

**"OLIPA KERRAN YRITTÄJÄ" - YRITTÄJÄTARINAT
YRITTÄJÄIDENTITEETIN RAKENTAJINA**

Mia Kilpinen
Maisterintutkielma
Yhteiskuntapolitiikka
Yhteiskuntatieteiden ja filo-
sofian laitos
Jyväskylän yliopisto
Kevät 2023

JYVÄSKYLÄN YLIOPISTO

Tiedekunta Humanistis-yhteiskuntatieteellinen tiedekunta	Laitos Yhteiskuntatieteiden ja filosofian laitos
Tekijä Mia Kilpinen	
Työn nimi Olipa kerran yrittäjä - Yrittäjätarinat yrittäjäidentiteetin rakentajina	
Oppiaine Yhteiskuntapolitiikka	Työn tyyppi Maisterintutkielma
Aika Kevät 2023	Sivumäärä 93 + Liite
Ohjaaja Sakari Taipale, Leena Tervonen-Gonçalves	
<p>Yhteiskunta asettaa yrittäjyyden varaan monitahoisia odotuksia hyvinvoinnin ja kilpailukyvyn turvaajina. Tavoitteita tukevat poliittiset linjaukset, jotka pyrkivät kehittämään yrittäjyyden toimintaedellytyksiä, vahvistamaan yrittäjämäistä toimijuutta, kannustamaan yksilöitä yrittäjiksi sekä tuottamaan rohkaisevaa yrittäjyyspuhetta. Yrittäjyysyhteiskunnan rakenteita vahvistaa myös läpi kouluasteiden toteutettava yrittäjyyskasvatus sekä yrittäjyyttä edistävien toimijoiden verkosto. Tämä tutkimus pyrki kuvaamaan millaisen kuvan julkisten yrittäjyystoimijoiden tuottamat yrittäjätarinat yrittäjyydestä luovat. Tutkimuksen keskeiset kysymykset olivat 1) miten yrittäjätarinat rakentuvat, 2) millaisia tarinoita yrittäjistä kerrotaan ja 3) millaisia yrittäjäidentiteettejä yrittäjätarinat rakentavat. Tutkimuksen viitekehys rakentuu yrittäjyyden, yrittäjyyskasvatuksen sekä identiteetin käsitteistöön ja aineisto koostuu julkisten yrittäjyystoimijoiden tuottamista 20 yrittäjätarinasta. Narratiivista aineistoa tarkastellaan aineistolähtöisesti rakenne- ja sisällönanalyysin keinoin, yrittäjäidentiteettiä käsitteellisenä työkaluna hyödyntäen. Tutkimuksen synteessinä muodostettiin emergenttisen yrittäjäidentiteetin jäsenyyksiä, jotka ilmentävät yrittäjien toimijuuden kuvauksia. Yrittäjäidentiteetin ryhmittelyssä narratiivit jäsentyivät tarinoiden ajallisen jänteen mukaan yritystaipaleen alun (Virranviemät ja Tienraivaajat), nykyisyyden (Arjen sankarit ja Myytinmurijat) sekä tulevaisuuden (Kotikenttien luottopakit ja Kansainväliset tähtihyökkääjät) kuvauksiin. Vastauksena kahteen ensimmäiseen tutkimuskysymykseen tarinoissa korostuivat yhtenäiset, yrittäjätaipaleiden myönteistä kehitystä ilmentävät rakenteet sekä yrittäjyyttä rohkaisevasti esittelevä sisällönkuva. Tarinoissa tunnistettiin sankaritarinoiden ja komedian piirteitä, jotka kuvaavat yrittäjät tyytyväisinä ja innovatiivisina toimijoina. Vastauksena kolmanteen tutkimuskysymykseen tarinoissa tunnistetut yrittäjäidentiteetit kuvaavat yrittäjyysajureiden olevan moninaisia ja myönteisiä. Nykyisyyden kuvauksissa yrittäjyys tyydyttää erilaisia tarpeita itsen toteutuksesta rajuun riskinottoon. Myös tulevaisuuden kuvauksissa yrittäjien tavoitteet ovat eritasoisia, hyvästä arjesta aina maailmanvalloitukseen. Tarinat rakentavat monitahoisia yrittäjäidentiteettejä, eivätkä purista yrittäjiä yhtenäiseen kapeaan muottiin. Ne tuottavat yrittäjyyslinjausten ja perinteisten mallitarinoiden mukaista rohkaisevaa kuvaa yrittäjyydestä, jossa arki on työntäyteistä ja palkitsevaa. Yksin pärjäämisen eetoksen sijaan monipuolinen yrittäjäekosysteemi yrittäjien kansakulkijana korostuu. Tarinoista pulmallisen tekee niiden sadunomaisuus, sillä ne eivät juurikaan kuvaa yrittäjäarjen haasteita. Myös tarinoiden luoma yrittäjäkuva on kapea, herättäen toiveita yrittäjätarinoista, jotka huomioivat mm. monikulttuurisuuden, ikäjakauman ja sukupuolten moninaisuuden sekä sukupuolittuneen toimialajaon paremmin.</p>	
Asiasanat yrittäjä, yrittäjyys, yrittäjyysyhteiskunta, yrittäjyyskasvatus, yrittäjätarinat, yrittäjäidentiteetti	
Säilytyspaikka Jyväskylän yliopisto	
Muita tietoja	

TAULUKOT

Taulukko 1. Yrittäjätarinat.....	35
Taulukko 2. Analyysin merkittävä koodisto ja klusterit.....	44
Taulukko 3. Narratiivien kategorinen jako	45

SISÄLLYSLUETTELO

1	JOHDANTO	1
2	YRITTÄJYYDEN KÄSITTEET	5
2.1	Yrittäjyys ja yrittäjä	5
2.2	Yrittäjyisyhteiskunta ja yrittäjäkansalainen	9
2.3	Yrittäjyys Suomessa	12
3	YRITTÄJYYSKASVATUS JA IDENTITEETTI.....	17
3.1	Yrittäjyyskasvatus	18
3.2	Yrittäjäidentiteetti	22
3.3	Narratiivisen identiteetin rakentuminen.....	24
3.4	Yrittäjäidentiteettien rakentuminen yrittäjätarinoissa.....	26
4	TUTKIMUSTEHTÄVÄ JA KYSYMYKSET	30
5	AINEISTO JA ANALYYSIMENETELMÄT	31
5.1	Aineiston esittely	32
5.2	Narratiivisen aineiston analysointi.....	37
5.3	Analyysimetodit.....	39
5.3.1	Tarinoiden rakenneanalyysi	40
5.3.2	Tarinoiden sisällönanalyysi	42
5.3.3	Analyysin vaiheet.....	42
5.4	Tutkijan positio ja muut eettiset kysymykset	46
6	TUTKIMUKSEN TULOKSET	49
6.1	Yrittäjätarinat rakentuvat myönteisten juonenkäänteiden varaan.....	50
6.2	Yrittäjistä kerrotaan kannustavia ja sankarillisia tarinoita	53
6.2.1	Yrittäjyyden ajurit - "Merkityksellistä työtä omin ehdoin"	53
6.2.2	Yrittäjäkuvaukset - "Aktiivinen kehittäjä ja asenne kohdallaan" ..	57
6.2.3	Yrittäjyyden kuvaukset - "Kovaa, mutta palkitsevaa työtä"	59
6.2.4	Tärkeät toimijat - " Ei yksin, vaan yhdessä"	62
6.3	Yrittäjätarinat rakentavat moniulotteisia ja myönteisiä yrittäjäidentiteettejä	66
6.3.1	Tie yrittäjyyteen.....	67
6.3.2	Nykyisyyden kuvaus	69
6.3.3	Tulevaisuuden näkemykset	71
7	JOHTOPÄÄTÖKSET JA POHDINTA.....	73
7.1	Yrittäjätarinoiden arki kuvaa mielekästä työtä ja onnistumisia.....	74

7.2	Jälkisanoja yrittäjätarinoille	79
7.3	Tutkimuksen rajoitteet ja jatkotutkimusaiheet	83
	LÄHTEET	85

LIITTEET

1 JOHDANTO

Yrittäjyys on tärkeä yhteiskunnallisen keskustelun aihe ja kiinnostus yrittäjyyteen on kasvanut viime vuosina. Yrittäjyyden toimintaedellytykset ovat ympäristösidonnoisia ja yrittäjyyden edistäminen ei ole yhteiskunnasta erillinen ilmiö, vaan osa yhteiskunta- ja talouspolitiikkaa (Möttönen 2019, 12). Työ- ja elinkeinoministeriön (2018, 12) mukaan monialainen ja kehittyvä yrittäjyys hyödyttää suomalaista yhteiskuntaa monitahoisesti yritysten innovointikyvyn kautta, luomalla työpaikkoja, kasvattamalla kansantuloa sekä tehostamalla Suomen kilpailukykyä. Yrittäjyyttä edistävä politiikka on ollut aiemmin yrittäjälähtöistä pyrkien vähentämään yrittäjien esteitä ja tarjoamaan halukkaille tukitoimia, mutta 2000 -luvulta lähtien yrittäjyyspolitiikka on pyrkinyt vahvistamaan yrittäjyyttä yleisemmällä tasolla. Yrittäjyyspolitiikka linjaa kehittyvän yhteiskunnan rakentuvan yrittäjämäisen toiminnan varaan ja kansalaisten hyvinvoinnin perustuvan yksilöiden aktiivisuuteen, vastuuseen itsestä sekä lähimmäisistä. (OPM 2009, 12-15; Vesala & Niska 2013, 41.) Myötämielistä suhtautumista yrittäjyyteen pyritään vahvistamaan myös yrittäjyyttä edistävän julkisen verkoston toimin sekä yrittäjyyskasvatuksen käytäntein.

Yrittäjyydestä luonnehditaan tulleen suomalaisessa yhteiskunnassa miltei kansallinen projekti sekä poliittinen puhetapa, joka tavoittelee kansalaisten vastuunottoa myös oman työllisyyden ja talouden kehityksen osalta. Yrittäjyysyhteiskunnassa pärjäämiseksi, tulevaisuuden tärkeiksi työelämätaidoiksi ja osaamispääomaksi nimetään yrittäjyysvalmiudet, jotka rinnastetaan jopa lukutaitoon. (Heinonen, Hytti & Tiikkala 2011, 11.) Myös Euroopan unionin yrittäjyyden vihreä kirja (2003) sekä Yrittäjyys 2020 -toimintasuunnitelma (2012) nostavat yrittäjyyden edistämisen koulutuksen kärjeksi ja asemoivat yrittäjyyden kansalaisten avaintaidoksi seuraavan sijaan kuvaamalla tavalla.

”Yrittäjyyden rakentaminen on jokaisen asia. Yrittäjyyteen ja epäonnistumiseen kohdistuvien asenteiden on muututtava positiivisemmaksi.” (EU 2003, 22.)

Kansainvälisten (EU, OECD) ja kansallisten yrittäjyyslinjausten (OPM, OKM, OPH) myötä yrittäjyyskasvatuksen painoarvoa on vahvistettu koko

koulujärjestelmässä. Opetusministeriön (2004, 7) mukaan hyvinvointiyhteiskunnan palvelutason ylläpito edellyttää uutta yrittäjyyttä, jota tukee koulujärjestelmän läpäisevä yrittäjyyskasvatus ja myönteiset yrittäjyysasenteet. Koulutuksen eri instituutiot pyrkivät yrittäjyyskasvatuksen keinoin muokkaamaan kyky- ja koulutettavuuskonseptia yhteiskunnan tarpeita vastaaviksi tähdäten yrittäjyyshaluisen sukupolven kasvattamiseen. Yrittäjämäistä toimintatapaa tarjotaan malliksi kaikille kansalaisille ja yrittäjyyskasvatuksen poliittista oikeutusta perustellaan taloudellisen toimeliaisuuden sekä aktiivisen kansalaisuuden kautta. (Korhonen, Komulainen & Rätty 2008, 159-161; Heinonen ym. 2011, 12.) Yrittäjyyskasvatuksen strategiset linjaukset ohjeistavat käytännönläheisesti yrittäjyyskasvatuksen toteutusta ilmentäen ajankohtaisia ja tavoiteltavia yhteiskunnallisia sekä poliittisia painotuksia. Ne kannustavat myös julkishallinnon toimijoita ja muita yrittäjyyttä edistäviä organisaatioita monialaiseen yhteistyöhön yrittäjyyskasvatuksen edistämiseksi. (Pihkala & Ruskovaara 2011, 48.) Yrittäjyyskasvatus pyrkii synnyttämään yritteliäisyyttä yhteiskunnan eri tasoille, sekä vaikuttamaan myönteisten yrittäjyysasenteiden levittämiseen, yrittäjyyden opettamiseen ja rohkaisemaan yrittäjyyteen (Korhonen ym. 2008, 162; OPM 2009, 5). Yrittäjyyskasvatusta tutkineet Koiranen ja Peltonen (Mononen-Batista Costa 2022, 66) asemoivat yrittäjyydelle yhteiskunnallisestikin merkittävää roolia seuraavan sitaatin kuvaamalla tavalla.

“Yrittäjyys on yhden ihmisen tai ihmisryhmän osoittamaa uutteruutta ja luovuutta. Se näkyy taloudellisena ja muuna toimeliaisuutena ja se parantaa elintasoja luomalla työtä, tuottamalla hyödykkeitä ja palveluja. Yrittäjyyden avulla on mahdollista synnyttää ja jalostaa sekä yksilön, että yhteiskunnan hyvinvointia.”

Euroopan unionin Yrittäjyys 2020 -toimintasuunnitelma (2012) kiteyttää yrittäjyyskasvatuksen kehittämisalueet kolmeen osaan; yrittäjäkoulutukseen yritysten perustamista ja kasvua tukemaan, yrittäjyyttä tukevaan toimintaympäristön luomiseen sekä myönteisten roolimallien esiintuontiin ja erityisten kohderyhmien, kuten nuorten, tavoittamiseen. Yrittäjyyslinjausten tukemana yrittäjyyttä edistävät toimijat ylläpitävät rohkaisevaa yrittäjyyspuhetta monin tavoin, myös yrittäjätarinoita tuottamalla. Samaistuttavia, yrittäjäidentiteettejä ja yrittäjyydestä mielikuvia rakentavia yrittäjätarinoita hyödynnetään myös yrittäjyyskasvatuksen materiaaleina. (Kalliomäki 2014, 13.) Yrittäjätarinat kuvaavat tyypillisesti yrittäjien taipaleita tarjoamalla “kurkistuksen yrittäjän arkeen”, mutta niillä on voimaa myös roolimallien rakentajina. Tarinoilla on kyky vaikuttaa ihmisten asenteisiin yrittäjyyttä kohtaan, jopa poliittisiin rakenteisiin, jotka kannustavat tai jarruttavat yrittäjyyttä. (Anderson & Warren 2011, 590-593, 605.)

Tämän tutkimuksen tarkoituksena on tutkia millaista kuvaa julkisten yrittäjyys-toimijoiden tuottamat yrittäjätarinat yrittäjyydestä luovat. Tutkimuksen keskeiset ky-

symykset ovat, 1. miten yrittäjätarinat rakentuvat, 2. millaisia tarinoita yrittäjistä kerrotaan sekä 3. millaisia yrittäjäidentiteettejä tarinat rakentavat. Tutkimus pyrkii myös herättämään keskustelua julkisten yrittäjyyttä edistävien toimijoiden asemasta yrittäjyyspuheen tuottajina tuoden esiin niiden vahvan verkottuneisuuden. Yrittäjyyskasvatuksen suhteen ollaan yleisesti myötämielisiä, mutta sen aseman vahvistuminen läpi koulutusasteiden sekä poliittisesti latautuneet sisällöt ovat herättäneet myös kritiikkiä yrittäjyyskasvatuksen yhteiskuntapoliittisesta luonteesta. Puheenvuoroissa on esitetty huomioita yrittäjyyskasvatuksen roolista kansalaisuuden määrittäjänä, koulutuspoliittisena reformina sekä koulutuksen kentän politisoijana. (Harni 2019, 5.)

Tässä tutkimuksessa narratiivisia, julkisten yrittäjyystoimijoiden tuottamia yrittäjätarinoita (n=20) on analysoitu aineistolähtöisesti rakenne- ja sisällönanalyysin keinoin. Tutkimuksen synteasinä on tuotettu emergenttisen yrittäjäidentiteetin jäsennyksiä (Hägg 2011), jotka ilmentävät yrittäjien kuvauksia itsestä, yrittäjästä toimijana. Yrittäjäidentiteettien ryhmittelyssä narratiivit on jaettu tarinoiden ajallista jännettä mukaellen yritystaipaleen alkua ilmentäviin (“Virranviemät” ja “Tienraivaajat”), nykytilanteen (“Arjen sankarit” ja “Myytinmurtajat”), sekä tulevaisuuden kuvauksiin (“Kotikenttien luottopakki” ja “Kansainvälinen tähtihyökkääjä”). Yrittäjätarinoissa tunnistettujen rakenteiden, yleisen sisällönkuvan sekä tarinoiden rakentamien yrittäjäidentiteettien kautta tutkimus tarkastelee millaista yrittäjyyden kuvaa julkiset yrittäjätarinat tuottavat.

Tutkielman seuraava pääluke esittelee tutkimuksen tärkeimmät käsitteet. Taustoitus pyrkii selventämään yrittäjyyden moninaista käsitteistöä ja kuvaamaan yrittäjyyttä liiketoiminnallisesta sekä sosiaalisesta näkökulmasta käsin. Taustoitus kuvaa yrittäjää toimijana yrittäjyyden keskiössä selventäen yrittäjään liitettyjä tyypillisiä piirteitä, yrittäjyyden roolia yhteiskunnassa-, sekä yrittäjäksi ryhtymiseen vaikuttavia tekijöitä. Luvun kaksi päättää yrittäjyyden piirteiden kuvaus. Kolmas pääluke selventää yrittäjyyskasvatuksen ja identiteetin eri käsitteitä. Se taustoittaa myös yrittäjyyskasvatuksen poliittisia ajureita, institutionaalisten käytänteiden tavoitteita sekä yrittäjyyskasvatusta toteuttavien toimijoiden verkottumista. Luku tarkastelee yrittäjäidentiteettiä eri näkökulmista ja kuvaa myös narratiivisen identiteetin rakentumista yleisellä tasolla sekä yrittäjätarinoiden kontekstissa. Pääluke neljä kiteyttää tutkimuksen tarkoituksen ja esittelee tutkimuskysymykset. Tutkielman viidennessä pääluvussa esitellään tutkimuksen aineisto ja tarinoita tuottaneet toimijat sekä narratiivisen analyysin analysointitapoja. Luvussa esitellään myös ratkaisut analyysimenetelmien suhteen, aineiston anonymisoinnin käytänteet sekä tutkimusprosessin metodologiaa. Luku pyrkii tekemään myös tutkijan päättelypolkua läpinäkyväksi analyysin ja tulokintojen osalta. Luku päättyy tutkijan position asemointiin ja eettisten kysymysten pohdintaan.

Tutkimuksen tulokset esitellään pääluvussa kuusi tutkimuskysymysten kautta kolmena erillisenä alalukuna. Alaluvuista ensimmäinen esittelee yrittäjätarinoiden rakenteita rakenneanalyysiin pohjautuen. Seuraava alaluku jäsentää sisällönanalyysin kautta yrittäjätarinoiden merkityksellistä sisältöä, jonka yrittäjyyttä edistävät toimijat ovat tarinoihin rajanneet. Yleinen sisällönkuva tuo ilmi tarinoiden kuvaavan tyypillisesti yrittäjien pyrkimyksiä, yrittäjätapaileiden vaiheita, itsen ja arjen kuvauksia sekä merkittäviä muita toimijoita. Alaluvuista kolmas ja viimeisin yhdistää edellisten analyysien tulokset identiteettityyppejä kuvaavaan synteesiin tarinoiden ajallisen jänteen ja yrittäjien toimijuutta ilmentävien kuvauksien jäsentäminä. Synteesi vastaa tutkimuksen viimeiseen tutkimuskysymykseen ”millaisia yrittäjäidentiteettejä tarinat rakentavat”. Luku päättyy tutkimuksen arvioinnin ja rajoitteiden läpikäyntiin.

Tutkielman seitsemäs pääluku kokoaa tutkimuksen keskeisen annin. Luku jakaantuu kolmeen osaan, joista ensimmäinen sisältää analyysin tulokset sekä pohdintaa tarinoiden tuottamasta yrittäjyydenkuvasta. Seuraava alaluku pyrkii herättämään keskustelua tarinoista yrittäjyyskasvatuksen poliittisten linjausten ajureina sekä yrittäjyysyhteiskunnan tavoitteiden mallintajina. Tutkielma päättyy lukuun, jossa reflektoidaan tutkimusprosessia ja esitetään ajatuksia jatkotutkimustarpeista.

2 YRITTÄJYYDEN KÄSITTEET

Yrittäjyyden käsitteiden moninaisuus kertoo ilmiön taloudellisesta ja yhteiskunnallisesta moniulotteisuudesta, mutta myös käsitteiden kehittymisestä ajassa. Yrittäjyydellä on liiketoiminnallinen ja yksilötason asenteellinen ulottuvuus. Sen varaan asetetaan odotuksia yhteiskunnallisen sekä yksilöllisen hyvinvoinnin osalta ja tavoitteet pyritään lunastamaan taloudellisen kasvun sekä yrittäjämäisen asenteen avulla. Moninaisia yrittäjyyden käsitteitä yhdistää myönteinen vire niiden ilmentäessä aloitetta, eteenpäin menemistä, jatkuvaa mahdollisuuksien etsintää, tilaisuuksien havaitsemista ja niihin tarttumista. Usko yrittäjyyden kykyyn ratkaista yhteiskunnallisia ongelmia kietoutuu erityisesti yrittäjyydessä piilevään potentiaalisuuteen. (Möttönen 2019, 15.) Niin globaali markkinatalous, työelämän muutokset kuin lisääntyvät eriarvoisuuden haasteet peräänkuuluttavat ryhtymistä yrittäjäksi tai ainakin edellyttävät yrittäjämäistä otetta. Vaikka yrittäjyyteen suhtaudutaan lähtökohtaisesti myönteisesti, jakaa se mielipiteitä ja yrittäjyyttä kritisoivien puheiden mukaan yrittäjyyden edistäminen kiihdyttää hyvinvointiyhteiskunnan rapautumista eheytyksen sijaan. (Mononen-Batista Costa 2022, 11.)

Seuraavat kaksi alalukua esittelevät yrittäjyyden tärkeimmät käsitteet sekä yrittäjyyden kietoutumisen osaksi yhteiskunnan käytänteitä. Alaluvuista viimeisin kuvaa yrittäjyyden piirteitä Suomessa.

2.1 Yrittäjyys ja yrittäjä

Uusyrittäjäkeskuksen julkaisema, yrittäjyyttä harkitseville ja siitä kiinnostuneille kohdistettu Perustamisopas määrittelee yrittäjyyden olevan liiketoimintaan liittyen riskien tunnistamista, uskomista omaan liikeideaan, elämäntapa tai keino hankkia elanto, mutta myös oman ammattitaidon, osaamisen sekä sosiaalisten taitojen hyödyntämistä (Uusyrittäjäkeskus 2020, 10). Euroopan unionin toimenpidesuunnitelma

Uutta kipinää Euroopan yrittäjyyteen (2012, 1–6) kuvaa yrittäjyyden yhtenä elinikäisen oppimisen avaintaidoista sekä kehittyvän yhteiskunnan perustana. Yrittäjyyttä kuvataan tyypillisesti yksilön yrittäjämäisenä toimintatapana, ulkoisena yrittäjyytenä eli pienyrityksen omistamisena ja johtamisena, organisaatioyrittämisenä eli organisaation kollektiivisena toimintatapana sekä sisäisenä yrittäjyytenä, yksilön ja organisaation yrittäjämäisenä toimintatapana (Alikoski, Hakonen & Viitasalo 2016, 20–24). Yrittäjyyttä tutkineen Gibbin (Römer-Paakkanen 2018, 165) mukaan yrittäjyys voidaan käsittää myös *“käyttäytymistapojen, piirteiden ja taitojen yhdistelmänä, joka antaa yksilöille ja ryhmille mahdollisuuden luoda muutosta ja innovaatioita sekä kykyä selviytyä - ja jopa suuresti nauttia - kaikkien elämänalueiden epävarmuudesta ja kompleksisuudesta.”*

Yritykset tuottavat ja kehittävät valtaosan yhteiskunnassa tarjottavista tavaroista, hyödykkeistä ja palveluista, ovat suuri työllistäjä, käyvät ulkomaankauppaa sekä edistävät yhteiskunnallista kehitystä. Ne pyrkivät tuottamaan myös omistajien sijoituksille riittävää tuottoa, maksavat viennillä yhteiskunnan tarvitsemaa tuontia sekä kustantavat erilaisina veroina huomattavan osan julkisista hyvinvointipalveluista. (Alikoski ym. 2016, 10–24.) Suomessa ollaan yksimielisiä siitä, että hyvinvointitalouden ylläpito vaatii terveitä sekä toimintakykyisiä yrityksiä, joten uusia, kasvavia yrityksiä on oltava riittävästi korvaamassa taantuvien alojen aiheuttamaa tuotannon ja työpaikkojen menestystä (Römer-Paakkanen 2018, 168).

Kuten kuvaukset edellä tuovat ilmi, yrittäjyyttä ei voi erottaa yhteiskunnasta erilliseksi ilmiöksi ja yrittäjäksi ryhtymiseen vaikuttavat tilannetekijät, henkilön ominaisuudet sekä taustatekijät. Yrittäjyystutkimukset erottelevat mahdollisuusyrittäjyyden, pakkoyrittäjyyden ja vastentahtoisin yrittäjyyden. Mahdollisuusyrittäjyys kuvaa myönteistä tilannetta, jossa yrittäjäksi hakeudutaan omasta halusta, yrittäjyyteen tunnetaan imua tai yrittäjyys mahdollistaa esim. tunnistetun markkinaraon hyödyntämisen. Myönteisiä tekijöitä tukevat myös yrittäjyyteen rohkaiseva asenneilmasto sekä yhteiskunnan luomat edellytykset yrittäjyydelle. Pakkoyrittäjyys tai vastentahtoinen yrittäjyys kuvaa päinvastaista tilannetta, jolloin yrittäjäksi saatetaan päätyä väkisin, jos sopivaa palkkatyötä ei ole tarjolla, palkkatyön etenemismahdollisuudet ovat heikot tai henkilö kokee sopeutuvansa huonosti palkkatyöläisen rooliin. Käytännössä rajanveto olosuhteiden osalta ei useinkaan ole selvä, vaan yrittäjäksi ryhtymisen taustalla vaikuttavat sekä edellä kuvatut vetävät tai työntävät, mutta myös institutionaaliset tekijät, kuten toimialojen säättely. Yrittäjäksi voi myös ajautua. (Sutela & Pärnänen 2018, 34, 38; Keskinen & Virtanen 2001, 160.)

Yrittäjät nimeävät tärkeimpinä yrittäjäksi ryhtymisen syinä sopivan tilaisuuden, halun toimia yrittäjänä tai mahdollisuuden jatkaa perheyrittäjyyttä, mutta myös yrittäjyyden työllistäjänä tilanteessa, jossa muita vaihtoehtoja ei ole tarjolla. Itsensä työllistäjissä korostuu olosuhteiden pakko ja maatalousyrittäjissä toinen ääripää eli yrittäjät, jotka haluavat toimia yrittäjinä nimenomaan perheyrittäystä

jatkaakseen. (Sutela & Pärnänen 2018, 28-37; Järnefelt 2011.) Yrittäjyshaluja laskevat pelko epäonnistumisesta, osaamisvaatimukset ja taloudelliset riskit, jatkuva kiire sekä yrittäjätöön kokonaisvaltaisuus (Römer-Paakkanen 2018, 165). Yrittäjyyden varjopuoliin listataan tyypillisesti myös epävarmuus, tasapainottelu taloudellisesti ja epätasaisesti jakautuvan työn vuoksi, stressi sekä yksin puurtaminen. Vuoden 2020 Gallupin mukaan reilu viidennes yrittäjistä on lähellä loppuunpalamista ja kuormittumista aiheuttavat tulos - ja talouspaineet, byrokratia, kiire, työn ja perhe-elämän yhteensovittamisen haasteet sekä henkilöstöasiat. Viidennes yrittäjistä hankkii alle 1000€ kuukaudessa, vaikka valtaosalla tuntikertymä per työviikko on yli 50 tuntia eikä lomaa juuri pidetä. Lukemat kertovat yritystoiminnan kokonaisvaltaisuudesta, yrittäjyydestä elämäntapana, yrittäjien sitkeydestä sekä omistautumisesta työlleen. (Ståhlberg 2021, 184-185.)

Edellä kuvattujen tilannetekijöiden lisäksi yrittäjäksi ryhtymiseen vaikuttavat myös taustatekijät ja yrittäjän ominaisuudet. Taustatekijöissä korostuvat aiempi työkokemus ja käytännön tieto yritystoiminnasta sekä yrittäjän muu asiantuntemus sekä verkostot. Yrittäjiksi aikovilla on tyypillisesti oman aseman parantamiseen liittyviä tavoitteita, kuten halukkuus nousta arvostettuun asemaan yhteiskunnassa. Tutkimusten mukaan koulutus ja aiempi työkokemus toimivat kaksitahoisesti lisäten kiinnostusta yrittäjäksi ryhtymiseen sekä vahvistavan valmiuksia yrittäjänä toimimiseen. (Möttönen 2019, 18, 35–38.) Yrittäjyyden rinnakkaisia käsitteitä ovat *yrittäjä*, *yrittäminen* sekä *yritteliäisyys*. Yrittäjyyden keskiössä on *yrittäjä*, joka hankkii toimeentulonsa omalla toiminnallaan ja on useimmiten töissä omassa yrityksessään. Hän kantaa tyypillisesti kokonaisvastuun yrityksestään, sijoittaa siihen riskipääomaa ja käyttää ylintä päätäntävaltaa. Ekonomisti Joseph A. Schumpeter (1883–1950) luonnehtii yrittäjää taloutta muuttavien innovaatioiden tuottajaksi ja toimijaksi, joka pyrkii saamaan aikaan taloudellista kehitystä uusiin tuotteisiin, tuotantoprosesseihin, ratkaisujen viemiseen markkinoille sekä toimialan uudelleen organisointiin. (Möttönen 2019, 16–20.) Yrittäjyyttä kuvataan myös tehokkaan ja aikaansaavan toimijuuden symbolina, jota luonnehditaan kykynä toimia, ohjata elämänkulkua ja saada asioita tehdyksi sen sijaan, että puitteet tulisivat annettuina sosiaalisista rakennetekijöistä tai ympäristövoimista käsin. (Vesala & Niska 2013, 35.)

Vaikka yleinen yrittäjyyspuhe tai stereotyyppiset yrittäjätarinat saattavat synnyttää kuvan homogeenisestä, yhtenäisellä tavalla toimivasta ja yhtenäiset arvot jakavasta yrittäjäjoukosta, ei oletus pidä paikkaansa. Kun yrittäjiä tarkastellaan sukupuolinäkökulman mukaan tai toimialoittain, hallitsevat mies- ja naisvaltaisia aloja erilaiset yrittäjien arkikokemuksiin perustuvat ns. syvät tarinat. Miesvaltaisten alojen tarinoissa korostuvat epäoikeudenmukaisuuden tunteet heidän luonnehtiessaan yrittäjien roolia yhteiskunnan laskujen maksajina. Palvelualoilla naisten syvissä tarinoissa korostuu yksilöiden halu oman osaamisen ja itsen toteuttajana. (Kantola & Timonen

2022, 138–139.) Yrittäjät ovat kuitenkin yksimielisiä yrittäjyyteen liittyvistä reunaehdoista kuten laeista, säännöistä, veroista tai sosiaalisista tuista. Heidän mukaansa juhlat puheet yrittäjyydestä korostavat itsenäisyyttä ja vapautta, mutta eivät kerro arjen kovasta työstä, yrittäjyyteen olennaisesti liittyvästä jatkuvasta epävarmuudesta talouden suhteen sekä yksin puurtamisesta. Yrittäjät kokevat kantavansa vastuuta yhteiskunnan vapaamatkustajista ja pyrkivät siten tekemään erontekoa palkansaajiin nähden. (Kantola & Timonen 2022, 127–129.)

