yhteensovittamisen vain osittain. Tarjotut palvelut on suunniteltu ajatellen kokoaikaisessa palkkatyössä käyvää äitiä. Vähättelemättä lainkaan työssäkäyvien pienten lasten äitien arjen raskautta arvelen, ettei perheen ja yrittämisen yhdistäminen artikuloituisi artikkeleissa yrittämisen esteeksi 90-luvulla, jos yrittäminen organisoituisi

palkkatyön tavoin. Kahdeksantuntista työpäivää tekeväälle äidille on useimmiten mahdollista jäädä äitiys- ja hoitovapaalle tai sairaan lapsen kanssa kotiin ja käyttää kunnallista päivähoitoa. Palkkatyössä käyvät äidit ovat hyvin kouliintuneet työelämään. Yrittäjänaisien on koulittava itsensä vielä sopivammiksi yrittäjäelämään, sillä yrittäjän työpäivää on vaikea saada mahtumaan kahdeksantuntisiin päiviin ja viisipäiväiseen viikkoon, lasten sairastumisista tai vuosilomista puhumattakaan (vrt. Kivimäki 1996, 111). Täysimääräiset äitiyslomat, hoitovapaat ja kunnallinen päivähoito eivät ole itsestään selvyyksiä naisyrittäjille, “koska se yritys ei voi pitää äitiyslomaa” (Virta 1986, 56) eikä jäädä hoitovapaalle, koska toimialasta riippuen yrittäjän on oltava firmassa myös neljän jälkeen tai kuutena päivänä viikossa, koska yksinyrittäjän on vaikea pitää pitkiä lomia taloudellista tai muista syistä (sijaisten saaminen?) jne.

Naisyrittäjän ensisijainen vastuu lastenhoidosta ja perheestä rakentuu artikkeleissa luonnolliseksi tosiasiaksi. Vastuuta on kuitenkin mahdollista tulkita eri tavoin, ei pelkästään ongelmana tai yrittämisen esteenä.

“Parinkymmenen vuoden työkokemuksen jälkeen oman yrityksen perustaminen tuntui entistä oikeammalta ratkaisulta. Rautateiden palveluksessa ollut puoliso oli siirtynyt eläkkeelle ja kaksi lasta olivat jo isoja koululaisia. Oli aika kokeilla, mihin omat rahkeet riittäisivät”. 16

“Terhi Pöyhönen myöntää, että päätös yksityisyrittäjäksi ryhtymisestä osui keski-ään kriisin kynnykselle...Kun hän työnsä ohella on vielä hoitanut perheensä, aviomiehen ja kolme lasta, on tullut lupa nauttia“. 2

Tekstiotteissa yrittämisen perustamishetkiä muistellaan nykyisyydestä käsin. Haastateltavat tietävät, että yrittämisestä on tullut todellisuutta. Ensimmäisessä lainauksessa yrittäminen oli näyttäytynyt mahdollisena vaihtoehtona jo lasten ollessa pieniä, mutta perustamisen ehdot täytyivät vasta myöhemmin. Toisessa lainauksessa yrittäminen ei lasten ollessa pieniä näyttäydä minkäänlaisena vaihtoehtona työn tekemiselle. Perhe ja lapset eivät sinällään määrity yrittämisen esteiksi, vaan pienten lasten hoitaminen on yksinkertaisesti tärkeimmällä sijalla tietyssä elämäntilanteessa. Äidin identiteettiposition priorisointi selittää, kuinka lastenhoitovelvoite ei rakennu naisyrittäjille pelkästään ulkoisina paineina ja odotuksina (ongelmina ja esteinä) vaan yhtälailla toiset yrittäjänaiset ovat valmiita ottamaan velvoitetta itse itselleen. Äitiyden keskeinen merkitys naisen identiteetille tekee yrittämisestä mahdollisen vaihtoehdon, vasta kun perhetilanne muuttuu niin, että lapset tulevat itsenäisesti

toimeen (vrt. Kivimäki 1996, 112). Kivimäen tutkimuksessa keski-ikäiset naisyrityttäjät olivat asettaneet etusijalle äitinä olemisen lasten ollessa pieniä. Samoin aineistoartikkeleissa selittävät yrittäjäksi ryhtymistään perhetilanteen muutoksella keski-ikäinen ja keski-ikäen ylittänyt naisyrityttävä. Lainauksissa yrittäminen nähdään äidin velvollisuuksien täyttämisen jälkeen itsensä toteuttamisen mahdollisuutena. Yrittäminen on lupa nauttia, tehdä omasta osaamisesta ja halusta kumpuavia asioita omalla tavalla. Naisen elämäkokonaisuudessa yrittäminen määrittyy henkilökohtaiseksi vapaudeksi ja riippumattomuudeksi (esim. Goffee & Scase 1985, 44; Holmquist & Sundin 1989, 65; Kovalainen 1993, 219).

Yrittäminen voi olla myös keino yhdistää lasten hoitaminen, ansionhankinta ja oma ammattitaito (esim. Goffee & Scase 1985, 41; Kaur & Hayden 1993, 102-103).

“... yrityksen perustaminen oli osaltaan käytännöllinen kysymys, koska se oli helpoin tapa eritellä työ ja koti. Aikaisemmin toimin free lancerina. Olin ensin Folkhälsanilla projektin vetäjänä. Samaan aikaan itselläni oli pienet lapset ja työskentelin puolipäiväisesti. Tulin siihen tulokseen, että tämä ei käy päinsä, koska olin itse psykologi ja tiesin teoriassa lastenkasvatuksesta eikä tuntunut hyvältä olla työssä, kun lapset olivat ihan pieniä” 1.

Naisen hoitovastuu lapsista jäsentyy jälleen äidin identiteetti-position ensisijaisuutena, mutta nyt yrittäminen tarjoutuu tilaisuudeksi sovittaa yhteen sekä lapsista huolehtiminen että työn tekeminen. Olennaista on, että lastenhoidon ja yrittämisen yhdistäminen mahdollistaa samassa paikassa, so. kotona, olemisen lasten kanssa (vrt. Kivimäki 1996, 112; Salmi 1991, 67-68). Äitiys määrittyy siinä määrin jakamattomaksi vanhemmuudeksi, että parhaiten pieniä lapsia voi hoitaa äiti itse. Lasten hoitamisen ja yrittämisen yhdistämisellä on myös ajallinen ulottuvuus, joka lainauksessa ei saa erityistä huomiota. Pienten lasten hoitaminen vaatii aikuisen, äidin, jakamattoman huomion, ja epäselväksi jää, miten työ ja lastenhoito konkreettisesti limittyvät ja lomittuvat.

Lasten hoidon ja yrittämisen yhdistäminen saa erilaisia tulkintoja artikkeliteksteissä. Kysymyksessä voi olla ongelma, joka on ratkaistava yhä uudelleen ja uudelleen tilanteiden vaihtuessa. Yhdistäminen on kamppailua äidin ja yrittäjän identiteetti-position tasapainosta yrittäjän elämässä. Kysymyksessä voi yhtä hyvin olla mahdollisuus lisätä henkilökohtaista vapautta ja riippumattomuutta tai yhdistää lasten hoito ja työnteko tyydyttävällä tavalla. Edellisen tyyppiset tulkinnat voi ymmärtää naisyrityttäjän henkilökohtaisina strategioina ristiriitaisia odotuksia sisältäviin elämäntilanteisiin (Carlsen &

Nielsen 1988, 24). Ensisijainen perhevastuu ja yrittämisen sukupuolineutraaleiksi koetut yrittämisen rakenteet (ns. taloudelliset pakot) pakottavat perheellisen yrittäjänaisen etsimään ratkaisua yhdistämiseen hänelle henkilökohtaisesti tarjoutuvista vaihtoehdoista. Yrittäminen on nais- ja miesyrittäjille sama ja tasa-arvo toteutunut, kunhan naisyrittäjä järjestää yksityisen elämänsä erityisyydet, kuten perheen ja yrittämisen yhdistämisen, yrittämiselle sopivaksi.

4.3 Erilaisia, mutta tasa-arvoisia

“ ’ Naisyrittäjällä ei ole tasa-arvoa miesyrittäjään verrattuna. Käsiyöliike ei ole yhtä arvostettu kuin mikä tahansa miehisen alan liike. Käsiyöt ovat’ vain sellaista naisten touhua’. Minkä takia naista ei arvosteta niin kuin miehiä? Jos on naisena pitänyt yritystä menestyksekkäästi pystyssä 70 vuotta, siinä on vaadittu paljon enemmän kuin mieheltä’ “ 17.

Lainauksessa sukupuolten tasa-arvo määritellään tulevaisuuteen kuuluvaksi, vielä se ei ole toteutunut nais- ja miesyrittäjien välillä. Kun tasa-arvon ymmärretään edelleen olevan enemmän tavoiteltava ideaali kuin arkitodellisuutta, naisten ja miesten välillä voi olla sukupuolella selittyviä eroja ja eriarvoisuutta. Tasa-arvon ideaalia sinänsä ei kielletä, mutta nykyhetkessä sitä kohti vasta ponnistellaan. Lainauksessa eriarvoisuutta nähdään synnyttävän naisten yrittämisen arvostuksen puute (vrt. Holli 1995, 24). Arvostuksen puutteen lisäksi naisyrittäjiä asettaa eriarvoiseen asemaan eri kriteerit arvostuksen ansaitsemiseen kuin mitä miehiin sovelletaan. Lainauksessa menestyksekkääksi yrittämiseksi määritellään pitkäaikainen liiketoiminta, mutta tämänkään ei katsota riittävän naistyypillisen käsityöalan naisyrittäjän arvostamiseen samalla tavalla kuin miesyrittäjää arvostettaisiin vastaavassa tilanteessa.

Sukupuolten erilaisuuden hyväksyminen on mahdollista ottaa naisten ja miesten välisten suhteiden käsitteellistämisen lähtökohdaksi tasa-arvodiskurssissa, koska tasa-arvodiskurssin perusprosessi, naisten ja miesten vertaileminen, rakentuu lähtökohtaisesti myös erilaisuuden varaan. Vertailu on mahdotonta, jos vertailtavat ryhmät ovat täysin samanlaisia. Koska tasa-arvo diskurssi liikkuu samanlaisuus/erilaisuus –jatkumolla, sukupuolten suhteita on mahdollista käsitteellistää myös erilaisuuden näkökulmasta. Tällöin oletetaan, että erilaisuutta on enemmän kuin samanlaisuutta. Alla oleva lainaus (8) on hyvä esimerkki sukupuolia **erilaistavasta lausumasta**. Siinä sukupuolella selitetään erilaisia yrittämiseen liittyviä tekijöitä, jotka samanlaisuuslausumat palauttavat yrittäjän yksityisasiaksi. Yrittäminen määrittyy samalla lähtökohtaisesti sukupuolikysymykseksi.

“ ’Sukupuolella on siis merkitystä paitsi yrityksen ja kodin yhdistämisessä, myös siinä, mille alalle yritys perustetaan’, huomauttaa Kovalainen“ 8.

Sukupuolten oletaminen erilaisiksi ja tasa-arvon määrittely tavoitteeksi, jonka saavuttaminen vaatii aktiivista toimintaa, antaa tilaa argumentoida vakuuttavasti nimenomaisesti toiseen sukupuoleen kohdistettujen toimenpiteiden puolesta tasa-arvon edistämisen nimissä. Samanlaisuuslausumat tuottavat kyseisen tyyppiset toimet käänteiseksi syrjinnäksi, joka itse asiassa rikkoo tasa-arvoa vastaan (Hellsten 1997, 47).

“Viime vuosina on ...kehitetty vain naisyrittäjille suunnattuja instrumentteja, joista Ruotsissa käytössä oleva Naisyrittäjälaina on yksi esimerkki. Menestyksekkäät, naisten tarpeista lähtevät pk-poliittiset tuotteet ottavat huomioon naisyrittäjyyden erityiselementit: pienen yrityskoon, toimialan (palvelu ja kauppa) sekä toiminnan pienimuotoisuuden ja alhaisen riskipitoisuuden varsinkin alkuvaiheissa. Kyse ei siis todellakaan ole naisten erilaisuudesta yrittäjinä, vaan siitä, että naiset toimivat yrittäjinä talouden ’pehmosektoreilla’ “ (11).

Lainauksessa perustellaan naisyrittäjien erityisyyden huomioon ottamista markkinoinnista tutuilla käsitteillä. Poliittiset toimenpiteet nimetään tuotteiksi, jolloin tuotteiden käyttäjät vertautuvat asiakkaisiin. Mielikuvaa naisyrittäjistä asiakkaina vahvistetaan puhumalla tarpeista. Liiketaloudellisesti on täysin hyväksyttävää ja toivottavaakin, että tuotteita suunnitellaan asiakaslähtöisesti. Lisäksi lainauksessa tuodaan esiin, että kyseiset tuotteet ovat olleet menestyksekkäitä. Saavutettu menestys osoittaa, että tehdyt valinnat ja toteutukset ovat olleet oikeita. Esitettyjä perusteluja on vaikea vastustaa, koska se merkitsisi, että liiketaloudellisen ymmärryksen käyttö sukupuolten suhteiden määrittelyssä ei ole oikea lähtökohta. Varsin vaativa tehtävä, sillä ’markkinakieltä’ käytetään nykyisin mitä erilaisimpien yhteiskunnallisten suhteiden järjestämiseen.

Naisyrittäjien erilaisuuden arvokkuutta perustellaan niin voimallisesti ja hyväksyttävästi, että minulta lukijana lähes unohtuu, että lainauksessa ylipäätään puhutaan sukupuolesta. Tasa-arvodiskurssista määrittävät nais- ja miesyrittäjien suhteet ovat kuitenkin olennainen osa argumentaatiota. Naisyrittäjyyden ’erityiselementit’ on tuotettu vertailussa miesyrittäjänormiin, ja viimeisessä lauseessa varjonyrkkeillään samanlaisuuslausumia vastaan korostamalla, etteivät naisyrittäjyyden erityiselementit (samanlaisuuslausumien tuottama huonommuus) ole palautettavissa naisyrittäjien yksilöllisiin ja yksityisiin tekijöihin.

Liiketaloudellisten käsitteellistämistapojen käyttäminen tasa-arvodiskurssin erilaisuuslausuman tukena osoittaa, kuinka tiettyä ilmiötä – naisten yrittämistä - voidaan selittää pätevästi erilaisista diskursseista ja kuinka taitavia puhujat ovat käyttämään tällöin tarjoutuvia erilaisia puhuja-asemien. Erilaisuuslausumat tuottavat hyväksyttäväksi naisten ja miesten yrittämisen erilaisuuden. Puhuttaessa tasa-arvosta avataan kuitenkin mahdollisuus tulkita tasa-arvoa myös sukupuolten samanlaisuutena. Kritiikin estämiseksi tuodaan lisäperusteluja liiketaloudellisesta diskurssista, jolloin erilaisuus vertautuu asiakkuuteen ja mahdollinen kritiikki menettää teränsä. Lopuksi vielä korostetaan erilaisuutta vastustamalla samanlaisuuslausumien tuottamaa keskeistä perustelua sukupuolten eroista ja eriarvoisuudesta yksilöllisenä ja yksityisenä kysymyksenä. Puhuja-asetat vaihtelevat sulavasti tasa-arvon edistäjästä markkinatalouden kannattajaan.