Yrittäjiä voidaan tyypitellä elinkeinon harjoittamisen mukaan ammatin- ja liikkeenharjoittajiin. Myös juridinen henkilö, kuten osakeyhtiö voi olla yrittäjä. (Möttönen 2019, 30.) Yrityksiä voidaan jaotella myös niiden työllistävyyden mukaan mikroyrityksiin, pienyrityksiin, keskisuuriin yrityksiin sekä suuryrityksiin (Suomen Yrittäjät 2022). Myös itsensä työllistäjät, esimerkiksi freelancerit ja kevytyrittäjät, voidaan määritellä yrittäjiksi (Gaily 2022, 9). Yrittäjän ammatilla on harjoittajalleen taloudellista välinearvoa sekä itsensä toteuttamiseen liittyvää itseisarvoa. Yrittäjät kuvataan tyypillisesti taloudellisen edun tavoittelijoina, joka värittää kuvaa yrittäjästä ahneina ja itsekkäinä oman voiton maksimoijina. Yrittäjyyden ajurina voivat toimia myös muut intentiot, kuten itsenäisyys, uusien mahdollisuuksien etsiminen, itsensä toteuttaminen, autonomia tai näyttämisen halu. Myös kimmoke palvelulla muita kuin omia intressejä innovoimalla yhteiskunnallista hyvää, panostamalla talouskasvuun ja työllistävyyteen ovat yleisiä yrittäjyysajureita. (Vesala & Niska 2013, 36, 42; EK 2005, 17)

Edellä kuvattujen tilanne- ja taustatekijöiden lisäksi myös yrittäjän ominaisuudet vaikuttavat yrittäjyyden polkuun. Yrittäjyyden määritelmiin kutoutuu tyypillisesti suuri määrä hyveitä, joihin yrittäjä ankkuroi minuutensa. Yrittäjät kuvataan sinnikkäinä, työhön intohimoisesti suhtautuvina toimijoina, jotka ovat ylpeitä niin työn jäljestä, suuresta työmäärästä kuin työnteon asenteesta. Yrittäjiä määrittelevät luonnehdinnat ovat persoonavetoisia ja yrittäjän ihannetta kuvataan usein erilaisten ominaisuuslistojen kautta, joihin lukeutuvat myönteiset adjektiivit kuten kekseliäs, joustava, vastuullinen ja rohkea. (OPM 2004; Lahikainen & Harni 2016, 30–31.) Myös määritietoisuus, halu menestyä, riskinottokyky sekä aktiivisuutta ilmentävät piirteet korostuvat yrittäjien kuvauksissa itsestä erityisesti palkansaajiin verraten. Yrittäjiin liitettyjä muita korostetun myönteisiä persoonallisuuspiirteitä ovat luovuus ja pelottomuus (Kantola & Timonen 2022, 118–126; Sutela & Pärnänen 2018, 33.) Vesala ja Niska (2013, 35) kuvaavat yrittäjyyden riskejä ottavana, innovatiivisena ja kasvuhakuisena liiketoimintana, jossa yrittäjä aloitteellisena toimijana hyödyntää järkevällä tavalla tarvittavia resursseja.

Yrittäjiä voidaan luokitella myös yrittäjätyyppien mukaan ja sitä kautta tarkastella, miten erilaiset liikeyritykset toimivat ja mitkä tekijät yritysten menestykseen vaikuttavat. Yleisiin yrittäjätyyppeihin lukeutuvat yritystoimintaansa aloittelevat yrittäjät, yksinyrittäjät, vasta-alkajayrittäjät sekä kasvuhakuiset ja ammattimaiset yrittäjät.

Yrittäjiä ryhmitellään myös sen mukaan, miten ne ovat yritysideansa kehittäneet, joko ammatillisen osaamisen kautta tai koulutukseen eli teoreettiseen osaamiseen pohjautuen. Jälkimmäisessä ryhmässä korostuvat tyypillisesti kasvuhakuiset tilaisuuteen tarttuneet yrittäjät. Eroja yrittäjien välillä pyritään tekemään myös yrittäjäidentiteettien mukaan eritellen käsityöläisidentiteetin, klassisen yrittäjäidentiteetin sekä toimitusjohtajaidentiteetin ryhmät. (Möttönen 2019, 32–34.)

Vaikka yritykset kilpailevat markkinataloudessa keskenään, pyrkivät ne hyötymään myös keskinäisestä yhteistyöstä sekä hakemaan liiketoiminnalleen tukea erilaisista verkostoista. Yrittäjäverkostoilla tarkoitetaan yrittäjien keskinäistä yhteyttä tai vuorovaikutuksellisia suhteita toisiin toimijoihin. (Uusyrittäjäkeskus 2020, 8–10.) Globaalissa taloudessa verkostojen merkitys on korostunut niiden toimiessa tiedon lähteenä sekä ideoinnin, tilaisuuksien tunnistamisen ja hyödyntämisen tukena. Yrittäjäverkostoihin liittyvät läheisesti myös yrittäjäekosysteemit, jotka pyrkivät edistämään yrittäjyyttä ja synnyttämään kasvuhakuista yrittäjyyttä. Ekosysteemin muodostavat yrittäjät (”agentit”), instituutiot (”pelin säännöt”) ja järjestelmät (”innovaatiojärjestelmät tai klusterit”), jotka ovat verkottuneita keskenään sekä sidoksissa maantieteelliseen ja poliittiseen kontekstiin. (Möttönen 2019, 135–136.) Tämän tutkimuksen aineiston tuottajat, julkiset yrittäjätoimijat, voidaan yrittäjäekosysteemin osalta sijoittaa sekä instituutioon, että järjestelmään, jotka molemmat pyrkivät edistämään yrittäjyyttä.

2.2 Yrittäjyysyhteiskunta ja yrittäjäkansalainen

Kuten edellä on kuvattu, asetetaan Suomessa yrittäjyyden varaan monitahoisia odotuksia niin työllisyyden, uusien toimintatapojen, elinkeinoelämän kohentamisen kuin julkisen palvelutoiminnan tukemisen suhteen. Myös Euroopan unionin Yrittäjyys 2020 -toimintasuunnitelma (2012, 1–6) kuvaa yrittäjyysyhteiskunnan selviytymiskeinona globalisaation haasteisiin ja asemoi yrittäjyyden ratkaisuksi innovaatiokulttuurin edistämiseen sekä työttömyyden torjuntaan. Tavoitteiden saavuttaminen korreloi yrittäjyyden olosuhteiden kohentamiseen tähtäävien panostuksien sekä yrittäjyyteen kannustavan yhteiskunnallisen asenneilmaston kanssa (Elinkeinoelämän keskusliitto 2005, 9–10). Euroopan komission (TEM 2018, 39) mukaan EU:n yrittäjyyspolitiikka ei ole jäsenvaltioita velvoittavaa, vaan suositusluonteista hyvien käytänteiden politiikkaa, mutta eurooppalaisen yrittäjyyspolitiikan linjaukset näkyvät vahvasti kansallisissa linjauksissa. Euroopan komission vihreän kirjan (EU 2003, 22) kuvatessa yrittäjyyden merkitystä seuraavasti *”Yrittäjyyden yhteiskunnan rakentaminen on jokaisen asia. Yrittäjyyteen ja epäonnistumiseen kohdistuvien asenteiden on muututtava positiivisemmiksi”*, jalkautuvat suositukset hyvin samansisältöisenä kansallisissa linjauksissa, jotka ko-

rostavat yrittäjyystoimien ”*painopisteen olevan asenteellisissa valmiuksissa, yrittäjämäisten ominaisuuksien ja toimintatapojen kehittämisessä*” (OPM 2009, 13). Edellä kuvatut sitaatit todentavat Möttösen ja Tunkkari-Eskelisen (2019, 167) huomiot kansainvälisten yrittäjyyspolitiikan suositusten vaikutuksesta kansallisella tasolla sekä yrittäjyyskasvatuksen merkittävästä asemasta yrittäjyyttä korostavan yhteiskunnan rakentamisessa.

Global Entrepreneurship Monitorin (GEM 2022, 13–18) eli yrittäjyysasenteita eri maissa tarkastelevan raportin mukaan maiden elinkeinopolitiikka, kulttuuri, kasvatust, koulutus sekä sosiaaliset normit vaikuttavat vahvasti niiden yrittäjyysilmapiiriin. Yrittäjyysmyönteisyys on näkynyt Suomen hallituksen linjauksissa erilaisin painotuksin vuodesta 2003 lähtien ja eri hallitusten toimesta yrittäjyyden toimintaedellytyksiä on pyritty vahvistamaan mm. yritysrahoituksen, yrittäjyyskasvatuksen, yritysten kansainvälistymisen, kasvu-, nais- sekä sosiaalisen yrittäjyyden sekä maaseutuyrittäjyyden ja itsensä työllistämisen linjauksin. Myös alusta- ja jakamistalouden vahva kehitystyö yrittäjyyden mahdollistajana on korostunut tavoitteissa sekä toimenpiteissä. Poliittikaohjelmat ovat pyrkineet tiivistämään myös koulutuksen ja työelämän käytänteitä. Suomessa yrittäjyyspolitiikkaa harjoittaa moni ministeriö linjaten yrittäjyyttä edistäviä toimia, kehittämistoimenpiteitä ja lainsäädäntöä. Myös viimeisin Sanna Marinin (2019–2023) hallitusohjelma ”Osallistava ja Osaava Suomi – sosiaalisesti, taloudellisesti ja ekologisesti kestävä yhteiskunta” on panostanut vahvaan yrittäjyyspolitiikkaan, jonka keskeiseksi tavoitteeksi linjattiin toimintaympäristö, jossa kansalaisten osaaminen, aloitteellisuus sekä taloudellinen aktiivisuus pyrittiin valjastamaan yritystoiminnaksi (VN 2019).

Suomen muutosta *yrittäjyisyhteiskunnaksi* ovat vauhdittaneet edellä kuvatut globalisaatio, työelämän murros ja poliittiset linjaukset. Yrittäjyisyhteiskunnan piirteiden vahvistuminen on näkynyt myös ekonomisoituneena kielenkäyttönä, politiikkaan juurtuneina yrittäjämäisinä käsitteinä sekä puhetapoina. Aiemmat sääntelyä, suunnittelua tai holhousta korostavat ilmaisut ovat vaihtuneet kilpailua alleviivaavaksi puheeksi, liike-elämästä tutuiksi ilmaisuiksi. Yrittäjyisyhteiskunnan nousuun liittyy myös yrittäjyyttä suosivien arvojen vahvistuminen. (Möttönen 2019, 107–109; Heiskala 2006, 14–40; Kantola 2006, 171–177.) Yleiseen yrittäjyyspuheeseen ja kansalaisten yrittäjyysasenteisiin vaikuttaa edellä kuvattujen tekijöiden lisäksi myös tiedotusvälineiden ja julkisen viestinnän esittämä kuva yrittäjyydestä. (Anderson & Warren 2011, 3; Jakob, Isidorb, Steinmetzc, Wehnera & Kabstd 2019, 431–432, 441.) Kansallisia hallinnollisia dokumentteja yrittäjyyspuheen näkökulmasta tutkinut Pyykkönen (2021, 272–273) huomioi julkisen yrittäjyysdiskurssin myötäilevän taloussuhdanteita yrittäjien määrän mukaan. Laskusuhdanteen aikana painoarvoa on ulkoisella yrittäjyydellä, sillä on tarve saada uusia yrityksiä taloutta elvyttämään ja noususuh-

danteen aikana korostetaan sisäistä yrittäjyyttä eli yrittäjämäistä asennetta. Myös organisaatiot, yritykset ja henkilöt, jotka toimivat yrittäjyyttä edistäen tuottavat merkittävästi yrittäjyyspuhetta. (Pyykkönen 2021, 273–274, 288.)

Yrittäjyyspolitiikan ulottumista liiketoimintanäkökulmasta yksittäisen kansalaisen tasolle perusteellaan sillä, että globaalissa kilpailutaloudessa selviämiseksi vaaditaan kansallisia talouden muutoksia ja uuden ”yrityskulttuurin” yleistymistä läpi kaiken toiminnan sekä yksilöiden (Harni 2019, 11). Yrittäjämäisyyteen liitettyjä ominaisuuksia luonnehditaan hyvän kansalaisen tunnusmerkeiksi (Lahikainen & Harni 2016, 31) ja *yrittäjäkansalainen* kuvataan sinnikkäänä sekä mukautuvana vastuunkantajana, joka on kriittinen, elämyksiä etsivä ja vapautta rakastava (Pyykkönen 2021, 286–289). Yrittäjyysyhteiskunnan keskiössä *yrittäjämäärän* (enterprising self) jäsentyy eri instituutioiden luoma eetos, jossa yrittäjämäistä toimintatapaa ja sen edellytyksiä tarjotaan malliksi myös palkkatyöntekijöille. Tällöin yrittäjäkansalaisen menestys on muodollisesti tasa-arvoisessa yhteiskunnassa ”itsestä kiinni” (Komulainen, Keskitalo-Foley, Korhonen & Lappalainen 2010, 9–10; Keskitalo-Foley, Komulainen & Naskali 2010, 28), jota myös Opetusministeriön seuraava sitaatti kuvaa.

Yrittäjyys on yksilön kykyä muuttaa ideat toiminnaksi. Se sisältää luovuuden, innovaatiokyvyn ja riskinoton, samoin kuin kyvyn suunnitella ja johtaa toimintaa tavoitteiden saavuttamiseksi. Nämä ominaisuudet tukevat yksilön jokapäiväistä elämää, koulutuksessa, työssä, vapaa aikana ja muussa yhteiskunnallisessa toiminnassa. (OPM 2009, 13.)

Myös työn monimuotoistumisen myötä eronteot yrittäjyyden ja työntekijyyden välillä hämärtyvät, sillä toimeentulo voi kertyä useista eri lähteistä ja työntekeminen ilman perinteisiä työnantaja-työntekijä-suhteita yleistyy. Samalla kuva tulevaisuuden yrittäjyydestä muuttuu perinteiseen verraten, sillä yksilöt toimivat yhä useammin vuorovedoin tai samanaikaisesti palkansaajana ja yrittäjänä. (Gaily 2022, 9–17.) Työ- ja elinkeinoministeriö (2018, 34–35) luonnehtii tulevaisuuden yrittäjyyttä runollisella tavalla yhdeksi juoneksi työelämätarinassa, jonka koossa pitäminen vaatii itsensä johtamisen taitoja ja jatkuvaa, suunnitelmallista työtä. Yrittäjyysyhteiskunnan rakenteita vahvistavat myös edellä kuvatut eri ministeriöiden yhteiset tavoitteet ja niitä jalkauttavat toimenpiteet. Institutionaalisten toimijoiden tavoitteet näkyvät myös julkisessa ja yrittäjyyttä edistävän verkoston tuottamassa yrittäjyyspuheessa, jota tämänkin tutkimuksen aineisto, julkiset yrittäjätarinat, ovat.

Pyykkösen (2021, 265–268; Lahikainen & Harni 2016, 30–33) mukaan yrittäjyyspuheessa yrittäjyys, yrittäjänkaltaisuus tai yrittäjyysmyönteisyys esitetään yksipuolisesti hyveenä, jolla kuvataan olevan ratkaisuvoimaa myös yksilötason ongelmiin ja yrittäjyyshenkisyiden avulla pyritään saavuttamaan sekä taloudellisia, että työelämää koskevia tehokkuuden tavoitteita. Yrittäjyys kuvataan korostetun individuaalisena ja on jopa luonnehdittu, että kilpailuyhteiskunnassa kaikista kansalaisista on tullut yrittäjiä, tai se ainakin asemoidaan tavoitteeksi. Näkökulmaa puoltaa

oletus, että yritteliäs ihminen suoriutuu oma-aloitteisesti ja itsenäisesti vastuistaan sekä tehtävistään. (Heiskala & Luhtakallio 2006, 7.) Edellä kuvatut poliittiset linjaukset rohkaisevat yrittäjämäisten valmiuksien hankintaan yrittäjyyskoulutuksen sekä -kasvatuksen avulla ja pyrkivät lisäämään yrittäjyuden houkuttelevuutta myös uravaihtoehtona. Poliittikaohjelmat kannustavat myönteisen yrittäjyyskulttuurin, yrittäjyyteen kannustavien asenteiden ja ilmapiirin luomiseen, sisäisen ja ulkoisen yrittäjyden edistämiseen, uusien yritysten perustamiseen ja innovaatioihin, mutta myös yrittäjien, yritystoiminnan sekä sukupolvenvaihdosten tukemiseen. (OPM 2004, 2009, OPH 2022; TEM 2018; OKM 2017.) Poliittisia yrittäjyystavoitteita tukevat myös tämän tutkimuksen aineisto, julkisten yrittäjyyttä edistävien toimijoiden tuottamat yrittäjätarinat, kuvaten yrittäjyyttä itsen työllistämisen sekä liiketoiminnan ja yhteiskunnan kehittämisen näkökulmasta. Yrittäjien itsen kuvauksissa on vahvaa samaistumispintaa yrittäjämien ja yrittäjäkansalaisen kuvauksiin nähden vastuunkantoa omasta menestyksestä ja osaamisen ylläpidosta korostaen.

Kiinnostus yrittäjyyteen yhteiskunnallisena ilmiönä voidaan suhteuttaa myös kansantalouden vaikeuksiin ja tuotannon rakennemuutoksiin, eivätkä yrittäjyysyhteiskunnan yrittäjyyteen kannustavat piirteet ole yksioikoisesti kielteisiä. Työn murroksen myötä työnteon uudet vapausasteet ja esimerkiksi itsensä toteuttaminen voivat houkutella valitsemaan itsensätyöllistämisen. (Vesala 1996, 2-3.) Yrittäjyydestä on muotoutunut monille myös tapa ymmärtää tai ilmentää itseään sekä väline taloudellisessa muutoksessa pärjäämiseksi (Kantola & ja Timonen 2022, 138).

2.3 Yrittäjyys Suomessa

Kuten edellä on kuvattu, mielletään yrittäjyys ja sen edistäminen merkitykselliseksi monesta syystä. Yrittäjyyteen liitetään tyypillisesti uusien liiketoimintamallien luominen, kasvun tavoittelu, riskien hallinta ja vähintään yrittäjän itsensä työllistäminen. Yrittäjyyttä kuvataan myönteiseen sävyyn myös kilpailukykyisen talouden moottorina, innovaatioiden kehittäjänä ja luoja. (Alikoski ym. 2016, 12.) Pienet- ja keskisuuret yritykset ovat huomattava työllistäjä ja yrittäjyys tarjoaa työpaikkoja sekä mahdollisuuden toimeentuloon myös tilanteissa, joissa perinteistä palkkatyötä ei ole tarjolla. Yrittäjyydestä on rakentunut myös uusi työnteon malli. (Paajanen 2001, 13.) Yrittäjyyden edistäminen Suomessa mukailee eurooppalaista linjaa ja mm. Lissabonin strategia vuodelta 2000 sekä Euroopan unionin ”vihreä kirja” (2003) painottavat yrittäjyyden sekä innovaatioiden merkitystä Euroopassa kilpailukyvyyn ja hyvinvoinnin turvaajana. Päämääräksi asetettu maailmankaupan kärkisija asettaa vahvoja odotuksia kasvuhaluiseen ja kansainvälisille markkinoille tähtäävään yrittäjyyteen. (Haanpää & Tuppurainen 2012, 45; Ikonen 2006, 12-13.)

Yrittäjäkunta Suomessa on heterogeeninen sen kattaessa muutamista työntekijöistä, kymmeneen, jopa satoihin työntekijöihin työllistäviä työnantajayrittäjiä, maa- ja metsätalouden yrittäjiä, yksinyrittäjiä ja yrittäjämäisesti työskenteleviä itsensä työllistäjiä. Tilastokeskuksen yritysrekisterin (2022) mukaan vuonna 2020 Suomessa toimi yhteensä 368 622 yritystä, joista 99% on pieniä tai keskisuuria eli alle 50 henkilöä työllistäviä. Yksinyrittäjien tai itsensä työllistäjien osuus kaikista yrittäjistä on miltei 70% ja lukumääräisesti ryhmään lukeutuvat yksinyrittäjät, ammatinharjoittajat, freelancerit sekä apurahansaajat. Vaikka valtaosa yrityksistä on pieniä, on niillä suuri merkitys talouden kannalta, sillä vuoden 2018 yritysten tekemästä 434 miljardin liikevaihdosta yli puolet (58,1%) syntyi pienissä ja keskisuurissa yrityksissä. Yrittäjyyden ja nimenomaan kasvuyrittäjyyden edistämiseen on Suomessa panostettu vahvasti 2000-luvulla, jonka myötä pienten ja keskisuurten yritysten työllistävä rooli on kasvanut. Yrittäjät ovat vahva työllistäjä tarjoten työpaikan noin 1,4 miljoonalle suomalaiselle. Tilastot todentavat yrittäjyyden tiivistyvän samoihin kotitalouksiin ja noin neljänneksellä yrittäjistä myös puoliso toimii yrittäjänä. (Pajarinen, Rouvinen & Ylä-Anttila 2018, 31–32; Kantola & Timonen 2022, 116; Sutela & Pärnänen 2018, 137.)

Vaikka yritysten lukumäärän kehitystä luonnehditaan myönteiseksi 2000-luvulla, on yrittäjien määrässä vain pieniä muutoksia parinkymmenen viime vuoden aikana. Volyymien sijaan yrittäjä rakenteessa tunnustetaan kahdenlaisia muutoksia, itsensä työllistäjien lukumäärä on kasvanut voimakkaasti ja iäkkäämpien maatalousyrittäjien määrä on laskenut. Verrattuna aiempaan yrittäjä rakenteeseen on itsensä työllistäjien ikäprofiili nuorempi ja toimialarakenne työnantajayrityksiin verraten monimuotoisempaa. Myös iäkkäämpien, erityisesti sivutoimisena yrittäjyyttä harjoittavien määrä on lisääntynyt 2000-luvulla. Kehitystä taustoittavat sekä yhteiskunnalliset, lainsäädännölliset, että sosiaaliset syyt, kuten väestön ikääntyminen ja ikääntyneiden lisääntynyt työssäkäynti. Tyypillisesti ikääntyneiden yrittäjäksi ryhtymisen syyt liittyvät työn sisältöön ja työoloihin, mutta myös ikä syrjintä työpaikoilla "ajaa" yrittäjiksi. Iäkkäämpien yrittäjyyshaluja nostavat myös parantuneet yrittäjyyden edellytykset, kuten eläkelainsäädäntö, joka myöntää vanhuuseläkkeellä yritystoimintaa jatkaville vapautuksen yrittäjien eläkemaksusta. Kansantalouden kannalta ikääntyneiden yrittäjyys sekä ammattiosaaminen vahvistavat väestön työpanosta myös pidentyneiden työurien kautta. (Ojala, Pyöriä, Ikonen & Koivunen 2017, 147; Järnefelt 2011.)

Kasvuyrittäjyyden vähäisyys nimetään tutkimuksissa Suomen talouden akilleen kantapääksi ja kasvuyrittäjyyden varaan asetetaan odotuksia myös työllistämisen osalta. Kaikki yrittäjät eivät ole kasvuhaluja ja "keskivertoyrittäjä" ei useinkaan pyri valtaamaan uusia markkinoita tai soveltaa innovatiivisia tekniikoita, vaan työllistää itsensä paikallisilla markkinoilla olemassa olevaa tuote- tai palveluvalikoimaa

hyödyntäen. Sen sijaan kasvuhakuiset yrittäjät pyrkivät kehittämään ja soveltamaan uusia teknologioita, luomaan uusia markkinoita, tukemaan rakennemuutosta kasvun kautta sekä vaikuttamaan epäsuorasti uusien ideoiden kautta myös kilpailuympäristöön. (Pajarinen ym. 2006.)

Nuoret hankkivat usein palkkatyöllä ansiotuloja yrittäjyyden sijaan ja harva ryhtyy yrittäjäksi kovin nuorena tai työuran alussa, sillä se vaatii verkostoja sekä henkistä ja aineellista pääomaa. Päätoimista yrittäjyyttä edeltääkin usein pidempi työkokemus. Vuoden 2017 tilastotietojen mukaan noin kolmannes yrittäjistä on toiminut yrittäjänä yli 20 vuotta. Yrittäjien työurat ovat tyypillisesti palkansaajia pidempia, ja syyt juontuvat sekä ”yrittäjyyteen elämäntapana”, että eläkkeelle jäämisen haastavuuteen taloudellisista syistä johtuen. Yrittäjien eläkekertymä on yrittäjien itsensä maksamista ja alimitoitetuista yrittäjäelämäksistä johtuen usein pieni. (Ojala ym. 2017, 146-150; Keskinen & Virtanen 2001, 159-161.)

Vaikka yrittäurat ovat usein pitkiä edellä kuvatulla tavalla, vain noin puolet perustetuista yrityksistä toimii Tilastokeskuksen vuoden 2016 tilastojen mukaan viiden vuoden päästä. Yrityksen lopettamisen syynä on tyypillisesti toimimaton liikeidea, kannattamaton liiketoiminta, yrittäjän muuttunut elämäntilanne, yritykselle ei ole löytynyt jatkajaa tai yritys on maksukyvytön ja joutuu siten tekemään konkurssin. Reilun 20 000 yrityksen lopettaessa toimintansa vuosittain, on konkurssi nimetty syyksi yli 2 500 tapauksessa. (Esa 2021.) Suomessa konkurssiin liitetään tyypillisesti kielteinen stigma, maineen menetys ja taloudellisten haasteiden lisäksi se vaikeuttaa usein yrittäjän tulevaisuutta. Yrityksen hallittua alasajoa tai konkurssia ei tule kuitenkaan yksiselitteisesti määritellä yrittäjän epäonnistumisena, sillä hyväkin liikeidea voi saavuttaa elinkaaren loppupään lyhyen ajan sisällä markkinoiden ja toimintaympäristöjen muuttuessa rajusti. (Huuhko & Saintula 2018.)

Itsensätyöllistäjien ammattiryhmärakenne on sukupuolen mukaan segregoitunut ja miehet hallitsevat tyypillisesti rakennusalan, teollisuuden ja kuljetusten aloilla. Naisvaltaisia yrittäjyyden ammattiryhmiä ovat puolestaan kulttuuri- ja käsityöalojen- sekä palvelualan työntekijäammatit. (Ojala ym. 2017, 147.) Yrittäjät eroavat toisistaan myös polarisoituneiden työaikojen suhteen; osa tekee erittäin pitkää työpäivää, osa panostaa yrittäjyyteen ajankäytännöllisesti vain vähän. Yrittäjiä ei ole syytä tasapäistää myöskään tulojen suhteen, sillä yrittäjiä on sekä suuri-, että pienituloisimmassa kymmenyksessä. Verrattaessa yrittäjien ja palkansaajien tulojakaumaa keskenään, ovat erot suuret, sillä palkansaajista enemmistö lukeutuu keskimääräiset tulot omaavaan luokkaan, ns. keskimääsiin tulodesiileihin. Rajusti yleistäen voidaan hyvätuloisten yrittäjien todeta olevan myytti, sillä yrittäjät joutuvat tekemään pidempää päivää ansaitakseen saman mediaaniansion kuin palkansaajat ja esimerkiksi yksinyrittäjien tulokertymä on pienempi kuin väestöllä keskimäärin. Vain harva yrittäjätalous ansaitsee erityisen hyvin, mutta valtaosa yrittäjistä (75%) kokee

taloudellisen tilanteensa jokseenkin vakaaksi. (Ojala ym. 2017, 153-162; Sutela & Pärnänen 2018, 61-66.) Tuloja tarkasteltaessa ero sukupuolten välillä on suuri, sillä Suomen Yrittäjien naisjäsenistä noin viidenneksellä tulot ovat alle tuhat euroa kuussa, miesjäsenten osalta vastaavan luvun ollessa 8%. Vastaavasti yli 5 000 euroa kuussa ansaitsevia naisyrittäjiä on vain 10%, miesyrittäjien lukeman ollessa 20%. (Manai 2022.)

Yrittäjien koulutus rakenne on hieman palkansaajia matalampi, mutta yrittäjäryhmien välillä on suuria eroja. Tyypillinen yksinyrittäjä on keskiasteen koulutuksen suorittanut ja keski-ikäinen, kun taas freelancerit ovat korkeammin koulutettuja sekä nuorempia. Korkeakoulu- tai tutkijakoulutusasteen koulutuksen suorittaneiden osuus on yrittäjien keskuudessa vähäistä. Yrittäjät ovat myös miesvaltaisempia palkansaajiin verraten. (Sutela ja Pärnänen 2018, 17, 24, 31-32; Pajarinen ym. 2018; Kantola & Timonen 2022, 116; Järnefelt 2011.) Suomen yritys kentässä naisyrittäjien osuus on Tilastokeskuksen mukaan noin 35% ja työnantajayrittäjistä naisten osuus on 22%. Sukupuolijakauman epätasaisuutta perusteellaan yhteiskunnan rakenteilla, vanhakantaisilla asenteilla, roolimallien vähäisyydellä sekä verkostojen puutteella. GEM-yrittäjäyystutkimuksen mukaan globaalisti reilu kolmannes kasvuhakuisista yrittäjistä on naisia. (Manai 2022.)

Maahanmuuttajataustaisten yrittäjien määrä on noussut selvästi viime vuosina ja vaikeudet työllistyä perinteisillä työmarkkinoilla, jotka juohtuvat verkostojen puutteesta, kielitaidottomuudesta, ennakkoluuloista ja rasismista, ovat suurin syy kasvaneisiin yrittäjäyshaluihin. Maahanmuuttajataustaisen yrittäjäyden merkitystä on korostettu julkisessa keskustelussa maahanmuuttajayrittäjien luomaa markkinadynamiikkaa ja innovaatioita esiintuoden. Maahanmuuttajayrittäjäyys on painottunut Uudellemaalle ja yrittäjäyysaste on korkea alueilla, joilla on matala työllisyysaste. (Fornaro 2018; Tuominen 2022, 150-152.)

Eurooppalaisen vertailun mukaan yrittäjäyys Suomessa on leimallisesti verkostomaista ja yrittäjät tekevät paljon yhteistyötä keskenään. Vaikka vain neljännes yrittäjistä on suunnitellut työntekijöiden palkkaamista vuonna 2017, ei liiketoiminnan kasvu kanavoidu yksin työllistämisen kautta, sillä yritykset hyödyntävät yleisesti alihankintaa työkuorman tasaoittamiseksi. (Sutela & Pärnänen 2018, 138-139.) Yritykset hyödyntävät yhteistyöverkostojen osaamista myös liiketoiminnan ja kasvuponnistelujen tukena (Ovaska 2022). Yrittäjät ovat yleisesti ottaen tyytyväisiä asemaansa yrittäjänä, työn imu on vahvaa ja vain noin 10% yrittäjistä työskentelisi mielummin samaa ammattia harjoittaen palkansaajana. Naisyrittäjillä työtyytyväisyys, työn imu ja innostus verrattuna palkkatyöhön korostuu myönteisellä tavalla miehiin verraten. Perheen ja yrittäjätyön yhteensovittaminen haastaa kuitenkin erityisesti naisyrittäjiä yrittäjätyön sitovuudesta johtuen eikä perhevapaiden pitäminen ole yrittäjänä toimiville äideille itsestäänselvyys. (Sutela & Pärnänen 2018, 107-108.)

Vaikka yrittäjätö tarjoaa edellä kuvatun vapauden itsensä toteuttamiselle, listaavat yrittäjät yrittäjäarjen haasteiden kärkeen toimentulon niukkuuden ja epävarmuuden, kohtuuttoman byrokratian esimerkiksi verotuksen osalta, jatkuvan kiireen, ajanhallinnan pulmat sekä hinnoitteluun liittyvät haasteet. Myös asiakaspulasta johtuvat kannattamattomuus sekä taloudelliset ongelmat, kova kilpailu ja rekrytoinnin haasteet kuormittavat yrittäjiä. Näistä haasteista johtuen myös yrittäjien oma jaksaminen on koetuksella. Maatalousyrittäjät kokevat myös hinnoittelun kapeikon kuormittavaksi. (Ojala ym. 2017, 160-161; Kantola & Timonen 2022, 126-127.)

Yrittäjätöön kuormittavuus vaihtelee yrittäjätötyypeittäin, mutta noin viidennes yrittäjistä kokee huomattavia haasteita jaksamisen suhteen ja työasioiden kuvataan "läikkävän" jatkuvasti vapaa-ajan puolelle, jolloin kotiasioita laiminlyödään. Vuoden 2019 yksinyrittäjäkyselyssä reilut 50% yrittäjistä kertoi kokeneensa jaksamisen ongelmia, jotka todentavat työn imun varjopuolia sekä itsensä johtamisen haasteita. Noin kolmasosa yrittäjistä ja yrittäjäperheenjäsenistä koki myös maksavansa liian vähän yrittäjäeläkemaksuja kantaen siten huolta vanhuudenturvan osalta. Yrittäjät kantavat yritystoiminnan tapaan vastuun itse lakisääteisestä työterveyshuollosta ja sen osalta tunnistetaan haasteita läpi yrittäjätötyyppien. Myös työturvallisuuden kysymykset huolestuttavat yrittäjiä. (Sutela & Pärnänen 2018, 84-85, 93-94, 108-109; Ståhlberg 2021, 226-228; Ojala ym. 2016, 160-161.)

3 YRITTÄJYYSKASVATUS JA IDENTITEETTI

Poliittisessa yhteiskunnan kehittämiseen tähtäävässä päätöksenteossa pyritään toteuttamaan tarvelähtöisyyden periaatetta ja järjestämään koulutusta, joka hyödyttää yhteiskuntaa ja yksilötasolla edistää kansalaisten valmiuksia tulevaisuuden haasteiden kohtaamiseksi, sekä hyvän elämän luomiseksi (Möttönen & Tunkkari-Eskelinen 2019, 163–170). Edellisessä luvussa kuvatulla tavalla yritystoimintaa sekä yrittäjämäisen asenteen merkitystä pidetään Suomessa tärkeänä ja niitä pyritään edistämään myös yrittäjyyskasvatuksen keinoin. Tutkimusten mukaan yrittäjämientaliteetin omaksumiseen vaikuttavat persoonatekijöiden lisäksi ympäristötekijät kuten kulttuuri sekä samaistuttavat mallit ja virikkeet (Kansikas 2007, 15). Erityisesti nuorten osalta samaistuttavat esimerkit ja yrittäjätarinat on todettu vaikuttaviksi yrittäjyysasenteiden ja yrittäjyysintentioiden osalta. (Jacob ym. 2019, 431–433; Donnellon, Ollila, Williams Middleton 2014, 490–497). Kansainväliset ja kansalliset yrittäjyyslinjaukset suosittelevat rohkaisevia yrittäjäesimerkkejä ja toiminnallisia opetusmenetelmiä osaksi yrittäjyyskasvatuksen käytänteitä (EU 2012; OKM 2017; OM 2004, 2009).

Tämä tutkimus pyrkii lisäämään ymmärrystä yrittäjyyttä edistävien julkisten toimijoiden tuottamista yrittäjätarinoista yrittäjäidentiteettien ja yrittäjyyskuvan rakentajina. Tässä luvussa esitellään tutkimuksen tärkeimmät käsitteet, joita ovat yrittäjyyskasvatus, identiteetti, yrittäjäidentiteetti ja ammatillinen identiteetti. Käsitteiden läpikäynnin jälkeen tarkastellaan identiteetin rakentumista yrittäjätarinoissa ja luvun lopussa kuvataan narratiivisen identiteetin rakentumista. Käsitteiden selventäminen sekä identiteetin ja narratiivisen identiteetin rakentumisen kuvaukset toimivat työvälineinä aineistolähtöiselle yrittäjäidentiteetin rakentumisen analyysille, jota kuvataan luvussa viisi rakenne- ja sisällönanalyysin keinoin. Käsitteet tukevat myös tutkimuksen synteessinä tuotettua yrittäjäidentiteettien jäsenystä yrittäjyyskuvan tuottajana.

3.1 Yrittäjyyskasvatus

Yrittäjyyskasvatuksen tavoitteena on edistää myönteistä asennetta yrittäjyyteen, kehittää yrittäjämäistä toimintakulttuuria sekä lisätä yrittäjyyteen liittyviä valmiuksia. Se pyrkii vahvistamaan yhteiskunnassa tarvittavia kansalaistaitoja ja työelämäosaamista läpi elinkaaren. Yrittäjyyskasvatusta on luonnehdittu jopa kansalaiskasvatukseksi, josta kaikkien kansalaisryhmien pitäisi päästä osalliseksi. (Möttönen & Tunkkari-Eskelinen 2019, 163–170; OKM 2017, 1–10.)

Hyvinvointiyhteiskunnan palvelutason säilyttäminen edellyttää uutta yrittäjyyttä. Koko koulujärjestelmän läpäisevä yrittäjyyskasvatus ja yrittäjyydelle myönteinen asenne luovat pohjaa yrittäjyydelle. (OPM 2004, 7.)

Yrittäjyyskasvatuksen poliittista oikeutusta perustellaan aktiivisen kansalaisuuden käsitteen kautta korostaen yksilötason toimijuutta erilaisissa yhteiskunnallisissa yhteisöissä sekä henkilökohtaista vastuunkantoa omilla elämäntaipaleilla. (Keskitalo-Foley ym. 2010, 22–24; Korhonen ym. 2008, 159.) Yrittäjyyskasvatuksen keskeiset taustat 2000-luvun suomalaiselle koulutuspolitiikalle jalkautuvat OECD:n suosituksiin sekä Euroopan komission ”Lissabonin strategiaan”, joka nimeää yrittäjyyden ja innovaatiot keskeisiksi ajureiksi tukemaan Euroopan kehittymistä maailman kilpailukykyisimmäksi ja dynaamisimmaksi tietoyhteiskunnaksi (Heinonen ym. 2011, 43; Harni 2019, 4–5). Myös Euroopan komission yrittäjyyden vihreä kirja korostaa koulutuksen roolia myönteisten yrittäjyysasenteiden ja yrittäjätaitojen vahvistamisen osalta. Se luonnehtii yrittäjyyttä mielentilana perinteisen elinkeinon harjoittamisen sijaan ja kannustaa kuvaamaan yrittäjyyttä myönteisessä valossa sekä lisäämään tietoisuutta yrittäjyydestä houkuttelevana uravaihtoehtona. (EU 2003, 4–5, 22–25.) Euroopan komissio kannustaa jäsenmaita hyödyntämään eri sektoreilla ja koulutuksessa myös yrittäjyyden EntreComp viitekehystä tukemaan aktiivista kansalaisuutta, innovaatioita, työllistävyyttä sekä oppimista yrittäjämäisen ajattelun ja toiminnan kautta (EU 2018).

Yrittäjyyskasvatus käynnistyi Suomessa 2000-luvulla portaittaisesti kattaen nyt kaikki kouluasteet. Pääministeri Matti Vanhasen (2003–2007) hallitusohjelmassa ”Työllä, yrittämisellä ja yhteisvastuulla uuteen nousuun” yrittäjyydellä oli korostunut rooli, jonka linjaukset jäsensivät myös Opetusministeriön tavoitteita myönteisen yrittäjyyskulttuurin ja innovaatiotoiminnan kehittämiseen, sisäisen ja ulkoisen yrittäjyyden vahvistamiseen sekä toimivien yrittäjien, yritysten ja sukupolvenvaihdosten tukemiseen. (VN 2003, 53.) Tätä todentavat mm. Yrittäjyyskasvatuksen linjaukset ja toimenpideohjelma sekä Yrittäjyyskasvatuksen suuntaviivat, jotka linjaavat yhteiskunnan rakentuvan yrittäjämäisen toiminnan varaan ja pyrkivät kehittämään sisäistä yrittäjyyttä olettaen yritteliään ihmisen suoriutuvan vastuistaan itsenäisesti.

(OPM 2004, 2007, 2009.) Valittua linjaa vahvasti myös Mari Kiviniemen hallitus (2010–2011) sekä opetusministeriön työstämä yrittäjyyttä painottava Koulutus ja Tutkimus kehittämissuunnitelma (OKM 2012). Myös kansalliset yrittäjyyslinjaukset osoittavat selkeän tahtotilan yrittäjyyden edistämiseksi osana suomalaista koulutusjärjestelmää tarjoten valmiit määritelmät yrittäjyydelle sekä yrittäjyyskasvatukselle seuraavan sitaatin kuvaamalla tavalla.

“Yrittäjyys on mahdollisuuksien havainnointia ja niihin tarttumista sekä kykyä muuttaa ideat sellaiseksi toiminnaksi, joka tuottaa taloudellista, kulttuurista, sosiaalista ja yhteiskunnallista arvoa. Yrittäjyyteen ja yrittäjämäisyyteen voi oppia. Nämä pitävät sisällään luovuuden, innovaatiokyvyn, riskienhallinnan, ja vastuullisuuden, samoin kuin kyvyn suunnitella, asettaa tavoitteita ja johtaa toimintaa tavoitteiden saavuttamiseksi. Yrittäjyysvalmiuksien merkitys korostuu työelämän muutoksessa.”
(OKM 2017.)

Linjausten mukainen yrittäjyyskasvatus pyrkii hälventämään myös yrittäjyyteen liittyviä vääriä uskomuksia, pelkoja ja epäluuloja sekä ohjaamaan oppijan henkistä kasvua siten, että yritteliäisyydestä tulisi elämää hallitseva asenne ja yrittäjyys kehittyisi ajattelu-, toiminta- ja suhtautumistavaksi myös laajemmin. Henkistä kasvua yrittäjyyteen luonnehditaan miltei runollisesti monisäikeisenä oppimistapahtumana, jossa koti- ja koulukasvatuksen lisäksi virikkeitä antavat myös harrastukset sekä kokemukset työelämästä. (OKM 2017; OPM 2009, 22.) Myös tämän tutkimuksen aineiston voi luonnehtia opetusministeriön luokitukseen kuuluvaksi, sillä yrittäjätarinat tarjoavat kuvauksia työelämästä ja yrittäjän ammatissa toimimisesta.

Edellä kuvatut yrittäjyyslinjaukset ja strategiset asiakirjat muodostavat kansallisen koulutuspoliittisen yrittäjyyskasvatuksen kokonaisuuden sisältäen maakunnalliset, ylimaakunnalliset, alueelliset sekä paikalliset yrittäjyyskasvatusstrategiat ja hankkeet (Rytkölä, Ruskovaara & Järvinen 2011, 9). Laajan koulutuspoliittisen tuen lisäksi yrittäjyyskasvatuksen yhteiskunnallista merkitystä korostaa sen toteutus kaikilla kouluasteilla. Yrittäjyyskasvatuksen läpileikkaavuutta läpi kouluasteiden perustellaan alempien luokkatasojen mahdollisuutena luoda ”pehmeiden taitojen” perusta työelämää varten, jolloin ”kovempien, ulkoista yrittäjyyttä tukevien oppien” vuoro on korkeammilla kouluasteilla (Vaara 2020). Yrittäjyyskasvatuksen yhteiskunnallista merkitystä alleviivaa myös sen moninainen institutionaalisia yhteyksiä omaava yrittäjyyskasvatusta toteuttava toimijoiden verkosto.

Yrittäjyyskasvatukselle on leimallista kattava hallinnollisten ja institutionaalisten toimintojen määrä, joilla on erilaisia rooleja paikallisilla, alueellisilla, kansallisilla sekä kansainvälisillä tasoilla. Yrittäjyyskasvatusta edistävää kokonaisuutta luonnehditaan varsin löyhäksi systeemiksi, mutta verkostoimaisesti toimivien organisaatioiden välillä on tunnistettavissa yhteinen ymmärrys tavoitteita tukevista periaatteista ja toimintatavoista, jota todentaa mm. yli 20 tahon yhteistyönä syntyneet Opetusminis-

teriön vuonna 2017 julkaisemat Yrittäjyyskasvatuksen suuntaviivat. Yrittäjyyskasvatuksen toteuttamiseksi on rakennettu useita kansallisia ja alueellisia ohjelmia sekä järjestöjen ja hankkeiden toimesta eri toimijoita hyödyttäviä yhteisiä materiaalipankkeja. (Pihkala & Ruskovaara 2011, 46, 48.)

Yrittäjyyskasvatusta toteutetaan valtakunnallisesti vaihtelevin käytäntein ja yrittäjyyttä edistäviä toimijoita on oppilaitoksissa sekä elinkeinoelämän ja oppilaitosten rajapinnoilla (Huttula 2018, 71–72; OPM 2009, 11). Yrittäjyyskasvatusta toteuttava kolmas sektori on keskenään vahvasti verkottunut ja projektimaisesti rakentunut (Pihkala & Ruskovaara 2011, 48) ja Möttösen sekä Tunkkari-Eskelisen (2019, 166) sanoin pyrkii institutionaalisia yrittäjyyslinjauksia mukaillen ”istuttamaan nuoriin myönteistä yrittäjyyden eetosta”. Nuorten yrittäjyydestä luonnehditaan muodostuneen Suomessa miltei kansallinen pelastusohjelma, sillä tavoiteltu kasvuyrittäjyys liitetään erityisesti pk-yrittäjyyteen, joka asemoituu tyypillisesti nuorten yrittäjien toiminnan lähtökohdaksi (Haanpää & Tuppurainen 2012, 7). Elinkeinoelämän keskusliiton sekä Työ- ja elinkeinoministeriön raportit kuvaavat yrittäjyyspotentiaalin olevan Suomessa melko hyvällä tasolla, mutta arvioivat yrittäjyysosaamisen verraten heikoksi ja suomalaisen aikuisväestön yrittäjyysaktiivisuutta luonnehditaan vaatimattomaksi myönteisistä asenteista huolimatta. Tutkimusten mukaan erityisesti yrittäjyyteen liittyvät riskit sekä osaamisvaje arveluttavat. (EK 2005, 19; TEM 2018, 26.)

Miltei puolet nuorista kokee yrittäjyyden kiinnostavan tulevaisuudessa ja nuorten työelämäodotuksissa korostuvat turvallisuus, yhdenvertaisuus, vapaus, työssä viihtyminen sekä mukava työyhteisö. Nuorten yrittäjyyskiinnostusta lisää haluttomuus sitoutua yhteen työnantajaan edellisten sukupolvien tapaan. Myös itsensä toteuttaminen, hyvä taloudellinen tulos, yhteiskunnallinen hyvää tekeminen sekä tiimityön mahdollisuus houkuttavat nuoria yrittäjyyden pariin. (Nuoret ja johtajuus 2022; TAT 2022.) Nuoret tavoittelevat myös arvostusta ja menestystä ammatinvalintojen kautta (Eezy 2022). Nuorten ajatukset yrittäjyydestä eivät ole yksipuolisesti myönteisiä, sillä nuoret liittävät yrittäjyyteen myös jatkuvan uudistumisen sekä kouluttautumisen vaateen arvioiden yrittäjyyden kuormittavaksi. Nuoria huolestaa myös yrittäjyyteen liitetty taloudellinen epävarmuus sekä uurastuksen eetos, ja he kiteyttävät mielikuvat yrittäjistä pitkän päivän raatajina ilman lomaa tai vapaa-aikaa. (Haanpää & Tuppurainen 2012, 105–109; Mynttinen 2018.)

Nuoria ja johtajuutta kartoittavan (2022) tutkimuksen mukaan nuoret nimeävät lähipiiriin, koulussa esitetyt samaistuttavat esimerkit sekä eri alojen inspiroivat huipputekijät merkittäviksi tiedonlähteiksi uravalintoihinsa liittyen. Myös tämän tutkimuksen kaltainen aineisto, yrittäjätarinat, tarjoavat tutkimusten mukaan nuorille käytännönläheistä tietoa yrittäjyydestä liiketoimintana ja ammattina, innostavat yrittäjyyteen sekä tukevat nuoria yrittäjyystaitojen arvioinnissa. Yrittäjätarinat voivat tukea myös nuorten urapolkujen sekä ammatillisten identiteettien pohdintaa. (Potinkara

2017, 12–14; Donnellon ym. 2014, 490–498.) Myös Euroopan unionin Yrittäjyys 2020 -toimintaohjelma (2012) sekä kansalliset yrittäjyyslinjaukset (OKM 2017) suosittelevat samaistuttavien, erityisesti menestyvien yrittäjä- ja yrittäjyysesimerkkien hyödyntämistä yrittäjyyskasvatuksen käytänteissä, sillä nuoret mallintavat esimerkkejä ja parhaimmillaan esimerkkien koetaan vahvistavan myönteisesti nuorten yrittäjyysintentoita. Yrittäjyyden varjopuolia tai haasteita linjaukset kuvaavat takaiskuina ja resilienssin kehittäjinä, opiksi otettavina kokemuksina.

Yrittäjyyteen kasvamista toteutetaan tyypillisesti erilaisissa oppimisympäristöissä ja tringulaatioprosesseissa sosiaalistumisen, kokemuksen sekä koulutuksen välillä (Römer-Paakkanen 2018, 173–174). Yrittäjyyskasvatuksen opetuskäytänteitä tutkineet Heinonen ja Hytti (2011, 263–264) patistavat “yrittäjyyskasvatuksen hurmoksessa” muistamaan koulutuksen moraaliset tavoitteet korostaen koulutuksen yrittäjyyttä esittelevien valintojen olevan merkityksellisiä. Pohtiessaan yrittäjyyttä uravaihtoehtona opiskelijat tarvitsevat realistista ja monipuolista tietoa yrittäjyydestä, sen hyvistä ja huonoista puolista, riskeistä sekä mahdollisuuksista. Myös yrittäjyyteen liitettyjä kielteisiä taloudellisia tai sosiaalisia seurauksia yksilölle, ympäristölle tai ympäröivälle yhteiskunnalle olisi syytä käsitellä realistisen kokonaiskuvan rakentamiseksi, sillä varaukseton menestymisen kuvaus ei useinkaan vastaa todellisuutta (Tenhunen-Ruotsalainen, 2021). Yrittäjyyspuheen kriittisyys keskittyy tyypillisesti yrittämistä vaikeuttavien asioiden esiintuontiin kuten byrokratia, verotus ja -tulonsiirrot (Harni & Pyykkönen 2017, 120–122). Jacob ym. (2019, 431–433) sekä Shepherd (2019, 217–219) kannustavat tuomaan esille myös yrittäjyyden varjopuolia, kuten taloudellisia haasteita, stressiä, epäonnistumisen kuvauksia sekä käsittelemään monipuolisia yrittäjyyden esimerkkejä kapean stereotyyppisen yrittäjä yhteen muottiin puristavan sankarimaisen yrittäjäkuvan sijaan. Heinonen ja Hytti (2011, 263–264) rohkaisevat tarkastelemaan, millaista kuvaa yrittäjyyskasvatuksen tarinalliset valinnat esittävät, toisinnentaanko niillä massamedioiden kuvaamia yrittäjyyden stereotyyppisiä vai pyritäänkö yrittäjyyden kirjoja kuvaamaan monipuolisesti ja siten laajentamaan nuorten käsityksiä yrittäjyydestä. Yrittäjyyskasvatusta tutkinut Römer-Paakkanen (2018, 171–174) huomioi yrittäjyyskasvatuksen keskittyvän usein kapeasti perustamistoimien tai liiketoimintasuunnitelmien tekemiseen eikä siten huomioi yrittäjyyden monimuotoisuutta ja vastaa nuorten tarpeisiin, jotka haluavat harjoittaa yrittäjyyttä monin eri tavoin.

Tämän tutkimuksen aineistoa, julkisten yrittäjyystoimijoiden tuottamia yrittäjätarinoita, analysoidaan rakenne- ja sisällönanalyysin keinoin tarkoituksena selvittää millaisia rakenteita, tarinatyyppisiä ja yleistä sisällönkuvaa sekä yrittäjäidentiteettiä tarinat ilmentävät.

3.2 Yrittäjäidentiteetti

Perinteisten yhteiskunnallisten kollektiivisten rakenteiden murentuessa edellä kuvatulla tavalla, on identiteetistä tullut jatkuvasti työstettävä keskeinen merkityksen lähde. Identiteetti voidaan määritellä kertomuksena tai tunteena ”kuka tai keitä olemme”, liittäen samalla yksilöt kulttuuriin ja yhteisöihin. Identiteeteissä on kysymys ihmisten päämääristä olemuksellisen minuuden sijaan ja siksi identiteettejä pyritään luomaan halutunlaiseksi. Henkilökohtainen identiteetti peilaa yksilön käsitystä itsestään ja sosiaalinen identiteetti kuvaa yksilön käsitystä itsestä osana erilaisia ryhmäjäsenyyksiä, kuten ammatin edustajana tai yrittäjänä. Se ilmentää myös persoonallista roolia tai asemaa yhteiskunnassa. Identiteettien avulla voidaan käsitteellistää ja kuvata myös henkilökohtaisen, kulttuurisen sekä sosiaalisen tason välisiä suhteita. (Kuusela 2006, 46, 51.)

Identiteetit voivat määrittyä eri tavoin ja henkilöllä voi olla useampiakin identiteettejä. Identiteettiprojektit eivät ole pysyviä, vaan ne rakentavat jatkumoa menneisyydestä nykyhetken kautta tulevaisuuteen. Yksilöiden identiteettipohdinnat eli oman itsen kuvakset ovat alttiita myös erilaisille virikkeille. Markkinayhteiskunta tarjoaa myös tarinoiden kautta identiteettivirikkeitä kaipaaville samaistuttavia identiteettejä. Esimerkkien luomat vaatimukset esimerkiksi kunnon kansalaisuudesta tai tavasta harjoittaa yrittäjyyttä saattavat kuitenkin aiheuttaa yhteentörmäyksiä. (Rautio 2006, 20; Saastamoinen 2006, 139–141.) Identiteettikirjallisuuden klassikkoteoksen kirjoittaneen Hallin (1999, 21–23) mukaan identiteettejä on rakennettu läpi aikojen erilaisissa yhteiskunnallisissa ja sosiaalisissa yhteyksissä. Hall huomioi yleisimpien identiteetin rakentumisen tapojen olevan yhteydessä valistuksen subjektiin sekä sosiologiseen ja postmoderniin subjektiin. Valistuksen subjektissa käsitys minuudesta on essentialistinen eli minuuden oletetaan pysyvän samanlaisena vähittäisestä muutoksesta huolimatta. Sosiologisessa subjektissa identiteetti rakentuu suhteessa ”merkityksellisiin toisiin” muotoutuen jatkuvassa vuorovaikutuksessa muiden kanssa ja postmoderni subjekti kuvaa minuuden moniäänisenä antaen tilaa useille erilaisille identiteettipositioille. (Hall 1999, 21–23.) Identiteettien kehittymistä voidaan kuvata myös sosiaalisen vuorovaikutuksen käytäntöinä, jossa yksilöt kehittävät identiteettijään toiminnan kautta, vahvuuksiaan ja taitojensa sovelluskykyä pohtien. Identiteettipohdintojen tuloksena uudet positiot voivat näyttäytyä houkuttelevana vaihtoehtona myös tilanteessa, jossa nykyisyys ei vastaa odotuksia esimerkiksi työn tai itsen harmonian osalta. (Rae 2004, 492–500.)

Yrittäjäidentiteetti voidaan hahmottaa toimivien yrittäjyyskuvien pohjalta erilaisina yrittäjän identiteettiä ja sen rakentumista kuvaavina tulkintakehyksinä. Individualistinen yrittäjyyskuva kuvaa yrittäjän ensisijaisesti voiton tavoittelijana, kollektiiv-

vinen yrittäjyyskuva ilmentää yrittäjätoiminnan yhteistä hyvää ja relationistinen yrittäjyyskuva tuo ilmi, miten yrittäjä rakentaa yrittäjäidentiteettiään sosiaalisen verkoston ja ympäristön kautta. Identiteettikokemus voi rakentua myös erottumisen logiikalle, jolloin yksilö pyrkii korostetusti erottumaan muusta joukosta. Tällöin eronteot muihin ryhmiin näyttävät myös ryhmän keskinäistä samanlaisuutta tuottavana piirteenä. (Vesala 1996, 16–17, 40–41, 152–154.) Itsen kuvaukset, toimijuus yrittäjänä ja yrittäjäksi identifioituminen liittyvät kiinteästi myös siihen “kenen” tai “millä asialla” yrittäjät tarinoita sanoittaessaan ovat. Itsen kuvauksiin ja ymmärrykseen itsestä toimijana vaikuttavat yrittäjien ajatukset omasta pystyvyydestä, yrittäjätaidoista ja vaikutusmahdollisuuksista sekä kuinka innovatiiviseksi, riskiä ottaviksi tai kasvuorientoituneiksi yrittäjät itsensä kokevat. Kokemuksiin ja kuvaan itsestä vaikuttavat myös yritystoiminnan koko, menestys sekä yritystoiminnan luonne. (Vesala & Niska 2013, 38.)

Häggin (2011, 9–16) tutkimus yrittäjäidentiteetin kehittymisestä yrittäjyysvalmennuksen käytänteissä esittelee emergenttisen identiteetin käsitteen, joka on rituaalisessa prosessissa jatkuvasti kehittyvä. Identiteetin emergenttisyys korostaa sen jatkuvaa kehittymistä nimenomaan ajallisen ulottuvuuden mukaan tarkasteltuna. Kehittyminen on yksilöllistä, läpi yrittäjyystaipaleen tapahtuvaa, perustuen tyypillisesti ammattiympäristön ja sen arvoihin. Hägg (2011, 199) kuvaa yrittäjäidentiteetin omaksumista muutostilana, jossa ihminen jättää entisen sosiaalisen asemansa yhteiskunnassa ja liittyy yrittäjien joukkoon omaksuen samalla yrittäjämäiset tavat kommunikoida sekä toimia. Hytin (2003, 275–279) tutkimus kahdeksan yrittäjän yrittäjäpoluista ja niiden rakentamista identiteeteistä kuvaa yrittäjyyden yhdistyvän identiteettiin monitahoisesti, merkitsevän yksilöille eri asioita, joten jokaisella yrittäjällä on oma uniikki identiteetin rakentamisen polkunsä. Yrittäjäidentiteetti on vain yksi henkilön monista identiteeteistä, joten yrittäjiä ei tulisi kuvata homogeenisenä, yhtenäisenä ryhmänä ja myös yrittäjäidentiteettien kategorisoimista tulisi välttää. Myös Hännisen (1999) tutkimus työttömien tarinoista pureutuu tarinoiden voimaan totuuden ja identiteettien tulkitsijana. Hänninen kuvaa julkisten työttömyystarinoiden olevan usein stereotyyppisiä ja hallitsevan siten ei-työttömien mielikuvia työttömistä, kuten myös työttömyysuhan alla olevien käsityksiä tulevaisuuksistaan. Ne muovaavat työttömistä kapeaa, stereotyyppistä kuvaa, joka ei toteudu todellisen elämän tarinoissa. Hännisen ajatukset mallitarinoiden voimasta ovat mielenkiintoisia myös tämän tutkimuksen kontekstissa, sillä tutkimuksen aineistolla, julkisilla yrittäjätarinoilla, on vahva asema yleisen yrittäjäkuvan tulkitsijana.

Kiinnostava tutkimus yrittäjyyden asemasta yhteiskunnassa ja menestyvän yrittäjämäisen eliitin puheesta on Kantolan ja Kuuselan (2019) Suomen rikkainta promillea tarkasteleva haastattelututkimus. Tutkimus kuvaa miten yrittäjät mieltävät itsensä

poikkeuksellisen kyvykkäiksi, millaista vaikutusvaltaa huipputuloiset käyttävät elinkeinoelämän järjestöissä ja miten yhteiskunnan eliitin suhtautumista demokratiaan sekä politiikkaan määrittävät taloudelliset mittarit. Myös Rysken (2020) ja Maulan (2018) startup yrittäjätarinoita käsittelevät tutkimukset lisäävät ymmärrystä yrittäjähenkisestä yhteiskunnasta, ajankohtaisista yrittäjyyden ihanteista sekä startup yrittäjien yrittäjäidentiteettien rakentumisesta yrittäjätarinoiden kautta.

Yksilöt muodostavat jatkuvasti muotoutuvia pirstaloituneita identiteettejä suhteessa eri ympäristöihin, aikoihin ja tilanteisiin edellä kuvatulla tavalla. Työnteon, ammatillisuuden tai yrittäjyyden näytellessä merkittävää roolia yksilöiden elämässä kuuluu siihen oma identifikaatioprosessinsa. *Ammatillinen identiteetti* kuvaa käsitystä itsestä ammatillisena toimijana kattaen ihmisen kokeman suhteen työhön, ammatillisuuteen ja tavoitteisiin sisältäen myös ammatilliset samaistumisen kokemukset, arvot ja eettiset näkökulmat. (Hägg 2011, 80; Saastamoinen 2006, 140–142.) Yrittäjäidentiteetin tavoin myös ammatillinen identiteetti määrittyy yksilön ja yhteiskunnan vuorovaikutuksen kautta ollen siten jatkuvasti uudelleen muotoutuva (Vähäsantanen 2009, 157).

Identiteettiprojektissa omaksutaan sosiaalisesta, julkisesta maailmasta tarinoita, käsityksiä sekä olemisen malleja ja yksilötason pohdintaan vaikuttavat myös muiden esimerkit. Omaksuttua ei hyödynnetä sellaisenaan, vaan anti muunnetaan omaan elämäkokemukseen itselle sopivalla tavalla ja oma identiteetti pyritään julkistamaan halutunlaisena. Identiteetti ei ole siis yksittäinen valintakysymys, vaan jatkuvien identiteettiprojektien työstön tulos, joka rakentuu osallistumalla yhteisöön, jonka harjoittamat, yhteisesti hyväksytyt käytänteet sisältävät jo valmiita ratkaisuja kysymyksiin työn keinoista, tavoitteista ja tekijyyden kuvauksesta. (Räsänen & Trux 2012, 34–37, 227–231.) Myös Andersonin ja Warrenin (2011, 589–609) tutkimus yrittäjäidentiteettikategorioiden ja yrittäjäidentiteettien kehittymisestä median tuottamina valottaa julkisen puheen vahvaa roolia haluttavien yrittäjäominaisuuksien kehystäjänä. He luonnehtivat yrittäjäidentiteettiä toimiluvaksi, joka oikeuttaa yrittäjyyden harjoittamisen. Yhteisön identiteettikuvaukset ovat mielenkiintoisia myös tämän tutkimuksen kannalta, sillä 20 yrittäjätarinan näyte tutkittavien todellisuudesta tuo ilmi, miten yrittäjätarinoita on “tapana kertoa” ja millaiset perinteet tarinankerronnalle ovat ominaisia.

3.3 Narratiivisen identiteetin rakentuminen

Identiteetit muuttuvat ja rakentuvat tarinoiden kautta, joita ihmiset kertovat itsestään. Kuten edellä on kuvattu, identiteettien luomisprosessi on dynaaminen ja siihen vai-

kuttavat jatkuvasti muuttuva sosiaalinen, kulttuurinen sekä henkilökohtainen konteksti (Kuusela 2006, 46, 51). Narratiivit auttavat yksilöitä pukemaan ajatuksia, tunteita ja henkilökohtaisia näkemyksiä sanoiksi todellisuutta rakentaen. Myös kuuntelijan rooli toisten kertomuksille muokkaa todellisuutta. (Hall 1999, 173; Heikkinen & Syrjälä 2002, 187.)

Narratiivisen identiteetin tutkimusta on tehty viime vuosina paljon ja tutkimusintressit ovat tuoneet esille erilaisia tutkimusnäkökulmia sekä ristiriitoja identiteetin moninaisuuden ja yhtenäisyyden suhteen. Myös yksilötason toimijuus ja sosiaalisen kontekstin vaikutus identiteetin rakentumiseen on puhuttanut tutkijoita. Kuusipalon (2008) tutkimus identiteetin rakentumisesta turbulentilla IT-alla kuvaa työn murroksen ja individualismin vaikutuksia työntekijöiden jatkuvaan identiteetin rekonstruointiin. Kuusipalo kuvaa identiteettiä sosiaalisena prosessina pysyvän persoonallisuuden kuvauksen sijaan ja korostaa, etteivät yksilöiden tarinat eivät ole itsenäisiä, muista irrallisia, vaan kerrontaa jäsentävät kulttuurisesti tuotetut mallitarinat. Kuusipalon mukaan kertomukset ovat yleisö- ja tilannesidonnaisia ilmentäen identiteettien ”uudelleenneuvottelua” ja mahdollistavat yksilön itsetunnon ilmaisut heidän kuvattessaan, miten he ovat nykytilanteeseen päätyneet, keitä he ovat ja miten he pyrkivät olemaan suhteessa muihin. Narratiivien rooli kuvataan merkittävänä viestien lähettäjänä muille ryhmän jäsenyydestä neuvotellessa ja moraalinormien ymmärtämisessä. (Kuusipalo 2008.)