4.3.1 Naisten yrittäminen yhtä arvokasta kuin miesten yrittäminen

Tasa-arvon määrittäessä tulevaisuuden tavoitteeksi keskeiseksi perusteeksi nais- ja miesyrittäjien eriarvoisuudelle nousee naisten toiminnan arvostuksen puute (Virta 1986, 49-51; ks. Holli 1995, 24). Sukupuolten tasa-arvon toteutuminen edellyttää siten aktiivista toimintaa naisten yrittämisen arvostuksen lisäämiseksi. Naisten elämän, kokemusten ja toiminnan arvon kohottamiseen tarjoutuvat keinoiksi sukupuolten erilaisuutta korostavat lausumat. Koska naisyrittäjien vertailu miesnormiin tuottaa poikkeuksetta tulokseksi naisten huonommuuden ja puutteellisuuden milloin missäkin vertailtavassa asiassa, naisten erilaisuuden ymmärtämisen positiiviseksi erilaisuudeksi katsotaan lisäävän naistyypillisen tekemisen arvokkuutta.

“Oras Liikenne Oy:n toimitusjohtaja Outi Oras-Laaksonen uskoo, että naiseus voi johtamisessa olla arvo sinänsä. Naisjohtajaa uskalletaan lähestyä paremmin ja näin syntyy helpommin ratkaisuja, jotka ovat hyväksi sekä yritykselle että sen henkilökunnalle“ 6.

Lainauksessa naiseus johtamisessa nostetaan yhtä arvokkaaksi kuin mieheys on johtamisessa. Sanavalinta 'sinänsä' kertoo, että naiseuden arvo johtamisessa ei ole itsestään selvyys. Erilaisuuslausuman taustalla piilee oletus siitä, että naiseus on enemmän haitta kuin etu johtajuudessa, mutta että naiseus on mahdollista nähdä myös myönteisessä valossa. Naiseuden arvo perustellaan sillä, että se lisää johtajuuteen siitä aiemmin puuttuneita

ulottuvuuksia, kuten ihmisläheisyyttä, tasavertaista kommunikaatiota ja moninäkökulmaisuutta. Naiseudella lisätty johtaminen määritellään aiempaa paremmaksi johtamiseksi. Naiseuden esittäminen johtamisen lisämääränä irrottaa sen lainauksen konkreettisesta naisryttäjästä ja hänen johtamistaidoistaan. Naiseudesta rakentuu kaikkia naisia yhdistävä ryhmätunnus, eräänlainen naiseuden perimmäinen olemus (Honkanen 1993, 56). Wahl (1995) on tutkinut nais- ja miesjohtajien näkemyksiä johtotehtävissä olevista naisista. Hän esittää, että naisten katsotaan tuovan johtamiseen jotakin lisää silloin, kun naiset nähdään organisaatiossa toisenlaisena resurssina (annorlunda resurs). Naisten toisenlaisuus täydentää niitä 'aukkoja', joita miehisessä johtamisessa ymmärretään olevan. Johtotehtävissä olevien naisten odotetaan lisäävän johtamiseen kommunikaatiota, ihmissuhdetaitoja ja tunteita. Wahl näkee toisenlaisuuden kääntävän pohjimmiltaan kielteisen naisen erilaisuusmääritelmän myönteiseksi, minkä seurauksena naisten ja miesten ero vahvistuu olemukselliseksi. (Wahl 1996, 20-21, 26).

Seuraava tekstiote tuottaa myös naiseutta naisryttäjäiden voiman ja arvokkuuden lähteenä.

“ Naisryttäjäille luonteenomaista on yleensä voimakas yhteistyön tarve. Naiset tukevat toisiaan ja luovat vahvoja verkostoja ” 14.

Naiseus naisten arvostamisen perustana rakentuu lainauksessa monipolvisessa argumentaatioketjussa. Naisryttäjäille ryhmänä, kollektiivina määritellään luonteenomaiseksi yhteistyön tarve. Luonteenomainen kertoo, että naisryttäjiin kuuluu tyypillisesti jotakin, joka erottaa heidät muista, josta heidät voi tunnistaa. Tuo jokin ryhmän identifioiva tekijä on yhteistyön tarve. Tarpeen merkityssisältö viittaa puolestaan pakottavuuteen ja tyydytystä vaativaan. Naisryttäjiä kollektiivina identifioi ja pakottaa yhteistyö. Yhteistyön sitominen sekä luonteeseen että tarpeeseen ja naisryttäjiin ryhmänä johdattaa ajattelemaan, että on olemassa naisryttäjiä yhdistävä naiseuden olemus, jolla on tunnistettava luonne ja josta kumpuaa tyydytystä vaativia tarpeita. Naiseus esittäytyy jälleen universaalisti naisia yhdistävänä olemuksena, joka kietoo syliinsä yksittäiset naiset.

Naiseudella ei perustella arvokkaaksi mitä hyvänsä yrittämiseen liittyvää toimintaa. Sekä johtamista että yhteistyötä (verkostoitumista) pidetään tärkeinä yrittämisessä (esim. Vokins 1993; Johannisson et al. 1995; Millman 1998). Johtamisen maskuliinisuudesta ei liene epäselvyyttä, joten naiseuden johtamista parantavaa vaikutusta on aiheellista tehdä tunnetuksi

toimintatilan luomiseksi naisille johtamistehtävissä (Wahl 1996, 20). Yleisesti tiedettyjä ovat myös stereotyyppiset mielikuvat naisista huonoina yhteistyöntekijöinä, varsinkin keskenään. Naisryhmiä pidetään poikkeuksellisen riitaisina ja keskinäisen kateuden värittäminä. Sen sijaan miesten ryhmät nähdään mielellään keskinäisen ymmärryksen, lojaalisuuden ja vallan tekemisen paikkoina. Mikäpä sen tehokkaampaa kielteisten mielikuvien hajottamiseksi kuin yhteistyökyvyn määrittely lähes naisten synnynnäiseksi ominaisuudeksi.

Aiemmin kappaleessa käyttämäni lainaukset eivät eksplisiittisesti vertaile nais- ja miesyrittäjiä, vaan naisyrittäjien erilaisuus on se tosiasia, josta naiseuden arvoa rakennetaan. Seuraavissa lainauksissa vertailu on ilmeistä ja olennainen osa arvon määrittelyä.

“Naisille merkitsee paljon koko elämän ja siis myös työn sisältö. Voisi ehkä sanoa, että nainen elää monimuotoisempaa elämää kuin mies“ 7

“Naiset eivät perusta yritystä yhtä herkästi kuin miehet, vaan päättävät ryhtyä yrittäjäksi vasta, kun liikeidea on pitkälle mietitty. Naiset ovat kriittisiä ja punnitsevat tarkkaan ja harkiten omat voimavaransa ennen kuin lähtevät viemään yritysidea eteenpäin“ 14.

Naisyrittäjiä vertaillaan miesyrittäjiin ja tuloksena on naisyrittäjien erilaisuus. Tällä kertaa naisten erilaisuus määritelläänkin paremmaksi kuin miesnormi, jolloin naistyypilliseksi ymmärretystä tulee uusi vertailun mitta. Sukupuolten samanlaisuutta korostaneet lausumat tuottavat aina naisyrittäjiin ja naisten yrittämiseen liittyvästä poikkeuksen ja ongelman. Erilaisuuslausumat kääntävät sukupuolten hierarkia toisinpäin (Holli 1995, 28). On kuitenkin huomattava, että vertailusuunta pysyy samana, naisia vertaillaan miehiin. Arvojärjestyksen kääntäminen säilyttää sukupuolen yrittämisessä edelleen naisten asiana.

“Uskon, että naisliikkeessä pääsee ajatuksineen esiin helpommin. Erilaiset edunvalvontatavoitteet on joustavampi saada julki ja sitä kautta myös työstettäväksi“ 18.

“ ’Meidän neuvontamme on maksutonta, ja koska toimintamme on suunnattu vain naisille, on meitä helppo lähestyä’, vakuuttaa Nyberg“ 14.

Naisyrittäjien esitetään saavan parhaiten tilaa omille asioilleen naisten keskinäisessä toiminnassa (naisyrittäjien yhdistyksissä ja keskusliitossa sekä Naisyrittäjyyden edistämiskeskuksessa). Julkilausumattomalla vertailulla tuodaan esiin, että naisyrittäjien on helpompaa ja joustavampaa keskustella itselleen tärkeistä tavoitteista naisten ryhmittymissä

kuin miesten vastaavissa ryhmittymissä. Itse asiassa annetaan ymmärtää, että voi olla jopa epävarmaa, tuleeko naisyrittäjä lainkaan kuulluksi miesyrittäjien toimintaympyröissä.

Naisten on helpompi asioida ja toimia naisten kuin miesten kanssa, kun uskotaan, että oman sukupuolen kanssa asioidessa voi tulla parhaiten ymmärretyksi ja vakavasti otetuksi. Naisyrittäjän ajatellaan saavan toisilta naisilta huomiota, ymmärrystä, arvostusta ja puhetilaa omassa asiassaan omalla tavalla esitettynä (vrt. Räsänen 1990, 20-21). Näkemykseen on sisäänkirjoitettu, että leimallisesti miesyrittäjien toiminnassa naisyrittäjiä ei kohdella tasapuolisesti, vaan eriarvoisesti sukupuolen tähden. Tasapuolisen kohtelun mahdollistuminen perusteleeikin lainauksissa naisyrittäjien keskinäisen toiminnan arvoa. Erilaisuuslausumat tuottavat naisyrittäjille toimintatilaa ja heidän keskinäiselle toiminnalleen arvoa naiseuteen perustuen. Sukupuolen perusteella eriytynyt toiminta määrittyy arvokkaaksi ja tarpeelliseksi tasa-arvon edistymisellä: myös naisyrittäjillä tarjoutuu mahdollisuus tasapuoliseen kohteluun naisyrittäjille tarkoitetuissa organisaatioissa.

Sukupuolten erilaisuutta tuottavat lausumat luovat tilaa naisten yrittämisen ilmauksien arvostamiselle. Naisten yrittämistä ei ole enää pakko havaita köykäiseksi ja vähäpätöiseksi, vaan naisyrittäjän yrittäjätyö, yhteistoiminta ja elämänkokonaisuus voidaan nähdä arvokkaana sinällään. Erilaisten mutta tasa-arvoisten ajatus sisältää oletuksen, että yksilöt sinällään ovat arvokkaita ja että jokaiselle pitää tarjota tasa-vertaiset mahdollisuudet olla oma itsensä. Erilaisuuslausumilla käydään kuitenkin jatkuvaa varjonyrkkelyä sukupuolten samanlaisuutta vastaan. Vaikka erilaisuuslausumat perustelevat naiseuden arvokkuutta ja tarpeellisuutta yrittämisessä, erilaisuuden näkemisen pohjana on edelleen vertailu miesyrittäjiin ja/tai maskuliiniseen yrittäjäideaaliin. Naiseus on sopiva ja arvokas lisä yrittämisen maskuliinisiin kehyksiin (vrt. Wahl 1996, 22). Naisten yrittämisen eriarvoisuuden määrittely arvostuksen puutteeksi kertoo jo sinänsä, että naisten yrittäminen ymmärretään lähtökohtaisesti vähäarvoisemmaksi kuin miesten yrittäminen. Sukupuolten välille oletetaan erilaisuuslausumissa arvojärjestys ja valtasuhde, jossa miehinen on arvokkaampaa kuin naisellinen. Ratkaisu eriarvoisuuden purkamiseen on naisten yrittämisen arvostuksen lisääminen.

4.3.2 Yrittämisen maskuliinisuuden haastajat

“Ilahduttavaa Terhin mukaan on se, että alkupeloista huolimatta töitä on riittänyt, eikä naiskonsulttimaan ole pahemmin herättänyt epäilyksiä, vaikka joskus joku mies intoutuu ’ottamaan mittaa’ Terhin kyvyistä neuvoa organisaatioiden kehittämisessä. Psykologiaan liittyvät, lähinnä työhygieniaan ja työyhteisöihin kuuluvat asiat mielletään helpommin naisille kuuluviksi“ 2.

Lainauksesta nimeltä mainitut konsultointityön sisällöt sukupuolistuvat naisten ja miesten asiantuntemusalueiksi. Haastateltavan naisyrittäjän kerrotaan konsultoivan organisaation kehittämiseen liittyvissä kysymyksissä, jotka jaottelun mukaan kuuluvat miestyypillisiin konsultointisisältöihin. Lainauksesta ilmenee, ettei naisyrittäjän osaamiseen miehisellä alueella ole varauksettomasti luotettu. Yrittäjällä itselläänkin kerrotaan olleen alkuoletuksia siitä, että ennakkoluuloja ja uskottavuusongelmia saattaa ilmetä.

Sekä miesten ’mitan otto’ konsultin kyvyistä että konsultin omat odotukset tulevista uskottavuusmitteloista tuovat näkyville, kuinka mieheys kytkeytyy kiinteästi tiettyihin asiantuntemusalueisiin, kuten työyhteisöjen kehittämiseen. Kytkös tulee ilmi, kun naiskonsultti esittäytyy myös alueen asiantuntijana. Hän ei sovikaan alan tyypillisen (so. miehisen) asiantuntijan kuvaan ’väärän’ sukupuolensa tähden. (vrt. Wahl 1996, 22-239). Seurauksena on, että nainen mieskonsultin tehtävissä joutuu epäilysten ja ’mitan ottamisen’ kohteeksi erilaisuutensa takia. Nainen tulkitaan sukupuoleksi, ei niinkään miehet. ’Väärän’ sukupuolen edustaja tekee mieheyden ja tietyn asiantuntijuuden kytköksen näkyväksi horjuttamalla asiantuntijuuden sukupuolineutraaliksi koettua maskuliinista olettamusta. Sukupuolten erilaisuutta tuottavat lausumat riittävät tuottamaan näkyväsi mieheyden ilmiöiden määrittäjänä, vaikka näkyväksi tuleminen edelleen tapahtuu naiseuden kautta. Erilainen kyseenalaistaa normin.

Sama naisyrittäjän erilaistuminen tapahtuu seuraavassa lainauksessa. Yrittäjänaisen tekee erilaiseksi sitoutuminen johtamiseen.

“ ’Teen sitä, missä olen parempi. Olen johtaja enemmän kuin kauppiaat ovat perinteisesti olleet. Olen päättäväisiä ja resurssien luoja.’ Hän haluaa kutsuttavan itseään nimenomaan kauppiaksi, johtajaksi. ...’ Vaikka olen intohimoinen yrittäjä, ja vaikka minulle on tärkeää pitää työni kautta, elämässäni tärkein on kotona’, Sirpa Kaalikoski sanoo. ’Siellä ovat

aviomies ja 4,5 -vuotias Väinö. Kahden viikon loma-aika vietetään tiiviisti kolmistaan mökillä.’ “ 13

Lainauksessa miestyypillisellä kaupanalalla (rauta- ja maatalouskauppa) toimivan omistaja-yrittäjän kerrotaan näkevän itsensä ennen kaikkea yrityksensä johtajana. Lisäksi käy ilmi, ettei kannanotto ole tyyppillisimpiä kauppiaiden keskuudessa. Jos johtajaksi tunnustautuminen on huomiota herättävää kauppiaille, on se sitä myös naiselle, sillä johtaminen ja johtajuus ymmärretään erityisen maskuliinisena toimintana ja maskuliinisia ominaisuuksia vaativana (esim. Kanter 1977; Wahl 1995 ja 1996; Avotie 1998). Naisyrittäjän kuvaaminen ensisijaisesti yrityksensä johtajana ja vielä painotetusti omasta halustaan kyseenalaistaa sekä johtajuuden että feminiinisen kulttuurisia ymmärryksiä (Wahl 1995, 23). Johtamista pidetään harvoin sukupuolikysymyksenä. Parhaat kyvyt valikoituvat sukupuolineutraalista johtotehtäviin, ja useimmiten miehillä tuntuu olevan enemmän sopivia kykyjä kuin naisilla (Benschop & Doorewaard 1998). Nainen johtotehtävissä pistää silmään erilaisena sukupuolena miesten joukossa ja erilaisuudellaan nainen tekee näkyväksi maskuliinisuuden ja johtamisen sitoutumisen toisiinsa (Wahl 1996, 23).