Hyttin (2003) yrittäjäidentiteettejä käsittelevä tutkimus tuo ilmi, miten yrittäjät pyrkivät kuvaamaan elämäkerrallisten tarinoiden kautta itsensä sellaisina, kuin haluavat muiden itsensä näkevän. Hyttin mukaan yrittäjät pyrkivät tarinoiden kautta tekemään erontekoa itsen ja ”muiden” välille, kuten palkansaajiin tai ns. laiskoihin yrittäjiin nähden. Yrittäjien tarinankerrontaan eli siihen mitä, miten ja kenelle kerrotaan, vaikuttaa vahvasti sosiaalinen konteksti sekä aiemmat tarinankerronnan perinteet. Hytti kuvaa yrittäjien olevan yrittäjyydestään ylpeitä ja pyrkivän tarinoillaan vahvistamaan yrittäjyyteen liittyviä sankarimaisia myyttejä tai tietoisesti kyseenalaistamaan niitä. Tarinoissa yrittäjät kertovat avoimesti myös arjen haasteista, mutta kuvaavat tiukat paikat ongelmien sijaan tärkeinä osaamista jalostavina oppimiskokemuksina. Tutkimus tukee yrittäjätarinoiden stereotypiaa pärjäämisen, ongelmien selättämisen sekä toiseuden eetoksen osalta. (Hytti 2003.) Kansainvälistä yrittäjyyttä prosessina tarkastellut Vesin (2021) huomioi samaistuttavilla tarinoilla olevan tarttumapintaa työelämän ja organisaatioiden muutosprosessissa. Hänen mukaansa merkitykselliset tapahtumat muovaavat identiteettiä ja sisäistä käsikirjoitusta linjaten samalla ympäristökohtaisia sopivien käytänteiden malleja. Heikkisen ja Syrjälän (2002) tutkimus ”Opettajana muutosten keskellä” tarkastelee ”opettajankuvia” ja opettajien identiteetin rakentumista elämäkerta-aineistojen perusteella tuoden ilmi mallitarinoiden, kulttuurin ja valtarakenteiden vaikuttavan tarinankerrontaan sitä kaventavalla tavalla.

Myös tämän tutkimuksen tarinoiden päähenkilöt, yrittäjät, muodostavat vertaisen ammatillisen ryhmän ja siten yrittäjätarinat mielenkiintoisen aineiston mallitarinoiden sekä kerronnan kulttuurin tarkasteluun. Yrittäjäidentiteetin kehittyminen voidaan tulkita myös sykliseksi oppimisprosessiksi ja luonnehtia yrittäjäidentiteetin olevan emergenttinen, ajassa jatkuvasti muuttuvan työstämisen tulos. Tällöin identiteettiä työstetään identiteettineuvotteluissa, joita yrittäjät käyvät yksilötasolla ja sosiaalisessa vuorovaikutuksessa merkityksellisten toisten sekä ympäristön kanssa. (Hägg 2011, 9–16.) Tässä tutkimuksessa yrittäjäidentiteetin ymmärretään muotoutuvan Häggin kuvaamalla tavalla ajassa kehittyen.

3.4 Yrittäjäidentiteettien rakentuminen yrittäjätarinoissa

Yleisen yrittäjyysilmapiiriin osalta on suuri merkitys, millainen kuva yrittäjyydestä annetaan tiedotusvälineissä, linjaa Elinkeinoelämän keskusliitto (2005, 19, 29) peräten yhtenä alan vahvoista toimijoista kannustavaa yrittäjyyspuhetta. Myös julkisuudessa esitetyillä yrittäjätarinoilla on keskeinen rooli muotoiltaessa ja legitimoidessa yrittäjäidentiteettejä, joilla kuvataan yrittäjiä sekä yrittäjyyttä. Tarinat toimivat kulttuurisen minän rakentajina, jolloin tarinoita kertovat yksilöt muuttuvat kulttuurin muunnelmiksi ja yksilöt määrittelevät omaa subjektiviteettiaan suhteessa heille asetettuihin odotuksiin. (Paloniemi 2009, 53–56.) Näkökulma on kiinnostava tässä tutkimuksessa, jossa yrittäjät kuvaavat itseään ja yrittäjätapaileitaan suhteessa mallitarinoiden odotuksiin, joita yrittäjätarinoille yleisesti asetetaan.

Yrittäjäidentiteettien rakentumista tutkineet Anderson ja Warren (2011, 589–590) asettavat rinnakkain yksilötason (kuka) ja sosiaalisen, kollektiivisen identiteetin (mitä) korostaen sosiaalisen identiteetin vaikutusta yleiseen yrittäjäpuheeseen ja huomioivat yrittäjien ”julkisen tarinallisen edustuksen” olevan kulttuuristen normien sekä odotusten muovaamaa. Identiteettien heijastaessa yrittäjyyden merkityksiä toimivat yrittäjätarinat tutkijoiden mukaan yrittäjyyden merkityskoneistona. Tällöin myös yksilöllisten yrittäjätarinoiden perusteella luodaan usein karkeita yleistyksiä, stereotyyppioita. Julkisuudessa esitettyjen yrittäjätarinoiden kuvataan legitimoivan yrittäjistä miltei sankarihahmoja, jotka ”parantavat” ei vain oman, vaan myös kaikkien muiden tulevaisuuden. Julkiset yrittäjätarinat ovat valitettavan yksipuolisia kuvaten yrittäjät tyyppillisesti sankarillisina sekä myönteisien ominaisuuksien omaavina henkilöinä, jolloin kielteisiä näkökulmia yrittäjyydestä tai kuvauksia arjen haasteista ei juurikaan tuoda ilmi. Myös yrittäjämäisen asenteen korostuminen työelämässä ”oikeuttaa” yrittäjyyttä ja vahvistaa sen asemaa. (Anderson & Warren 2011, 592–593, 602–604.)

Tarinat ovat asemoituneet vahvasti myös journalismiin ja journalistiset tarinalliset tekstit ovat saavuttaneet vahvan jalansijan erityisesti verkossa (Lassila-Merisalo

2020, 7–8, 89). Suomalaisessa mediassa ja julkisessa keskustelussa yrittäjyyskuva on polarisoitunut sen korostaessa tyypillisesti yrittäjien uhrautumista työlle ja jatkuvaa uhkaa konkurssista tai “hypettävän” startup-genreä, äkkirikastumista sekä sankaritarinoita. Kapea kuva on kritisoitu, sillä startup hypetys ja liian myönteinen yrittäjäarjen kuvaus voivat innostaa nuoria yrittäjyyden pariin epärealistisin odotuksin tai estää nuoria tavoittelemasta yrittäjyyden tarjoamia mahdollisuuksia, kun esimerkit “kelposuorituksesta” kuvaavat valtavia kasvupyrähdyksiä ja vuotuisia miljoonatuloja. (Römer-Paakkanen 2018, 166; Haanpää & Tuppurainen 2012, 157–161.) Tarinoiden vahvaan viestintäkykyyn liitetään mallitarinoiden (masterplot) voima, joka tarkoittaa tietynlaisten tapahtumaketjujen toistuvuutta kulttuurissa. Mallitari-noilla on vahva intertekstuaalinen pohja niiden ilmentäessä myös ajanjakson hallitse-
via arvoasetelmia. Tätä todentavat journalistisissa henkilökuvin kuvatut esimerkili-
selle päähenkilöt (kuten yrittäjät yrittäjätarinoissa), tarinoiden länsimaisen kertoma-
perinteen rakenne sekä juonellistetut, ajankuvaa ilmentävät roolitukset ja arvot. Esi-
merkkikertomusten vahvistaessa olemassa olevia näkemyksiä syntyy kerronnalli-
sessa tilanteessa vaikutelma yleisen näkemyksen linjauksista yksittäisen tapauksen
perusteella, jolloin esimerkkikertomusten voima “totuuden” kuvaajana korostuu.
Suuret mediatoimijat sekä laajalevikkiset muut valtaapitävät tahot onnistuvat parhai-
ten luomaan toimivia mallitarinoita. Esimerkkitarinoita modernisti hyödyntäen myös
yksilökokemus voi ottaa “totuuden paikan” eikä tarinoiden tarvitse perustua aukto-
riteetteihin. Tällöin tarinoissa “opettajan tai gurun” viitan voi pukea kenen tahansa
ylle, kunhan tarinankertojalla on taitoa kertoa tarina kulttuurisesti tunnistettavien
mallitarinoiden juonenkääntein. (Mäkelä & Karttunen 2020, 285–293.)

Myös tarinankerrontaa tutkinut Tilly (1999, 25–33) jaottelee tarinoita tehden eron
ns. standarditarinoiden “Standard Story” (tietyt rajatut toimijat, aika sekä paikka sekä
tietoiset toimet ja juonenkäänteet, joista lopputulos riippuvainen), jollaisiksi tämänkin
tutkimuksen yrittäjätarinat voidaan lukea, sekä ns. tieteellisen kerronnan “Discipli-
nary Story” (faktaa, tuloksia ja tulkintoja) osalta. Tillyn mukaan standarditarinat ovat
pulumallisia, sillä ne eivät ilmennä yhteiskunnan todellisten sosiaalisten prosessien toi-
mintaa, vaan esittävät kapean kuvan ilmiöstä. Tieteellisten tarinoiden osalta haas-
teeksi nousee niiden perusteella tehtävät karkeat yleistyksset, joissa luodaan syy-seu-
raussuhteita ilman tarkempia perusteluita. (Tilly 1999, 25–33.) Tämän tutkimuksen ai-
neistossa tunnistetaan edellä kuvattuja mallitarinoiden ja esimerkkitarinoiden raken-
teita, jolloin niille voidaan asemoida roolia esimerkillisten toimijoiden (yrittäjät sekä
yrittäjyyttä edistävät toimijat) tai toimien (yrittäjyys) kuvaajina. Yrittäjätarinoissa on
tunnistettavissa myös Tillyn (1999, 25–31) kuvailemia “disciplinary storyn” piirteitä
tarinoiden kuvatessa yrittäjyyttä sitä edistävien toimijoiden tuottamina. Standardita-
rinat jäsentyvät tyypillisesti kertojan tai päähenkilön moraalisen ajattelun mukaan ja

ilmentävät siten arvioita siitä, mikä on mahdollista ja toivottavaa sekä sosiaalisen elämän kausaalisuhteita. (Tilly 1999, 34-35.)

Myös kertomuksen keinoja tutkinut Virtanen (2020, 18-19) peräänkuuluttaa kriittistä tarkastelua kerrontakäytänteisiin puntaroiden millaisin periaattein ja tarkoituksiperin kertomuksia julkisuuteen tuotetaan. Hän painottaa, että yrittäjyyttä kuvaavissa lehtijutuissa, tietokirjoissa, informatiivisissa videoissa, eri kertomusmuodoissa ylipäätään, ei näy vain tekijänsä kädenjälki, vaan myös monien muiden taustavaikuttajien sekä osapuolien vaikutus. Yrittäjätarinat kuvaavat yleensä yrittäjän tai yrittäjätimin yrittäjätaiapaletta jostakin valitusta näkökulmasta. Yrittäjyydestä ja yrittäjistä tarinoita tuottavat niin media, yrittäjät ja yritykset itse, mutta myös monet yrittäjyyttä edistävät kansainväliset, kansalliset ja paikalliset toimijat, kuten tämän tutkimuksen tarinoiden tuottajat. Tyypillisesti tarinoista käy ilmi tarinan tuottaneen toimijan oma kehys kuten yritysneuvonta, ammattijärjestö tai yrittäjyyteen liittyvä muu sidos. Vaikka tarinoiden sisältö rakentaa yrittäjiä ilmentävien kuvausten perusteella yrittäjäidentiteettejä, kirjoittavat yrittäjät ns. julkisia yrittäjätarinoita harvoin itse. (Virtanen 2020, 18-19.)

Henkilökohtaiset kertomukset ja tarinankerronta ylipäätään omaavat erilaisia tarkoituksiperiä kuten muistelu, kiittäminen, vakuuttaminen tai osallistuminen ja tarinoiden kautta kertojat pyrkivät kuvaamaan nimenomaan ensisijaisen, haluttavan identiteettinsä (Riessman 2002, 695-710). Omien tai toisten tarinoiden kautta on myös mahdollista työstää omaa historiaa tai jäsentää strategiatyötä tulevaisuuden tavoitteiden saavuttamiseksi (Vesin 2021). Tarinankerronta on aina vastavuoroinen ja tilannesidonnainen tapahtuma, joka vaatii kertojen lisäksi myös yleisön, kuuntelijan, katsoijan tai lukijan. Tarinankerronnassa tehdään siten valintoja sen suhteen mitä kerrotaan, mitä jätetään tietoisesti kertomatta, joten niitä ei tule pitää "tosi-itseyden" kuvauksina, vaan kerrottuna konstruktiona. (Hänninen 2018, 188-191.) Myös tässä tutkimuksessa valitun tarinallisen aineiston ymmärretään edustavan yrittäjyystoimijoiden ja yrittäjien sanoittamaa sekä kokemaa, ei oppikirjamaista "totuutta".

Kohonneesta kiinnostuksesta yrittäjätarinoita kohtaan kertovat monet viime vuosina toimitetut julkaisut sekä eri medioiden, kuten HS Vision, Kauppalehden tai Talouselämän julkaisemat sadat tarinat. Toimitetuissa tarinoissa yrittäjien kuvataan tyypillisesti luoneen menestyksen tyhjältä ja tarinoiden saatesanat esittelevät ne kannustavina esimerkkeinä yrittäjyyden menestyksestä sekä monipuolisuudesta. Yrittäjien kuvaukset itsensä toteuttamisesta, innovaatioista ja itseohjautuvuudesta sekä halusta olla "oman onnensa seppä" ovat tarinoiden yleistä antia. Tarinoissa yrittäjät kuvaavat tyypillisesti myös intentionsa ryhtyä yrittäjäksi, yrittäjätaiapaleensa sekä heille tärkeät verkostot. (Heiskala 2006.) Eri toimijoiden tuottamia tarinoita hyödynnetään

paljon myös yrittäjyyskasvatuksen materiaaleina, sillä tarinat tarjoavat runsaasti tietoa käytännönläheisellä tavalla ja toimivat roolimallien tavoin (Virtanen, Heimonen, Hägg, Kiuru & Rajahonka 2015, 9; Potinkara 2017, 14).

Tarinallinen identiteetti rakentuu menneisyydestä, nykyhetkestä sekä tulevaisuudesta. Täten tarinoiden rakentamaa identiteettiä ei tule määritellä kapeasti vain olemisen tilana, vaan myös tulemisen ennusteena, sellaisena kuin se kertomisen hetkellä halutaan kuvata. Samalla kun tarinoiden kautta kerrotaan nykytilasta, tullaan kuvanneeksi myös haluttu tavoitetilä. (Hägg 2011, 75.) Väitöskirjassaan Hägg (2011, 75) kuvaa seuraavan sitaatin avulla kuinka voimaannuttavana yrittäjyysvalmennukseen osallistuneet kurssilaiset kokivat konkarien yrittäjätarinat oman yrittäjäidentiteetin kehittymisen kannalta.

Ne [esimerkkiyrittäjien tarinat] oli hirveen hyviä. Ne auttoi identifioitumisessa. Kun näki, että ne oli oikeita yrittäjiä. Wow! Ne kävijätkin tekevät näkyväksi sitä omaa yrittäjyyttä... (Hägg 2011, 75.)

Representaatioita tutkineen Raskin (2021) mukaan se, miltä yhteiskunta näyttää tänään, vaikuttaa nuorten mielikuviin heille mahdollisista tulevaisuuden poluista. Hän kokee vahingollisena, jos nuorille sopivia, monimuotoisia samaistumisen kohteita ei löydy, tai samastuttavat henkilöt esiintyvät vain kapeissa, stereotyyppisissä rooleissa. Erityisesti nuoruudessa rakennetaan identiteettejä ja otetaan mallia ihmisistä, joiden koetaan muistuttavan itseä, tai jotka tarjoavat omille pohdinnoille samaistumisen pintaa. Raskin ajatukset siitä, miten tietoisilla kuva- tai kielivalinnoilla voidaan luoda eri ilmiöitä edistäviä mielikuvia, sopivat hyvin tähänkin tutkimukseen yrittäjätarinoiden ja identiteettien analysoinnin tueksi. Oletettavasti yrittäjätarinoidenkin tuottajat tavoitteellisesti pohtivat, millaisia linjauksia tarinankerronnassa kannattaa tehdä asetettujen tavoitteiden, yrittäjämyönteisten asenteiden ja karttuneen yrittäjyysosaamisen saavuttamiseksi. Yrittäjätarinat voivat toimia myös Opetusministeriön (2009, 22) yrittäjyyslinjausten mukaisesti eli kannustaa myönteisin esimerkein yrittäjyyteen tai häivyttää siihen liittyviä esteitä ja pelkoja.

4 TUTKIMUSTEHTÄVÄ JA KYSYMYKSET

Yrittäjyyden näytellessä merkittävää roolia kansainvälisen ja kansallisen hyvinvointiyhteiskunnan tukijana pyritään sitä tukevaa toimintaympäristöä kehittämään myönteiseksi. Tavoitteeksi on asetettu innovatiiviset ideat ja yritykset, sekä pyrkimys kuvata yrittäjyys houkuttelevana vaihtoehtona erityisesti nuorille. Pyrkimyksiä tuetaan poliittisin linjauksin, yrittäjyyttä edistävien toimijoiden toimesta sekä yrittäjyyskasvatuksella läpi kouluasteiden. Yrittäjätarinat, tämän tutkimuksen aineisto, ovat merkittävä yrittäjyyspuheen tuottaja, jonka tuottamiseen ja hyödyntämiseen kansalliset sekä kansainväliset yrittäjyyslinjaukset kannustavat rohkaisevin, myönteisin esimerkein (OPM 2004, 2009; OKM 2017, EU 2003, 2012).

Tämän tutkimuksen tavoite on tutkia millaisen kuvan julkisten yrittäjyystoimijoiden tuottamat yrittäjätarinat yrittäjyydestä luovat. Tutkimuksella vastataan seuraavaan kolmeen kysymykseen:

1. Miten yrittäjätarinat rakentuvat?
2. Millaisia tarinoita yrittäjistä kerrotaan?
3. Millaisia yrittäjäidentiteettejä yrittäjätarinat rakentavat?

Tutkimuksessa tarkastellaan narratiivista aineistoa rakenne- ja sisällönanalyysin keinoin, yrittäjäidentiteettiä käsitteellisenä työkaluna hyödyntäen. Tutkimus pyrkii kuvaamaan, millaisia tarinoita yrittäjistä kerrotaan ja miten ne yrittäjyyttä ilmentävät. Yrittäjätarinoita analysoimalla pyritään tuomaan esiin, miten yrittäjien yrittäjäidentiteetti rakentuu yrittäjyyttä edistävien toimijoiden tuottamissa yrittäjätarinoissa. Yrittäjätarinoissa yrittäjät sanoittavat tarinansa itse, mutta myös yrittäjyystoimijoiden näkökulmat sekä tarinoiden julkaisufoorumi vaikuttavat tarinoiden rakenteisiin ja sisältöihin.

5 AINEISTO JA ANALYYSIMENETELMÄT

Tarinat jäsentävät elämänkulkuja ja niiden kautta voidaan välittää haluttuja merkityksellisiä kuvauksia itsestä muille. Niillä on myös vahva todentuntu, joka perustuu kertomusten kykyyn saada vastaanottaja eläytymään. (Salo 2008, 82–86; Puusa, Hänninen & Mönkkönen 2020, 226.) Myös identiteetit voidaan ymmärtää tarinoina, joita ihmiset rakentavat heille merkityksellisistä asioista, sillä kerronnan kautta ihmiset pyrkivät ymmärtämään itseään, luomaan merkityksiä ja rakentamaan identiteettiään narratiivisesti. Kerronta on jatkuvasti uusiutuva prosessi, joten itsen kertomuksissa heijastetaan ja luodaan sosiaalista todellisuutta. (Laitinen & Uusitalo 2008, 111–115, 122.)

Tämä tutkimus pyrkii kuvaamaan millaisen kuvan julkisten yrittäjyystoimijoiden tuottamat yrittäjätarinat yrittäjyydestä luovat. Puusa ym. (2020, 220) rohkaisee hyödyntämään valmista aineistoa, jos tutkimuksen tarkoituksena on valottaa ilmiön ympärille rakentunutta tarinavarantoa. Tällöin aineisto tarjoaa myös tietoa siitä, miten tietty kulttuuri arvottaa henkilötyyppejä, toimintatapoja tai miten tapahtumaketjut tyypillisesti etenevät. Julkiset yrittäjyyttä edistävät toimijat ovat valtakunnallisesti merkittävä yrittäjyyspuheen ja yrittäjätarinoiden tuottaja sekä yrittäjyyttä harkitsevien, että yrittäjänä toimivien näkökulmasta. Tämän tutkimuksen aineisto, 20 yrittäjätarinaa, on rajattu julkisten yrittäjyyttä edistävien toimijoiden tuottamiin tarinoihin. Yrittäjätarinoiden tuottamaa kuvaa yrittäjyydestä ja yrittäjistä on tutkittu aiemminkin (esim. Anderson & Warren 2011; Maula 2018; Ryske 2020; Vesin 2021), mutta aiempaa, ainakaan julkista tutkimusta ei ole tehty vastaavan aineiston osalta. Tutkimusote on aineistolähtöinen ja tutkimuksen teoreettismetodologinen pohja rakentuu narratiiviselle analyysille. Näkökulmaa puoltaa ajatus identiteetin narratiivisesta rakentumisesta yksilöiden rakentaessa identiteettiään kertomusten kautta. Kerronnan kontekstin ymmärretään vaikuttavan kerrontaan ja siten valinnat tarinoiden rakenteiden tai sisältöjen osalta eivät ole yksinomaan kertojan. Tarinoita tulkittaessa konteksti huo-

mioiden pohditaan myös millaisia persoonallisia ja institutionaalisia intentioita ”tutkittavilla” on ollut tuottaa tarinat tietyille vastaanottajalle. (Salo 2008, 82–86; Puusa ym. 2020, 226).

Luvun alussa kuvataan tämän tutkimuksen aineisto, aineiston keruu, tehdyt aineistorajaukset perusteluineen ja esitellään yrittäjätarinoiden tuottajat. Tämän jälkeen tarkastellaan narratiivisen aineiston analysointia sekä tarinaa käsitteenä. Seuraavaksi taustoitetaan tutkimuksessa hyödynnettäviä analysointimetoodeja sekä kuvataan käytännönläheisesti erillisten alalukujen kautta analyysin vaiheet ja tutkimuksessa tehdyt ratkaisut mm. aineiston anonymisoinnin osalta. Luku loppuu tutkimuksen eettisten kysymysten pohdintaan sekä tutkijaposition asemointiin.

5.1 Aineiston esittely

Tämän tutkimuksen osalta aineiston hankinta käynnistyi listaamalla yrittäjyyttä edistäviä toimijoita tutkijan aikaisempaan asiantuntemukseen pohjautuen. Aineiston hankinta eteni kartoittamalla ketkä julkiset yrittäjyyttä edistävät toimijat yrittäjätarinoita tuottavat, miten tarinoita on tarjolla ja millaisia tarinat ylipäättään ovat. Aineistoa etsittiin sosiaalisesta mediasta yleisemmin ”googlaamalla” hakusanoilla ”yrittäjätarinat”, ”julkiset yrittäjätarinat” sekä tutustumalla eri yrittäjyystoimijoiden kotisivuihin. Aineistonhankinta jalkautui kotisivujen kautta yrittäjätarinoita tarjoaville verkkosivuille. Aineistoja etsittiin myös YouTubesta vastaavin hakusanoin. Osalla yrittäjyyskasvatuksen merkittävistä toimijoista (kuten Talous ja nuoret TAT sekä Nuori Yrittäjyys ry.) valtaosa tarinavarannosta on saatavilla vain sivustojen suljetuissa materiaalipankeissa. Tämä kavensi tarinavarantoa, sillä aineiston osalta rajaus haluttiin tehdä nimenomaan vapaasti saatavilla oleviin ”laajalevikkisiin” julkisiin yrittäjätarinoihin.

Tarinoiden valinnassa on pyritty painottamaan tuoreutta ja monipuolisuutta toimijoiden, toimialojen ja yrittäjäprofiilien osalta. Aineiston rajaukseen on vaikuttanut myös valinnan mahdollisuus eli Tuomea ja Sarajärveä (2018, 98) mukaillen se, millaisia tarinoita oli tarjolla. Aineiston osalta tarjontaa riitti, sillä yrittäjyyttä edistävien eri julkisten toimijoiden tuottamia kirjallisia ja videomuotoisia yrittäjätarinoita löytyi reilusti, yli sata. Suuruusluokkaa tarinavarannoista antaa yhden valituista toimijoista, Suomen Uusyrittäjäkeskuksen verkkosivuilta löytyvät vuosien 2017–2022 välillä tuotetut 42 yrittäjätarinaa, joista tähän tutkimukseen on valittu viisi tarinaa. Tarinoita valittaessa niiden sopivuutta tutkimukseen tarkasteltiin ja aineistolta ”kysyttiin” tutkimusongelman kaltaisia kysymyksiä. Osa tarinoista oli suljetuissa materiaalipankeissa ja siten aineistoksi sopimattomia, osa tarinoista oli liian lyhyitä tai mainosmaisia, pääosin tarinantuottajan palveluita myönteiseen sävyyn esitteleviä, joten myös ne rajat-

tiin pois. Kaikki tarinat eivät myöskään täyttäneet juonellisen, ajallisesti etenevän tarinan tunnuspiirteitä tutkimuksen vaatimalla tavalla. Osa kiinnostavista tarinoista oli tutkijalle aiemmista yhteyksistä tuttuja ja ne jäivät. Osa merkittävistä yrittäjyyttä edistävästä ja runsaasti yrittäjätarinoita tuottavista toimijoista, kuten Suomen yrittäjät ry., tuottaa pääosin videomuotoisia yrittäjätarinoita. Jotta aineisto vastaisi mahdollisimman monimuotoisesti yrittäjyyttä edistävien toimijoiden verkostoa ja yrittäjyyskasvatuksessa hyödynnettävää tarinavarantoa, päätettiin siihen sisällyttää kirjallisia ja videomuotoisia yrittäjätarinoita.

Laadullisen tutkimuksen aineiston osalta Eskola ja Suoranta (1998, 60–61) kannustavat pohtimaan paljonko aineistoa on oltava, jotta tutkimuksen tuloksia voidaan yleistää. Analyysi aloitettiin 15 tarinalla, mutta määrää kasvatettiin tutkimuksen edessä viidellä, lopullisen aineistomäärän ollessa 20 yrittäjätarinaa. Näin pyrittiin varmistamaan aineiston määrän riittävyys. Eskolan ja Suorannan (1998, 62–63) opit aineiston kylläntymisen osalta todentuivat, sillä uudet tapaukset eivät tuoneet tutkimusongelman kannalta uutta tietoa aineiston alkaessa ”toistaa itseään”. Myös tutkimukseen valitut tarinoiden tuottajat muodostavat kattavan otoksen yrittäjyyskentällä vaikuttavista ja yrittäjätarinoita tuottavista toimijoista. Kaikilla toimijoilla on laaja, valtakunnallinen tarinoiden ”lukijakunta” sekä vahvoja verkostoja koulutuspolitiikka- ja yrittäjyyskasvatuksen suuntaviivoja linjaaviin institutionaalisiin tahoihin. Kaikilla toimijoilla on myös intressi viestiä yrittäjyyttä edistävällä tavalla. Aineiston mielenkiintoisuutta ja tarinoihin latautuneita merkityksiä kertomisen arvoisista yrittäjätaipaleista ja sisällöistä vahvistaa se, ettei tarinoita ole tuotettu sattumanvaraisesti, vaan yrittäjyyttä edistävät toimijat ovat valinneet valtavasta yrittäjä- ja tarinapotentiaalista reilut sata yrittäjätarinaa sosiaalisen median kanavissa julkaistavaksi. Aineiston mielenkiintoisuutta ei siis vähennä, vaan päinvastoin lisää se, että tarinat on valittu ”jo kertaalleen valittujen” yrittäjätarinoiden joukosta.

Tämän tutkimuksen aineisto on julkaistu vuosina 2020–2022 ja myös tarinoiden tuoreus kohottaa tutkimuksen relevanssia valottaen millaisin esimerkein, rakentein, tarinatyypein ja näkökulmin valtakunnalliset yrittäjyystoimijat ovat viime vuosina yrittäjyyttä sekä yrittäjiä kuvanneet. Analyysi valottaa keskeisiä yrittäjyyden teemoja, joita toimijat ovat halunneet tuoda tarinoissa esille, mutta ilmentää samalla myös teemallisesti tehdyt rajaukset. Tutkimukseen valitut yrittäjätarinat ovat eri pituisia, kirjalliset tarinat sivusta noin kolmeen sivuun ja videoidut tarinat pituudeltaan neljän sekä kuuden minuutin välillä. Kirjallisessa ja kuvattomassa yhtenäisessä tarinamuodossa aineiston laajuus on rivivälillä 1,15 ja kirjankoolla 12 yhteensä 27 liuskaa.

Sosiaalisen median aineistojen tutkimuskäyttö vaatii tutkimuseettistä harkintaa, perusteltuja rajoituksia ja aineiston käsittelyä. Eettiset kysymykset ovat kontekstisidonnaisia ja julkisia aineistoja tutkittaessa tutkittavien yksityisyyttä tulee kunnioittaa. (Laaksonen 2023.) Myös Euroopan komission ohjeistus (2020) sekä Tietoarkisto (2022)

kannustavat varovaisuuteen tunnistetietojen osalta. Tunnisteellisuuteen liittyy oleellisesti tunnisteiden poistaminen tai muuttaminen ja ratkaisuihin vaikuttavat aineiston aihepiiri, tutkittavia ilmentävät taustatiedot sekä tutkittaville annettu informaatio. Vaikka tämän tutkimuksen aineisto on julkinen, ei sisällöltään arkaluonteinen tai kohderyhmä haavoittuvassa asemassa oleva, informoitiin tutkittavia tarinoiden anonymisoidusta hyödyntämisestä maisterintutkielmassa ja heille taustoitettiin myös tutkimuksen tavoite. Lain soveltamisen näkökulmasta tarkoituksenmukainen anonymisointi on tehty, kun yksittäisiä tutkittavia ei voida ilman kohtuutonta vaivaa tai kustannuksia tunnistaa aineistosta. Tyypillisesti aineistoa anonymisoitaessa suorat tai epäsuorat tunnisteet poistetaan aineistosta tai aineistoa muutetaan esimerkiksi karkeistamalla. Tässä tutkimuksessa käytännön anonymisointityö käynnistyi valittujen sitaattien huolellisella läpikäymisellä. Aineiston luonteen takia anonymisointitarve ei ollut ns. raskas ja muutokset sisälsivät tunnisteiden poistoa ja muokkaamista, jolloin henkilönimien osalta käytettiin pseudonyymejä, erillisnimiä ja taustatietoja kategorisoitiin sekä muita sitaateissa olevia tunnistetietoja karkaistiin tarvekohtaisesti. Ohjenuorana pidettiin myös Kuulan huomiota, jossa kaiken tunnistettavuuden hävittäminen voi näyttäytyä aineiston silpomisena, joka tuottaa tutkimuksellisesti arvottoman lopputuloksen (Kuula 2006, 112, 200–201).

Tulosluvussa hyödynnettävien sitaattien kieltä on muokattu hieman luettavuuden parantamiseksi mm. litteroidusta aineistosta täytesanoja poistamalla ja puhekielisyttä karsimalla, mutta asiasisältöön ei ole tehty muutoksia. Kun sitaattien välistä on poistettu tekstiosuuksia, on poisto merkitty kolmella pisteellä. Karkeistuksia ei korosteta tekstissä luettavuuden säilyttämiseksi. Eettiseen pohdintaan aineiston osalta syvennyttään tarkemmin alaluvussa 5.4. Taulukko 1. esittelee tutkimusaineiston yrittäjätarinat otsikkotasoisesti suorat ja epäsuorat tunnistetiedot anonymisoituna, pseudonyymejä hyödyntäen. Tutkittavien tunnistettavuuden estämiseksi aineistoa ei kuvata tarkempien lähdetietojen osalta eikä yrittäjätarinoita yksilöidä toimijoittain.

1. Sisustuskirvesmies löysi uutta intoa remontoimiseen kevytyrittäjyyden avulla
2. "Uskoin pitkään, että palkkatyö on ainoa oikea tapa tehdä töitä"
3. Leena jätti vakityönsä ja aloitti erehdyksessä väärät opinnot – nyt hän valloittaa maailmaa uniikeilla tekstiileillään
4. Teemu uupui ja löysi onnen omasta verstaasta
5. Satu johtaa hoivakotiketjua, mutta pyhittää aikaa myös pienille lapsille
6. Pikkupojasta asti unelma yrittäjyydestä elänyt – Patrik
7. Kouluprojektin mielikuvitusyritys poiki polun yrittäjäksi
8. Antti kuunteli sydämensä ääntä ja vaihtoi alaa
9. "Minua ei saa halpatyövoimaksi"
10. Menestyvä yrittäjä syyttää myynnistä
11. Valttikortina visuaalisuus
12. Kutsumus löytyi ikäihmisten kotihoidosta
13. Brändi ja palvelulupaus erottavat kilpailijoista
14. Yrittäjäpari murtaa taiteen myyntiä
15. "Yrittäjyydessä tärkeintä on aloittaa ja lähteä kokeilemaan"
16. "Yrittäjyyden ansiosta minun ei tarvitse valita mitä unelmistani tavoittelen"
17. "Vilma löysi kutsumuksen ja tien yrittäjäksi mystiseltä hautausalalta"
18. Isä ja tytär rakentavat yhdessä maailmankuuluja kitaroita
19. Majoitus- ja ravitsemisalan yrittäjä Ville: harrastajasta yrittäjäksi
20. Terveys- ja sosiaalipalvelualan yrittäjä Tiina: alan ammattilaisesta yrittäjäksi

Taulukko 1. Tutkimusaineiston yrittäjätarinat otsikoittain

Seuraavat kappaleet taustoittavat yrittäjätarinoita tuottaneet toimijat, kuten toimijat ovat itse itsensä omilla kotisivuillaan esitelleet. Kunkin toimijan nimi on kursivoitu ja tutkimuksessa hyödynnettävän aineiston toimijakohtainen laajuus yksilöity. Suomen elinkeinoelämän järjestöistä jäsenmäärällisesti suurin toimija, *Suomen Yrittäjät ry.* (n=5), on pienten ja keskisuurten yritysten valtakunnallinen etujärjestö omaten 115 000 jäsenyritystä. Suomen Yrittäjät ry. pyrkii vaikuttamaan monin tavoin yrittäjyyteen osallistumalla mm. jäsenenä lakia valmisteleviin toimikuntiin ja työryhmiin sekä tarjoamalla asiantuntemusta eduskunnan valiokuntien työn tueksi. Etujärjestö pyrkii vaikuttamaan myös käytännön tasolla poliittisesti nimeämällä kaikille kansanedustajille ns. nimikkoyrittäjät kansanedustajien yrittäjyystietämyksen vahvistamiseksi. Suomen Yrittäjät ry. tuottaa jäsenyrittäjistään alueellisesti ja valtakunnallisesti kirjallisia sekä videomuotoisia yrittäjätarinoita. Tarinoita tuotetaan korostetusti myös yrittäjyyskasvatuksen tarpeisiin ja opetusmateriaaliksi oppilaitoksiin sosiaalisen median sivujen sekä yrittäjyyskasvatuksen eri portaalien ja materiaalipankkien kautta. (Suomen Yrittäjät ry. 2022.)

Myös yrittäjille paikallisia sekä virtuaalisia neuvontapalveluita tarjoava valtakunnallisen verkoston, 31. erillisen neuvontayksikön omaava *Uusyrittäjäkeskus ry.* (n=6), tuottaa säännöllisesti yrittäjistä tarinoita. Uusyrittäjäkeskus julkaisee yrittäjätarinoita vuosittain ilmestyvässä painetussa ja sähköisessä yritysten perustamisoppaassa sekä kotisivuillaan. Perustamisoppaan 40 000 lukijan ydinkohderyhmä on yrittäjäksi ryh-

tymistä harkitsevat, mutta opasta hyödynnetään laajasti myös eri kouluasteilla oppimateriaalina. Uusyrittyskeskuksen valtakunnallisen verkoston kautta perustetaan noin 7 000 yritystä vuosittain ja luodaan reilut 9 000 työpaikkaa. Neuvontapalveluiden volyyymi on vuodessa noin 30 000 asiakaskäyntiä ja ohjauksen kärki yritystoiminnan kannattavuuteen sekä elinkelpoisuuteen liittyvissä kysymyksissä. Uusyrittyskeskuksen valtakunnallinen verkosto pohjautuu valtion, Euroopan Unionin, kaupunkien ja kuntien rahoitukseen sekä suoraan, että hankerahoituksen kautta. Verkoston palvelut ovat yrityksille maksuttomia. (Suomen Uusyrittyskeskukset ry. 2022.)

Valtakunnallinen, voittoa tavoittelematon eri kouluasteiden rajapinnassa toimiva yrittäjyyskasvatuksen järjestö, *Nuori yrittäjyys ry.* (n=3) tarjoaa yrittäjyys-, työelämä- ja taloustaitoja tukevia ohjelmia kouluille ja oppilaitoksille. Oppimateriaalia hyödyntää noin 60 000 lasta tai nuorta ja järjestö pyrkii luomaan myös alueellisia verkostoja yritysten sekä nuorten välille. Järjestöä tukee laaja sen toimintaa rahoittava kaupallinen (pankit, vakuutusyhtiöt, asianajotoimistot, liikesivistysrahasto, Uusyrittyskeskus, Suomen yrittäjät ry. jne.) ja institutionaalinen kumppanuusverkosto (Opetus- ja kulttuuriministeriö sekä Työ- ja elinkeinoministeriö) sekä kansainvälinen 115 maassa toimiva Junior Achievement (JA) emoverkosto. Nuori yrittäjyys ry. on määrittäjämerkittävä nuorten yrittäjien yrittäjätarinoiden tuottaja, mutta kirjallisten tai videoitujen ns. julkisten tarinoiden sijaan valtaosa yrittäjätarinoista tuotetaan vuoro-vaikutteisissa oppilaitostilanteissa ns. yrittäjäalumnien toimesta. (Nuoriyrittäjyys.fi. 2022.)

Kevytyrittäjyys on vahvistanut asemaansa itsensä työllistämisen muotona ja toimialan markkinajohtaja *Ukko.fi* (n=3) on osallistunut työelämän muutoskeskusteluun ja antanut asiantuntijana lausuntoja lainsäädännön uudistukseen. *Ukko.fi* on kaupallinen toimija ja tuottaa perusliiketoiminnan rinnalla opetuksellista tukimateriaalia yrittäjille sekä yrittäjätarinoita palvelun käyttäjistä. Vuonna 2020 yrityksellä oli reilut 100 000 yrittäjäasiakasta ja yrityksen liikevaihto noin 95 miljoonaa. (*Ukko.fi*. 2022.)

Kirjallisia ja videomuotoisia franchising-toimintaa esitteleviä yrittäjätarinoita tuotetaan paljon sekä ketjuohjauksen, että toimijoiden toimesta. *Suomen Franchising-Yhdistys* (n=2) on ketjun jäsenten tukielin, joka pyrkii edistämään franchising-toiminnan tunnettuutta ja kehittymistä tehden yhteistyötä talouselämän tahojen, sekä viranomaisten kanssa. Yhdistys kehittää kasvuun tähtäävää ketjumaista liiketoimintaa myös erilaisten yhteistyökumppaneiden sekä yhdistystä kannattavien yritysäsenten tuella. Yhdistyksen jäsenpohja koostuu kymmenistä kotimaisista ja kansainvälisistä ketjutoimijoista. (*Franchising.fi*. 2022.)

Työnhakuun keskittyvä kaupallinen toimija *Duunitori* (n=1) on rekrytointimedia sekä yritystarinoita tarjoava toimija yli 700 000 viikkokävijän volyyymilla. *Duunitorin*

sosiaalisen median kanavat tarjoavat erilaisia someyhteisöjä, oppaita, ammatti- ja työelämäuutisia, ammatinvalintatestejä, uratarinoita ja ajankohtaisia tilastoja sekä tutkimuksia mm. suomalaisen työelämän tilasta. (Duunitori.fi. 2022.)

Edellä kuvattujen toimijoiden lisäksi julkisia yrittäjätarinoita tuottavat myös monet muut kansalliset ja paikalliset yrittäjyyttä edistävät toimijat tai yrityksille palveluita tarjoavat organisaatiot kuten pankit, vakuutuslaitokset, Finnvera, Elinkeinoelämän keskusliitto, BusinessFinland jne., median eri toimijat sekä yrittäjät ja yritykset itse. Sosiaalisen median tarpeisiin tuotetut julkiset yrittäjätarinat, jota tämänkin tutkimuksen aineisto edustaa, ovat usein toimitettuihin kirjatarinoihin verraten lyhyitä, sisältö on asiapitoista ja tarinoissa on tyypillisesti tunnistettavissa toimijoihin liittyviä, heidän toimintaansa esitteleviä palvelukokemuksia.

5.2 Narratiivisen aineiston analysointi

Tämän tutkimuksen keskeinen tavoite on narratiivista analyysiä hyödyntämällä tarkastella millaisia kertomuksia yrittäjistä ja yrittäjyydestä kerrotaan sekä millaisen kuvan ne yrittäjyydestä luovat. Kuten narratiivisessa tutkimuksessa yleensä, ovat myös tämän tutkimuksen tutkimusaineistona narratiivit eli tarinallinen aineisto. Narratiivia ja tarinaa käytetään arkikielessä usein synonyymeina, mutta narratiivisessa tutkimusotteessa tarina kuvataan tietyssä järjestyksessä etenevänä kertomuksena, jolla on alku, keskikohta sekä loppu. (Hänninen 1999, 54–57, 95–96.) Narratiivinen tutkimus pohjautuu ajatukseen, että tarinat tulkitsevat todellisuutta ja kertominen kuuluu olennaisesti ihmisyyteen. Narratiivinen tutkimus on konstruktivistista, sillä narratiivinen ajattelu tulkitsee käsitysten maailmasta olevan sosiaalisesti rakentunutta, eikä yhteistä objektiivista todellisuutta ole siten olemassa. Konstruktivistinen näkökulma huomioi narratiivisen identiteetin muotoutuvan uudelleen sitä mukaan, kun uusia kokemuksia tai vuorovaikutuksellisia kohtaamisia karttuu. Näkökulman mukaan päivittäisiin ”kuka olen” kysymyksiin tuotetaan vastauksia tulkittavina minätarinoina ja kertomusten myötä myös henkilökohtaiset tunteet, ajatukset sekä kokemukset pukeutuvat sanoiksi, jotka rakentavat identiteettiä. (Heikkinen & Syrjälä 2002, 186–187; Hänninen 1999, 50–54, 96; Saaranen-Kauppinen & Puusniekka 2009, 118–119.) Edellä kuvatut konstruktivistisen näkökulman perustelut sopivat hyvin tähän tutkimukseen, jossa juonellisia, ajallisesti eteneviä yrittäjätarinoita analysoidaan yrittäjäidentiteetin rakentumista hahmottaen.

Tarinoiden kautta kertojat rakentavat identiteettiään kuvaten omaa sekä muiden toimintaa, asenteita sekä vuorovaikutusta omista tarkoituksiperistään käsin, kuten haluavat yleisön itsensä näkevän. Kertomisella ymmärretään olevan erilaisia funktioita, joiden avulla pyritään tuottamaan toivottuja sosiaalisia seurauksia, itsereflektiota,

luomaan tiettyä vaikutelmaa tai jakamaan kokemuksia. (Riessman 2002, 709–710.) Narratiivianalyysi mahdollistaa myös kokemuksesta kertomisen muotojen analysoinnin pelkän sisällön analysoinnin sijaan, jolloin kertomista ei määritellä kapeana passiivisena maailman kuvaamisena, vaan aktiivisena, intentionaalisen ja strategisena toimintana, jolla on sosiaalisia seurauksia. Lähestymistavassa huomioidaan tarinoiden ja merkitysten luomisen olevan aina tiettyyn kontekstiin sekä resursseihin liittyvää. (Riessman 2002, 696–707; Andrews, Squire, & Tamboukou 2013, 1–2.) Narratiivinen lähestymistapa sopii yrittäjätarinoiden tarkasteluun hyvin, sillä sen avulla voidaan kuvata tarinoiden sosiaalisia seurauksia omaavaa, aktiivista ja tavoitteellista toimintaa, jolla pyritään luomaan tavoiteltuja vaikutelmia sekä haluttuja sosiaalisia seurauksia. Tämä tutkimus pyrkii kuvaamaan myös tarinoiden voimaa yrittäjäpuheen tuottajana sekä tarkastelemaan tarinoiden korostamia näkökulmia.

Narratiivisuus aineiston käsittelytapana voidaan ymmärtää kahdella tapaa, joko narratiivien analyysina tai narratiivisena analyysinä. Narratiivien analyysissä huomio kohdistuu kertomusten luokitteluun erilaisia tapaustyyppisiä, metaforia tai kategorioita hyödyntämällä. Narratiivinen analyysi ei vain luokittele aineiston perusteella tehtyjä huomioita, vaan pyrkii myös tuottamaan uusia kertomuksia tai tekemään tulkintoja niiden pohjalta. (Heikkinen & Syrjälä 2002, 191–192; Murray 2003, 111–113.) Narratiivisen aineiston analysointi vaatii aina tulkintaa (Löytönen 2022).

Tässä tutkimuksessa aineistoa käsitellään kertomuksia luokitellen sekä tulkintoja tehden ja narratiivista aineistoa analysoidaan aineistolähtöisesti rakenne- ja sisällönanalyysin keinoin. Rakennanalyysin avulla pyritään vastaamaan tutkimuksen ensimmäiseen tutkimuskysymykseen ”miten yrittäjätarinat rakentuvat” kuvaten tarinoiden rakenteita, yleistä sävyä sekä tarinatyyppisiä. Sisällönanalyysin keinoin pyritään hahmottamaan aineiston merkityksellisten kuvausten kautta yleistä sisällönkuvaa tarinoiden ajallinen jänne huomioiden sekä vastaamaan tutkimuksen toiseen tutkimuskysymykseen ”millaisia tarinoita yrittäjistä kerrotaan”. Tutkimuksen synteesinä rakennetaan yrittäjäidentiteettejä kuvaavia narratiiveja yrittäjien toimijuutta ilmentävien kuvausten sekä tarinoiden ajallisen jänteen jäsentäminä. Synteesin avulla pyritään vastaamaan tutkimuksen kolmanteen tutkimuskysymykseen ”millaisia yrittäjäidentiteettejä yrittäjätarinat rakentavat”.

Tarinat vastaavat tyypillisesti kysymyksiin keitä olemme, miksi olemme olemassa ja mihin olemme menossa. Ne voidaan käsittää fiktiivisinä tai ei-fiktiivisinä kertomuksina teosta, tapahtumasta tai tapahtumien kulusta. Tarinat kuvaavat tyypillisesti koettua tai nykyisyyttä, mutta ne voivat olla kokonaan tai osittain myös kuvauksia tulevaisuudesta. Tapahtumien kulku tarinassa eli tarinan juonenkäänneet voivat olla päähenkilön konkreettisia tekoja tai asioita, jotka tapahtuvat hänelle, mutta myös tietoisuuden tai toiminnan maisemissa tapahtuvia. Myös tarinan antamaa opetusta voidaan kuvata käänneeksi. (Aaltonen & Heikkilä 2003, 16, 72, 106–107; Rauhala

& Vikström 2014, 12.) Juonen sitoessa peräkkäiset tapahtumat toisiinsa, mahdollistaa se myös tarinoiden tyypittelyn (Hänninen 1999, 96). Ihmiset luovat eläessään kertomuksia samalla selittäen ja tulkiten toimintaansa eli ihmiset ”tarinoivat” kaiken aikaa. Ihmiset ovat jatkuvasti tarinoiden ympäröiminä ja hahmottavat, tulkitsevat sekä rakentavat maailmaa narratiivien kautta. Elämäkertojen tai tarinoiden kuvauksella voi olla tärkeä rooli kertojalle itselleen identiteetin luomisen ja oman elämän jäsentymisen kannalta. Kertomuksilla ei ole voimaa yksin ymmärtämisen, mutta myös vakuuttamisen ja vaikuttamisen välineenä sekä yhteiskunnallisina ja kulttuurisina vallankäyttäjinä. Kertomusmuoto mahdollistaa myös ”tarinan puhujalle” keinon sisällyttää haluttu tulkinta tarinaan sekä kuulijoille sopivan samaistumiskohteen tapahtuman kuvaukselle. Samaistuttavat julkiset tarinat eivät siten vain kuvaa todellisuutta, niillä on myös voimaa muokata sitä. (Hänninen 1999, 95, 104; Ronkainen, Pehkonen, Lindblom-Yläne ja Paavilainen, 2013, 93–94.)

Narratiivinen tutkimus korostaa tutkittavien ”äänen” löytämistä (Savukoski (2008, 71), mutta myös tarinoiden taustatiedoilla voi olla oleellinen tarinaa kehystävä merkitys. Toisinaan tarinan kertojalla on miltei päärooli kertomuksen rakenteen osalta ja tällöin myös analysoitavia tekstejä tulee suhteuttaa kertojien sekä kertomisen konteksteihin. Myös kohderyhmä, kertojan ja yleisön suhde sekä tarinoihin liittyvä laajempi sosiaalinen sekä kulttuurinen konteksti vaikuttavat tarinoiden luonteeseen. (Hänninen 2018, 198–199; Saaranen-Kauppinen & Puusniekka 2009, 119–120.) Kehyksen ja näkökulman lisäksi myös tilannesidonnaisuus sekä kerrottavuus eli kertomisen arvoinen ja siten kerrottavaksi valikoitunut sisältö vaikuttavat tarinankerrontaan (Ryan 2005, 589–591). Kaikilla kertomuksilla on aina päämäärä, arvolatautunut tavoite ja kertomukseen valitaan halutut, tavoitetta tukevat selitykset päämäärään selittämiseksi (Gergen & Gergen 1988, 20–22). Tässä tutkimuksessa ollaan Riessmanin (2002, 704) tavoin kiinnostuneita, miksi yrittäjätarinat kerrotaan juuri valitulla tavalla, mitkä valinnat näkökulmien taustalla vaikuttavat ja mitä tarinankerronnasta on tarkoituksellisesti rajattu pois. Näihin pohdintoihin haetaan vastauksia narratiivista aineistoa aineistolähtöisesti rakenne- ja sisällönanalyysin keinoin tulkiten. Analyysin vaiheita ja tutkijan päättelypolkua kuvataan tarkemmin seuraavissa luvuissa.

5.3 Analyysimetodit

Tutkimuksessa hyödynnettävät metodit, rakenne- ja sisällönanalyysi, sopivat aineistoihin, jotka ovat kirjallisessa muodossa tai sellaiseksi muutettavissa (Silvasti 2014, 35). Analyysimetodien vaatiessa aineistolta kirjallista yhtenäistä muotoa, on videomuotoiset tarinat litteroitu sanatarkasti Silvastin (2014, 36) ohjeistamalla tavalla. Litteroitu aineisto on tarkistettu kertaamalla videot kahdesti. Analyysin keskittyessä tarinoiden

kirjalliseen muotoon tiedostetaan, että tarinoiden alkuperäinen tavoiteltu näkökulma on saattanut muuttua, sillä kuvat, musiikki tms. sekä muut tarinankerronnan tehokeinot on rajattu pois aineistosta. Analyysissa ei oteta kantaa siihen, missä muodossa, kanavassa, millaisin tarinallisin tehokeinoin tarinat olisivat "vaikuttavia" tai kuinka totta tarinat ovat.

Läpi rakenne- ja sisällönanalyysin eri vaiheiden yrittäjätarinoita on luettu moneen kertaan tutkijan pyrkiessä ymmärtämään mistä tarinat ylipäätään kertovat. Useat lukukerrat ovat vahvistaneet löydöksiä "rivien välistä", auttaneet tavoittamaan tarinoiden ydintä, sekä tekemään huomioita aineiston merkityksellisistä ilmiöistä, mutta myös teemoista, jotka tarinoista on rajattu pois. Hännisen (2018, 190–191) oppeja soveltaen huomiota on kiinnitetty tarinoiden keskeisiin teemoihin, yleiseen sävyyn, kielikuviin, rakenteeseen, tarinoiden huippu- ja pohjakohtiin sekä tarinoissa edustettuihin henkilöhahmoihin. Aineiston tulkinnallisena työkaluna on hyödynnetty yrittäjäidentiteettiä ja analysoinnissa tarkasteltu nimenomaan yrittäjien sekä muiden tarinankertojien merkittäviä kuvauksia yrittäjäidentiteettien näkökulmasta. Yrittäjätarinoista on tehty erilliset juonelliset tiivistelmät ja muistiinpanot, joita on täydennetty eri analyysikerroilla tarinoiden yksittäisten piirteiden ja kokonaisuuden jäsentämiseksi. Analysoinnin tueksi on tehty myös tutkimiskysymysten jäsentämiä aputaulukkoja, joihin on ryhmitelty ilmaisuja, huomioita sekä teemoja kustakin tarinasta. Näin aineistoa on pyritty luokittelemaan, teemoittamaan ja tyypittelemään. Myös tarinoiden vaihtuvat kertojajäsenet on huomioitu analyysissä. Rakenne- ja sisällönanalyysia on työstetty yksittäisellä tarinatasolla, mutta tuloksia ja pohdintaa kuvataan yleisemmällä tasolla sekä aineiston laajuudesta (20 tarinaa) johtuen, että välttämään tulkintojen tarinatasoinen tunnistettavuus (Hänninen 1999, 32–35; Turtiainen & Östman 2013, osa 1).

5.3.1 Tarinoiden rakenneanalyysi

Tässä tutkimuksessa rakenneanalyysia hyödynnetään tutkimusmetodina sisällönanalyysin rinnalla, sen mahdollistaessa kertomusten yhtenäisyyksien ja erojen tarkastelun. Rakenneanalyysi selventää myös tarinoiden luonteita ja juonen jännitteitä kuvaten mitä kerrotaan, miten kerrotaan ja mitä jätetään kertomatta. (Riessman 2001, 695–701; Gergen & Gergen 1988, 20–22.) Se mahdollistaa tarinoiden käsittelemisen kulttuurisena tarinavarantona tuoden tarinatasolla esiin piirteitä, jotka myötäilevät tai haastavat mallitarinoita (Polkinghorne 1988, 160). Tarinoiden sisältöjen, juonenkäänteiden ja rakenteiden tunnistamisessa, tietoisten korostuskeinojen sekä syy-seuraussuhteiden havaitsemisessa on hyödynnetty Gergen ja Gergen (1988, 23–24) oppeja, jotka hahmottelevat juonen kulkua tarinoissa janaumaisesti sen mukaan, miten juonen vaiheet sijoittuvat tavoiteltavaan lopputulokseen nähden ja määrittelevät sen perus-

teella narratiivin perusmuodoiksi stabiilin, progressiivisen tai regressiivisen. Stabiilissa tarinamuodossa kertojan arvio kertomuksen ja tavoitteen välillä on tasainen odotusarvosta välittämättä, progressiivisen narratiivin muoto kuvaa muutosten kehittyvän ajassa myönteisesti ja regressiivisessä kertomuksessa narratiivin kehitys on laskeva. Tutkijoiden mukaan tarinat eivät ole tyypillisesti ns. muotopuhtaita, vaan eri perustyyppien yhdistelmiä. Juonen käännteissä tapahtumien keskinäisellä suhteella on merkitystä, mutta havainnot ja tulkinnan käännteiden merkityksestä tekee kertomusten tulkitsija. Juonet käännteineen rikastavat tarinoita myös merkityksenilmaisuilla siitä, mitä kerrotut tapahtumat merkitsevät kertojalleen. Tarinat toimivat peilin tavoin, kerronnallinen totuus on aina sosiaalisesti rakentunutta ja tapahtumat ohjaavat siten tarinan luonnetta. (Gergen & Gergen 1988, 17, 25–26, 33.)

Tarinoiden rakenteiden ja juonenkäännteiden hahmottamiseksi on rakenneanalyysissä hyödynnetty myös Johanssonin (2014) kuvailemia sisäisten narratiivien (narratiivi narratiivin sisällä), makronarratiivin (laajojen ajanjaksojen tapahtumat) sekä mikronarratiivien (lyhyen ajanjakson tapahtumat) käsitteitä. Ymmärtääkseen tarinan ytimen, tulee tutkijan hahmottaa miten ja miksi juonenkulku johtaa edellä kuvattuun ideaaliin sekä tarinan ajallinen jänne. (Johansson 2014.) Rakenneanalyysin työvälineinä on hyödynnetty myös Murrayn (2003, 112) länsimaisen tarinaperinteen mukaan jaoteltuja tarinarakenteita, joissa juonityypit eritellään romanssin, tragedian, komedian sekä ironian kategorioihin. Hännisen (1999, 96) kuvauksissa Murrayn tarinatyypin romanssi muotoutuu sankaritarinaksi, jossa vastakkain ovat hyvä ja paha. Sankaritarinat identiteettiprojekteina ovat siten sankaruuden osoittamista sekä minuuden ja kyvykkyyden julkista esiintuontia. Tragedia juonityyppinä mukailee edellä kuvattua sankaritarinaa, sankarin kuitenkin hävitessä pahuuden voimille. Tragedian päähenkilö kuvataan tyypillisesti viattomana ja myötätuntoa herättävänä. Juonityypeistä kolmas, komedia ilmentää tarinaa, jossa halu ja nuoruus päihittävät kuoleman sekä vanhuuden. Komediasa lähtökohtana ovat yhteiskunnan haluja tukahduttavat pyrkimykset, jolloin vastakkainasettelu kehittyy konfliktiksi. Konfliktin lopputulemana muotoutuu uusi, eheä sosiaalinen yhteisyys ja identiteetin kehittymisen välillä on kysymys yksilön piilotettujen tarpeiden sekä mahdollisuuksien hahmottamisesta. (Hänninen 1999, 95–96, 103–104.)

Komedian päähenkilöt herättävät ihmisissä sympatiaa ja heidän perusominaisuuksissaan korostuvat halut, inhimilliset heikkoudet ja tarpeet. Juonityypeistä viimeisin, ironia, kyseenalaistaa edellisten tarinoiden yksinkertaisuuden kärjistämällä, ettei mikään ole puhtaasti hyvää tai pahaa. Ironian päähenkilöitä luonnehditaan rajoja rikkovina ja älykköinä, hämmennystä herättävinä. Edellä esitetty nelikategorinen jaottelu ei ole tyhjentävä ja Hänninen (1999, 96) kannustaa kehittämään lisää juonityyppejä tarinaperinnettä rikastamaan. (Hänninen 1999, 96.) Kuten edellä on ku-

vattu, tässä tutkimuksessa pyritään rakenneanalyysin avulla vastaamaan tutkimuksen ensimmäiseen tutkimuskysymykseen ”miten yrittäjätarinat rakentuvat” kuvaten aineistossa havaittuja rakenteita, sävyjä ja tarinatyypppejä. Rakenneanalyysiä täydentävä, seuraavassa luvussa käsiteltävä sisällönanalyysi tarkastelee tarinoiden merkityksellisiä kuvauksia eli yleistä sisällönkuvaa pyrkien vastaamaan tutkimuksen toiseen tutkimuskysymykseen ”millaisia tarinoita yrittäjistä tyypillisesti kerrotaan”.

5.3.2 Tarinoiden sisällönanalyysi

Tarinoiden rakenteen (miten) rinnalla analysoidaan tarinoiden sisältöä (mitä), sillä yksilöt pyrkivät antamaan merkityksiä asioille juuri tarinoiden ja juonenkäänteiden kautta (Hänninen 2018, 195–196; Jacob ym. 2019, 431–445). Tässä tutkimuksessa sisällönanalyysi tarkastelee yrittäjätarinoiden ajallisesti jäsentyneitä kuvauksia pyrkien hahmottelemaan niiden perusteella aineiston yleistä sisällönkuvaa. Analyysissa huomioidaan, että julkisesti esillä olevat narratiivit, kuten tämän tutkimuksen aineisto, ovat sosiaalisen arvioinnin sekä muovauksen kohteena ja julkisuusvaatimuksen vaativan itsekertomusten olevan johdonmukaisia, tapahtumien liittyvän toisiinsa sekä narratiiviin itseensä. Narratiiviset rakenteet vaativat yleensä myös ”sivuosia”, jotka tarinan päähenkilöiden lisäksi vahvistavat tarinoiden sisältöä ja viestiä. (Gergen & Gergen 2008, 38.) Tässä tutkimuksessa huomioidaan myös ”tärkeiden muiden toimijoiden” kuvaukset yrittäjistä sekä yrittäjyydestä ja kuvausten korostumisen ymmärretään juontuvan tarinoiden eri toimijoista, kehyksestä sekä tarinan sisältöön vaikuttavista näkökulmista Puusa ym. (2020, 226) kuvaamalla tavalla.

Tutkimuksessa noudatetaan laadullisen sisällönanalyysin osalta Tuomen ja Sarajarven (2018, 91–94) jakoa kolmeen analyysin vaiheeseen, jotka ovat redusointi, klusterointi ja abstrahointi. Analyysi on aineistolähtöinen ja kirjalliseen tarinamuotoon saattamisen jälkeen aineiston analysointi on käynnistynyt Ronkaisen ym. (2013, 124–125) opein aineistoon tutustumisella, tarinoiden avoimella lukemisella. Seuraava alaluku kuvaa tarkemmin analysoinnin vaiheita selventäen myös tutkijan päättelypolkua.

5.3.3 Analyysin vaiheet

Kuten edellä on lyhyesti kuvattu, on tässä tutkimuksessa tarinallista aineistoa analysoitu rakenne- ja sisällönanalyysin keinoin. Rakenneanalyysiä varten tarinat luettiin useampaan kertaan ja niistä tehtiin juonelliset lyhyet tiivistelmät, joita täydennettiin lisähuomioin eri lukukerroilla. Tiivistelmät helpottivat kertomusten yhtenäisyyksien ja erojen tarkastelua sekä juonenkäänteiden ja tarinatyyppien tunnistamista, joissa hyödynnettiin Gergen ja Gergen teoriaa ideaalituloista ja juonenkäänteistä (1998), Johanssonin (2014) oppeja narratiiveista sekä Murrayn (2003) juoni- ja tarinatyypppejä

Hännisen (1996) kuvaamalla tavalla. Käytännön analyysityössä rakenne- ja sisällönanalyysit olivat osittain samanaikaista tekemistä toisiaan tukien.

Sisällönanalyysi jakautui Tuomen ja Sarajärven (2018, 91–94) suositusten mukaan kolmeen analyysin vaiheeseen, jotka ovat redusointi, klusterointi ja abstrahointi. Analysoinnin ensimmäisessä, redusoinnin eli pelkistämisen vaiheessa on pyritty hahmottamaan aineiston yleispiirteitä ja ymmärtämään millainen aineisto on, millaisia yleisiä aiheita se sisältää, miten aineisto ne esittää, ja mitä kiinnostavia huomioita aineisto tutkijan mielessä herättää. Koska tutkimuksessa hyödynnetty aineisto on edellä kuvatulla tavalla ns. valmis julkinen aineisto, se ei ole rakenteen, sisällön tai laajuuden osalta yhtenäinen. Laajuuden osalta vaihteluväli tarinoissa on reilusta yhdestä noin kolmeen sivua. Aineistoa on hyödynnetty analyysin vaiheissa tunnistetietoineen yhtenäisessä kirjallisessa muodossa, mutta tulosluvussa tarinoita käsitellään anonymisoituna ja sitaatteja on muokattu tarvekohtaisesti. Tarinat on numeroitu otsikotasoisesti satunnaisessa järjestyksessä (Taulukko 1., luku 5.1.), jotta analysointivaiheessa voidaan varmistua aineiston tasavertaisesta hyödyntämisestä.