Johtamiseen liitetään sitoutuminen ensisijaisesti työhön ja yritykseen, ja jos aikaa jää, muihin elämänalueisiin (Kanter 1977, 63-67). Naisyrittäjän esittäminen pääasiallisesti johtajana herättää epäilyksen johtotehtävissä olevan naisen elämän prioriteeteista, sillä lojaalisuus työtä kohtaan istuu huonosti yhteen naisen ensisijaisena pidetyn perhevastuun kanssa (emt., 67; Wahl 1996, 19; vrt. kpl 4.2.2.). Molempien hyvin hoitaminen vaatii paljon aikaa, joten hyvä johtaja näyttäytyy mielellään huonona äitinä ja päinvastoin. Identiteettipositiot tuntuvat sulkevan toisensa pois naisen elämässä, sillä nainen ja johtaja vertautuu sekä maskuliiniseen johtamisihanteeseen että naiseuden perinteiseen ideaaliin ja määrittyy erilaiseksi molemmissa suhteissa. Tekstiotteessa erilaisuuden tulkinta naisellisuuden osalta torjutaan taitavasti. Lapsen ja aviomiehen vakuutetaan olevan tärkeintä elämässä myös naisyrittäjälle. Sanat esitetään artikkelissa suorana lainauksena kauppiaan puheesta, mikä entisestään lisää mielipiteen autenttisuutta ja vakuuttavuutta. Sanat palauttavat naisyrittäjän innostuneiden johtamispuheiden jälkeen takaisin tavalliseksi äidiksi ja vaimoksi, joka tunnustaa perheen ja pienet lapset naisen elämän prioriteeteiksi (Salmi 1996, 212).

Sukupuolia erilaistavat lausumat tekevät näkyväksi sukupuolineutraaleiksi koettujen ilmiöiden maskuliinisuuden. Maskuliinisuus ei sinällään tule esille miesten sukupuolittumisen kautta, vaan naisten erilaisuus miestyypillisissä tehtävissä tai asiantuntemuksen alueilla

paljastaa niiden kytköksen mieheyteen. Sukupuolten samanlaisuutta korostavat lausumat rakentavat sukupuoleksi johdonmukaisesti naisen poikkeuksena normista, jonka sukupuolineutraaliutta lausumat eivät kyseenalaista. Erilaisuuslausumat tuottavat muutosta tasa-arvodiskurssin sisällä kyseenalaistamalla myös normin sukupuolettomuuden (Holli 1996, 29), vaikkakin naisen erilaisuuden kautta.

Tasa-arvodiskurssi rakentuu kahden toisistaan erottuvan sukupuolen ja niiden vertailun varaan. Sukupuolten erillään pitäminen ja vertailu edellyttävät eroja ja sisäisesti homogeenisia, naiseuden ja mieheyden yhdistämiä, ryhmiä. Nainen miestyypillisissä tehtävissä kyseenalaistaa molempia oletuksia. Yhtäältä sukupuolten välinen raja osoittautuu liukuvaksi ja muuttuvaksi, kun yrittäjänainen ottaa itselleen menestyksekkäästi asiantuntijan identiteetti-position miestyypillisellä asiantuntemusalueella (organisaation kehittäminen) tai samaistaa itsensä ensisijaisesti ja monialaisen yrityksen (huoltamo, kahvila-ravintola, maatalous- ja rautakauppa) yritysjohtajaksi. Toisaalta myös kategoria nainen alkaa muuttua heterogeeniseksi, naisten välisiä eroja sallivaksi. Naiseus yrittäjien ryhmätunnukseksi jättää huomiota naisten keskinäiset erot, joita taas naiseuden erilaiset tulkinnat suhteessa perinteisiin sukupuolikäsityksiin tuovat esiin. Naiset yrittävät ennakkokäsityksistä huolimatta onnistuneesti miehisellä alalla ilman, että he muuttuvat miehiksi. Yrittäjänainen on nuori, keski-ikäinen tai vanha, perheellinen tai perheetön, johtajaorientoitunut tai käsityöläisidentiteettiä tunnustava jne. Stevenson (1990, 442) muistuttaa, että yrittäminen muuttaa yrittäjää ihmisenä, naisena tai miehenä. Liian staattiset ymmärrykset yrittämisen ja sukupuolen suhteesta estävät muutoksen ja tulkintojen monimuotoisuuden havaitsemista ja tutkimista

4.4 Yksilölliset yrittäjänaiset

”Hämmästyttävän usein törmää vanhakantaisiin ajatuksiin. Perusteena on, että nuori nainen on yrittäjänä ammatillisesti uskottava vain, jos hänen aviomiehensä on ison firman johtaja. Toisaalta bisnesmaailmassa uranaiseksi mielletään usein vain yksin elävä nainen, jolla ei ole miestä, ei perhettä. Ikään kuin muita vaihtoehtoja ei olisi olemassakaan!” hän tuohtuu” 9.

Yrittäjänaisen erilaisuuden tuottaa lainauksessa ikä tai ennemminkin sen vähäisyys. Nuori naisyrittäjä katsoo saavansa erityisesti ponnistella uskottavuutensa eteen, sillä yrittäjän nuoren iän katsotaan tarkoittavan, ettei yrittäjä ole ehtinyt riittävästi kartuttaa yrittämisessä

tarvittavaa ammattiosaamistaan. Yrittäjänaisen nuoruutta ei myöskään pidetä yrittämisen potentiaalina, mahdollisuutena uusiin ja innovatiivisiin ratkaisuihin, vaan puuttuvaa uskottavuutta etsitään naisyrittäjän perheestä. Liike-elämän kokemusta omaava aviomiestä haikaillaan vaimon yrittäjäosaamisen takuumieheksi. Yrittäjänaisen näkökulmasta aviomiehen kokemuksen merkittävyys hänen ammattitaitonsa arvioinnissa näyttäytyy perinteisistä sukupuolikäsityksistä kumpuavana, hänelle itselleen täysin vieraana ajattelumallina.

Aviomiehen tuen haikailu naisen yrittämiselle osoittaa, kuinka naiset eivät vapaudu heteroseksuaalisen suhteen kautta määrittelystä edes oman elantonsa hankkiessaan - he ovat vaimoja ja äitejä, joiden suhteen katsotaan määrittävän myös yrittämistä (vrt. Korvajärvi 1998, 138-139). Vanhakantaiset ajatukset rakentavat haastatellulle muista merkittävästi riippuvan yrittäjänaisen positiota, mistä hänen sanotaan olevan tuohtunut. Hermostuminen kertoo, kuinka nuori yrittäjänainen asettaa kyseenalaiseksi naisen yrittämisen sitomisen parisuhteeseen ja vaimon identiteettiin. Tuohtuminen on ymmärrettävää, jos lähtökohtana on, että naisen yrittämisen ja parisuhteensa/perheensä välillä ei ole mitään sellaista itsestään selvää yhteyttä, jonka olemassa olon voisi päätellä yrittäjän sukupuolen ja iän perusteella. Perheen ja naisyrittäjän 'luonnollinen' kytkös rakentuu nais- ja miesyrittäjien vertailussa, jossa perhevastuu tekee yrittäjänaisesta poikkeavan. Tämän kytköksen kiistäminen asettaa kyseenalaiseksi koko sukupuolten miesnormiin perustuvan vertailuasetelman. Vertailu on tarpeetonta, koska tuloksena on vanhakantaisia ja yksilöiden näkökulmasta käsittämättömiä sukupuolen ymmärryksiä.

Lainauksen toisesta lauseesta yrittäjänainen nimeää itsensä uranaiseksi. Tulkitseen uran tarkoittavan yrittämisessä yrityksen kasvattamista ja johtamista. Tällä kertaa kyseenalaistuu uraoletuksiin sisäänkirjoitettu perheolettama. Haastateltava esittää, että naisten uraan ei ajatella kuuluvan aviomiestä tai perhettä (so. lapsia). Nuori yrittäjänainen kritisoi ankarasti tällaista yhtenäistä näkemystä uraa tekevistä naisista. Arvostelu kohdistuu uranaisten todellisuuden yksioikoiseen tulkintaan, jonka seurauksena tarjolla olevat erilaiset vaihtoehdot peittyvät. Jälleen kiistetään ajatus parisuhteen ja perheen kytkemisestä yksioikoisesti yrittäjänaisen yrittämiseen sukupuolen perusteella. Samalla arvostellaan vertailuasetelmaa, joka yksinkertaistaa uranaisten moninaista todellisuutta. Lainauksessa ei puututa uraa tekevän ihmisen sukupuolittuneeseen ideaaliin, vaan kritisoidaan sen naisia yhdenmukaistavaa pyrkimystä. Naisten on kuitenkin vaikea mahtua ideaalin tarjoamaan positioon, koska perheellistä uramiestä vastaa perheetön uranainen naisen kulttuurisesti tuotetun ensisijaisen perhevastuun takia. Haastateltavalla itsellään kerrotaan olevan mies ja

kotieläimiä, joten tulkitsen kritiikin olevan kieltäytymistä naisten uraa koskevien oletusten rakentamasta positiosta sinkkunaisena. Uraa voi tehdä myös parisuhteessa elävä tai perheellinen nainen.

Tekstiotteessa nainen yrittäjänä määrittyy kolmella tapaa erilaiseksi. Ensinnäkin hän on nainen ja yrittäjä telemarkkinoinnissa. Toiseksi hän on nuori yrittäjänainen. Suurin osa naisyrittäjiä on keski-ikäisiä tai keski-ian ylittäneitä, esimerkiksi Naisyrittäjien Keskusliiton jäsenkyselyyn vastanneista yrittäjistä vain 13 % oli alle 35-vuotiaita ja yksi prosentti alle 25-vuotiaita (Yrittäjänäisten...1997, 25). Kolmanneksi hän on uraa luova yrittäjänainen. Moninkertaista erilaisuutta ei kuitenkaan hyväksytä poikkeavuudeksi normista, vaan erilaisuus nähdään monimuotoiseen yrittämiseen kiinteästi kuuluvana. On itse asiassa kyseenalaista, voiko tässä yhteydessä edes puhua erilaisuudesta yrittäjänäisten ja –miesten vertailun tuottamana tuloksena, koska tekstiotteessa ankarasti kielletään tällaisen vertailun järjestyys.

Samainen nuori naisyrittäjä keskustelelee alla olevassa tekstiotteessa ikään, työkokemukseen ja ulkonäköön liittyvistä kysymyksistä ja pohtii niiden merkitystä omaan yrittäjäyhteensä.

“Varsinkin yritystä perustaessaan Kisu myöntää miettineensä paitsi ikää ja kokemusta myös ulkonäkökysymyksiä. Kuinka persoonallinen yritysmaailmassa voi olla? Pitääkö punkkariksi pukeutuneen vaihtaa jakkupukuun? Voiko yrittäjällä olla vihreät hiukset? Öitä kului valvoessa ja superpitkät kynnet, joita yleensä näkee elokuvissa, lyhenivät yhden nivelvälin mittaisiksi. ‘Pää oli täynnä ristiriitaisia ajatuksia ja tuli varmasti luotua turhiakin paineita. Peruskysymys kuitenkin oli, ajaako itsenäinen työnteke sellaiseen loukkuun, jossa ei enää voi olla oma itsensä?’ Hän kertoo. Loppujen lopuksi Kisu totesi kuin vanhassa iskelmässä: ‘Mä oon mikä oon’. Ja päätti, että on parasta katsoa, mikä merkitys tietotaidolla on....” 9.

Tekstiotteessa yrittämiseen liitetään ulkonäkökysymykset, joita ilmentävät tekstissä punkkariksi pukeutuminen, hiusten vihreä väri ja kynsien pituus. Kyseessä olevaa artikkelia kuvittaa myös koko sivun väripiirros, jossa erittäin korkeisiin piikkikorkokenkiin ja nahkapusakkaan pukeutunut, pystytukkainen (vihreät hiukset) ja punakynnen (pitkät) nuori nainen aurinkolasit silmillä tarkastelee käsissään olevaa jakkupukua. Ulkoisen olemuksen monisanainen esiin ottaminen on melko yllättävää, koska ulkonäön merkitystä työelämässä monta kertaa vähätellään niin tutkimuksessa kuin arkipäivässäkin (Dellinger & Williams 1997, Kimle & Damhorst 1997). Tosin sukupuoliorientoituneessa tutkimuksessa esitetään, että

organisaatioissa naisten on kiinnitettävä enemmän huomiota pukeutumiseensa ja ulkonäköönsä kuin miesten (Kanter 1977; Sheppard 1992). Arjessa naisten ulkonäkö on tunnetusti ehtymätön kommenttien lähde ja kohde.

Kuvatekstissä todetaan, että *“Helena Kuivalaisen mielestä kannattavan yrityksen edellytys on, että yrittäjä tulee toimeen oman minänsä eli itsensä kanssa”*. Kysymys ulkonäöstä määrittynyt kysymykseksi mahdollisuudesta toteuttaa omaa itseä yrittäjän työssä. Tekstistä ilmenee, että yrittäjä kokee vihreiden hiusten, punkkarityylisten vaatteiden ja pitkien kynsien vastaavan hänen käsitystään omasta itsestään. Ulkoinen olemus ilmentää hänen sisäistä ja todellista minäänsä. Vaatetuksen, kampauksen ja kynsien pituuden liittäminen omaan itseen, sisäiseen todelliseen minään on ymmärrettävissä, jos yksilön ja hänen esille panemisensa välillä on suora viittaussuhde.

Ulkoinen olemus, ulkonäkö voi saada erilaisia tarkoituksia, joihin ulkonäkö viittaa, joita se jäljittelee. Viittaussuhteita voi lähestyä tarkastelemalla ulkoisen olemuksen jatkuvuutta, samankaltaisuutta ja symbolisuutta. (Uotila, 1995, 97). Jatkuvuus ihmisen ulkonäön ja sisäisen minän välillä tarkoittaa, että ulkoiset merkit paljastavat jotakin olennaista ja aitoa ihmisen sisäisestä, muille näkymättömästä todellisuudesta (so. viittauksen tarkoitteesta). Toisaalta jatkuvuuden idea myös mahdollistaa toimijalle itseyden esiin tuomisen ja ilmaisemisen muille näkyvällä tavalla (emt., 99). Ulkoinen olemus voi myös esittää eli olla samankaltainen esittämänsä kohteen kanssa. Ulkoinen olemus voi viitata tällöin johonkin pukeutumistyyppiin tai tyyliin (emt., 159) eikä vaatteiden sisällä olevan ihmisen henkiseen todellisuuteen. Tällöin toimijalle tarjoutuu mahdollisuus käyttää omaa ulkoista olemusta joustavasti välineenä esimerkiksi arvostuksen ja vallan tavoittelussa, mikä ilmenee muun muassa tyylikurssien nykyisessä suosiossa (emt., 101). Symbolisuus katkaisee ulkoisen olemuksen ja sen viittaaman tarkoitteen yhteiset ’luonnolliset’ nimittäjät, koska suhde perustuu kunakin aikana kulttuurissa vallitseviin konventionaaliin katsomisen ja ymmärtämisen tapoihin (emt., 97). Ulkonäköön liittyvän vallitsevan symboliikan tunteminen mahdollistaa toimijalle yllättävien ja kriittisten, konventioita rikkovien symboliyhdistelmien tuottamisen. Uotila mainitsee yhtenä esimerkkinä punkkulttuurin. (emt., 107.108).

Tekstinäytteessä yrittäjä selittää ja perustelee ulkonäkövalintojaan juuri jatkuvuuden näkökulmasta, koska hän perustelee oman sisäisen itseytensä olevan harmoniassa ulkoisen olemuksensa kanssa. Artikkelin kirjoittaja on kuitenkin pitänyt tarpeellisena käsitellä monisanaisesti yrittäjän pukeutumistyyliä, hiusten väriä ja pitkiä kynsiä, vaikka persoonallisuus ja sen esille tuominen on hyväksyttävä perustelu ulkonäkövalinnoille (vrt.