Seuraavilla lukukerroilla, aineistoon jo paremmin perehtyneenä, on siitä pyritty etsimään koodeiksi tutkimuskysymysten kannalta merkityksellisiä käsitteitä ja ilmaisuja, joita on analyysin edetessä jalostettu jäsentelyn sekä luokittelun keinoin. (Tuomi & Sarajärvi 2018, 114–115, 122–123.) Käsitteet ja ilmaisut tukivat myös rakenneanalyysin työstämistä. Koodauksen tapoina on hyödynnetty Silvestin (2014, 39) esittämiä värittämisen, numeroimisen, laputtamisen sekä alleviivaamisen tapoja. Aineistoa on ryhmitelty ja kategorisoitu sen mukaan, mihin laajempaan yhteyteen tai teemaan aineiston pelkistetyt ilmaukset sekä huomiot liittyivät. Redusoinnin ensimmäisessä vaiheessa yrittäjäidentiteettiä kuvaavia ns. merkityksellisiä ulottuvuuksia tunnistettiin runsaasti, yli 20. Tämän jälkeen koodistoa on tarkasteltu ja teemoitettu tutkimuskysymysten avulla (”millaisia tarinoita yrittäjistä kerrotaan” eli ”mitkä ovat tarinoihin valikoituneet kertomisen arvoiset asiat”), jolloin pääklustereita muodostui neljä. Koodatut tekstiotteet oli mahdollista sijoittaa klustereiden alle (Taulukko 2.), jotka läpi aineiston ilmentävät yrittäjyysajureita eli yrittäjäksi ryhtymistä kuvaavia koodeja, yrittäjää toimijana luonnehtivia koodeja sekä arjen yrittäjyyskuvauksia esiintuovia koodeja. Myös muut toimijat korostuivat merkittävänä yrittäjien toimijuutta tukevinä tahoina aineistossa, joten heistä muodostettiin oma klusterinsa. Tärkeiden muiden toimijoiden korostuneen merkityksen ymmärretään juontuvan tarinoiden kehiksestä Hännisen (2018, 198) sekä Saaranen-Kauppinen ja Puusniekka (2009, 119–120) kuvaamalla tavalla. Kaikki pääklusterin merkittävät koodit ovat tunnistettavissa tarinoissa kertomisen kaikilla aikajäniteillä, eli menneisyyden, nykyisyyden sekä tulevaisuuden kuvauksina. Näin tarinoihin valikoituneesta kertomisen arvoisesta sisällöstä eli yleisestä sisällönkuvasta muodostettiin neljä klusteria.

Klusteri	Yrittäjyysajurit	Yrittäjäkuvaukset	Yrittäjyyskuvaukset	Tärkeät muut toimijat
Koodisto	Itsensä toteuttaminen	Taitava	Menestys	Yrittäjän tukipalvelut (kehys)
	Autonomia	Rohkea	Kova työ	Yrittäjäverkosto
	Menestys	Ahkera	Haasteet	Henkilöstö
	Yhteiskunnan palveleminen	Sinnikäs	Riskinotto	Perhe
	Perheyrittäjyys	Luova	Resilienssi	Asiakkaat
			Vuorovaikutus	Muut asiantuntijat
			Kuormittavuus	
			Kehittäminen	

Taulukko 2. Analyysin koodisto ja klusterit

Taulukon 2. kuvaamat klusterit muotoutuivat luontevasti aineistonlähtöisen sisällönanalyysin oppien mukaan, sillä kaikki tarinat esittelivät perusteluja, miten yrittäjäksi on päädytty tai mitä yrittäjyyden kautta tavoitellaan. Kaikista tarinoista oli tunnistettavissa myös yrittäjien ja muiden kertojien kuvauksia yrittäjistä toimijoina sekä arjen yrittäjyydestä. Tämä oli koodistoja lukumäärällisesti mitaten tarinoiden vahvin ulottuvuus. Kaikissa tarinoissa yrittäjyyden kuvaa rakentamassa voitiin tunnistaa merkittävässä roolissa olleen myös muita toimijoita. Sisällönanalyysin ensimmäisen analyysivaiheen perusteella aineiston merkityksellisistä kuvauksista eli kertomisen arvoisesta sisällöstä on muodostettu yrittäjätarinoiden sisällöllinen kokonaiskuva, jota myös rakenneanalyysin löydökset täydentävät. Tutkimuksen tulosluvussa 6.2. perehdytään tämän analyysivaiheen tuloksiin pyrkien vastaamaan tutkimuksen toiseen tutkimuskysymykseen ” millaisia tarinoita yrittäjistä kerrotaan”.

Ajallisen jänteen mukaan etenevässä tarinallisessa aineistossa, yrittäjien ja muiden toimijoiden merkityksellisissä kuvauksissa yrittäjistä voidaan tunnistaa useita erilaisia suhtautumisen ja etenemisen tapoja tunnistettuun ideaalitilaan sekä olosuhteisiin nähden. Tarinoiden ajallinen jänne huomioiden sekä identiteettien emergenttisyys tiedostaen, voitiin tunnistetut narratiivit jaotella selkeimmin sen mukaan, miten yrittäjät tai muut kertojaäännet yrittäjien toimijuutta kuvaavat.

Ajallinen jänne	TIE YRITTÄJYYTEEN		NYKYTILANTEEN KUVAUS		TULEVAISUUDEN NÄKYMÄT	
Narratiivi - yrittäjän toimijuus	"Virranviemät"	"Tienraivaajat"	"Arjen sankarit"	"Myytinmurtajat"	"Kotikenttien luottopakit"	"Kansainväliset tähtihyökkääjät"
Merkittävä koodisto	Tyytymättömyys, perheyrittäjyys, valmiit liiketoimintamallit Yrittäjä subjektina	Asenne, osaamisen tuoteistaminen, innovaatiot, riskinotto, resilienssi, työelämätaavoitteet Yritys subjektina	Autonomia, työhyvinvointi, asiakastyytyväisyys, yksinyrittäjyys Yrittäjä subjektina	Liiketoimintalähtöisyys, toisinajattelevuus, rohkeus, riskinotto, kasvu, yhteiskunnallinen yrittäjyys Yritys subjektina	Motivaatio, arjen tasapaino, ammattiyhteisyys Yrittäjä subjektina	Tavoitteellisuus, kansainvälisyys, kasvuhaluukkuus, verkostot, menestys Yritys subjektina
Yhteinen koodisto	Rohkeus, riskinotto, korkea työmoraali ja autonomia, muut tärkeät toimijat.					

Taulukko 3. Narratiivien kategorinen jako

Analyysin kolmannessa eli abstrahoinnin vaiheessa ja narratiivien jaottelussa, on yrittäjien kuvaukset itsestä toimijoina jäsenneily synteetinomaisesti taulukon 3. kuvaamalla tavalla kuuteen ryhmään, kaksi kullekin yrittäjätaipaleiden rakenteen mukaiselle ajan jänneelle. Ajallinen jänne jäsenneily menneisyyden eli tie yrittäjyyteen, nykyisyyden sekä tulevaisuuden kuvauksiin. Vesin (2021) kuvaa yrittäjyyttä toimeliaisuutena ja ryhtymisenä johonkin, yksilön kykynä luoda parempia käytänteitä. Lepistö (2011, 16) ja Honkasalo (2013, 58) määrittelevät toimijuuden aktiivisuutena, orientaationa ja yksilön kykynä tai haluna vaikuttaa asioihin sen sijaan, että asiat vain tapahtuisivat. Se voi olla samanaikaista, peräkkäistä, aktiivista tai passiivista sekä toteutuvan prosesseissa, muiden joukossa ja suhteisena. Yrittäjän toimijuuden voidaan nähdä ilmentävän myös yksilön "yrittäjämäistä asennetta", pystyvyyttä ja vaikutusmahdollisuuksia. (Vesala & Niska 2013, 35–36.) Tässä tutkimuksessa toimijuus käsitellään edeltäviä määritelmiä mukaillen yrittäjien asenteena, tekemisen otteina sekä suhtautumisena tavoitteisiin ja olosuhteisiin yrittäjätaipaleilla.

Muodostetut narratiivit tarinoiden alun eli tie yrittäjyyteen osalta ovat Virranviemät ja Tienraivaajat. Nykyisyyden toimijuutta kuvaavat Arjen sankarit sekä Myytinmurtajat ja tulevaisuutta ilmentävät narratiivit jakaantuvat Kotikenttien luottopakkeihin sekä Kansainvälisiin tähtihyökkääjiin. Näin narratiiveista muodostettu synteesi vastaa tämän tutkimuksen viimeiseen tutkimuskysymykseen "millaisia yrittäjäidentiteettejä tarinat rakentavat". Vain harvat yrittäjätarinoista ovat tyypiteltyjen narratiivien mukaisia "puhtaita tapauksia", mutta jäsenneily kokonaisuus muodostaa Eskolan ja Suorannan (1998, 131) peräänkuuluttaman kattavan kuvan tutkimuksen aineistosta. Kaikki aineiston tarinat oli mahdollista sijoittaa niissä tunnistetun merkittävän koodiston ja yrittäjien toimijuutta ilmentävien kuvausten mukaan narratiiveihin. Yrittäjäidentiteettiä ilmentävien toimijuuden kuvausten ajalliseen jäsentelyyn toivat tukea Häggin (2011) havainnot emergenttisen yrittäjäidentiteetin kehittymisestä

ajassa ja prosesseissa. Myös Kuusipalon (2008) löydökset yrittäjäidentiteettien jatkuvasta rekonstruoinnista tukevat edellä kuvattua narratiivista jaottelua.

5.4 Tutkijan positio ja muut eettiset kysymykset

Tässä tutkimuksessa eettistä pohdintaa on pyritty noudattamaan läpi tutkimusprosessin ja prosessin eri vaiheita on reflektoitu eettinen kokonaisharkinta huomioiden (Kinni & Puurunen 2021, 313–314; Tuomi & Sarajärvi 2018, 150–151, 184–185). Kuten aineistoluvussa on tarkemmin kuvattu, koostuu tutkimuksen aineisto avoimesti sosiaalisesta mediasta saatavista videomuotoisista ja kirjallisista yrittäjätarinoista. Verkkoaineiston osalta Turtiainen ja Östman (2013) asettavat painoarvoa aineiston laadun, lähteen sekä tarkoitusperän osalta ja tuovat esille tutkimusetiikan vaihtelevuuden verkkoaineistojen osalta oppiaineittain sekä tilanteittain. Aineiston ymmärtämiseksi, sen läpikohtaista tuntemista varten aineiston tarkoitusperää on tarkasteltu pyrkimyksenä kunnioittaa tutkittavia, kulttuuria sekä oikeuksia. Tässä tutkimuksessa eettinen harkinta on sisältänyt mm. pohdintaa, voisiko tutkittaville koitua haittaa tutkimukseen osallistumisesta, ja kuinka sensitiivisestä aiheesta (yrittäjätarinat) sekä kohderyhmästä (yrittäjät) tutkimuksessa on kyse. Aineistoa on tarkasteltu myös Sveningssonin, Lövheimin ja Bergvistin (Turtiainen & Östman 2013) sekä Laaksosen (2023) opein pohdintien sen julkisuutta, sisällön arkaluonteisuutta sekä kontekstia, todeten aineiston soveltuvan tutkimukseen, sillä aineisto tai aihe eivät ole arkaluonteisia eikä kohderyhmä haavoittuvaisessa asemassa oleva.

Kuten aineistoluvussa on kuvattu, aineiston päähenkilöt eivät ole itse tuottaneet yrittäjätarinoita, vaikka he esiintyvät niiden päähenkilöinä yrittäjätaipaleitaan kuvaten. Aineiston ollessa julkinen voidaan yrittäjien olettaa antaneen jonkinlaisen suostumuksen tarinansa julkaisuun. Yrittäjät eivät ole kuitenkaan ns. julkiseksi henkilöiksi mielletävä kohderyhmä ja tästä syystä tarinat eivät itsestään selvä tutkimuksessa hyödynnettävä materiaali. Tutkittavilla on myös oikeus tietää olevansa tutkimuksen kohteina. (Laaksosen 2023; Turtiainen & Östman 2013; Kuula 2006, 80–87.) Eettinen kokonaisharkinta ja hyvät tutkimuskäytännöt huomioiden tutkimusaineiston päähenkilöitä eli yrittäjiä on tiedotettu 21.12.2022 sähköpostitse yrittäjätarinoiden anonymisoidusta hyödyntämisestä maisterintutkielman aineistona (Liite 1.). Viestissä yrittäjiä on pyydetty vastaamaan viestiin, mikäli he eivät anna suostumustaan tarinoiden hyödyntämiseen tutkimuksen aineistona. Informointia varten yrittäjien yhteystiedot etsittiin yritysten kotisivuilta. Yhdeksän yrittäjää vastasi viestiin määräaikaan (29.12.2022) mennessä antaen suostumuksensa aineiston hyödyntämiseen ja 11 yrittäjää ei reagoanut viestiin. Tunnistettavuuden estämiseksi tietoarkiston (2022) sekä Eu-

roopan komission (EU 2018, 8) ohjeita hyödyntäen kaikki suorat ja epäsuorat tunnistet päätettiin poistaa tutkimuksessa hyödynnettävästä aineistosta kuten aineistoa esittelevässä luvussa 5.1. on tarkemmin kuvattu. Tarinat taustoitetaan tutkimuksessa vain yleisellä, karkeistetulla ja anonymisoidulla otsikkotasolla (Taulukko 1.) sekä lukumääräisesti yrittäjyyttä edistävien toimijoiden esittelyn yhteydessä luvussa 5.1.

Tutkimuksessa on pyritty huomioimaan myös Ronkaisen ym. (2013, 71–74) ohjeistus tutkimuksellisten valintojen pohjautumisesta tiedeyhteisön perusteluihin tutkijan henkilökohtaisten mieltymysten sijaan. Tutkimuksessa on hyödynnetty runsaasti tutkimuskirjallisuutta, joka on auttanut sekä subjektiivisuuden pulman hallinnassa, että ankkuroinut tutkijaa tiedeyhteisön osaksi. Ronkainen ym. (2013, 70–71) kannustaa tuomaan esille oman tutkijaposition ja sen tuet tai rajoitteet läpi tutkimusprosessin. Olen pyrkinyt Aaltion ja Pusan (2020, 181) ohjeistuksen mukaan tuomaan ilmi asemiani tutkijana ja tekemään päättelypolkuni mahdollisimman näkyväksi tuloksia analysoitaessa sekä tulkittaessa. Asemoin itselleni tutkijapositioita, tutkijan tapoja suuntautua tutkimuskohteeseen, lähestyä ja analysoida sitä, Juhilan (1999, 201–231) määritelmän mukaan. Olen kiinnostunut yrittäjyyskasvatuksesta ja työskennellyt opetustehtävissä sen parissa vuosia, siten myös verkoston toimijat tuntien. Yhteiskuntapolitiikan opinnot ovat herättäneet kiinnostukseni pohtia yrittäjyyskasvatusta yhteiskunnallisena ilmiönä tarkemmin sekä tarkastella yrittäjyyttä edistävien toimijoiden tuottamia yrittäjätarinoita ja tarinoiden tuottamaa yrittäjäkuvaa. Opinnot ovat tuoneet katsontakantaani uutta ulottuvuutta ja tarkastelen nyt yrittäjyyskasvatuksen käytänteitä sekä niihin kutoutuneita yhteiskunnallisia jännitteitä tarkemmin. Olen Potinkaran (2017, 12) haastamalla tavalla pohtinut rooliani yrittäjyyskasvatuksen kentässä ja mielestäni keskustelijan positio kuvaa positiotani parhaiten, sillä pyrin tutkimuksellani rikastamaan yrittäjyyskasvatuksen ja yrittäjäidentiteetin tutkimusperinnettä, mutta myös edistämään omaa ymmärrystäni yrittäjätarinoista yrittäjyyskasvatuksen käytänteinä. Pyrin jatkossa hyödyntämään Herkmanin (2007, 54–58) oppeja kriittisen mediakasvatuksen osalta ja haastamaan sekä itseäni, että opiskelijoita tarkastelemaan yrittäjyyskasvatuksen käytänteitä ”uusien silmin” rohkeasti myös kyseenalaistaen. Kontekstin tuttuutta pidän myönteisenä siltä osin, että tunnen yrittäjyyskasvatuksen toimijat, toimintatavat ja kielen. Jotta positio ei olisi haaste, vaan mahdollisuus, on tutkimusote ollut aineistolähtöinen ja aineisto valittu siten, että se on ollut myös tutkijalle tuore.

Pyrin tutkimuksen kautta tuomaan esille, miten laajalevikkiset julkisten yrittäjyystoimijoiden tuottamat yrittäjätarinat kuvaavat ja muovaavat kuvaa yrittäjyydestä merkittävällä tavalla. Yrittäjätarinoita ja yrittäjäidentiteettejä on tutkittu aiemminkin, mutta yrittäjyyttä edistävien julkisten toimijoiden tuottamien yrittäjätarinoiden osalta ei ole tehty ainakaan julkista tutkimusta. Pihkalan ja Ruskovaaran (2011, 48, 54) mukaan opettajien vahva rooli yrittäjyyskasvatuksen toteuttajana korostaa opettajien

osaamista ja yrittäjyysasenteita lähtökohtana yrittäjyyskasvatuksessa hyödynnettäville esimerkeille. Heidän mukaansa yrittäjyyskasvattajan osaamisen tulee olla strategialinjausten mukaisia ja ajantasaisia. Yrittäjyyskasvatuksen opetuskäytäntöjä tutkineet Heinonen ja Hytti (2011, 263–264) rohkaisevat tarkastelemaan yrittäjyyttä esittelevien valintojen monipuolisuutta ja valintojen luomaa yrittäjyyskuvaa. Tutkimus herätteli minua toimimaan Potinkaran (2017, 13) kannustamalla tavalla, luottamaan intuitioon herkemmin ja ymmärtämään yrittäjyyskasvatuksen opetustilanteet myös kyseenalaistamisen ja yhteentörmäyksen paikkoina, joissa on tilaa erilaisille tarinallisille valinnoille.

Myös Pihkalan ja Ruskovaaran (2011) huomiot terävöittivät ymmärrystäni yrittäjyyttä edistävien toimijoiden vahvasta verkottuneisuudesta ja samanmielisyydestä toimintatapojen suhteen. Mielestäni Opetushallituksen vahvistaessa rooliaan yrittäjyyskasvatuksen verkostoissa marraskuusta 2022 lähtien uuden myös yrittäjätarinoita sisältävän materiaaliportaalin myötä, sekä kahden merkittävän valtakunnallisen yrittäjyyskasvatustoimijan, (Talous ja nuoret TAT sekä Nuori yrittäjyys ry.) yhdistäessä toimintansa 1.6.2023 alkaen, korostuu entisestään tarve herätellä keskustelua, millaisin tarinallisoin esimerkein yrittäjyyskasvatusta toteutetaan sekä analysoida yrittäjätarinoiden tuottamaa yrittäjyyskuvaa (OPH 2022; TAT 2023). Koen, että vahva yrittäjyyskasvatuksen osaaminen ja yrittäjyyskentän institutionaalinen tuntemus, opintojen myötä valpastunut kriittinen ajattelu sekä haluni kehittää yrittäjyyskasvatuksen käytänteitä vahvistavat keskustelukykyäni yrittäjätarinoiden merkityksestä identiteettien rakentajina ja yrittäjyyskuvan peileinä.

6 TUTKIMUKSEN TULOKSET

Tämän tutkimuksen aineisto, 20 yrittäjätarinaa vuosilta 2020–2022, ovat tuore ja monipuolinen näyte yhteiskunnallisten sekä institutionaalisten yrittäjyyttä edistävien toimijoiden tuottamista yrittäjätarinoista. Aineiston monipuolisen ja tasavertaisen hyödyntämisen varmistamiseksi tulosluvuissa aineistoa ilmentävät karkeistetut sekä anonymisoidut lainaukset on numeroitu tarinoittain. Tarinoiden numerojärjestys ja aineiston taustoitus on kuvattu luvussa 5.1.

Tässä tutkimuksessa ollaan kiinnostuneita tarinoiden muodoista (miten) ja sisällöistä (mitä). Tutkimus on aineistolähtöinen ja rakenne- sekä sisällönanalyysiä on työstetty yksittäisellä sekä yleisellä tarinatasolla. Tarinoista on tehty juonelliset lyhyet tiivistelmät analysoinnin tueksi, jotka todentavat tarinoiden olevan pääsääntöisesti johdonmukaista ja selkeää toimituksellista aineistoa. Julkisten yrittäjyyttä edistävien toimijoiden tuottamia tarinoita analysoitaessa on huomioitu performatiivisuuden eli puhumisen kontekstin vaikutus siihen, minkälaisia tarinoita kerrotaan, mitkä ovat kertomisen tilanteet ja ketkä tarinoissa puhuvat (Salo 2008, 88). Seuraavissa alaluvuissa esitellään tutkimuksen keskeisimmät analyysien tuottamat tulokset tutkimuskysymyksittäin. Luettavuuden helpottamiseksi analyysikappaleessa 5.3.3. esitelty tärkein koodisto on kursivoitu ja tarinatasoiset anonymisoidut sitaatit on pyritty liittämään alalukuihin sopivimman kontekstin mukaan. Tulosluvun ensimmäisessä luvussa 6.1. kuvataan yrittäjätarinoiden rakenteita ja vastataan siten ensimmäiseen tutkimuskysymykseen ”miten yrittäjätarinat rakentuvat”. Seuraava alaluku 6.2. vastaa tutkimuksen toiseen tutkimuskysymykseen ”millaisia tarinoita yrittäjistä kerrotaan” kuvaten sisällönanalyysin pohjalta tarinoihin valitun merkityksellisen kerrottavan eli yleisen sisällönkuvan. Viimeinen alaluku 6.3. vastaa tutkimuksen kolmanteen ja viimeiseen tutkimuskysymykseen ”millaisia yrittäjäidentiteettejä tarinat rakentavat” ja esittelee synteetisomaisesti edeltäviin analyysihin perustuvat yrittäjien toimijuutta, ja yrittäjäidentiteetin emergenttistä kehittymistä kuvaavat identiteettityypit tarinoiden ajallisen jänteen mukaan ryhmiteltynä.

6.1 Yrittäjätarinat rakentuvat myönteisten juonenkäänteiden varaan

Yrittäjistä kertovat tarinat kuvaavat tyypillisesti yrittäjien intentioita, yrittäjätaipaleiden vaiheita sekä yrittäjän rinnalla toimivia verkostoja (Heiskala 2006). Tarinankerrontaan vaikuttaa kehys ja konteksti, jotka linjaavat kerrontaa valitusta näkökulmasta käsin (Virtanen 2020). Edellä kuvatut tunnuspiirteet toteutuvat tämän tutkimuksen aineiston osalta, joka täyttää läpi aineiston tarinamuodon vaatimukset (alku, keski-kohta, loppu) sekä tunnistettavat kertojajäät. Vaikka kaikki tarinat ovat selkeästi yrittäjätarinoita ja noudattelevat pitkälti kulttuurista kerrontaa, ei aineisto ole yhteismitallista, vaan vaihtelee tarinoittain sen mukaan, mitä yrittäjät tai tarinoita tuottaneet toimijat ovat kokeneet tärkeäksi kertoa. Läpi tarinoiden tuottajien kehys on selvästi tunnistettavissa korostaen yrittäjyyttä edistävien toimijoiden roolia yritystaipaleilla.

Rakenneanalyysin tarkastellessa tarinoiden rakennetta, merkityksellisiä juonenkäänteitä sekä ideaalituloja, voidaan tutkimuksen aineiston todeta täyttävän kaikkien 20 tarinan osalta progressiivisen narratiivin tunnusmerkit eli tarinoiden juonenkäänteet kehittyvät myönteisesti ideaalituloon nähden. Myönteinen tai vähintään neutraali kerronnan sävy on yrittäjätarinoille tyypillistä, sillä yrittäjät pyrkivät kuvaamaan itsensä ja tekemänsä ratkaisut itselleen edullisessa valossa, kuten haluavat muiden itsensä näkevän (Hytti 2003). Alla olevien sitaattien kuvaamalla tavalla voidaan kaikista tarinoista tunnistaa ns. onnellinen loppu, ja yrittäjät kuvaavat omaa tai yrityksensä tulevaisuutta vähintäänkin valoisaan.

Pekka näkee yrittäjyyden positiivisena asiana. Hän uskoo, että töitä löytyy jatkossakin ja yrittäminen lisääntyy Suomessa entisestään.” T1

”Tässä yrittäjän työssä on niin paljon kehitettävää ja kehittymistä, että kyllä mä näen, että tässä on pitkäksi pitkälle tulevaisuuteen töitä ja kasvun mahdollisuus on valtava.” T4

Myös makroanalyysin mukaan eli tarinoita kokonaisuudessaan tarkastellen, on tarinoiden sävy myönteinen ja kannustava. Tarinoissa tunnistetaan kulttuurista toisteisuutta rakenteen sekä juonenkäänteiden osalta ja tulokset ovat yhteneväisiä aiempien yrittäjätarinoita tarkastelevien tutkimusten kanssa (esim. Anderson & Warren 2011; Kantola & Kuusela 2019; Maula 2018; Ryske 2020). Kuten sitaatti alla todentaa, yrittäjien onnistumisia tuodaan esille erilaisten tunnustusten kautta ja myös yrittäjyyttä edistävät julkiset toimijat luovat erilaisia tunnustusten kategorioita, kuten vuoden yrittäjä tai nuori yrittäjä Euroopan unionin ”vihreän paperin” (2003) rohkaisemalla tavalla.

”Parin vuoden jälkeen alkoi olla selvää, että liiketoiminta oli kannattavaa ja sen voisi turvallisesti laajentaa päätoimiseksi. Yritys on ollut nyt vahvassa kasvussa ja vuonna 2020 se sijoittui kahdensadan yrityksen joukkoon Financial Timesin listauksessa tuhannesta nopeimmin kasvavasta eurooppalaisesta yrityksestä.” T10

Kun rakenneanalyysissä tarkastellaan mikronarratiiveja eli lyhyitä ajanjaksoja tai tarinoiden sisäisiä narratiiveja, kuten yrittäjätaipaleilla kohdattuja haasteita, on rakenteissa tunnistettavissa myös stabiileja ja regressiivisiä laskevia ideaalituloja. Kuten seuraavat sitaatit osoittavat, aineisto myötäilee aiempaa tutkimuskirjallisuutta (Ryske 2020) kuvatessaan haasteet myönteiseen sävyyn hyödyllisinä oppimistilanteina yrittäjille.

”Kun Roosasta tuli bloggausharrastuksen kautta yrittäjä, hän ei vielä tiennyt millaiseen painekattilaan itse joutuisi. Lopulta hän selvisi voittajana tilanteesta, jossa muuttuva maailma vei äkisti kaikki tulot.” T2

”Leena jätti vakityönsä ja aloitti erehdyksessä väärät opinnot – nyt hän valloittaa yrittäjänä maailmaa uniikeilla teksteillään” T3

Kiperien paikkojen kuvataan luoneen suuntaa myös liiketoiminnan kehittämiseksi. Haasteet on tyypillisesti selätetty yrittäjän oman toimijuuden, yrittäjämäisen asenteen ja osaamisen kautta tai tärkeiden muiden toimijoiden tukemana. Kaikki yrittäjätarinat sisälsivät eritasoisia haasteita, mutta kuten sitaatti alla tuo ilmi niiden luonnehditaan kuuluvan yrittäjyyteen ollen miltei yrittäjyyden “suola”.

”Tiedän, että epäonnistumiset kuuluvat asiaan, ja niitä pitää tulla, vaikka ne ärsyttävätkin. Eli kun ongelmia ilmenee, ne selvitetään ja sitten vain eteenpäin. Siinä on hyvä neuvo ihan jokaiselle meistä!” T15

Tarinat todentavat yrittäjien resilienssiä, vahvaa riskinsietokykyä istuen siten saumattomasti myös institutionaalisiin yrittäjyyskasvatuksen ohjeistuksiin ja kuvauksiin siitä, miten yksilöiden tulisi pärjätä yrittäjyhteiskunnan arjessa. Sisäisissä narratiiveissa kuvataan myös menestymisen saavutuksia tärkeinä välietappeina. Oletettavasti tarinoiden tuottajien kehys, tarinoiden julkisuus sekä julkaisufoorumi vaikuttavat siihen, ettei kovin pulmallisia tai umpikujaan päätyviä tarinoita ole nostettu mallitarinoiksi (kts. Tilly 1999). Kuten seuraavat sitaatit kuvaavat, tarinoiden lopetuksissa hyödynnetään paljon myönteisiä yhteenvetoja ja ne sisältävät myös erilaisia tarinan-kerronnan tehokeinoja, kuten rohkaisuja.

”Työnteko tulee ihan täysin muuttumaan, kun saa tehdä sitä, mistä tykkää; motivaatiota tulee hirmuisesti lisää!” T1

”No mä lähettäisin nuorille yrittäjille sellaisia terveisiä, että kannattaa vaan rohkeasti mennä hullumpiakin ideoita kohden.” T7

Tarinoiden rakenteita voidaan analysoida myös niiden piirteitä tunnistamalla ja juonirakenteita tarkastellen. Tässä tutkimuksessa aineistoa on tarinatyyppejen osalta luokiteltu Hännisen (1999, 96) tavoin Murrayn (1989) jaottelua hyödyntäen. Kaikki tarinat omaavat sankarillisuuden piirteitä päähenkilöiden asettaessa minuutensa julki-

seen testiin, kertoessaan tarinansa laajalle julkiselle yleisölle. Hännisen kuvaukset sankaritarinasta sopivat valtaosaan (12) tämän tutkimuksen yrittäjätarinoista rakenteen sekä moraalisten jännitteiden osalta. Myös rakenneanalyysin tulos, progressiivinen kertomustyyppejä, jossa yrittäjien tulevaisuuskin kuvataan onnistumisina, vahvistaa sankarillisuutta. Sankarillisuus ilmenee tarinoissa rohkeina eronteon kuvauksina, erilaisina myönteisinä tunnustuksina, sekä ”ryysyistä rikkauksiin” ja muina taloudellisen menestyksen kuvauksina. Myös otsikoinnit ja tärkeiden muiden toimijoiden, kuten yritysneuvojien myönteiset luonnehdinnat yrittäjistä korostavat sankarillisuuden tunnusmerkkejä eli onnistumista, rohkeutta ja erityisyyttä.

Useampi tarinoista (8) täyttää myös komedian piirteitä (Hänninen 1999; Murray 2003). Komediat eivät ole humoristisia kuvauksia yrittäjätaipaleilta, vaan niissä sankaritarinoiden tapaan selätetään haasteita, jotka vaativat päähenkilöiltä monitaituruutta ja periksiantamattomuutta, jopa tuuria. Komedian päähenkilöitä Hänninen (1996, 96) kuvaa sympaattisiksi ja tunnistaa komedioissa identiteetin rakentumisen kannalta tärkeän yksilön tarpeiden tyydyttämisen sekä mahdollisuuksiin tarttumisen. Tarinoissa tarpeiden tyydyttämistä kuvataan yrittäjien haluna mullistaa toimialoja, luoda uusia toimintatapoja, ravistella arvoja ja murtaa myyttejä itsensä, jopa taloutensa likoon laittaen esittäen siten yrittäjät innovaattoreina sekä luovina persoonina. Hännisen luonnehdinnat todentuvat hyvin seuraavassa sitaatissa, jossa yrittäjä on joutunut useiden ennakkoluulojen kohteeksi yrittäjätaipaleellaan, mutta ei anna periksi.

”Minua ei saa halpatyövoimaksi.” ... ”Pienen ja uuden sote-alan yrittäjän on vaikea päästä mukaan alan kilpailutuksiin ja[Ai]ydan täytyy taklata myös ennakkoluuloja, sillä yrittäjän nimi ei ole suomalaisen kuuloinen.” ... ”Hän törmää halpatyövoimaoletuksen lisäksi myös muihin ennakkoluuloihin. Vieraskielisellä nimellä oletus voi olla, että yritys tekee hämäräbisnestä, vaikka yrittäjä on hoitanut velvoitteet moitteettomasti.” T9

Aineiston ollessa julkinen vaikuttaa tarinoiden rakenteeseen ja valittuihin näkökulmiin konteksti, huomioiden kertojan ja yleisön (Hänninen 2018, 190). Tältä osin aineisto vahvistaa Andersonin ja Warrenin (2011), Virtasen (2020) sekä Kuusipalon (2008) huomioita, miten tarinat, jotka edustavat jotain ammattia tai ryhmää (kuten yrittäjiä), kohtaavat kulttuuristen mallitarinoiden paineita kaventavalla tai perinteisiä juonirakenteita toisintavalla tavalla. Rakenteen osalta voidaan yhteenvetomaisesti todeta tarinoiden olevan kannustavia kuvauksia yrittäjistä ja yrittäjätaipaleista. Tarinoissa tunnistetut sankarillisuuden kuvaukset ovat maltillisempia kuin Rysken (2020) sekä Kantolan ja Kuuselan (2018) löydökset startup yrittäjien tarinoiden osalta ovat. Sekin on sankarillista, että yrittäjät ovat vaatimattomia, eivätkä tuo menestystään esille.