Hunt & Miller 1997, 72-78). Yrittäjän ulkoinen olemus tarvitsee selittämistä, koska se mitä ilmeisemmin rikkoo joitakin hänen asemaansa⁸ liittyviä odotuksia. Tarve perustella haastateltavan ulkonäöllisiä ratkaisuja kumpuaa mielestäni haastateltavan naisyrittäjäaseman implikoiman ulkoisen olemuksen ja yrittäjän itsensä oikeaksi kokeman ulkoisen olemuksen ristiriidasta. Punkpukeutuminen, vihreät hiukset ja pitkät kynnet ovat lukijalle symboleja, jotka tavallisesti viittaavat aivan muualle kuin aktiiviseen liike-elämän toimijaan ja hänen persoonallisuuteensa (vrt. Uotila 1995, 107). Tätä odotusten ja konventioiden rikkomista vastaan yrittäjän vetoaminen persoonallisuuteen, ulkomuodon ja minän jatkuvuuteen on kyvykäs ratkaisu, sillä yksilöllisyyden kunnioittaminen on kulttuurisesti arvokkaampi periaate kuin oikeus arvostella ja paheksua norminrikkooja (Hunt & Miller 1997, 78).

Selittämisen tarve kertoo myös, että artikkelin kirjoittaja, kuten yrittäjäkin ovat molemmat erittäin tietoisia naisyrittäjän ulkonäköön liittyvistä konventioista ja odotuksista (vrt. Kimle & Damhorst 1997, Dellinger & Williams 1997). Niin artikkelin piirroskuvassa kuin tekstissäkin ulkonäöllisiä konventioita edustaa jakkupuku. Jakkupukua erilaisine variaatioineen (värit, tyylit, kankaat, mallit) voi pitää liike-elämässä toimivien naisten perusvaatteena (vrt. Kimle & Damhorst 1997, 48). Ei olekaan ihme, että kuvastoa naisyrittäjistä hallitsevat jakkupukuiset, huolitellusti kammattut ja meikatut naistyypit. Yhdenmukainen kuvasto on merkittävä tekijä pukeutumisolotusten synnyttämisessä. Susan Bordon (1993, 170) mukaan naiseutta tuotetaan nykyisin ensisijaisesti visuaalisin kuvamallein, joilla kerrotaan, millaista ruumiin esille panoa naisilta vaaditaan. Kaikkein itsestään selvimmät ja odotusten mukaisimmat ulkonäölliset valinnat on myös helppo tulkita jatkuvuuden idean mukaisesti, toisin sanoen naisyrittäjän ja jakkupukuvaikutteisen ulkonäön luonnollisen tuntuinen viittaussuhde tuo naisyrittäjien sisäisenkin todellisuuden ruumiin pinnoille muiden tarkasteltavaksi. Huoliteltu ulkoasu tuntuu viestivän tehokkaasta ja päämäärätietoisesta luonteesta sekä ammattimaisesta asenteesta (vrt. Kimle & Damhorst 1997, 59).

Superpitkien elokuvakynsien mainitseminen lainauksessa on mielenkiintoista. Erittäin pitkät kynnet johdattavat ajattelemaan, että niiden omistaja käyttää ylen määrin aikaa itsensä hoitamiseen ja ettei hänen tarvitse tehdä käsillään työtä. Yrittämistä kuitenkin pidetään kaiken ajan nielevänä työnä, jossa yrittäjä itse häärii 'nyrkit savessa', aina siellä, missä

⁸ Ulkoisen olemuksen viittaussuhteet tarkoitteisiin eivät siten vain ole olemassa, vaan ulkonäöllistä merkityskirjoa voi tulkita vain tilanteissa, joissa esille panija, hänen esille panonsa ja katsoja/lukija/tulkitsija ovat läsnä (vrt. Uotila 1995, 82).

tarvitaan 'auttavaa kättä'. Tekstissä naisena olemisen ja yrittäjyyden yhteys kietoutuu persoonallisen olemisen ja yrittäjyyden yhteyteen. Toisin sanoen yrittäjä pohtii, missä rajoissa hän voi olla uskottava ja hyväksyttävä yrittäjänä omalla persoonallisella tyyllillään.

Ulkonäköpohdinnat määrittelevät, mikä on hyväksyttävää ja mahdollista yrittäjänaisen esille panoa. Ulkoinen olemus viestii omalta osaltaan myös naisyrittäjän pätevyyttä, uskottavuutta ja professionalismia (emt., 51), toisin sanoen se on vaikuttamassa siihen, miten vakavasti otettaviksi naisyrittäjät, heidän henkilönsä ja tekemisensä koetaan. Kimlen ja Damhorstin mukaan "(i)n order to successfully carry out the role of businesswoman, one must construct for oneself an appropriate appearance" (1997, 50). Naisyrittäjän kannattaa pureskella kynsiä unettomina öinä, jos on olemassa selvä vaara, ettei hänen omaksi kokemansa esille paneminen kerro tärkeille sidosryhmille hänen todellakin olevan yrittäjä. Poikkeaminen hyväksyttävästä esille panemisesta liian reippaasti vähentää naisyrittäjän uskottavuutta yrittäjänä. (emt., 60, 62). Naisilla koetaan liike-elämässä olevan enemmän valinnan mahdollisuuksia ja vapauksia ulkoisen olemuksen suhteen kuin miehillä. Toisaalta naisten esille pano kantaa enemmän informaatioita kuin miesten, joten riski ristiriitaisten ja väärin viestien antamisesta muille on myös suurempi. (emt., 63). Tekstinäytteen monisanainen pohdiskelu ulkonäkökysymyksistä on ymmärrettävissä juuri naisyrittäjiin kohdistuvien esillepano-odotusten epämääräisyydestä, moniselitteisyydestä ja -merkityksisyydestä sekä vaihtelevuudesta käsin (vrt. emt., 52-53). Tiedossa on, että tietyt rajat itseilmaisulle on olemassa, mutta yhtäältä miten ne ilmenevät kyseessä olevan naisyrittäjän yrittäjätyössä ja toisaalta missä määrin ne ovat neuvoteltavissa ilman, että uskottavuus kyseenalaistuu, määrittävät tilannekohtaisesti.

Poikkeamat ulkonäkökonventioista horjuttavat jatkuvuutta ja synnyttävät ristiriitoja, joita on perusteltava. Kulttuurisesti luonnollisin ja vallitsevin tulkinta ei sulje pois kilpailevia, vaikkakin marginaalisia ymmärryksiä (vrt. Jokinen & Juhila 1994, 102-103), kuten tekstiotteen naisyrittäjän tarjoama perustelu osoittaa. Hänen selityksessään jatkuvuus rakentuu punktyylisen ulkomuodon ja minän välille, kun taas mukautuminen konventionaaliseen jakkupukupukeutumiseen on oman sisäisen todellisuuden hylkäämistä. Jakkupuvusta tulee ahdistava ja yhdenmukaistava roolipuku, jossa voi kyllä esittää yrittäjää, mutta jossa oman todellisen minän esille tuominen estyy. Käyttämällä jatkuvuutta perusteluna tavallisuudesta poikkeavalle esille panolleen yrittäjä hyvin taitavasti tekee tyhjäksi mahdolliset arvostelevat lausunnot itseään kohtaa. Samalla hän onnistuu kääntämään lukijan huomion odotuksen mukaisen yrittäjänaisen esille panon valinnan vapautta rajoittavaan puoleen.

4.4.1 Monet identiteetit naisten yrittämistä rakentamassa

Olen pitkään ja hartaasti analysoinut paria tekstiotetta. Pidän ratkaisuni perusteltuna, koska lainaukset ovat 18 artikkelissa ainoita tekstiotteita, joissa tasa-arvodiskurssin rajoja koetellaan. Lainauksessa nuori ikä antaa uuden näkökulman yrittämiseen ja naisena olemiseen. Widerbergin (1998) mukaan sukupuoli merkityksellistyy eri sukupolvissa eri tavoin, sillä eri ikäpolvilla on eri lähtökohdat. Lähtökohdilla viitataan siihen, että eri ikäisillä naisilla on erilaiset elämänhistoriat ja siten tavat tulkita naisten yrittämistä ovat erilaisia ja erot näyttäytyvät teksteissä. Yrittämisen käsitteellistämistavat vaihtelevat ajallisesti ja paikallisesti, mikä näkyy myös eri sukupolvien erilaisissa tulkinnoissa.

Haastatteluhetkellä (v. 1995) nuori naisyrittäjä on kuvasta päätellen puolessa välissä kahtakymmentä ja hän on toiminut jo kolme vuotta yrittäjänä. Koko hänen elinikänsä Suomessa on käyty keskustelua sukupuolten välisistä suhteista tasa-arvodiskurssin sukupuolen käsitteellistämistavoin, joista vallitsevin tutkimuksen antamien viitteiden perusteella jo 70-luvulta asti on ollut naisten ja miesten ymmärtäminen lähtökohtaisesti samanlaisina, tasa-arvoisina (Holli 1995). Haastateltava identifioituu itse punkkulttuuriin, jonka esillepanokonventioita nuoren yrittäjän kerrotaan seuranneen. Vaikka punkmusiikki oli erittäin suosittua nuorison keskuudessa omana aikanaan, vain pieni vähemmistö musiikin ympärille muodostuneeseen kulttuuriin samaistuneista värjäsi esimerkiksi hiuksensa vihreiksi. Uskon haastateltavalla olevan kyseisen tyyppisten ratkaisujen takia kokemuksia marginaalikulttuuriin kuulumisesta ja sen seurauksista omaan elämään.

Tekstiotteissa horjutetaan tasa-arvodiskurssin vertailuasetelman legitiimisyyttä. Yrittäjän naisten vertaaminen miesyrittäjiin tai maskuliiniseen yrittäjäideaaliiin tuottaa tuloksia, jotka sinällään eivät kerro mitään yksittäisten yrittäjän naisten todellisuudesta. Vertailussa konstruoituu sukupuolten välisiä samanlaisuuksia ja erilaisuuksia, jota puolestaan ohjaavat havaitsemaan ja ymmärtämään yksilölliset nais- ja miesyrittäjät näiden konstruktioiden kautta. Esimerkiksi nuorelta yrittäjänaiselta ilman työkokemusta (iästä johtuen) voidaan edellyttää aviomiehen tukea ennen kuin yrityshanke on uskottava mielipiteen esittäjän silmissä. Sitä, onko näkemys perusteltu juuri tässä yksittäisessä tapauksessa, ei tarvitse perustella, koska sukupuolen ja iän yhdistelmästä on kulttuurisesti mahdollista päätellä, ettei yrittäjänainen tule selviämään ilman aviomiestä yrittämisestä.

Lainauksissa asetetaan kyseenalaiseksi myös vertailuasetelman edellyttävän naisten ryhmän homogeenisuus. Ulkonäkökysymysten pohdintaa voi ajatella kysymyksenä, ovatko yrittäjänaiset tasa-arvoisia esille panon suhteen. Tasavertaisuuden miettiminen naisten kesken implikoi muita eroja kuin sukupuolesta selittyviä (Holli 1995, 16). Naisten erojen ottaminen lähtökohdaksi tekee mahdottomaksi ajatella, että on olemassa kaikkia naisia yhdistävä naiseuden olemus, joka toimisi yrittäjänaisen ryhmätunnuksena. Erojen huomioiminen tarkoittaa, että kysymys näkökulmasta tulee keskeiseksi. Enää ei ole olemassa universaalia naisen näkökulmaa, josta yrittämistä voisi tarkastella, vaan on valittava erilaisten naisten näkökulmia. Näkökulmissa kietoutuvat yhteen erilaiset puhujapositionit, kuten ikä, kansallisuus, rotu, elämäntilanne, yksinyrittäminen, työnantajayrittäminen, palvelu- tai tuotantosektorilla toiminen jne. Puhujapositionit ja niiden yhdistelmät muuttuvat ajassa ja paikassa. Yhteisten intressien perusteena ovat erilaiset liittoutumat, joissa yhdistyvät yksilöille tärkeät intressit eri puhujapositioneissa. Tärkeintä on, ettei keskinäisiä eroja enää ylitetä ja ohiteta, vaan ne tunnustetaan ja tunnustetaan naisten yrittämisestä tietämisen perusteeksi (vrt. Koivunen 1996, 103).

Nuoren naisyrittäjän haastattelussa sukupuolten kaikkinaisen tasa-arvo on lähtöoletus sukupuolen tarkasteluun. Tavallaan lähtökohta on sama kuin sukupuolia samanlaistavissa lausumissa, mutta erona on se, että maskuliinista normia ei oleteta olevaksi, vaan naisilla ja miehillä on samat mahdollisuudet toteuttaa itseään yrittämisessä eikä sukupuoli aseta rajoituksia. Tästä näkökulmasta sukupuolten miesideaaliin tukeutuvat vertailut määrittyvät vanhakantaiseksi ajatteluksi ja sukupuolten suhteita vääristäviksi. Erilaisuuslausumat tukeutuvat samoin erilaisuuden tuottamisessa yrittäjänaisen vertailemiseen miesyrittäjiin. Koko sukupuolten vertailuasetelma näyttää aikansa eläneeltä, sillä miksi vertailla naisia ja miehiä, kun tasa-arvo on jo toteutunut. Toimijat ovat kyllä sukupuolittuneita (yrittäjä peilaa itseään naiskuviin), mutta sukupuolen ei katsota ylivertaisesti määrittävän naisena ja yrittäjänä olemista. Yrittäminen on yksi mahdollisuus toteuttaa monipuolisesti itseään.

Kun tasa-arvo on totta, maskuliininen normi naisen mittarina on lakannut olemasta ja ihmiset ovat edelleen sukupuolia, avautuu oletusten perusteella sellainen todellisuus, jota en halua enkä pysty vielä tässä vaiheessa selittämään syvällisesti. Tiettyjä viitteitä diskurssikamppailusta on, sillä selitysten ja perustelujen tarve tekstiotteissa kertoo, että ristiriitaisia tulkintoja yrittämisen ja sukupuolen yhteydestä on. Ristiriidat on mahdollista nähdä siten, että aineistossa on käynnissä diskurssikamppailu naisyrittäjyyden merkityksistä. Tekstiotteissa on läsnä sanaston tasolla tasa-arvodiskurssin oletusten kritisointi, sillä tasa-

arvodiskurssin tyyppiseen vahvaan diskurssiin kilpailevista diskursseista viitataan usein negaation kautta. Naisten yrittämiseen kiinteässä merkityssuhteessa oleva ja siten vallalla oleva tasa-arvodiskurssi heittää varjonsa ilmiöön niin vahvasti, että sitä vastaan on marginaalisten diskurssien kamppailtava. Tässä tapauksessa aineistoni ei riitä tekemääni syvällisempään analyysiin, joten en pysty sanomaan, onko kyseessä kilpaileva diskurssia vai tasa-arvodiskurssin sisäinen muutos.

Sijoitan pohdinnat toisenlaisista sukupuolen ja yrittämisen olettamista neljännen pääkappaleen alle, jossa analysoin tasa-arvodiskurssia. Ratkaisu kielii tulkintojeni avonaisuudesta: yhtäältä tulkinnoissa, jotka perustuvat toisenlaisiin olettamuksiin sukupuolen ja yrittämisen suhteesta kuin mitä erilaisuus- ja samanlaisuuslausumissa pohjaututaan, pysytään tasa-arvodiskurssissa, koska edelleen liikutaan kahden sukupuolen viitekehikossa ja vertailu on läsnä kritiikin kohteena. Toisaalta tulkinnoissa tasa-arvo on lähtökohta, josta avautuu jotakin muuta, kuin mitä analyysissäni aiemmin on ilmennyt.

5. NAISTEN YRITTÄMINEN TASA-ARVODISKURSSISSA

Diskurssi järjestää ilmiöitä aina jostakin näkökulmasta. Kun tasa-arvodiskurssin näkökulmasta lausutaan jotakin naisyrittäjyydestä, samalla lausutaan jotakin niistä perusolettamuksista, joilla naisyrittäjyydestä on mahdollista tietää ja joilla sitä voi ymmärtää ko. diskurssissa. Diskurssiteoreettisesti ajatellen kuva naisyrittäjyydestä rakentuu aina osittaiseksi ja tilanteiseksi, käytetyn diskurssin mukaiseksi. Tasa-arvodiskurssin perusolettamuksia ilmaisee kaksi lausumaa, sukupuolten samanlaisuutta rakentava lausuma ja naisten erilaisuuden arvokkuutta tuottava lausuma. Molemmat perustuvat naisten ja miesten vertailemiseen. Olen kerännyt taulukkoon 1. naisten yrittämisen merkityksenantotavat tasa-arvodiskurssissa.

Samanlaistavat lausumat vertailevat naisyrittäjiä ja naisten yrittämistä joko suoraan miesyrittäjiin ja miesten yrittämiseen tai epäsuorasti yrittämiseen yleensä. Vertailuissa yrittäjänaiset ja naistyyppillinen yrittäminen määrittyy muusta yrittämisestä poikkeavaksi, epäuskottavaksi, naisten yrittämisen ongelmalliseksi, puutteeksi tai esteeksi. Vertailun suunta on aina naisten vertailua miehiin. Sukupuolineutraali vertailu yleisesti yrittämiseen paljastuu myös maskuliiniseen ideaaliin tai normiin peilaamiseksi, sillä naisten yrittäminen osoittautuu aina heikommaksi ja 'vääräksi'. Ideaali rakentuu miestyypillisille yrittämisen ulottuvuuksille, vaikka ihanne esitetäänkin sukupuolettomana. Samanlaistavat lausumat tuottavat

lähtökohtaisesti nais- ja miesyrittäjistä samanlaisia, mutta yrittämisen maskuliinisen ideaalin takia samanlaistuviksi tulevat yrittäjänaiset ja heidän yrittämisensä. Yrittämisen sinällään ei katsota olevan sukupuolikysymys, mutta diskursiivinen käytäntö (vertailu) tuottaa naisista yhä uudelleen huonoja sopeutujia. Yrittämisen ymmärtäminen sukupuolineutraalina pakottaa myös selittämään naisten yrittämisen ongelmiksi määrittyneet asiat yksilöllisillä ja yksityisillä syillä.

Erilaisuutta rakentavat lausumat perustuvat myös ajatukselle yrittäjänaisen poikkeavuudesta. Vertailuperustaa ei kuitenkaan tuoda esiin, vaan lähtökohtana on, että nais- ja miesyrittäjien välillä on eroja ja eriarvoisuutta ja että naiset ovat sukupuolisuhteessa erilaisia. Keskeiseksi eriarvoisuuden perusteluksi lausumat tuottavat yrittäjänaisen ja heidän yrittämisensä arvostuksen puutteen ja eriarvoisen kohtelun. Lausumat rakentavat erilaisuudelle arvoa tekemällä siitä resurssin, joka perustellaan miehisestä yrittämisen käytännöistä puuttuvaksi, mutta arvokkaaksi lisäksi. Nais erityistä toiminnan (esim. naisyrittäjien yhdistykset, naisyrittäjille suunnattu koulutus) lausumat tuottavat arvokkaaksi, koska se poistaa eriarvoista kohtelua mahdollistamalla nais erityisyyden vapaan esiin tulemisen. Erilaisuuden arvostusta katsotaan lisäävän myös normin kääntö, jossa miehisen yrittäjäideaalin tilalle nostetaan naisinen ihanne. Samanlaisuuslausumat tuottavat erilaisuuden perustaksi kaikille yrittäjänaisille yhteistä naiseutta, perimmäistä olemusta, joka saa luonteen määritteitä. Erilaisuuden arvo kumpuaa tästä naisille yhteisestä hyvästä. Aineistossa on myös nähtävissä, että erilaisuuslausumat horjuttavat yrittämisen maskuliinisen ihannetta. Kyseenalaistaminen tapahtuu, kun johtamisen ja organisaation kehittämisasiantuntijuuden miestyypillisiä puhujapositioneja tuotetaan myös naisyrittäjille sopiviksi. Nainen näissä tehtävissä paljastaa niiden piilouden miehisyyden. Samalla myös naisisen kulttuuriset tulkinnat tulevat esille.

Aineistoartikkeleissa tasa-arvodiskurssi tuottaa tietoa naisten yrittämisestä **yhtenäistävällä** tavalla. Kysymyksiä yrittämisen ja sukupuolen suhteesta voi asettaa sukupuolten jo olemassa olevan arvojärjestyksen rajoissa ja sukupuolten vertailun kautta. Vertailu pakottaa tarkastelemaan yrittäjänaisia ryhmänä, eivätkä yrittäjänaisen keskinäiset erot pääse esiin. Erityisesti samanlaisuuslausumat kierrättävät kulttuurisesti vahvoja nais- ja miesyrittäjiin liitettäviä stereotyyppisiä ymmärryksiä. Erilaisuuslausumat puolestaan ylistävät arvokkaana naiseutena stereotyyppisesti naisisia ominaisuuksia. Erilaisuuslausumat antavat kuitenkin myös mahdollisuuden horjuttaa yrittämisen maskuliinista normia tuottamalla niitä merkityksiä, joita yrittäjänaisen miehelle alueelle 'tunkeutuminen' synnyttää.

Taulukko 1. Naisyrittäjyyden merkitysten rakentuminen tasa-arvodiskurssissa

NAISYRITTÄJYYS TASA-ARVODISKURSSISSA

<u>Samanlaisuuslausumat</u>	<u>Erilaisuuslausumat</u>
Tasa-arvo on jokaisen ihmisen syntymälahja.	Tasa-arvo on tulevaisuuden tavoite, jonka saavuttaminen vaatii aktiivista ponnistelua.
Naiset ja miehet ovat pohjimmiltaan samoja, yhteisen ihmisyyden yhdistämiä.	Naisten ja miesten välillä on eroja ja eriarvoisuutta.
Naisyrittäjiä vertaillaan miesyrittäjiin tai miehiseen yrittäjäideaaliiin. Maskuliinisuus on sisäänkirjoitettu ideaaliin/normiin, sillä diskurssin sisällä ihanne käsitetään sukupuolineutraaliksi.	Naisyrittäjien erilaisuus perustuu miesyrittäjiin vertaamiseen. Naisyrittäjien yhteisyys kumpuaa kaikille naisille ominaisesta naiseudesta.
Vertailun tuloksena naisyrittäjä ja naisten yrittäminen näyttäytyy poikkeavana, kuten myös naisyrittäjän elämäkokonaisuuteen ja naistyypilliseen yrittämiseen ensisijaisesti liittyvät ulottuvuudet yrittämisen ongelmina.	Naisyrittäjien naiseus on resurssi, joka täydentää yrittämisen puutteellisia miehisiä ulottuvuuksia. Naiserityinen toiminta vähentää eriarvoisuutta, koska siinä yrittäjän naisten ja heidän yrittämissä erilaisuus pääsee esille ja sitä arvostetaan.
Sukupuolten erot ja eriarvoisuus selittyvät yrittäjän naisten yksilöllisillä ja yksityisillä tekijöillä.	Eriarvoisuus kumpuaa naisten yrittämisen arvostuksen puutteesta ja eriarvoisesta kohtelusta.
Tavoitteena on naisyrittäjän erilaisuuden (poikkeavuuden) pienentäminen.	Tavoitteena on naisten yrittämisen arvostuksen nostaminen.
Samanlaisuuslausumat eivät kyseenalaista vertailuasetelman maskuliinista normia, eivätkä vertailtavien ryhmien sisäistä homogeenisuutta.	Erilaisuuslausumat eivät kyseenalaista naisen kategorian homogeenisuutta.

5.1 Sukupuolijäsennykset

Tasa-arvodiskurssin yhtenäistävää ja yleistävää näkökulmaa naisten yrittämiseen selittää diskurssiin sisäänkirjoitettu sukupuolinäkemyks. Tasa-arvodiskurssi tarttuu sukupuolen osalta vallitsevaan käsitykseen naisen ja miehen toisiaan täydentävästä oppositiosta (Holli 1995, 17; 1997, 138). Artikkeleissa eron tekeminen tapahtuu tarkkaan ottaen siten, että **naiset** tehdään omaksi ryhmäkseen eli naisyrittäjiksi. Naisyrittäjien on mahdollista erottaa miesyrittäjistä, jos ajatellaan sukupuolen olevan tekijä, jonka suhteen ryhmät eroavat

toisistaan. Tasa-arvodiskurssi rakentuu vertailuasetelman varaan, ja vertailu puolestaan edellyttää vertailtavat ryhmät. Ryhmien pitää yhtäältä olla sisäisesti jokin ominaisuuden suhteen homogeenisia ja toisaalta toisistaan erottuvia jonkun ominaisuuden suhteen. Sukupuoli on tämä ominaisuus/tekijä, joka tasa-arvodiskurssissa sekä yhdistää että erottaa. Artikkeleissa, kuten arkiajattelussa (ja tutkimuksessa) muutoinkin, nais- ja miesyrittäjien oletetaan olevan erilaisia ruumiiden biologisen eron perusteella ja naisyrittäjiä kuten miesyrittäjiäkin yhdistää samanlainen ruumis.

Tasa-arvodiskurssin ei voi sanoa tuottavan biologista eroa yrittäjänäisten ja -miesten välille, koska kyseinen eron määrittely on jo kulttuurissamme vallitseva. Pikemminkin tasa-arvodiskurssi tarttuu olemassa olevaan sukupuolten eron biologiseen perusteluun. Siten yrittäjärühmien sisäinen yhtäläisyys ja välinen ero perustuu käsitykseen sukupuolesta ruumiillisena faktana. Tarttumisen seurauksena tasa-arvodiskurssi naisyrittäjyyden määrittelijänä vahvistaa sukupuolten välisen eron biologisointia.

Ihmisinä voimme nykykäsityksen mukaan olla olemassa joko naisina tai miehinä, emme minään siltä väliltä tai jonakin vallan muuna. Sukupuolen määrittävät lopullisesti sukupuolielimet (Kessler & McKenna 1978, 145). Vaihtoehtoista tapaa ymmärtää sukupuoli ei tule mieleenkään⁹. Meidät määritellään sukupuoliksi ruumiin perusteella syntymähetkestä lähtien, meidät kasvatetaan ja kasvamme sukupuoliksi. Pidämme sukupuolta yllä monin tavoin inhimillisen toiminnan eri alueilla. Olemme sukupuolia sekä ulospäin muille ihmisille että sisäänpäin itsellemme. (Kessler & McKenna 1978).

Sukupuolistaminen on mitä suurimmassa määrin luonnollistunut tapahtuma. Opimme tietämään, että on vain kaksi sukupuolta, miehet ja naiset, joiden eron peruste on tosin vaatteet päällä piilossa, mutta kuitenkin luettavissa ulkoisista merkeistä. Itse asiassa yrittäjien jakaminen naisiin ja miehiin sukupuolen perusteella on sen myöntämistä, että yrittäjät ovat sukupuolisia toimijoita. Artikkeleissa ei esimerkiksi mitenkään perustella, miksi haastateltavat yrittäjät ovat toimittajan käsityksen mukaan naisia, vaan sukupuolen oletetaan olevan selviö yrittäjän etunimen ja mahdollisen kuvan perusteella. Näinhän tietenkin on, pelkkä etunimi riittää useimmiten sukupuolen tunnistamiseen Suomessa. Kirjoitan tämän itsestänselvyuden

⁹ Kessler ja McKenna (1978, 38-39) esittävät, että sukupuolta on mahdollista määrittää sukupuolen mukaan määräytyvillä vaatteilla yhtä hyvin kuin sukupuolielimilläkin: (i)n both cases the corresponding factors (dress or genitals) are not the same as gender, but rather are essential signs that others use to support gender attributions“. Laquerin (1990) mukaan nykyinen ajattelutapa sukupuolesta biologisena totuutena on tullut vallitsevaksi länsimaissa 1600-luvulta lähtien. Aiemmin sukupuoli määrittyi jumalallisen

näkyville sen osoittamiseksi, kuinka luonnollistunut sukupuolten välisen eron ymmärtäminen on ja miten tätä eroa voidaan tehdä esimerkiksi sukupuolittuneilla etunimillä. Luonnollistunut ja pakollinen sukupuolen tunnistaminen johtaa myös siihen, että sukupuolen tunnistamisen jälkeen yksilöä arvioidaan ensisijaisesti sukupuolensa edustajana. Esimerkiksi naisyrittäjältä kysytään perheen ja yrittämisen yhdistämisestä, mutta miesyrittäjältä asian tiedustelu ei tunne tärkeältä.

Tasa-arvodiskurssin samanlaisuus- ja erilaisuuslausumat rakentuvat erilaisille sukupuolijäsennyksille, sillä sukupuolten eron palauttaminen ruumiiseen ja biologiaan ei sulje pois erilaisia tulkintoja sukupuolierosta. Samanlaisuuslausumat esittävät naiset ja miehet perimmiltään samanlaisina, universaalin ihmisyyden erottamattomasti yhdistävinä. Huuskan (1998, 87-88) mukaan kyseinen sukupuolen käsitteellistämistapa liittyy androgyniseen sukupuolijäsennykseen. Tällöin ”sukupuolisuus konstruoidaan toissijaiseksi ihmistä määrittäväksi tekijäksi” (emt., 87) ja ”(s)ukupuolieroa ei jäsenetä miesten ja naisten ryhmien väliseksi eroksi, vaan yksilöllisiksi sukupuolieroavuuksiksi” (emt., 88). Yksilöt nähdään naisisten ja miehisten elementtien erilaisina yhdistelminä. Sukupuolen yksilöllisyydestä huolimatta androgyniakin pitää yllä ja uusintaa ymmärrystä naisisen ja miehisen vastakkaisuudesta ja täydentävyydestä (emt., 91), sillä naisisen ja miehisen kulttuurisia merkityssisältöjä ei problematisoida. Aineistoteksteissä androgynia tulkitaan andro(mies)painotteisesti: miestyypillinen yrittäminen määrittyy arvokkaammaksi kuin naistyypillinen yrittäminen, jolloin ”parhain” yrittäminen on miestyypillisille elementeille rakentuvaa, mutta sopivasti naistyypillisillä elementeillä täydennettynä.

Erilaisuuslausumat esittävät sukupolet toisistaan eroavina ja erilaisina. Naiseus määrittyy lausumilla kaikkia yrittäjänaisia yhdistäväksi olemukseksi. Huuska toteaa, että olemuksellista perustelua ”käytettäessä tiettyjä piirteitä pidetään ominaisina naisille ja miehille ryhminä. ... ”Se, mikä on ominaista miehille miehinä, ei ole ominaista naisille naisina” (emt., 38). Tällöin ”naiseus määrittyy erona toiseen ryhmään, miehiin” (emt., 38). Sukupuolen ymmärtäminen olemuksena pitää erityisen tehokkaasti yllä nais- ja miesyrittäjien eroa ja erilaisuutta, koska jäsenyksessä se, mikä liitetään naisten yrittämiseen määrittyy helposti vastakohtaksi sille, mikä liitetään miesten yrittämiseen. Aineistossa ryhmien vastakohtaisuutta lisää erilaisuuden kiinnittäminen olemukselliseen naiseuteen.

maailmanjärjestyksen mukaan, jossa naisille ja miehille ja yhteiskuntaluokille oli määrätty tietyt paikat. Paikkoja pidettiin yllä esimerkiksi tiukoilla oikeuksien ja velvoitteiden jaoilla.