Seuraava alaluku esittelee aineiston yleistä sisällönkuvaa vastaten tämän tutkimuksen toiseen tutkimuskysymykseen ”millaisia tarinoita yrittäjistä kerrotaan”. Sisällönkuvan tarkastelussa aineiston kontekstiin sopivien sitaattien kautta pyritään tuomaan esille myös edellä kuvattuja sankaritarinoiden ja komedian piirteitä.

6.2 Yrittäjistä kerrotaan kannustavia ja sankarillisia tarinoita

Aineiston osalta yllätti, kuinka yhtenäistä tarinankerronta eri toimijoiden välillä on, miten samanlaisia rajauksia toimijat ovat tehneet sen suhteen, mikä on kertomisen arvoista ja mitä jätetään kertomatta. Sisältö todentaa Pihkalan ja Ruskovaaran (2011, 46–48) huomioita kuinka yksimielisiä yrittäjyyttä edistävät toimijat ovat yrittäjyyskasvatuksen tavoitteista ja toimintatavoista. Kiteytettäessä aineiston anti yhteen lauseeseen vastineeksi toiselle tutkimuskysymykselle, on sisältö johdonmukainen jatke aiemmin tunnistetulle rakenteelle tarinoiden kertoessa yrittäjien taipaleista, heidän toimijuudesta sekä arjesta rohkaisevalla tavalla. Tulosluku pohjautuu kappaleessa 5.3.3. kuvattuun tarinoiden sisällönkuvaa ilmentävään merkittävään *koodistoon* ja klustereihin (Taulukko 2.).

Tarinat noudattavat pääsääntöisesti yrittäjätarinoiden tyypillistä rakennetta käynnistyen yrittäjyyden ajureilla eli yrittäjien perusteluilla ryhtyä yrittäjäksi (Heiskala 2006; Virtanen 2020). Kaikista tarinoista välittyy vahvasti myös päähenkilöt yrittäjien ”itsen kuvauksina” sekä muiden kertojajääniä luonnehdintoina. Myös tarinoiden otsikoinnit ovat persoonavetoisia tarinoita inhimillistäen. Runsaisten yrittäjäkuvauksien lisäksi tarinoissa korostuvat nykyisyyttä ilmentävät arjen kuvaukset. Aiemmista tutkimustuloksista poiketen tarinat eivät ole individualistisia sankarikuvaus (Ryske 2020; Anderson & Warren 2011), vaan muutamaa poikkeusta lukuun ottamatta läpi aineiston yrittäjätaipeiden vaiheita kuvattiin kuljetun, ei yksin yrittäjän toimesta, vaan muiden merkittävien toimijoiden rooli (verkostot, henkilöstö, perhe jne.) kanssakulkijoina korostui. Löydöksiä puoltavat edellä kuvattu tarinantuottajien vahva kehys sekä kulttuuriset perinteet ”kertomisen arvoisesta sisällöstä” ja sopivista näkökulmista.

6.2.1 Yrittäjyyden ajurit – ”Merkityksellistä työtä omin ehdoin”

Kuten edellä on kuvattu, voidaan aineistossa tunnistaa yrittäjätarinoiden perinteinen rakenne, ja tarinat alkavat tyypillisesti kuvauksilla ”menneisyydestä”. Kaikki aineiston tarinat sisältävät empirian mukaisia perusteluja yrittäjäksi ryhtymiselle, tyypillisesti haluna hyödyntää hyväksi havaittu tilaisuus ja päätöstä ryhtyä yrittäjäksi kuvattiin myös merkittävänä työ- tai ammattiuran käännekohtana (Möttönen 2019, 36–37; Keskinen & Virtanen 2001, 159–160). Perustelut, joissa yrittäjyyden kautta tavoitellaan

itsensä toteuttamista tai autonomiaa korostuvat. Vahvana työntävänä tekijänä näyttäytyy tyytymättömyys työelämään ja moni yrittäjä kuvaa yrittäjäksi ryhtymistä rohkeana irtiottona palkkatyöhön nähden. Myös Airaskorpi (2021, 7–12, 35) tunnistaa kuvaukset ahkerista ja rohkeista työelämän oravanpyörästä hyppääjistä, jotka vapaus motivaattorina valitsevat yrittäjyyden. Tarinat eivät siten rakenna kuvaa vain myönteisestä yrittäjyydestä, vaan erontekojen kautta perinteinen palkkatyö kuvataan kuormittavana ja epäkiitollisena toimintana, josta merkityksellisyys uupuu.

Työelämää luonnehtivat monet kielteiset kuvaukset, kuten työn monotonisuus, vähäinen autonomia ja kokemukset siitä, ettei työn sisältöön, laatuun tai työn tekemisen tahtiin voinut vaikuttaa haluamallaan tavalla, yllättivät. Kuten seuraavat sitaatit tuovat ilmi, yrittäjyyden kautta on saatu vapaus ja mahdollisuus tehdä itselle merkittävää työtä, vaikuttaa työn sisältöön sekä työn jälkeen. Yrittäjyys itsessäänkin näyttäytyy sankarillisena, sillä se tarjoaa mielekkyyttä ja hyvinvointia palkkatulon laskeamisen uhallakin.

”Työn suola on siinä, että kaikki työpäivät ovat erilaisia! Nykyään saan tehdä niin kuin olen tottunut omalla ammattitaidollani tekemään.” ... ”Kukaan ei tule sanomaan, mitä minun pitäisi tehdä, eikä päätöksiäni kyseenalaisteta. Saan olla oman itseni herra ja nähdä, että asiakas on tyytyväinen.” T1

”Kun oli aiemmin ollut tosiaan palkkollisena ja muiden määrällävänä ja tehnyt ehkä töitä, jotka ei antanut itselleen henkisellä tasolla niin hirveästi, vaikka palkka oli hyvä ja niin päin pois. Niin nyt pystyi alkaa tekemään sitä, mikä oikeasti on itselle tärkeää ja mielekästä.” T8

Edeltävien sitaattien todentamana eronteot palkkatyöhön ovat Kantolan ja Timolan (2022) kuvaamalla tavalla myös yrittäjiä yhdistävä tekijä sekä sankarillisuutta korostava piirre, sillä ryhtymällä yrittäjäksi on tehty rohkea siirto, eikä jääty ”norminmukaisesti” epätydyttävään palkkatyöhön. Myös seuraavat sitaatit kuvaavat yrittäjien myönteisiä kokemuksia yrittäjyydestä, sen mahdollistaessa monipuolisten unelmien tavoittelun palkkatyötä notkeammin ja tuovan arkeen joustojen kautta kokemuksia oman työn hallinnasta sekä hyvinvointia yrittäjälle sekä perheelle Tammelinin ja Mustosmäen (2017, 125) kuvaamalla tavalla.

”Tällä hetkellä tuntuu, että tää on sellaista työtä mistä mä nautin, mistä perhekin selvästi nauttii.” T4

”Yrittäjyyden ansiosta minun ei tarvitse valita mitä unelmistani tavoittelen. Tajusin, että olisi hienoa yhdistää kaksi intohimoani eli käsityöt ja urheilu. Jos olisin leipätöissä, en voisi keskittyä omiin intohimoihin täysillä. Nyt pystyn itse päättämään, minkä verran annan millekin asialle aikaa.” T16

Monenlaiset ”yrittäjyysajurit” sekä erilaisten tilanne- ja olosuhdetekijöiden merkitys todentuu tarinoissa, jossa useampikin yrittäjä kuvaa tien yrittäjyyteen käynnistyneen kiinnostuksen tai harrastuneisuuden kautta, mutta myös ”puolivahingossa”.

Yrittäjäksi ryhtyminen näyttäytyy väylänä innovoinnille, tavalle hyödyntää omaa luovuutta, sekä arvovalintana, jossa omaa tai perheen hyvinvointia priorisoidaan. Myös näissä tavoitteissa toteutuu aiemmissa tutkimuksissa kuvattu itsensä toteuttamisen ja autonomian vaade. (EK 2005; Vesala & Niska 2013, 36, 42.) Edellä kuvatuin osin aineisto myötäilee myös Keskisen ja Virtasen (2001, 159–160) kuvailemia tilannetekijöitä. Osalla yrittäjistä toimijuus on ollut passiivisempaa ja yrittäjäksi on ryhdytty, kun sopivaa palkkatyötä ei ole ollut tarjolla tai yrittäjyys on näyttäytynyt omaan elämäntilanteeseen nähden ”järkevimpanä vaihtoehtona”. Siirtymiä yrittäjyyteen ovat tukeet myös valmiiden liiketoimintamallien helppous, kuten kevytyrittäjyys, oppilaitosten yrittäjyysohjelmat tai franchising.

Tavoiteltavan *menestyksen* kuvaukset vaihtelevat aineistossa paljon ja tarinat todentavat yrittäjien tavoittelevan itseis- ja välinearvoa yrittäjyyden kautta. Osa menestyksen kuvauksista on vaatimattomampia luonnehtien yrityksen kattavan arjen kulut ja työllistävän yrittäjän, ehkä myös muutaman työntekijän. Osa tarinoista tuo vahvasti esille taloudellista menestystä ja yrittäjät kuvaavat lähteneensä tavoittelemaan heti alkumetreiltä lähtien vahvaa tulosta, ripeää työllistämistä tai kansainvälisiä kasvunäkymiä. Kuten sitaatti alla tuo ilmi, yrittäjät kokevat omaavansa vahvoja itsensä johtamisen taitoja sekä myynnillistä kyvykkyyttä yli ”perussuoritusten” ja ovat päättäneet ryhtyä yrittäjiksi, jotta voisivat nauttia itse työnsä hedelmistä.

”Jos on aikaansaava ja tuottelias, on fiksumpaa olla yrittäjänä, koska silloin tekee kaiken työn itselleen. Huomasin myös, että tykkään tehdä itse päätöksiä.” T10

Aineisto on linjassa aiempien tutkimusten kanssa (Möttönen 2019, 18; Paajanen 2001, 51–53) myös siltä osin, että yrittäjät kertovat tuntevansa intohimoa työhönsä ja kokevat omaavansa yrittäjänä palkkatyötä paremmat mahdollisuudet muuttaa kankeiksi tai epäreiluiksi kokemiaan käytänteitä tutuilla toimialoilla. Kuten sitaatit alla tuovat ilmi, vaatimattoman lähtötilanteen kuvaukset ja ”kutsumus” toimia mm. hoiva-alan käytänteitä kehittävänä yrittäjänä korostavat yrittäjien sankarillisuutta myös *yhteiskunnallisten pulmien* ratkaisijana. Tällöin yrittäjyyden ”päämiehenä” ei kuvata olevan yksin hyvä taloudellinen tulos, vaan Vesalan ja Niskan (2013, 36) sanoin yrittäjyys näyttäytyy myönteisesti yhteiskuntaa palvelevassa valossa.

”Yrittäjänä Aiyda haluaa tarjota hoitajille alan parhaita työpaikkoja. Kun hän välittää hoitajia työvuoroihin, hänen vaikutusvaltansa on pieni, mutta kotisairaanhoidossa hän voi yrittää tehdä työoloista parempia, tarjota lyhyempiä vuoroja ja maksaa parempaa palkkaa.” T9

”Pirjo halusi tarjota kiireetöntä ja ennaltaehkäisevää kotihoitoa ikäihmisille. Aluksi hän työllisti toiminimellä vain itsensä. Nyt hän harjoittaa yrittäjyyttä osakeyhtiön kautta, joka työllistää 12 ihmistä.” ... ”Löysin kutsumukseni ikäihmisten parista. Kotihoidon on oltava ennaltaehkäisevää ja virkistävää.” T12

Aineisto kuvaa myös lähipiirin vaikutuksia yrittäjyysaikomuksiin kannustavalla tavalla. Myös Nuoret ja johtajuus -tutkimustulosten (2022; Haanpää & Tuppurainen 2012, 80–81, 157) mukaan menestyneet esimerkit, lähipiiri ja perhe toimivat usein myönteisenä kimmokkeena yrittäjyyspohdinnoille. Tämä todentuu aineistossa seuraavien sitaattien tavoin, jotka kuvaavat erityisesti *perheyrittäjyyttä* myönteiseen sävyyn, ylpeytenä jatkaa suvun perintöä ja yrittäjäksi ryhtymistä perustellaan jopa verenperintönä. Useampi yrittäjästä on osallistunut myös yrittäjyyskursseille, jotka aineisto kuvaa positiivisina yrittäjyysintentiona vahvistavina kokemuksina yrittäjyyskasvatuksen linjausten rohkaisemalla tavalla.

”Mulla on ollut ilo jatkaa äidin ja tätien perustamaa yritystä, jolla on vahva arvomaailma” ... ”Ja tämä on työtä, jolla on merkitys” T5

”Vuosi Yrittäjänä –opintojakson aikana tuli ensimmäistä kertaa olo, että yrittäjyys voisi olla se mun juttu. Sain tehdä kaikkea mistä tykkäsin, ja valita jopa omat asiakkaat, Otto nauraa.” T15

Yrittäjät kertovat myös tunteneensa epäilyjä yrittäjyyden suhteen tai kohdanneensa hämmästyä yrittäjäksi ryhtyessään, jota sitaatti alla todentaa. Kuten Rae (2004, 452–500) ja Riessman (2002, 695–710) tuovat ilmi, pyrkivät tarinat tyypillisesti kuvaamaan päähenkilöt ja juonenkäänneet myönteisessä valossa. Täten myös yrittäjyyspyrkimykset ja rohkeat irtiotot esitetään onnistuneisiin lopputuloksiin tähdänneinä järkevinä päätöksinä.

”Aiyda sai kuulla olevansa hullu, kun kertoi maaliskuussa jättävänsä terveydenhoitajan työnsä elokuussa ja ryhtyvänsä yrittäjäksi.” T9

Yrittäjäksi ryhtymistä kuvaavien ajureiden osalta tulokset ovat yhtenäisiä mm. aloittavia ja kasvuhakuisia yrittäjiä tarkastelevan tutkimuksen kanssa, jossa tärkeimmät motiivit yrittäjäksi ryhtymiseen liittyvät vapauden ja itsenäistymisen pyrkimykseen sekä mahdollisuuksiin toteuttaa itseään tai unelmiaan. Valtaosa yrittäjistä pyrki myös hyödyntämään uusia liiketoimintamahdollisuuksia. Kasvuyrittäjiä tarkastelevassa tutkimuksessa viidennes yrittäjästä kuvaa yrittäjyyden ”pakkona” elannon hankkimiseksi (Pajarinen ym. 2006, 16–17), mutta tämän tutkimuksen aineisto ei sisällä vastaavia kuvauksia. Aineiston perusteella ei voida yhtyä myöskään miesvaltaisten alojen eetokseen yrittäjistä yhteiskunnan elättäjinä, mutta naisyrittäjien kuvaukset yrittäjyydestä oman osaamisen ja itsen toteuttajina ovat yhteneväisiä (Kantola & Timonen 2022). Aineiston osalta toimialajako sukupuolittain tarkasteltuna on häkellyttävä, niin saumattomasti se istuu myös tilastokeskuksen tuloksiin sukupuolittunutta toimialajakoa toisintaen (Sutela & Pärnänen 2018). Seuraava kappale tarkastelee yrittäjien sekä muiden kertojaäänien kuvauksia yrittäjistä.

6.2.2 Yrittäjäkuvaukset - ”Aktiivinen kehittäjä ja asenne kohdallaan”

Myönteiset yrittäjäkuvaukset todentuvat läpi aineiston ja ”päähenkilöinä” yrittäjien rinnalla kuvataan myös yrityksiä. Yrittäjäkuvaukset vaihtelevat sen suhteen, luonnehtivatko ne yrittäjiä ammatillista identiteettiä ilmentävin persoonakuvauksin (puuseppä) vaiko liiketoiminnan harjoittajina (rakennusalan yrittäjänä). Valtaosa yrittäjistä kertoo toimineensa aina ”yrittäjämäisesti” ja suhtautuvan intohimoisesti työhönsä. Kansikas (2007, 109) kuvailee yrittäjiä aktiivisina *monitaitureina* ja kuten seuraavat sitaatit todentavat, näin myös yrittäjät näkevät itsensä.

”Tässä työssä on oltava moniosaaja. Asiakkaalle ei oikein voi sanoa, että en ala tehdä jotain tiettyä hommaa. Ammattitaitoa tarvitsee olla monella saralla, ja samalla on osattava tehdä piilomyyntiä. Yrittäjähenkisyys on tärkeää, jos näissä töissä haluaa pärjätä.” T1

”Ja kun mä oon aina ollut kova kehittämään niinku koko ympäristöä, missä ikinä oon ollutkin töissä...” T7

Tarinat korostavat menestyksen karttuneen nimenomaan yrittäjiä luonnehtivien hyveiden, kuten ahkeruuden, rohkeuden ja sinnikkyuden, ansiosta. Aineiston mukaan myös ”tärkeiden muiden toimijoiden” järkevä hyödyntäminen on edistänyt yrittäjien ja liiketoimintojen kehitystä. Tämä voidaan tunnistaa myös tarinoita tuottavien tahojen näkemyksellisenä ja sisällöllisenä rajauksena, sillä yrittäjyyttä edistävien toimijoiden ohjauksellinen ote on tarinoissa myönteisen ”yrittäjämäinen” mahdollistaja Vesalan ja Niskan (2013, 42) kuvaamalla tavalla. Aineistossa yrittäjät näyttäytyvät ylipäätään ”hyvinä ihmisinä”, jotka tekevät yleviä valintoja yrittäjyyden kautta työllistään, panostaen kestäväan kehitykseen ja pitäen huolta työntekijöistään. Yrittäjiä luonnehditaan jopa malliyksilöiksi kuten myytinmurtaja, innovaattori tai perheyrietyksen pelastaja, joista kannattaisi ottaa opiksi. Tältä osin tarinoissa voidaan tunnistaa Tillyn (1999) luonnehtimia ”discipline storyn” ja mallitarinoiden piirteitä.

Konkreettisissa yritystoiminnan pyörittämiseen liittyvissä kuvauksissa yrittäjät esitetään aiempien tutkimusten tapaan myönteisessä sävyssä aktiivisina, määrätietoisina, vahvan työmoraalin omaavina, *rohkeina* ja *ahkerina* persoonina, jotka haluavat pitää langat omissa käsissään (Kantola & Timonen 2022, 118–126; Keskinen & Virtanen 2001, 163). Uusien liiketoimintamahdollisuuksien tunnistaminen ja niihin tarttuminen kertoo myös yrittäjien vahvasta liiketoimintaosaamisesta seuraavan sitaatin kuvaamalla tavalla.

”Keväällä 2016 Matti työskenteli omassa viestintätoimistossaan. Häntä lähestyi taiteilija, joka tarvitsi kotisivut. Kävi ilmi, että rahaa ei ollut, mutta taideteoksia varasto täynnä. Taiteilija halusi vain maalata, mutta ei tiennyt, miten saisi taidettaan myytyä.”

”Matti ja Maija tiesivät, että tilanne oli tavallinen taiteilijoiden keskuudessa; he eivät tienneet, miten myydä. Pariskunta havaitsi, että taidetta ei myöskään ollut helppo ostaa. Puuttui kunnan kauppapaikka ja siinä oli heille markkinarako.” T14

Kuten seuraavat sitaatit tuovat ilmi, todentaa aineisto nuorten (Mynttinen 2018) huolet todeksi yrittäjyyden miltei ”24/7” vaatimasta työöteestä. Vaikka yrittäjyyden varaan asetetaan odotuksia aikasuvereniteetin osalta, näyttäytyvät tarinoissa pitkät työpäivät ja jatkuva kiire miltei kunniamerkkinä ja sosiaalisen aseman statuksena Anttilan ja Oinaan (2017, 112) kuvaamalla tavalla.

”Aikataulu on haaste, mutta on pakko takoa, kun yritys on lähtenyt hyvin käyntiin.” T9

”Olen sellainen tyyppi, jolla täytyy olla koko ajan tekemistä ja teen paljon töitä.” T10

Aineisto kuvaa yrittäjät luovina, riskinsietokykyisinä ja omaan ideaansa uskovina, yrityksensä eteen taloudellisia sekä ajankäytöllisiä uhrauksia tekevinä. Yrittäjät ovat *sinnikkäitä* innovoijia, jotka kääntävät yrittäjyyslinjausten (OKM 2017) kannustamalla tavalla myös haasteet voitoksi. Näin aineisto seuraavien sitaattien lailla vahvistaa Vesalan ja Niskan (2013, 35–36) kuvauksia yrittäjistä aktiivisina toimijoina, jotka kokevat omaavansa vahvat pystyvyys- ja vaikutusmahdollisuudet.

”Menestynyt yrittäjä Roosa laajensi työtään vaikuttajana ja selvisi voittajana: ”Uskoin pitkään, että palkkatyö on ainoa oikea tapa tehdä töitä” T2

”Mulla on intohimo kehittää hyviä palveluita meidän asukkaille ja asiakkaille niin jotenkin tämä yrittäjyys on ollut hirveän luontevaa.” T5

Myös Kansikas (2007, 80) ja Pajarinen ym. (2006, 26) tuovat esille, miten menestyvät yrittäjät eivät harjoita yritystoimintaansa muita matkien, vaan he erottautuvat rakentamalla omat uniikit menestystarinansa. Kansikkaan luonnehtimaa myönteistä poikkeuksellisuutta ja *luovuutta* kuvaavat myös seuraavat sitaatit. Näitä mahdollisuuksien havaitsemisen ja innovoinnin taitoja myös yrittäjyyskasvatuksen linjaukset (OPM 2017) pyrkivät kehittämään.

”Uusyrittäjäkeskuksen yritysasiiantuntijat nimittävät sähkö- ja energia-alalla toimivaa yritystä mallioppilaaksi.” ... ”Pelkästään yrityksen imago on sen verran tyylikäs, että se erottuu alan muista toimijoista.” T13

”Matti ja Maiju rekisteröivät heti alussa yritykselleen tavaramerkin ja nimen, joka muodostui toimialaa kuvaavasta kotimaisen ja ruotsinkielisen vastineen yhdistelmästä. Nimen voi mieltää myös japanilaisena rumpuna, mikä kuvastaa sitä, että yritys rummuttaa taiteen asiaa erityisesti sosiaalisessa mediassa.” T14

Komedioiksi luonnehdittavissa tarinoissa todentuu yrittäjiin liitetty työn keskeisyys, innovaatiot, osallisuus sekä yhteisen menestyksen tavoittelu. Tarinoissa yrittäjät pyrkivät esittämään itsensä myönteisessä valossa (Salo 2008, 93) ja yrittäjiä kuvataan

mallitarinoista tutuilla menestystä luonnehtivilla adjektiiveilla. Luonnollisesti aineiston osalta kehys, yrittäjyyttä edistävät toimijat ja heidän palvelukuvauksensa, joiden keskeisiä toimijoita yrittäjät tarinoissa ovat, korostaa yrittäjien esimerkillisyyttä. Jos yksi tarinoiden tarkoitusperistä on toimia samaistumisen kohteena, voivat alla olevien sitaattien kaltaiset miltei ylistävät kuvaukset yrittäjistä ja saumattomasti sujuvasta arjesta olla yrittäjyyttä harkitsevalle jopa liikaa.

”Starttirahaa hakiessaan Markus oli asiakkaana alueellisessa Uusyrityskeskuksessa, jonka johtaja luonnehtii yrittäjää esimerkillisenä yrittäjälouhteena. – Markus on palvelualtis ja pyrkii kehittämään liiketoimintaansa kaiken aikaa. Hän on hyvä esimerkki siitä, että varsinkin palvelualan yrittäjyydessä persoona on tärkeässä roolissa.” T10

”Uusyrityskeskuksen liiketoimintakehittäjä arvioi, että yritys on osannut ilmaista hyvin tarinansa ja hoitanut brändinsä rakentamisen poikkeuksellisen linjakkaalla tavalla. – Tuhansien Instagram-tykkääjien joukko ei voi olla väärässä.” T11

6.2.3 Yrittäjyyden kuvaukset – ”Kovaa, mutta palkitsevaa työtä”

Kaikki tarinat sisältävät arjen kuvauksia kertoen sen nurjasta puolesta kuten kiireestä, väsymyksestä, yrittäjien jatkuvasta itsensä likoon laittamisesta ja tulojen epävarmuudesta. Voiton vievät kuitenkin kuvaukset yrittäjyyden palkitsevuudesta, joka ilmenee mielenkiintoisena tekemisenä, yrittäjien hyvinvointina sekä menestyksen karttumisena. Yrittäjäksi ryhtymisen perustelujen tapaan myös arjen kuvauksissa yrittäjät pyrkivät kuvaamaan siirtymät yrittäjäksi järkevänä ratkaisuna. Kuten seuraavat sitaatit todentavat, osa arjen kuvauksista on kuin sadusta.

”Yrittäminen on tuntunut hyvältä enkä ole päivääkään katunut, että lähdin tähän!” T1

”Sami ja Anne heittäytyivät yhdessä täysipäiväisiksi yrittäjiksi. Samalla parisuhde syveni.” T13

Aiemmin kuvatut menetyksen tavoittelu tai yrittäjä menestyksen ajurina todentuvat läpi aineiston arkea värittävinä myönteisinä *menestyksen* kuvauksina. tarinat tuovat menestystä ilmi tyypillisesti kasvun ja työllistävyyden, taloudellisten myyntilukujen, täysien tilauskirjojen tai vakiintuneen asiakaskunnan kuvauksin. Kuten sitaatti alla selventää, konkreettisilla esimerkeillä yrittäjät tuovat ilmi, miten menestys arjessa näkyy ja mitä ”hyvää” se on yrittäjälle tai yritykselle tuonut.

”Me aloitettiin yritystoiminta vuonna 2001, meillä oli yksi 15 paikkainen ryhmäkoti ja sieltä toiminta lähti sitten kehittymään.” ... ”Nyt meillä koko konsernissa on 160 työntekijää ja se kattaa hoitokodit, kotihoidon, kotisiivouksen ja oman keittiön. Meillä on tällä hetkellä 11 ryhmäkotia ja yksi palvelutalo.” T5

Myös tarinoiden pää- ja alaotsikot sekä erilaiset tunnustukset ilmentävät yrittäjätapaileita menestyksen kuvauksina. Seuraavien sitaattien kuvaamalla tavalla tarinat

sankarillisesti korostavat yrittäjän alhaista ikää, yhteiskunnallisesti matalaa lähtötilannetta, sisukkuutta, yrittäjän tai liikeidean oivaltavuutta liiketoiminnassa tai asiakailta saatua myönteistä palautetta.

”Yrittäjä saavutti 23-vuotiaana miljoonan euron liikevaihdon.” T15

”...Hoiva-alan yrittäjä Aiyda on neljän lapsen yksinhuoltaja ja aloittamassa lisäksi diabeteshoitajan opinnot...” T9

”Henriikka markkinoi tuotteitaan maksutta sosiaalisessa mediassa. Sisustusesineiden brändi toimii, ja verkkokauppa käy kuumana. Tuhansien Instagram-tykkääjien joukko vie yrityksen viestiä eteenpäin.” T11

Vaikka otsikoiden perusteella saattaa saada käsityksen menestyksen karttumisesta hetkessä, kertovat seuraavien lainausten kaltaiset toistuvat ”kovan työn” kuvaukset menestyksen vaatineen paljon työtä, säästöjen varassa elämistä ja vakiintuneen asiakaskunnan karttumisen tai liiketoiminnan kehittämisen vieneen useamman vuoden.

”On kuitenkin tärkeää muistaa, että isoihin lukija- ja seuraajamääriin pääseminen vie oman aikansa; kukaan ei nouse huippusuosituksi vaikuttajaksi saman tien.” T2

”Kansainvälisille markkinoille pääseminen on osoittautunut työlääksi; se vaatii yllättävän paljon aikaa, vaivaa ja kärsivällisyyttä. Ulkomaisen yrittäjän on ystävyydyttävä siellä paikallisten yrittäjien kanssa ja kuuluttava sisäpiiriin.” ... ”Menee kuitenkin yleensä vuosia, kunnes tähän pisteeseen pääsee.” T3

Edeltävät ja seuraavat lainaukset tuovat realistisuutta yrittäjyyden kuvauksiin Tenhunen-Ruotsalainen (2021) sekä Heinonen ja Hytti (2011, 263–264) peräänkuuluttamalla tavalla. Yrittäjyyden *haasteista* tarinat kertovat mallitarinoita mukaillen vain yleisellä tasolla kiireen, stressin tai taloudellisen epävarmuuden kuvauksin (Jacob ym. 2019; Shepherd 2019). Vaikka yrittäjät yleisesti kritisoivat byrokratiaa, verotusta tai ”vapaamatkustamista yhteiskunnassa” (Kantola & Timonen 2022, 115–139), ei näitä moitteita aineiston tarinoissa näy.

”Henriikka sinnitteli pitkään yksinyrittäjänä puolisonsa tuella. Illat venyivät pitkiksi.” T11

”Yrittäminen on vaatinut paljon työtä eivätkä Matti ja Maiju nostaneet ensimmäisinä vuosina itselleen palkkaa yrityksestä.” T14

Kuten seuraavat sitaatit tuovat ilmi, kuuluvat *riskinotto* ja *resilienssi* yrittäjän arkeen, mutta uhkarohkeaksi ei ole ryhtynyt kukaan. Arjen kuvaukset kertovat kasvuharppauksista ja riskeistä, mutta valtaosa yrittäjistä kertoo harjoittaneensa yritystoimintaa ensin sivutoimisena ja pyrkinensä vähentämään riskejä huolellisella suunnittelulla sekä yrittäjyysverkostoa hyödyntämällä.

”Ja ei kai yrittäjänä voisi olla, jos pelkäisi riskejä. Markus kuitenkin myöntää, että ei ehkä olisi nyt kokopäiväisenä yrittäjänä, jos ei olisi ensin saanut vahvistusta liikeidealleen sivutoimisena.” T10

”Kun Sami työskenteli aiemmin sähköinsinöörinä tehtaalla, hän alkoi tehdä vapaa-ajallaan sähkötöitä lisätienestejä saadakseen. Puskaradio kuhisi. Työkeikat lisääntyivät pikkuhiljaa, ja asiakaskunta kasvoi.” T13

Tutkimusten (EK 2005, TEM 2018) mukaan yrittäjyyden jarruna korostuvat epäilyt riskeistä, mutta tämä ei käy tarinoista ilmi. Vaikka muutamassa tarinassa kerrotaan kaiken panostetun ”yhden kortin varaan”, ovat taustatyöt silti huolella tehdyt. Myös tämä tarinoiden piirre korostaa niiden sankarillisuutta, sillä läpi yrittäjätaipaleiden yrittäjät tekevät hyvään lopputulokseen tähtääviä järkeviä valintoja, jopa oppikirjaisesti Uusyrittäjäkeskuksen perustamisoppaan (2021) teesejä noudattaen. Perustamisopas (2021) luonnehtii järkevän yrittäjän hyödyntävän monipuolisesti verkostoja ja myös Ovaska (2022) sekä Möttönen (2019) tuovat esille verkostojen ja yrittäjäekosysteemin tuen liiketoiminnan kehittämisen sekä kasvuponnistelujen tukena. PK-yrittäjien väitetään suhtautuvan nihkeästi yrittäjille tarjottuun tukeen (Vesala & Niska 2013, 41), mutta aineiston luoma kuva on päinvastainen. Tarinoissa sekä yrittäjät, mutta myös ”muut kertojaäänät” tuovat esille, miten haasteet voidaan välttää erityisesti *vuorovaikutukseen* panostamalla, henkilökunnan sekä muiden asiantuntijoiden ja verkoston tarjoamia tukitoimia hyödyntämällä. Näin aineisto yrittäjyyslinjauksia mukaillessa olevien sitaattien kuvaamalla tavalla pyrkii häivyttämään epäilyksiä yrittäjyyden riskeistä ja kuormittavuudesta (Haanpää & Tuppurainen 2012; Mynttinen 2018).