Kappaleessa 4.3. analysoin nuoren yrittäjänaisen haastattelua. Väitin, että artikkelissa naisten yrittämistä käsitteellistetään toisin kuin samanlaisuus- ja erilaisuuslausumissa, koska omanlainen pukeutuminen, yrittäminen ja naisena oleminen liittyvät lainauksessa identiteettiin, omana itsenä olemiseen. Naisten keskinäisten erojen ottaminen lähtökohdaksi yhdistyneenä identiteettipohdintoihin lähestyy mielestäni Huuskan tutkimuksessaan tunnistamaa sukupuolen moninaisuuden jäsenystä. Jäsenys tuottaa samantyyppisesti kuin androgynia-jäsenys sukupuolen yksilölliseksi ilmentymäksi, mutta vie yksilöllisyyden idean vielä pidemmälle, sillä sukupuolen moninaisuuden jäsenys kritisoii ” ’miehen’ ja ’naisen’ käsitteiden riittämättömyyttä sukupuolisuuden hahmottamisessa ja kyseenalaistaa sukupuolen dikotomista määrittelyä” (Huuska 1998, 94). Jäsenyksessä ”kyseenalaistetaan jatkuvuus luonnollisen ruumiin, miehekkäinä ja naisellisina pidettyjen ruumiillisten ja psyykkisten ominaisuuksien sekä eroottisten mielihalujen välillä. Ihmiset jäsennetään yksilöllisiksi yhdistelmiksi näillä toisistaan riippumattomilla sukupuolisilla ulottuvuuksilla” (emt., 93). Tällaisesta sukupuolijäsenyksestä käsin ajateltuna nais- ja miesyrittäjien vertailu tai yhtenäisen naiseuden korostaminen on vanhakantaista ja epäolennaista itse yrittämiselle, koska naiseuden pelkästään ei voi ajatella yhdistävän naisyrittäjiä eikä ainoastaan sukupuolen erottavan nais- ja miesyrittäjiä. Sen sijaan yrittämisessä merkitsevät erot ja yhtäläisyydet määrittyvät yksilötasolla tilanteisesti.

5.2 Puhuja-asetat

Yrittäjänaiset ovat lähtökohtaisesti vähemmistöasemassa yrittäjäkentässä: heitä on määrällisesti vähemmän kuin miesyrittäjiä ja he keskittyvät talouden marginaalisektoreille (Kovalainen 1993, Hietaniemi 1996, 60-61). Näistä lähtökohdista tasa-arvodiskurssi tarjoaa tutunoloisia perusteluja naisten yrittämisen yhteiskunnallisen painoarvon lisäämiselle. Androgyniaan kiinnittyneet samanlaisuuslausumat mahdollistavat samojen oikeuksien ja samanarvoisen kohtelun vaatimista naisyrittäjille nais- ja miesyrittäjien samanlaisuuden perusteella (vrt. Berggren 1987, 91-91). Erilaisuuslausumat ja olemuksellinen sukupuolijäsenys puolestaan oikeuttavat nais erityisen toiminnan ja naisyrittäjien tilanteisen suosimisen tasa-arvoisen kohtelun ja tasavertaisten mahdollisuuksien nimissä (vrt. Hellsten 1997, 48). Sukupuolen moninaisuusjäsenys kiistää naiseuden ja mieheyden olemassaolon

ryhmätunnuksena, jolloin on mahdollista kiinnittää huomio naisyrittäjien keskinäisiin eroihin ja yrittämisen ajallisiin ja paikallisiin muotoihin (vrt. Koivunen 1996, 102-103).

Aineistotekstien ”epäjohdonmukaisuus” on siten puhutteleva osoitus siitä, kuinka moninaisia ajassa liikkuvat käsitykset ja selitykset ovat sosiaalisille ilmiöille ja kuinka vaihtelevasti yksilöt käyttävät tarjolla olevia käsitteellistämisen tapoja näkökantojensa totuudellisuuden puolustamiseen ja perusteluun. Diskursiivisten elementtien moninaisuus aukaisee artikkeleissa tien vaihteleviin strategioihin naisten yrittämisen merkityksellistämiseen tavoitteista ja tilanteista riippuen.

Tasa-arvodiskurssin lausumia ja niihin kiinnittyneitä sukupuolijäsennyksiä otetaan aineistossa käyttöön erilaisista puhuja-asemista. Naisyrittäjyyden merkityksiä tuotetaan samanlaisuuslausumilla kaikista puhujapositioneista: naisyrittäjät, tutkijat, yrittäjäjärjestön edustajat ja juttujen toimittajat käsitteellistävät naisten yrittämistä samanlaisuuslausumilla.

Erialisuuslausumat ja olemuksellinen sukupuolijäsennys jakaa haastateltavia. Naisyrittäjien Keskusliiton toiminnanjohtajilla, Naisyrittäjyyden edistämiskeskuksen toimitusjohtaja sekä tutkijat tukeutuvat perusteluissaan erilaisuuslausumiin. Sukupuolen moninaisuusjäsenys on käytössä kahdessa yrittäjähaastattelussa. Yrittäjähaastatteluissa erilaisuuslausumat ovat käytössä neljässä kymmenestä. Neljästä lausumia käyttävästä yrittäjästä kolme toimii miestyypillisellä toimialalla (rauta- ja maatalouskauppias, organisaation kehittämiskonsultti ja linja-autoliikennöintiyrityksen toimitusjohtaja). Holli (1995, 25) arvioi oman tutkimuksensa antavan viitteitä siitä, että samanlaisuutta korostavat tasa-arvokäsitykset saattavat olla laajemmin tunnettuja ja hyväksytyjä kuin erilaisuutta tuottavat käsitykset. Omassa analyysissäni tilanne näyttää samansuuntaiselta. Aineistossa naisyrittäjyyskysymysten parissa työkseen painiskelevat asiantuntijat käyttävät aktiivisesti erilaisuuslausumia ja naisyrittäjistä ne, jotka ovat ns. ainokaisia (Kanter 1977) alalla. Heidät sukupuoli tekee sekä näkyväksi yrittäjätyössä että poikkeavaksi alan tyyppillisestä miesyrittäjästä, millä on seurauksia yrittäjätyöhön (esim. Kovalainen 1993, 187-189). Seurauksien voi olettaa lisäävän tietoisuutta sukupuolesta ja erilaisista sukupuolen jäsenystavoista.

Sukupuolten moninaisuusjäsenys on käytössä yhdessä yrittäjäesittelyssä. Haastateltava yrittäjä on naisyrittäjiksi poikkeuksellisen nuori. Hänellä on takanaan alakulttuurihistoria, jonka uskon tuovan kokemuksen erilaisuudesta. Marginaalikokemukset lisäävät tietoisuutta ”omasta identiteetistä ’jonakin’ ja ’jostakin’ eroavana” (Koivunen 1996, 96). Tietoisuus yksilölle tarjoutuvista moninaisista identiteeteistä itsen rakennusaineina

mahdollistaa myös sukupuolen ja yrittämisen suhteen jäsentämisen yksilöllisesti ja tilanteisesti.

5.3 Tasa-arvodiskurssi tekstissä ja tutkimuksessa

Tasa-arvodiskurssin tuottama käsitys naisyrittäjyydestä, ja siinä sivussa miesyrittäjyydestä, kertoo tietyn rajatun ymmärryksen yrittämisen ja sukupuolen suhteesta. Se selittää, miten naisyrittäjistä tehdään erilaisia ja vähempiarvoisia kuin miesyrittäjistä. Se selittää myös, kuinka naisyrittäjiä yhdistävä mystinen naiseus tekee yrittäjänäisten erilaisuudesta arvokasta. Molemmat selitykset mahdollistavat naisten yrittämisen käsitteellistämisen vain nais erityisyyden pohjalta, joka puolestaan perustuu naisten yrittämisen vertailemiseen miesten yrittämiseen.

Aineistoteksteissä naisten yrittämisestä tuodaan esiin samoja asioita kuin naisyrittäjyyden tutkimuksissakin. Lehtiartikkeleissa puhutaan muun muassa uskottavuusongelmista ja arvostuksen puutteesta (esim. Ljunggren & Nilsson 1995; Kaur & Hayden 1993), perheen ja yrittämisen yhdistämisen vaikeudesta (esim. Stoner et al. 1990; Loscocco & Robinson 1991; Green & Cohen 1995), yrittäjäominaisuuksista (esim. Hajba 1985; Sexton & Bowman-Upton 1990) ja nais erityisestä toiminnasta eriarvoisuuden poistajana (esim. Sangregorio 1996; Nilsson 1997; Taylor 1998).

Teemat ovat samoja kuin naisyrittäjyystutkimuksen tulokset, joten kierrättääkö diskurssiivinen aineistoanalyysini samoja totuuksia kuin aikaisempi tutkimus. Vastaus on kyllä ja ei. Totta on, että aineistoni ei tuo sisällöllistä lisätietoa naisten yrittämiseen. Suomalaisessa tasa-arvo-diskurssin läpikäynnissä kulttuurissa nais- ja miesyrittäjien samanlaisuus tai erilaisuus tuntuu itsestään selvältä ja arkipäiväiseltä tiedolta. Diskurssiivinen lähestymistapa avaa kuitenkin mahdollisuuden ymmärtää, mistä samojen naisyrittäjyyden tuloksien kierrätyksessä voi olla kyse.

Diskurssiteoria on sitoutunut todellisuuden konstruktionistiseen tekemiseen. Todellisuutta tuotetaan ja uusinnetaan mitä moninaisimmissa inhimillisissä toiminnoissa. Yrittäjä-lehden naisyrittäjyysartikkelit ovat yksi tällainen inhimillisen toiminnan paikka/muoto, jossa naisten yrittäjyyden merkityksiä tuotetaan. Ymmärrän siten, että naisten yrittäminen ei ilmiönä tarjoudu minulle tutkittavaksi sinällään, todellisuuden muuttumattomana oliona, vaan että naisten yrittäminen on jatkuvassa tulemisen tilassa (vrt. Chia 1996). Jatkuva tulemisen tila tarkoittaa, että ilmiötä määritellään eri tavoin, ja määrittelyt voivat hyvin olla keskenään

ristiriitaisiakin. Tuleminen tarkoittaa myös, että naisten yrittäminen käsitteellistetään aina aikaan ja paikkaa sidotuista lähtökohdista. Vaikka Yrittäjä-lehden artikkelit nojaavat vahvasti tasa-arvodiskurssiin naisten yrittämisen merkitysten tuottamisessa, asiantilasta ei voi päätellä, että esimerkiksi naisyrittäjät työssään merkityksellistävät yrittämistään tasa-arvodiskurssin näkökulmasta.

Ymmärrän naisten yrittämisen aktiivisena tekemisenä. Tekemisen/tulemisen voi ottaa myös tutkimuksen lukemisen tavaksi (Korvajärvi 1998, 13-14). Tekemisen lähtökohdasta aukeaa mahdollisuus pohtia, miksi aineistoanalyysini kierrättää naisyrittäjyystutkimuksen tuttuja tuloksia. Mitä ilmeisemmin naisyrittäjyystutkimuksen tutkimusasetelmat rakentuvat usein tasa-arvodiskurssin kysymyksen asetteluille. Seurauksena on, että sukupuolijäsennykset, vertailuasetelman mielekkyys ja yrittämisen miehinen normi tulevat osaksi tutkimuksen lähtökohtia ilman niiden merkitysten pohtimista. Esimerkiksi Rosa & Hamilton (1994, 9) kyseenalaistavat omassa kyselytutkimuksessaan sukupuolen ja pienyrityksen omistamisen suhteesta nais- ja miesyrittäjien vertailun mielekkyyden kategorioiden heterogeenisyyden perusteella. Lee-Gosselin & Grisén (1990, 428) tutkimuksesta ilmenee, että naisyrittäjiltä kysytään, miten lähiympäristö tukee heidän yrittämistään, mutta siitä ei ole olemassa tutkittua tietoa, millaista tukea miesyrittäjät saavat (jos saavat) lähiympäristöltään.

Tasa-arvodiskurssiin tukeutuvan tutkimuksen tuloksena on naisten ja miesten yrittämisen samanlaisuus tai erilaisuus vertailtavien tekijöiden suhteen näkökulmasta riippuen (Kinnunen & Korvajärvi 1996, 17; vrt. Brush 1992, Korvajärvi 1998, 13). Tasa-arvodiskurssissa yrittäminen sukupuolistuu naisilla: yrittäjät ovat edelleenkin yrittäjiä, mutta naisyrittäjät eroavat heistä sukupuolensa osalta. Lähtökohta on ongelmallinen tutkimukselle, koska tasa-arvodiskurssin tuottamat naisten yrittämisen määritelmät antavat kapean kuvan naisten yrittämisestä sekä yrittämisen ja sukupuolen suhteesta yleensä. Hyvää lähtökohdassa on se, että naisten ja miesten yrittämisen erilaisuus ja eriarvoisuus on saanut näkyvyyttä ja huomiota yrittäjyystutkimuksen piirissä. Samoin tasa-arvodiskurssin näkökulma käsitteellistää sukupuolten suhteen hierarkkisuutta ja vastakohtaisuutta yrittämisessä, mikä puolestaan haastaa yrittäjyystutkimuksen sukupuolineutraaliutta. Mutta, koska yrittämisen sukupuolistamisen prosessit jäävät peittoon tasa-arvodiskurssin näkökulmasta, edelleen on aiheellista kysyä, mitä nainen ja naisinen yrittämisessä merkitsevät, ja mitä ylipäättään sukupuoli yrittämisessä merkitsee.

6. LOPUKSI

Työssäni kokoan yhteen tasa-arvodiskurssin naisten yrittämisen merkityksellistämistavat, joiden väitän järjestävän sukupuolta muuallakin kuin analysoimissani teksteissä (esim. lainsäädäntö ohjaa yrityksiä tuottamaan tasa-arvosuunnitelmia). Siten kieli tutkimuskohteena pystyy tuottamaan tietoa yli itsensä ja oman logiikkansa. Kielen ja merkitysten tutkimus puolustaa paikkaansa liiketaloustieteellisen tiedon tuottajana.

Havaitsin aineistossa tasa-arvon perusolettamuksia horjuttavia merkityksiä, mutta niiden syvälliseen analysointiin en katsonut käsillä olevan aineiston riittävän. Tasa-arvodiskurssia haastavat sukupuolen merkityksenannot liittyvät ehkä nuorten yrittäjien kokemusmaailmaan.

Ajalliset erot naisten yrittämisen käsityksissä ilmenevät tutkimuksessani häivähdyksenä toisenlaisesta sukupuolijäsennyksestä. Ajan voi paikantaa myös kuten Stevenson (1990) yrittäjänaisen elämänselämykseen. Hän toteaa, että yrittäminen muuttaa aina yrittäjää (emt., 442). Naisyrittäjän yrittämiskäsitysten (ja niihin kietoutuneiden sukupuolijäsennysten) muutosta voi tutkia esimerkiksi päiväkirjoista ja elämäkertoista. Teksteillä on eri suhde menneeseen, joten ajan merkitys niissä on pohdittava erikseen. Kyseiset tekstit ovat tyypillisesti kertomuksia, joiden analyysissä narratiiviset tutkimusotteet (esim. Steyaert & Bouwen 1997) tuottavat mielenkiintoisia tuloksia.

Yrittäjänaisen erot ja erilaisuus pääsevät työssäni esille yhdessä haastattelussa. Berg (1997, 263) esittää, että yrittäjyystutkimuksessa pitäisi kiinnittää huomiota paikan ja yrittämisen suhteisiin. Hänen mukaansa vallitseva käsitys pitää yrittämiselle merkityksellisinä vain paikan taloudellisia ulottuvuuksia (esim. sijaintipaikan valintakriteerit), vaikka yrittäminen järjestyy myös julkisen ja yksityisen, tunteiden ja rationaalisuuden sekä tuotannon ja reproduktion välisissä suhteissa tietystä ajasta ja paikasta. (emt., 265). Johannisson et al. (1995, myös Johannisson 1996) ehdottavat yrittämisen käsitteellistämistä verkostometaforan keinoin ja Hjorth & Johannisson (1997) toteavat yrittäjien verkostojen olevan useimmiten paikallisia. Mielestäni molemmat näkökulmat yrittämiseen avaavat mahdollisuuden tutkia yrittämistä kiinnittyneenä konkreettisiin ihmisiin ja paikkoihin, so. yrittämisen ruumiillisuutta. Sukupuolen problematisointiin yrittämisessä tarjoutuu samalla erinomainen tilaisuus.

Tutkimukseni tuloksiin tukeutuen ehdotan seuraavia jatkotutkimuksen aiheita:

1. Millaisia sukupuolijäsennyksiä nuoret, alle 30-vuotiaat yrittäjänaiset tuottavat yrittämisessään?
2. Miten yrittäjänaiset päiväkirjoissaan merkityksellistävät yrittämistä / miten yrittäjänaiset elämäkerroissaan konstruoivat yrittäjätarinansa?
3. Millaisia verkostoja yrittäjänaisen tarvitsevat yrittämisensä tueksi ja miten tärkeitä ne ovat yrittämiselle?

LÄHTEET

- Allen, Sheila & Truman, Carol (1993), Women and men entrepreneurs: Life strategies, business strategies. Teoksessa Allen, Sheila & Truman, Carol (eds.), Women in business. Perspectives on women entrepreneurs, 1-13. Routledge, London.
- Alvesson, Mats & Willmott, Hugh (1995), Strategic management as domination and emansipation: From planning and process to communication and praxis. *Advances in Strategic Management* Vol. 12A, 85-112.
- Aro, Jari (1999), Sosiologia ja kielenkäyttö. Retoriikka, narratiivi, metafora. *Acta Universitatis Tamperensis* 654. Tampereen yliopisto, Tampere.
- Avotie, Leena (1998), Chefer ur ett genuskulturellt perspektiv. Företagsekonomiska institutionen, Uppsala Universitet, doctoral thesis no. 72. Uppsala.
- Baker, Ted & Aldrich, Howard E. & Liou, Nina (1997), Invisible entrepreneurs: The neglect of women business owners by mass media and scholarly journals in the USA. *Entrepreneurship and Regional Development*, 9 (3), 221-238.
- Benschop, Yvonne & Doorewaard, Hans (1998), Covered by equality: The gender subtext of organizations. *Organization Studies* 19 (5), 787-805.
- Berg, Nina Gunnerud (1997), Gender, place and entrepreneurship. *Entrepreneurship and Regional Development*, 9 (3), 259-268.
- Berger, Peter & Luckmann, Thomas (1995), Todellisuuden sosiaalinen rakentuminen. Alkuteos: The social construction of reality, 1996. Kirjapaino-Oy Like, Helsinki.
- Berggren, Anne Marie (1987), Likhet eller särart – harmoni eller konflikt. En analys av kvinnorörelsens idéer med utgångspunkt i utvecklingen i USA under 1960- och 70-talet. *Meddelanden från historiska institutionen i Göteborg*, nr 30. Göteborg.
- Bergman, Solveig (1995), Feministisk motkultur och kvinnomakt: ”nya” kvinnorörelser och en studie av feminismen i Västtyskland. *Meddelanden från Ekonomisk-statvetenskapliga fakulteten vid Åbo Akademi*, Ser A 432. Sociologiska institutionen, Åbo.
- Berkenkotter, Carol & Huckin, Thomas N. (1995), Genre knowledge in disciplinary communication: Cognition/culture/power. Lawrence Erlbaum Associates Inc., Hillsdale New Jersey.
- Bordo, Susan (1995), Unbearable weight. Feminism, western culture, and the body. University of California Press, Berkeley.
- Braidotti, Rosi (1994), Nomadic subjects. Embodiment and sexual difference in contemporary feminist theory. Columbia University Press, New York.
- Brush, Candida G. (1992), Research on women business owners: past trends, a new perspective and future directions. *Entrepreneurship, Theory and Practice*, 16(4), 5-30.
- Burrell, Gibson & Morgan, Garreth (1979), Sociological paradigms and organizational analysis. Gower Publishing Company Ltd., Hants.
- Carland, Jo Ann C. & Carland, James W. (1991), An empirical investigation into the distinctions between male and female entrepreneurs and managers. *International Small Business Journal*, 9 (3), 62-72.
- Carlsen, Solveig & Nielsen, Lise Drewes (1988), Kvinnliga företagare – varför det? *Kvinnovetenskaplig tidskrift* 9 (1), 16-25.
- Carter, Nancy M. & Kolvereid, Lars (1998), Women starting business: the experience in Norway and the United States. Teoksessa *Proceedings of Women Entrepreneurs in Small and Medium Enterprises*, 185- 202. OECD, Paris.

- Carter, Sara & Rosa, Peter (1998), The financing of male- and female-owned businesses. *Entrepreneurship and Regional Development*, 10 (3), 17 sivua. Osoitteessa <http://gw2.epnet.com>
- Chell, Elisabeth & Hedberg-Jalonen, Nina & Miettinen, Asko (1997), Are types of business owner-managers universal? A cross country study of the UK, New Zealand and Finland. Teoksessa Donckels, Rik & Miettinen, Asko (eds.), *Entrepreneurship and SME research: on its way to the next millennium*, 3-18. Ashgate, Adlershot.
- Chia, Robert (1996), The problem of reflexivity in organizational research: towards a postmodern science of organization. *Organization*, 3 (1), 31-59.
- Crawford, Hugh T. (1993), An interview with Bruno Latour. *Configurations* 1.2. Osoitteessa <http://muse.jhu.edu/demo/con/1.2crawford.html>. 25.3.1998.
- Cullen, Dallas (1990), Career barriers: Do we need more research? *Journal of Business Ethics*, 9, 353-359.
- Culler, Jonathan (1986), *Ferdinand de Saussure*. Cornell University Press, Ithaka, NY.
- Dellinger, Kirsten & Williams, Christine L. (1997), Makeup at work. Negotiating appearance rules in the workplace. *Gender & Society*, 11 (2), 151-177.
- Eriksson, Päivi & Lehtimäki, Hanna (1998), Strategic management of the local information society. A constructionist perspective on the production and evaluation of strategy documents. *Hallinnon tutkimus* 4.
- Fagenson, Ellen A. & Marcus, Eric C. (1991), Perceptions of the sex-role stereotypic characteristics of entrepreneurs: Women's evaluations. *Entrepreneurship: Theory and Practice*, 9 (4), 15 sivua. Osoitteessa <http://gw1.epnet.com>
- Fairclough, Norman (1997), *Miten media puhuu*. Alkuteos: *Media discourse 1995*. Vastapaino, Tampere.
- Fox Keller, Evelyn (1988), *Tieteen sisarpuoli*. Alkuteos *Reflections on gender and science 1985*. Gummerus, Jyväskylä.
- Gadet, Françoise (1989), *Saussure and contemporary culture*. Hutchinson Radius, London.
- Goffee, Robert & Scase, Richard (1985), *Women in charge*. George Allen & Unwin Ltd, London.
- Green, Eileen & Cohen, Laurie (1995), Women's business: are women entrepreneurs breaking new ground or simply balancing the demands of 'women's work' in a new way? *Journal of Gender Studies*, 4 (3), 18 sivua. Osoitteessa <http://gw2.epnet.com>.
- Hajba, Sirpa (1987), *Nainen yrittäjänä: yritysten uusperustantaa koskeva tutkimus*. Teoksessa Toiviainen, Esko (toim.), *Yrittäjyys ja aluetutkimus*. Oulussa 16.-17.5. 1985 pidetyn tutkijaseminaarin raportti. Oulun yliopisto, Pohjois-Suomen tutkimuslaitos, C 78.
- _____ (1985), *Mies- ja naisyrittäjien persoonallisuus*. Helsingin kauppakorkeakoulu, työpapereita, F-133.
- Heikkilä, Kari (1992), Suomessa kaivattaisiin analyttistä talouslehteä. Haastattelu, *Yrittäjäpolitiikka*, 10 (6), 4-5. Suomen Yrittäjien Keskusliitto ry., Helsinki.
- Hellsten, Sirkku (1997), Tasa-arvon ja autonomian paradoksit. *Naistutkimus-Kvinnoforskning*, 10 (4), 46-50.
- Hietaniemi, Leena (1996), *Navakkaa pohjoistuulta suomalaisessa yrittäjämaailmassa*. Teoksessa Veikkola, Eeva-Sisko (toim.), *Huipulla tuulee. Selvitys naisista ja miehistä elinkeinoelämän tehtävissä*, 59-76. SVT, Työmarkkinat 3. Tilastokeskus, Helsinki.
- Hjorth, Daniel & Johannisson, Bengt (1997), *Entreprenörskap som skapelseprocess och ideologi*. SIRE Working Paper 2. Växjö University, Växjö.
- Holli, Anne Maria (1999), *Debatten om jämställdet i det militära – ett finskt fall*. Teoksessa Bergquist, Kristina & (red.), *Likestilte demokratier?: kjønn og politik i Norden*. Universitetsforlaget, Oslo.

- _____ (1997), On equality and Trojan Horses. The challenges of the Finnish experience to feminist theory. *European Journal of Women's Studies*, 4 (2), 133-164.
- _____ (1995), Tasa-arvosta ja Troijan hevosista. Feministinen käsitteellisyys ja Suomalaisen tasa-arvopolitiikan käytännöt. *Naistutkimus – Kvinnoforskning*, 8 (3), 14-33.
- Holmquist, Carin (1997), The other side of the coin? – Women's entrepreneurship as a complement or an alternative? *Entrepreneurship and Regional Development*, 9 (3), 179-182.
- Honkanen, Katriina (1993), Vilken kvinna? Om uppfattningar om kvinnor inom kvinnorörelsen och feministisk teori. *Naistutkimus-Kvinnoforskning*, 6 (3), 50-58.
- Hunt, Scott A. & Miller, Kimberly A. (1997), The discourse of dress and appearance: identity talk and a rhetoric of review. *Symbolic Interaction*, 20 (1), 69-82.
- Huuska, Maarit (1998), Transseksuaalisen sukupuoli-identiteetin rakentuminen. Tampereen yliopisto, Sosiologian ja sosiaalipsykologian laitos, tutkimuksia A 30.
- Johannisson, Bengt (1996a), Entrepreneurship – exploiting ambiguity and paradox. SIRE Working Paper 1. Växjö University, Växjö.
- _____ (1996b), Existential enterprise and economic endeavour. Teoksessa *Aspects of women's entrepreneurship*. NUTEK B 10, 115-142. Stockholm.
- Johannisson, Bengt & Alexanderson, Ola & Nowicki, Krzysztof & Senneth, Knut (1995), Beyond anarchy and organization: Entrepreneurs in contextual networks. SIRE Working Paper 1. Växjö University, Växjö.
- Johannisson, Bengt & Monsted, Mette (1997), Contextualizing entrepreneurial network. *International Studies of Management and Organization*, 27 (3), 13 sivua. Osoitteessa <http://proquest.umi.com>
- Jokinen, Arja & Juhila, Kirsi & Suoninen, Eero (1993), Johdanto. Teoksessa Jokinen, Arja & Juhila, Kirsi & Suoninen, Eero (toim.), *Diskurssianalyysin aakkoset*, 9-16. Vastapaino, Tampere.
- Jokinen, Arja & Juhila, Kirsi & Suoninen, Eero (1993), Diskursiivinen maailma: teoreettiset lähtökohdat ja analyttiset käsitteet. Teoksessa Jokinen, Arja & Juhila, Kirsi & Suoninen, Eero (toim.), *Diskurssianalyysin aakkoset*, 17-47. Vastapaino, Tampere.
- Jokinen, Arja & Juhila, Kirsi (1993), Valtasuhteiden analysoiminen. Teoksessa Jokinen, Arja & Juhila, Kirsi & Suoninen, Eero (toim.), *Diskurssianalyysin aakkoset*, 75-110. Vastapaino, Tampere.
- Kanter, Rosabeth Moss (1977), *Men and women of the corporation*. Basic Books, New York.
- Karlsson, Fred (1977), *Johdatusta yleiseen kielitieteeseen*. Gaudeamus, Helsinki.
- Kaur, Davinder & Hayden, Carol (1993), Not just for pin money. a case study of the West Midlands Clothing Business Start-Up Project. Teoksessa Allen, Sheila & Truman, Carol (eds.), *Women in business. Perspectives on women entrepreneurs*, 1-13. Routledge, London.
- Keso, Heidi & Pietiläinen, Tarja (1998), What is the significance of context in our study? Paper presented in *Crossroads in Cultural Studies*, the Second International Conference, June 28 – July 1. 1998. Tampere, Finland.
- Kessler, Suzanne J. & McKenna, Wendy (1978), *Gender: An ethnomethodological approach*. John Wiley & Sons, New York.
- Kimle, Patricia A. & Damhorst Mary Lynn (1997), A grounded theory model of the ideal business image for women. *Symbolic Interaction*, 20 (1), 45-68.
- Kinnunen, Merja & Kivimäki, Riikka & Korvajärvi, Päivi & Lehto Anna-Maija & Martikainen, Riitta (1996), Lukitsevat käytännöt. Teoksessa Kinnunen, Merja &

- Korvajärvi, Päivi (toim.), Työelämän sukupuolistavat käytännöt, 23-26. Vastapaino, Tampere.
- Kinnunen, Merja & Korvajärvi, Päivi (1996), Johdanto: naiset ja miehet työelämässä. Teoksessa Kinnunen, Merja & Korvajärvi, Päivi (toim.), Työelämän sukupuolistavat käytännöt, 9-22. Vastapaino, Tampere.
- Kivimäki, Riikka (1996), Yrittäjät, perhe ja sukupuoli. Teoksessa Kinnunen, Merja & Korvajärvi, Päivi (toim.), Työelämän sukupuolistavat käytännöt, 109-120. Vastapaino, Tampere.
- Koivunen, Anu (1996), Emansipaatio. Teoksessa Koivunen, Anu & Liljeström, Marianne (toim.), Avainsanat. 10 askelta feministiseen tutkimukseen, 77-109. Vastapaino, Tampere.
- Koivunen, Anu & Liljeström, Marianne (1996), Kritiikki, visiot, muutos. Teoksessa Koivunen, Anu & Liljeström, Marianne (toim.), Avainsanat. 10 askelta feministiseen tutkimukseen, 9-34. Vastapaino, Tampere.
- Koper, Gerda (1993), Women entrepreneurs and the granting of business credit. Teoksessa Allen, Sheila & Truman, Carol (eds.), Women in business. Perspectives on women entrepreneurs, 57-69. Routledge, London.
- Korvajärvi, Päivi (1998), Gendering dynamics in white-collar work organizations. Acta Universitatis Tamperensis 200. Tampereen yliopisto, Tampere.
- Korvajärvi, Päivi & Kinnunen, Merja (1996), Lopuksi: työelämän sukupuolistaminen. Teoksessa Kinnunen, Merja & Korvajärvi, Päivi (toim.), Työelämän sukupuolistavat käytännöt, 233-240. Vastapaino, Tampere.
- Kovalainen, Anne (1995), Naisen paikka yrittäjänä. Työelämän tutkimus, 6 (1), 12-17.
- _____ (1994). The invisibility of gender in economics. Turun Kauppakorkeakoulun julkaisuja, sarja A 2. Turku.
- _____ (1993), At the margins of the economy. Women's self-employment in Finland 1960-1990. Publications of the Turku School of Economics and Business Administration, Series A 9:1993. Turun kauppakorkeakoulu, Turku.
- Laquer, Thomas (1990), Making sex. Body and sex from the Greeks to Freud. Harvard University Press, Cambridge & London.
- Latour, Bruno (1993), On technical mediation. The messenger lectures on the evolution of civilization. Cornell University, April 1993. Institute of Economic Research, School of Economics and Management, Lund University, Working Papers Series 9. Lund.
- _____ (1986), Visualization and cognition: Thinking with eyes and hands. Knowledge and Society: Studies in the Sociology of Culture Past and Present. Vol. 6, 1-40. Greenwich CT, Jai Press Inc.
- Lauretis de, Teresa (1987), The technology of gender. Essays on theory, film, and fiction. Teoksessa de Lauretis, Teresa (toim.), Technologies of gender, 1-30. Indiana University Press, Bloomington.
- Lee-Gosselin, Hélèn & Grisé, Jacque (1990), Are women owner-managers challenging our definitions of entrepreneurship? An in-depth survey. Journal of Business Ethics, 9, 423-433.
- Lehtonen, Mikko (1996), Merkitysten maailma. Kulttuurisen tekstintutkimuksen lähtökohtia. Vastapaino, Tampere.
- Ljunggren, Elisabet & Nilsson, Pernilla (1995), Female entrepreneurs in Scandinavia. An institutional perspective on entrepreneurship. Teoksessa Tuohimaa, Sinikka & Työlähti, Nina & Fyhn, Asbjørg (eds.), On the terms of northern woman. Femina Borealis Publication Series Number 1. University of Oulu, Oulu.

- Loscocco, Karyn A. & Robinson, Joyce (1991), Barriers to women's small-business success in the United States. *Gender & Society*, 5 (4), 511-532.
- Luostarinen, Heikki & Väliverronen, Esa (1991), Tekstinsyöjät, yhteiskuntatieteellisen kirjallisuuden lukutaidosta. Vastapaino, Tampere.
- Millman, Amy (1998), The role of networks. Teoksessa *Proceedings of Women Entrepreneurs in Small and Medium Enterprises*, 121-128. OECD, Paris.
- Mills, Sara (1997), *Discourse*. Routledge, London.
- Määttänen, Kirsti (1993), Naiseus ja banaalin kehä. *Naistutkimus-Kvinnoforskning*, 6 (2), 22-32.
- Nilsson, Pernilla (1997), Business counseling services directed towards female entrepreneurs – some legitimacy dilemmas. *Entrepreneurship and Regional Development*, 9 (3), 239-258.
- Nousiainen, Kevät (1998), Ero ja yhdenvertaisuus. *Naistutkimus-Kvinnoforskning*, 11 (3), 31-36.
- Nykyri, Tuija (1998), *Naisen viha*. Sophi, Jyväskylä.
- Oesch, Erna (1994), Tulkinnasta. Tulkinnan tiedolliset perusteet modernissa ja filosofisessa hermeneutiikassa. *Filosofisia tutkimuksia Tampereen yliopistosta*, vol 53.
- Olson, Shirley F. & Currie, Helen M. (1992), Female entrepreneurs: Personal value systems and business strategies in a male-dominated industry. *Journal of Small Business Management*, 30 (1), 49-57.
- Parvikko, Tuija (1991), Conceptions of gender equality: Similarity and difference. Teoksessa Meehen, Elizabeth & Sevenhuijsen, Selma (eds.), *Equality politics and gender*, 36-51. Sage, London.
- Pietilä, Veikko (1993), Ikkunako maailmaan? Uutisgenre ja uutisen todellisuuskuva. *Tiedotustutkimus* 2/1993.
- Pirttilä, Ilkka (1994), Me ja maailman mallit. *Tiedonsosiologian ydintä etsimässä*. Gaudeamus, Helsinki.
- Reunanen, Esa (1993), Journalismin genret kontekstin kontekstina. Saussurelais-bahtinilainen näkökulma tekstien tuottamiseen ja tulkintaan. *Tiedotustutkimus* 2/1993.
- Ridell, Seija (1994), Kaikki tiet vievät genreen. Tutkimusretkiä tiedotusopin ja kirjallisuustieteen rajamaastossa. Tampereen yliopisto, tiedotusopin laitos, julkaisuja, sarja A 82.
- Rouse, Joseph (1992). What are cultural studies of scientific knowledge? *Configurations* 1.1. Osoitteessa <http://muse.jhu.edu/demo/configurations/1.1rouse.html>, 25.3.1998.
- Räsänen, Leila (1990), Kokeilun lähtökohdat ja opetukset. Teoksessa Räsänen, Leila (toim.), *Vammalan naisryhtäjäkurssi – kvinnoföretagarekursen i Vammala*. Pohjoismainen AVAA-projekti, Det nordiska BRYT-projektet. Nro 27/190. Työpoliittinen tutkimus 3, 11-23. Työministeriö, Helsinki.
- Saarinen, Aino (1992), *Feminist research – an intellectual adventure*. University of Tampere, Research Institute for Social Sciences, Centre for Women's Studies and Gender Relations, Publications 4.
- Salmela, Mikko (1998), Arvot kulttuurin kulmakivenä 1900-luvun suomalaisessa filosofiassa. *Tiedepolitiikka*, 23 (2), 7-12.
- Salmi, Minna (1996), Työelämän ja perhe-elämän yhdistämisen palapelit. Teoksessa Kinnunen, Merja & Korvajärvi, Päivi (toim.), *Työelämän sukupuolistavat käytännöt*, 211-232. Vastapaino, Tampere.
- _____ (1991), *Ansiotyö kotona – toiveuni vai painajainen? Kotiansiotyö Suomessa työntekijän arkipäivän kannalta*. Helsingin yliopiston sosiologian laitoksen tutkimuksia no 225.

- Sangregorio, Inga-Lisa (1996), Conversations with advisers of female entrepreneurs. Teoksessa *Aspects of women's entrepreneurship*. NUTEK B 10, 13-36. Stockholm.
- Sawicki, Jana (1991), *Disciplining Foucault: Feminism, power, and the body*. Routledge, New York.
- Sexton, Donald L. & Bowman-Upton, Nancy (1990), Female and male entrepreneurs: Psychological characteristic and their role in gender related discrimination. *Journal of Business Venturing*, 5 (1), 29-36.
- Sheppard, Deborah (1992), Women managers' perceptions of gender and organizational life. Teoksessa Mills, Albert J. & Tancred, Petra (eds.), *Gendering organizational analysis*, 151-166. Sage, London.
- Smith, Dorothy (1990), *The conceptual practices of power. A feminist sociology of knowledge*. Northeastern University Press, Boston.
- Stevenson, Lois (1990), Some methodological problems associated with researching women entrepreneurs. *Journal of Business Ethics*, 9, 439-446.
- Steyert, Chris & Bouwen, René (1997), Telling stories of entrepreneurship – towards a narrative-contextual epistemology for entrepreneurial studies. Teoksessa Donckels, Rik & Miettinen, Asko (eds.), *Entrepreneurship and SME research: On its way to the next millennium*, 3-18. Ashgate, Adlershot.
- Stoner, Charles R. & Hartman Richard I. & Arora Raj (1990), Work-home role conflict in female owners of small business: An exploratory study. *Journal of Small Business Management* 28 (1), 30-38.
- Sundin, Elisabeth (1988), Osynliggörande av kvinnor – exemplet företagare. *Kvinnovetenskaplig tidskrift*, 9 (1), 3-15.
- Sundin, Elisabeth & Holmquist, Carin (1989), *Kvinnor som företagare – osynlighet, mångfald och anpassning – en studie*. Liber, Malmö.
- Suoninen, Eero (1997), Miten tutkia moniäänistä ihmistä? *Acta Universitatis Tamperensis* 580. Tampereen yliopisto, Tampere.
- _____ (1993a), Kielen käytön vaihtelevuuden analysoiminen. Teoksessa Jokinen, Arja & Juhila, Kirsi & Suoninen, Eero (toim.), *Diskurssianalyysin aakkoset*, 48-74. Vastapaino, Tampere.
- _____ (1993b), Mistä on perheenäidit tehty: haastattelupuheen analysoiminen. Teoksessa Jokinen, Arja & Juhila, Kirsi & Suoninen, Eero (toim.), *Diskurssianalyysin aakkoset*, 111-150. Vastapaino, Tampere.
- Talja, Sanna (1998), *Musiikki, kulttuuri, kirjasto. Diskurssien analyysi*. Tampereen yliopisto, Tampere.
- Taylor, Suzanne (1998), The National Association of Women Business Owners. Teoksessa *Proceedings of Women Entrepreneurs in Small and Medium Enterprises*, 129-132. OECD, Paris.
- Uotila, Minna (1995), *Pukeutumisen kuvaus. Kuvia kulttuurin merkeistä*. Yliopistopaino, Helsinki.
- Virta, Sirpa (1986), *Naisyrittäjät ja yrittäjäksi aikovat naiset. Raportti Kauppa- ja teollisuusministeriön Nainen ja yritystoiminta –työryhmän naisyrittäjyyden edistämistutkimuksesta*. Tampere.
- Vokins, Nadine (1993), The minerva matrix women entrepreneurs: Their perceptions of their management styles. Teoksessa Allen, Sheila & Truman, Carol (eds.), *Women in business. Perspectives on women entrepreneurs*, 46-56. Routledge, London.
- Volosinov, Valentin (1990), Kielen dialogisuus. *Marxismi ja kielifilosofia. Alkuteos Marksizm i filosofija jazyka, 1929*. Vastapaino, Tampere.

- Väliverronen, Esa (1992), Akateemiset puhetavat ja sisäänpääsyn esteet yliopistoyhteisössä. Kasvatus, 1.
- Wahl, Anna (1996), Företagsledning som en konstruktion av manlighet. Kvinnovetenskaplig Tidskrift, 17(1), 15-29.
- _____ (1995), Men's Perceptions of Women and Management. Fritzers, Stockholm.
- Widerberg, Karin (1998), The gender of knowledge – positionality and female subjectivity in relation to knowing and production of knowledge. Luento seminaarissa "Feminism in Social Sciences: Trends and Digressions, a Three-Tier Seminar", 23.-25.4.1998. Naistutkimusyksikkö, Tampere.
- _____ (1986), Har kvinnoforskning med jämställdhetspolitik att göra? Kvinnovetenskaplig tidskrift 7 (3), 36-47.
- Woolgar, Steve (1988a), Reflexivity is the ethnographer of the text. Teoksessa Woolgar, Steve (ed.), Knowledge and reflexivity. New frontiers in the sociology of knowledge. Sage, London.
- _____ (1988b), Science, the very idea. Ellis Horwood Limited, Chichester ja Tavistock Publications Limited, London.
- Yrittäjänäisten jäsentutkimus (1997). Yrittäjänäisten Keskusliitto ry, Helsinki.

LIITE 1

<u>Viite- no</u>	<u>Teemaotsikko</u>	<u>Artikkelin otsikko</u>	<u>Artikkelityyppi</u>	<u>Artikkelissa puhujiksi nimetyt</u>	<u>No ja vuosi</u>	<u>Sivu(t)</u>
18	Naisyrittäjyys	Suomen naisyrittäjät mallina koko maailmalle	Haastattelu	Toimitus; pj. Ritva Sjöholm, Yrittäjänäisten Keskusliitto	4/97	40-41
17	Naisyrittäjyys	Naiselta vaaditaan enemmän	Yrittäjäesittely	Toimitus; tj. Riitta Suomi, Sylvi Salonen Oy	4/1997	38-40
16	Naisyrittäjyys	Tuotanto viisainta pitää kotimaassa	Yrittäjäesittely	Toimitus; Vuoden naisyrittäjä 1997, tj. Eila Helén, Eila Helén Oy	3/1997	24-25
15	Naisyrittäjyys	Naisyrittäjälaina tuli tarpeeseen	Haastattelu	Toimittaja VV; pj. Ritva Sjöholm, Yrittäjänäisten Keskusliitto	3/1997	23
14	Yrittäjä & yhteiskunta	Naisilla yrittämisen kynnys vieläkin miehiä korkeampi	Haastattelu	Toimittaja VV; tj. Ritva Nyberg, Naisyrittäjyyden Edistämiskeskus	2/1997	18-19
13	Yrittäjyys	Sirpa Kaalikoski kasvoi kauppiaksi. Jokainen tekee ja haluaa tehdä työnsä hyvin	Yrittäjäesittely	Toimittaja Urpu-Kaarina Yli-Laurila; kauppias Sirpa Kaalikoski, Järvelän K-Rauta-Maatalous	4/1996	28-29
12	Yrittäjyys	Naisten yrittäjäksi ryhtymisen kynnystä madalletaan	Haastattelu	Toimitus; tj. Ritva Nyberg Naisyrittäjyyden Edistämiskeskus	4/1996	26-27
11	Yrittäjyys	Naiset ja miehet eivät yrittäjinä olekaan erilaisia	Tutkimusesittely	Tutkimusvastaava Jarna Heinonen ja tutkija Kaisa Leiwo	4/1996	24, 26
10	Palvelut	Nuoren naisyrittäjän pitää ponnistella uskottavuutensa eteen	Yrittäjäesittely	Toimittaja Greetta Lamminen; tj. Helena Kuivalainen, Miska Oy; kurssilainen, yrittäjä Oili Mattila	1/1995	46-47

9	Palvelut	Tekemällä oppii - askartelemallakin	Yrittäjäesittely	Toimittaja Markku Vesterinen; yrittäjät Varpu Honkakoski ja Arja Varis, Sinooperi Oy	1/1995	43-45
8	Naisyrittäjäyys	Korkokengät eivät pysty lasikattoon	Haastattelu	Toimitus; KTT Anne Kovalainen	4/1994	21-23
7	Ei teemaotsikkoa	Naisten elämä monimuotoista	Kommentti- puheenvuoro	Toimitus; pj. Birgitta Hautala, Yrittäjänäisten Keskusliitto	1/1994	44
6	Ei teemaotsikkoa	Naiseudesta etua johtamistyöhön	Kommentti- puheenvuoro	Toimitus; tj. Outi Oras-Laaksonen, Oras Liikenne Oy	1/1994	44
5	Ei teemaotsikkoa	Itsenäisyyskin säilyttää naisten ja miesten työt	Tutkimusesittely	Toimitus	1/1994	43-45
4	Ei teemaotsikkoa	Vuoden Yrittäjänaiseksi Aino Mäkipeura Rovaniemeltä	Yrittäjäesittely	Toimitus; liikenteenharjoittaja Aino Mäkipeura, Pikakuljetus Rovaniemi	2/1992	28
3	Ei teemaotsikkoa	Orastava lamakaan ei vienyt haluja perustaa liikettä	Yrittäjäesittely	Toimittaja Markku Summa; omistaja-yrittäjä Taina Liukkonen, kauneushoitola White Lies	6/1991	54-57
2	Ei teemaotsikkoa	Yrittäjyydestä uutta itsetuntoa	Yrittäjäesittely	Toimittaja Salme Blomster; psykologi, FTT Terhi Pöyhönen, Helsingin työyhteisökonsultit Oy	5/1991	20-22
1	Ei teemaotsikkoa	Kotiansiotyö - ei tilapäisratkaisu, vaan pysyvä tapa tehdä työtä	Haastattelu	Toimittaja Markku Vesterinen; psykologi Anna Kock, Effektiva Relationer; VTT Minna Salmi	5/1991	17-18