”Pirjo haki ja sai palkkatukea toisen henkilön palkkaamiseen.” ... ”Starttiraha ja palkkatuki olivat tarpeellisia, kuten myös yritysneuvojan rohkaisut. Olen saanut häneltä neuvoja, mutta myös tiukkoja kysymyksiä pohdittavaksi.” T12

”Koulumaailmassa on hienoa, että yrittäjyydestä kiinnostuneelle tukea on tarjolla. Opettajat antavat ideoita ja ympärillä on ihmisiä.” T17

Vaikka yritysten kuvataan tuovan reilusti taloudellista menestystä tai vaatimattomammin leivän pöytään, sisältävät miltei kaikki tarinat kuvauksia myös tulojen epävarmuudesta. Vain yksi tarinoista kuvaa tulokertymiä numeerisesti. Mielikuvallisesti valtaosassa tarinoista ollaan reilusti plussan puolella ja kaukana matalista ansiotasoista, joita Kantola ja Timonen (2022, 125–126; Ståhlberg 2021, 187–189) erityisesti yksinyrittäjien osalta nostavat esille.

”Vaikka Pekalla on riittänyt töitä tarpeeksi, on työtilanne saattanut välillä mietityttää. Toisinaan on joutunut jännittämään, riittääkö töitä tuleviksi kuukausiksi.” T1

”Yrittäjänä töille on monesti todella vaikeaa sanoa ei, vaikka sitä olisi jo roppakaupalla ja tarjouksia satelisi koko ajan lisää. Siitä huolimatta takaraivossa on monesti pieni pelko siitä, että entä jos työt tämän jälkeen loppuvat. Mitäs sitten teen, jos niitä ei ole ensi kuussa ollenkaan?” T2

Taloudellisen epävarmuuden ja jatkuvan kehittämisen vaateen lisäksi myös epätasaisesti jakaantuva työ *kuormittaa* yrittäjiä ja henkilöstöä. Töitä on tehtävä silloin, kun kysyntää riittää, vaikka yrittäjä olisi jaksamisensa äärirajoilla. Kuormittavuuden teemaa kuvaa hyvin seuraava sitaatti.

”Eilen oli helatorstai ja meillä oli koko porukka paikalla ja viikonloppuna on koko porukka paikalla ja illalla sekä yölläkin saattaa olla porukkaa paikalla. Että nyt se pitää takoa, kun rauta on kuumaa.” T8

Tältä osin aineisto todentaa nuorten huolen yrittäjyyteen liitetystä jatkuvan työntekemisen eetoksesta olevan oikea. Vaikka tarinat tuovat esille kiireen, luonnehditaan työn imua tarmokkuuden, omistautumisen ja uppoutumisen kuvaksin, jopa hieman ihannoivasti. Tältä osin tarinoiden yrittäjät pelaavat upporikasta ja rutiköyhää Ståhlbergia (2021, 226–234) lainaten sen suhteen, kuinka pitkään he jaksavat kiivasta tahtia. Alla olevien sitaattien kuvaamalla tavalla aineisto on linjassa aiempien tutkimusten kanssa jatkuvan uudistumisen ja *kehittämisen* vaatimusten osalta (Haanpää & Tuppurainen 2012; Mynttinen 2018).

*”Nykyisin Roosan erottaa monista muista saman aiheen vaikuttajista sekin, että hän keskittyy myös muotiin ja hyvinvointiin. Lisäksi hänellä on taustallaan matkailualan restonomin tutkinto ja muita vaikuttajalle hyödyllisiä opintoja, joka mahdollistaa aiheiden lähestymisen paitsi fiilispohjalta, myös asiantuntijan näkökulmasta.”
... ”Erikoistuin opinnoissani myyntiin ja markkinointiin. Olen lisäksi opiskellut valokuvaajaksi, ja teen tällä hetkellä maisteritutkintoa vastuullisesta matkailusta.” T2*

”Olen utelias ja se on vienyt pitkälle. Kenenkään ei ole tarvinnut sanoa minulle, että opettele tuo...” T15

Kuten tähänastisista lainauksista voidaan yhteenvetomaisesti tulkita, toisintavat yrittäjät tarinat ”kertomusta”, jota yrittäjien yhteiskunnassa oletetaan tekevän eli aktiivisia, järkeviä siirtymiä yrittäjäksi ryhtymisen prosessissa ja kantavan vastuuta yhteiskunnallisesta hyvästä mm. innovoinnin, työllistävyyden sekä kasvun osalta.

6.2.4 Tärkeät toimijat – ” Ei yksin, vaan yhdessä”

Kuten tulosluvun alussa kuvattiin, on tarinoissa sisällöllistä samankaltaisuutta ja heti ensimmäisillä lukukerroilla tuottajan kehys tulee ilmi. Tarinoiden muotoa, sisältöä ja funktioita ei voi erottaa kertomisen kontekstista (Salo 2008, 86), joten tyyppiteltäessä tarinoita sankaritarinoiksi tai komedioiksi, voidaan menestyjän tai innovaattorin viitat pukea tarinoissa esiintyvien yrittäjien lisäksi myös tarinoiden tuottajien ylle. Läpi aineiston yrittäjyystaipaleet kuvataan toimijoiden yhteispelin summana ja liiketoimintaa tukevat verkostot mainitaan 14 tarinassa. *Yrittäjyyttä edistävien toimijoiden verkoston* tarjoamat tukipalvelut kuvataan seuraavien sitaattien tavoin yrittäjyyttä tukevana ekosysteeminä (Möttönen 2019, 135-136).

”Kävin aika paljon yrittäjien tarjoamia markkinointikoulutuksia muun muassa ja sieltä pääsin hajuille siitä, että mitä pitäisi tehdä. Ja loin sitten suunnitelman ja hain siihen rahoituksen.” T4

”Kun tarvitaan apua, on se valtava valttikortti, kun on alan ammattilaiset ja ketjun valtavat resurssit taustalla. On uskomatonta, miten aina kun joku on askarruttanut, on saanut apua muutamissa minuuteissa.” T19

Harvan yrittäjän tai yrityksen menestys kuvataan yksinpuurtamisen tuloksena, joten tarinat eivät toisena yrittäjyyttä harkitsevien huolta siitä, että yrittäjän arki olisi yksinpuurtamista, päinvastoin. Erilaiset sidososapuolet ja *yrittäjäverkostot* näyttäytyvät muiden tutkimusten tapaan myönteisenä “persauksille potkimisena ja sparrauskaverina” yrittäjyyden toimijuudelle ja liiketoiminnalle, eivät yrittäjien autonomiaa vähentävänä uhkana (Vesala & Niska 2013, 41; Vesin 2021). Kuten sitaattit yllä tuovat ilmi, kuvaukset yrittäjyyttä tukevista toimijoista (kuten yritysneuvojat, opettajat, yrittäjyysjärjestö, ketju jne.) korostavat kanssakulkijoiden asiantuntevaa ja kannustavaa roolia pyrkien hälventämään huolta, että tiukoissa paikoissa yrittäjät olisivat yksin, ottaisivat varomattomasti liikaa riskejä tai eivät osaisi hyödyntää heille tarjottuja esim. maksuttomia tukitoimia. Tarinat kannustavat yrittäjiä Euroopan komission vihreän kirjan (2003) oppien mukaan erilaisin käytännönläheisin esimerkein hyödyntämään yrittäjyyskentän asiantuntijoita seuraavien sitaattien kuvaamalla tavalla.

”Terveysthuoltoala on tarkasti viranomaisten säätelemää. Yritysneuvoja alueellisesta Uusyrittäjäkeskuksesta, on ollut Pirjon kanssa yhteyksissä kymmenkunta kertaa kolmen vuoden aikana.” ... ”Hoiva-alan ammattilaiselle liiketoiminnan byrokratia ei ole peruskauraa. Minulle yritysneujana sen sijaan on.” T12

”Myös Matti ja Maiju hyödynsivät alueellisen Uusyrittäjäkeskuksen palveluita. Pariskunta sai mm. myyntiin liittyvää koulutusta ja konkreettista apua liiketoiminnan kasvattamiseen.” ... ”Yritysideaa ei kannata vatvoa omissa oloissaan. Yritystoiminta voi lähteä lentoon, kun siihen saa sparrausapua, yrittäjät sanovat.” T14

Tärkeiden toimijoiden roolitus, heidän käyttämänsä liiketaloudellinen kieli, annetut ohjeet ja tunnustukset yrittäjille vahvistavat myös tarinoiden uskottavuutta tuoden tarinoihin Tillyn (1999, 25-31) luonnehtimia “disciplinary storyn” tunnuspiirteitä. Kuten seuraava franchising -yrittäjyysprosessin vaiheita kuvaava sitaatti ilmentää, sisältävät tarinat miltei oppikirjamaisia ohjeita, miten esimerkiksi ketjuyrittäjyyttä harkitsevan tulee toimia.

”Tiina löysi ilmoituksen TE-palveluiden sivuilta, jossa kiinteistöalalla toimiva ketju etsi siivousalan yrittäjiä.” ... ”Ilmoituksen nähtyäni ja ketjuun tutustuessani se tuntui nopeasti sopivalta ratkaisulta juuri minulle.” ... ”Rekrytointiprosessi oli varsin helppo ja juttelimme ketjun kanssa pääasiassa siitä, mitä me toisiltamme haluamme. Yhteinen sävel tuntui löytyvän melkein heti ja kaikki lähti rullaamaan hyvin luonnollisesti. Aloittelevana yrittäjänä oli tietenkin paljon kysymyksiä, mutta ketju tarjosi näihin omalta osaltani vastaukset erinomaisesti.” T20

Tarinoissa hyödynnetään paljon myönteisiä kiinnostusta herättäviä elementtejä, yllätyksellisyyttä ja muistijälkeen pureutuvia tarinoiden loppuhuipeita, kuten kehoituksia (Aaltonen & Heikkilä 2003, 18–19, 27, 39). Täten seuraavien arjen yrittäjäkuvausten voidaan todeta kannustavan kokeilemaan yrittäjyyttä yrittäjyyslinjausten (OKM 2017) kannustamalla tavalla.

*”Elämässä kannattaa aina kokeilla uusia asioita, siinä ei menetä mitään, Pekka sanoo. Hän suosittelee yrittämistä kaikille vähäänkään yrittäjähenkisille ihmisille.”
... Vaikuttaa moneen paikkaan, jos ei nauti omasta työstään. Työnteko tulee ihan täysin muuttumaan, kun saa tehdä sitä, mistä tykkää; motivaatiota tulee hirmuisesti lisää!” T1*

”Kehitä liikeidea oman mielenkiinnon ympärille. Tällöin sinulla on riittävästi tietotaitoa ja voit seistä oman yritykseksi ja brändin takana. Kaikille tulee hetkiä, jolloin on epävarma filis, mutta usko omaan tekemiseen tulee takaisin, kun liikeidea on sellainen, mistä on aidosti kiinnostunut.” T16

Aineiston osalta voi mallitarinoiksi luonnehdittavien yrittäjätarinoiden perusteella tehdä myös harhaanjohtavia ja yleistäviä päätelmiä sen suhteen, että menestymisen mahdollisuudet ovat kaikille yhteneväiset, jos yrittäjäekosysteemin toimijat tukevat yrittäjiä tarinoiden tapaan. tarinat pyrkivät myös yleistämään yksittäisiä tapauksia alla oleva sitaatin lailla.

”Villen alku yrittäjänä oli aavistuksen haastava maailmantilanteesta johtuen, mutta liiketoiminta on saatu hyvin rullaamaan sinnikkyydellä, ketjun tarjoamalla tuella ja vankalla yhteistyöllä.” ... ”Liiketoiminta on haastavasta tilanteesta huolimatta erinomaisella mallilla, ja Ville on ollut yksi ketjun monista onnistujista.” T19

Myös henkilöstö, asiakkaat, perhe ja asiantuntijat ovat aineiston perusteella tärkeitä kanssakulkijoita yrittäjille. Henkilöstölle annetaan kiitosta useissa tarinoissa ja se kuvataan seuraavien sitaattien lailla jopa yrityksen tärkeimpänä kilpailuetuna. Tarinat kertovat monen yrittäjän olleen tyytymätön aiemmassa palkkatyössään, mutta he kuvaavat “omissa yrityksissään” myös työntekijöiden viihtyvän. Sankarillista tämäkin, sillä näin yrittäjät tuovat ilmi kyvykkyytensä luoda toimivia työyhteisöjä.

”Että siitä henkilöstöstä se kumpuaa mun mielestä se isoin meidän etu, ja arvo kilpailukentässä. Tuotteet on aika pitkälti jo samanlaisia kaikilla ja niissä me ei kilpailuetua pystytä saamaan, mutta organisaatio, se porukka, se tekee sen edun. Ykköstimantti on meidän henkilöstö.” T6

”Ketjun lisäksi myös vähintään iso yhtä kiitos kuuluu meidän henkilökunnallemme, jotka ovat joustavuudellaan ja tekemisellään mahdollistanut sen, että kaikki on mennyt näin erinomaisen hyvin.” T19

Arjen kuvaukset ilmentävät myös pariskunta- tai perheyrittäjyydessä osaamisen täydentävän toisiaan muodostaen eheän vastinparin liiketoiminnan vaatimuksille. Tältä osin aineisto vahvistaa Kataisen (2016; Haanpää & Tuppurainen 2012, 80–81) huomioita, miten yrittäjyys kulkee usein suvussa ja arkea helpottaa, jos yrittäjyyttä voi perheessä jakaa. Kuten sitaatit alla tuovat ilmi, kuvaavat yrittäjät läheistensä roolin

merkittäväksi läpi yrittäjätaipaleiden. Jos on olemassa myyntejä riitaisista perheyriityksistä, poikkeavat aineiston tarinat siitä täysin.

”Perheenikin suhtautuu yrittäjyyteeni hyvin positiivisesti ja he ovat ylpeitä siitä, että olen voinut ansaita elantoni sen kautta jo vuosien ajan. Nykyisin myös äitini toimii yrittäjänä ja olihan mummillanikin lapsuudessani oma hattukauppa!” T2

”Toimitusjohtajana ja sähköttöiden johtajana Sami keskittyy myyntiin ja tekniseen puoleen. Anne puolestaan huolehtii liiketoiminnan kehittämisestä, hallinnosta ja asiakaspalvelusta. – Sami on jalat maassa pitävä peruskallio, minä taas innovoin Anne sanoo.” T13

”Isä ja tytär rakentavat yhdessä maailmankuuluja kitaroita ja kumoavat myytin riitaisista perheyriityksistä: Oman perheenjäsenen jo tuntee ja häneen voi luottaa. Kun toisen tuntee, myös kommunikaatio on syvempää.” T18

Useampi tarinoiden yrittäjistä kertoo palkkatyön estäneen panostamasta asiakaisiin tai työn jälkeen itseä tyydyttävällä tavalla. Tarinat todentavat Airaskorven (2021, 160) huomiot työhyvinvoinnin kasvamisesta, kun arki ei kuormitu ristiriidoista työnantajan ja omien arvojen välillä. Seuraavien sitaattien lailla myös myönteisen asiakaspalautteen palkitsevuus korostuu yrittäjän motivaation ja liiketoiminnan kasvattajana.

”Uran isoimpia saavutuksia Pekan mielestä on vakituisen asiakaskunnan saaminen. Neljän vuoden aikana on muodostunut asiakassuhteet noin kolmeenkymmeneen perheeseen, jotka työllistävät häntä remonteilla ympäri vuoden.” T1

”Joka vuosi on tavoitteena myydä enemmän ja palvella paremmin kuin edellisenä vuonna. Markus nauttii tyytyväisyydestä myös asiakkaan kasvoilla.” T10

Tarinoissa yrittäjien ja kehyksen toimijoiden lisäksi yrittäjätaipaleita ja yrittäjiä kuvailevat myös muita luottamusta herättävät auktoriteetit sekä *asiantuntijat*, (kuten opettajat, tunnetut henkilöt, organisaatiot jne.), jotka kuvataan kannustavina ja tunnustusta tuottavina. Myös nämä korostavat Tillyn (1999) kuvauksia standarditari-noista, oppikirjamaisista tavoista toimia.

”Opettajani mukaan olin luonut aarteen ja myös alalla arvostettu suunnittelija iski silmänsä Leenan tekstiiliin.” ... ”Leena toteaa olevan paljolti arvostetun suunnittelijan ansiota, että hän on nyt siinä pisteessä missä on; hän sai yrittäjän vakuuttumaan designin potentiaalista ja oli iso apu myös yritystoiminnan käynnistämisessä.” T3

Edellisissä kappaleissa tarinoiden on kuvattu olevan hyvin yhtenäinen ”kerto-misen arvoisen” eli yleisen sisällönkuvan osalta diversiteettiä ilmentävästä tarinoiden tuottajatahosta huolimatta. Tarinat kuvaavat yrittäjät itsenäisinä toimijoina, jotka kehittävät yrittäjämäisten hyveiden avulla itseään ja liiketoimintaansa, tekevät onnistu-neita investointeja ja pärjäävät yhteiskunnassa työurastaan, toimeentulostaan ja perheistään huolehtien. Ne toisintavat myös normatiivista ihannetta aktiivisuudesta ja toimijuudesta (Lahikainen & Harni 2016, 32–35; Tammelin & Mustosmäki 2016, 128).

Tarinat kertovat myös myönteiseen sävyyn yrittäjäarjesta, jossa haasteetkin siivittävät onnistumisiin. Erilaiset sidossuhteet kuten henkilöstö, asiakkaat, perhe, yritysneuvojat tai ketju ovat merkittävässä roolissa yrittäjätaipaleiden tukena ja siten häivyttävät yrittäjyyteen yleisesti liitettyä “yksin pärjäämisen” eetosta. Vaikka yrittäjät ovat tarinoiden päähenkilöitä, on kerronnassa individualistisen yrittäjävetoisen kerronnan sijaan tunnistettavissa vahva relationistinen sävy. Tältä osin tulokset poikkeavat aiemmista tutkimuksista (Ryske 2020, Kantola & Timonen 2022; Maula 2018), joissa tarinoiden kertojina ovat toimineet korostuneemmin yrittäjät.

Kehyksen merkitys sisällön ja valittujen näkökulmien osalta korostuu Virtasen (2020, 18–19) kuvaamalla tavalla ja tarinoissa menestyksen kuvataan karttuneen ei yksin yrittäjien ansiosta, vaan yrittäjyyttä edistävien toimijoiden palvelutarjontaa hyödyntäen. Tarinat valottavat myös Hännisen (2018, 190, 193) kuvaamia kertomisen sosiaalisia ehtoja ja kehyksen vaikutusta, jotka linjaavat mitä hyväksyttävyyden nimissä on sopivaa kertoa. Näin julkisten yrittäjätarinoiden kerronta ilmentää myös Tillyn (1999, 25–31) sekä Heikkisen ja Syrjälän (2002) kuvailemaa “kertojan” moraalista ajattelua siitä, mikä on toivottavaa, millaista yrittäjämäistä otetta tai muiden toimijoiden hyödyntämistä yrittäjiltä toivotaan ja millaisena yhdessä tekeminen halutaan kuvata.

6.3 Yrittäjätarinat rakentavat moniulotteisia ja myönteisiä yrittäjäidentiteettejä

Edellisissä tuloslukuissa on rakenne- ja sisällönanalyysiä hyödyntäen haettu vastauksia tämän tutkimuksen kahteen ensimmäiseen tutkimuskysymykseen. Analyysien tulokset pohjustavat tutkimuksen keskeistä tavoitetta eli pyrkimystä kuvata millaisia yrittäjäidentiteettejä tarinat rakentavat ja millaista kuvaa tarinat yrittäjyydestä tuottavat. Tutkimuksen viimeisenä vaiheena ja viimeiseen tutkimuskysymykseen vastaamiseksi on toteutettu narratiivianalyysi, joka jäsentää edellisten lukujen tulokset synteesin lailla emergenttisiin identiteettityyppeihin huomioiden yrittäjien toimijuuden kuvaukset tarinoiden ajallisen jänteen mukaan. Kuten analyysiluvussa 5.3.3. on tarkemmin kuvattu, ilmentää toimijuus tässä tutkimuksessa yrittäjien asenteita, tekemisen otteita sekä suhtautumista tavoitteisiin ja olosuhteisiin läpi yrittäjätaipaleiden. Toimijuutta osuvina yrittäjien identiteettiulottuvuuksien jäsentäjinä kuvaa Shawn (Keskinen & Virtanen 2001, 161) seuraava sitaatti: *”Ihmiset aina moittivat olosuhteita ja ympäristöä. Minä en usko olosuhteisiin. Pystyvät ihmiset tässä maailmassa ovat niitä, jotka etsivät toiminnalleen oikeita olosuhteita, mutta elleivät löydä, tekevät ne.”*

Yrittäjäidentiteettejä kuvaava tulosluku jakaantuu kolmeen alalukuun, kolmelle eri ajan jänтелеlle sen mukaan, miten aineistossa on tunnistettu yrittäjien toimijuutta ilmentäviä emergenttisiä identiteettiulottuvuuksia. Yritystoiminnan aloitusvaihe eli

tie yrittäjyyteen (luku 6.3.1.) jakaantuu sen mukaan, miten yrittäjät kuvaavat yrittäjäksi ryhtymiseen vaikuttaneen tilanne- ja olosuhdetekijät. Lähtötilanteessa yrittäjät ovat ryhtyneet yrittäjäksi olosuhteiden myötävaikutuksesta, kuten "*Virranviemät*" ($n=7$), tai yrittäjyyden ajurina on toiminut oma halu ja aktiivisuus, kuten "*Tienraivajilla*" ($n=13$). Nykytilanteen kuvaukset alaluvussa 6.3.2 jakaantuvat persoonavetoisten ammatinharjoittajien "*Arjen sankareiden*" ($n=8$) sekä tavoitteellisten, innovatiivisten toimijoiden eli "*Myytinmurtajien*" ($n=12$) kesken. Ajanjälteistä viimeisin eli tulevaisuuden kuvaus (6.3.3.) tarkastelee tilanteeseen tyytyväisten, hivenen passiivisten "*Kotikenttien luottopakkien*" ($n=11$) sekä vahvan kasvuorientaation omaavien "*Kansainvälisten tähtihyökkääjien*" ($n=9$) kuvauksia tulevaisuuden suhteen.

Identiteettiulottuvuudet on jäsennetty analyysiluvun 5.3.3. analyysissa kullekin aikajälteelle merkittävien koodien (Taulukko 3.) ja tarinoissa tunnistetun toimijuuden mukaan. Yhteisenä koodistona kaikille narratiiveille tunnistetaan rohkeus, riskinotto, korkea työmoraali ja autonomia sekä muut tärkeät toimijat, mutta niiden merkitys vaihtelee narratiivien kesken. Aineisto oli mahdollista sijoittaa ongelmitta luotuihin narratiiveihin ja aineiston jakautuminen kuhunkin identiteettiulottuvuuteen on yksilöity seuraavissa tuloslukuissa. Kaikki yrittäjätarinat ($n=20$) on jäsennetty tunnistettujen identiteettiulottuvuuksien mukaan kullakin ajanjälteellä identiteettien emergenttisuuden kuvaamiseksi. Tässä tutkimuksessa tunnistettuja identiteettiulottuvuuksia tai identiteettien emergenttistä kehittymistä ei tarkastella yksilö- tai tarinatasolla, vaan yleisellä kaikki tarinat käsittävällä tasolla. Identiteettikuvauksia terävöittävät kontekstiin sopivat karkeistetut sekä anonymisoidut lainaukset aineistosta, jotka myös tukevat päättelyketjujen seuraamista sekä analyysin etenemistä Aaltion ja Puusan (2020, 184) oppien mukaan. Tarinatasoiset ja pseudonymisoidut lainaukset on kursivoitu luettavuuden helpottamiseksi.

6.3.1 Tie yrittäjyyteen

Identiteettiulottuvuuksista ensimmäinen, tie yrittäjyyteen, kuvaa yrittäjätaiapaletta edeltäviä tai yrittäjien yrittäjyyspohdintoja ilmentäviä itsen kuvauksia ja nimenomaan ihanneminiä, jonka yrittäjyys mahdollistaa. Kuten edellä on kuvattu, säätelevät yrittäjäksi ryhtymistä tilannetekijät, taustatekijät ja persoonallisuuspiirteet. Jokaisen yrittäjäksi ryhtyvän identiteetin rakennusaineina ovat aiempi henkilöhistoria, kokemukset ja ajatukset yrittäjyydestä, yrittäjäksi ryhtymisen lähtökohta sekä tavoitteet, jota yksilö yrittäjyydelle asettaa (Ståhlberg 2021, 117). *Virranviemiä* ($n=7$) on yrittäjyyteen ajanut enemmän "sisäinen" kuin ulkoinen pakko, mutta osa virranviemistä on nimensä mukaisesti ajautunut yrittäjäksi. Huolimatta siitä, ovatko tunnistetut ajurit olleet vetäviä tai työntäviä, yhdistää virranviemiä kokemus yrittäjäksi ryhtymisen mielekkyydestä. Kuten seuraava sitaatti ilmentää, osalle siirtymä yrittäjäksi on ollut tunnepitoisten seikkojen sijaan tarjolla olevista vaihtoehdoista järkevin. "*Työtilanteen*

muutosten seurauksesta Pekka alkoi pohtia uusia vaihtoehtoja työskentelyyn. Vaimon kannustamana hän rohkaistui kokeilemaan kevytyrittäjyyttä.” T1

Työelämän kuvauksissa yrittäjyyteen työntävät tekijät, kuten palkkatyön turhauma, jatkuva kiire sekä autonomian puute ovat tunnusomaisia valtaosalle tarinoita. Kuten seuraava otsikkotason sitaatti ilmentää, *”Antti kuunteli sydämensä ääntä ja vaihtoi alaa” T8*, on yrittäjäksi ryhtymisen kautta pyritty antamaan myös lähtöpassit muiden määräilylle, turhauttavalle silpputyölle, väsymykselle sekä ammattiylpeyttä raastaneelle työn jäljelle. Virranviemät tavoittelevat yrittäjyyden kautta parempaa omaa ja perheen hyvinvointia sekä tyydyttävää asiakaslähtöistä otetta työhön. Näitä pohdintoja kuvaa hyvin seuraava virranviemän sitaatti. *”2002 alkuvuodesta IT-kuplan puhjettua, tuli semmoinen hetki elämässä, että pystyi alkaa miettiä, että halusiko sitä oikeasti tehdä myyntityötä vielä koko loppuelämänsä. Ja päädyin siihen, että on sopiva hetki tehdä jotain mistä oikeasti itse tykkää.” T8*

Osalle virranviemistä siirtymä yrittäjäksi ei ole vaatinut suuria ponnisteluja, jota todentavat aineiston kuvaukset perheyrittäjyyden jatkamisesta tai siirtymistä urapolulla, jota valmiit liiketoimintamallit, kuten yrittäjyyskurssit, franchising tai kevytyrittäjyys ovat tukeneet. Virranviemissä yrittäjä subjektina korostuu. Matalan toimijuuden virranviemien tarpeisiin valmiit aihiot, aiemmin kuljetut ”polut” tai turva kansakulkijasta sopivat hyvin, jota myös seuraava sitaatti kuvaa. *”Tiina halusi tehdä työtä itselleen ja johtaa itse itseään, joten yrittäjyys näyttäytyi nopeasti parhaana vaihtoehtona. – Hän ei kuitenkaan omien sanojensa mukaan uskaltanut lähteä liikkeelle täysin nolliasta, joten franchising-yrittäjyys osoittautui parhaaksi ratkaisuksi hänen tilanteeseensa.” T20*

Toisin kuin virranviemät, ovat *Tienraivaajat (n=13)* ”raivanneet” yrittäjyyspolkuaan määrätietoisesti itse. Tienraivaajat ovat aktiivisia, vahvan yrittäjämäisen asenteen omaavia itsenäisiä toimijoita, jotka pyrkivät innovoimaan ja tuotteistamaan osaamistaan. He sanoittavat yrittäjyyshaluaan liiketoiminnallisina, mutta myös tunnepitoisin kuvauksin (markkinarako, innovaatio, unelma, konsepti, maailmanvalloitus) ja suhtautuvat riskinottoon myönteisesti. Valtaosa tienraivaajista on pyrkinyt tavoitteellisesti etsimään houkuttelevia liiketoimintamahdollisuuksia harrastuneisuuden tai sivutoimisen yrittäjyyden kautta. Verrattuna virranviemiin, tienraivaajissa korostuu edelläkävijyys, toisinajattelijuus ja ”raivaaminen” on ollut asenteellista ja liiketoiminnallista, jota seuraava sitaattikin todentaa: *”Matti ja Maiju lähtivät uudistamaan alaa, joka on melko vanhoillinen. He halusivat murtaa myyttiä, jonka mukaan taide on jotain, johon vain osalla ihmisistä on varaa, ja jota vain osa ihmisistä ymmärtää. Verkkokauppa tarjoaa eri hintaisia taideteoksia, häivyttää maantieteelliset rajat ja tuo tarjonnan gallerioista kotisohvalle selattavaksi.” T14* Tätä kautta tienraivaajille tunnusomainen vahva resilienssi on kehittynyt. Tienraivaajat ovat aineiston perusteella yrittäjiä, jotka ovat kokeneet yrittäjyyden luontevaksi siirroksi urallaan ja tämän aineiston perusteella myös yrittäjiä, jotka päätyvät sankarillisiin otsikoihin. Tienraivaajat istuvat Vesinin (2021) kuvauksiin kansainvälisen yrittäjyyden

toimijoista, joille yrittäjyys näyttäytyy työelämätaavoitteena ja unelmana, jota yrittäjät yritys subjektina tavoittelevat.

Tarinoissa tunnistetut yrittäjyyden ajurit ovat yhteneväisiä Tilastokeskuksen raporttien (Airaskorpi 2021, 36; Sutela & Pärnänen 2018) kanssa. Verrattuna Maulan (2018) ja Rysken (2020) huomioihin startup yrittäjien tarinoista, ilmentävät virranviemien ja tienraivaajien pyrkimykset enemmän kollektiivista yhteistä hyvää sen sijaan, että vahvistaisivat individualistista yrittäjäkuvaa.

6.3.2 Nykyisyyden kuvaus

Yrittäjien yrittäjäidentiteetit eivät ole staattisia, vaan kehittyvät emergenttisesti yrittäjätaipaleiden varrella kokemuksen karttuessa. *Arjen sankareiden (n=8) nykyisyyden kuvauksissa korostuu autonomia, työn merkitys ja työhyvinvointi. Aineiston perusteella arjen sankarit ovat turvallisuushakuisia, itsellisiä ja haluavat pitää itse kaikista liiketoiminnan langoista kiinni, joka on myös "pientä toimijuutta" vahvistava piirre. Ryhmässä korostuvat itsensätyöllistäjät ja arjen sankarit istuvat yrittäjyyskasvatuksen kuvauksiin yksilöistä, joille yrittäjyys on elämäntapa tai väylä toteuttaa itsen näköistä työelämäpolkua. Taloudellisesti vahva tulos tai kasvupaineet eivät näyttele merkittävää roolia, ja arjen sankarit pyrkivät pitämään tolkkua työn ja vapaa-ajan välillä, jota myös seuraava sitaatti kuvaa hyvin. "Roosan tavoin bloggaajat ja vaikuttajat ovat usein yrittäjiä. – Tykkään mahdollisuudestani nautiskella pitkistä aamiaisista ja käydä esimerkiksi pilates-tunnilla maanantaina keskellä päivää. Saan järjestettyä aikatauluni niin, että myös koiran kanssa olemiselle jää paljon aikaa." T2*

Aineisto todentaa arjen sankareiden kokevan perheellisen yrittäjän haasteita ajankäytön, perhevapaiden pitämisen tai jaksamisen suhteen. Arjen sankarit ovat "vaaravyökykkeellä" myös kuormituksen osalta, jota seuraava sitaatti kuvaa. "Henriikka malttoi olla äitiyslomalla vain seitsemän viikkoa. – Haluan olla edelleen itse kädet savessa. Olen yrityksessämme se, joka tekee suurimmaksi osaksi kaikki piirustukset ja suunnitelmat tuotteista." T11 Arjen sankareiden kuvaukset itsestä ovat inhimillisiä ja ammatti-identiteetti ilmenee tyypillisesti yrittäjäidentiteettiä vahvempana. Myös yrittäjä subjektina korostuu, sillä yrittäjänä toimiminen on usein arvovalinta, jonka kautta ammatillisia ambitioita pyritään toteuttamaan itselle sopivalla tavalla. Ammattiylpeys ja asiakastyytyväisyys ohjaavat arjen sankareiden toimintaa seuraavan sitaatin kuvaamalla tavalla. "Eräs vanha kirvesmies antoi minulle aikoinaan neuvon töihin liittyen. Hän sanoi: Kun teet töitä, tee ne niin, että kukaan ei tule kysymään, kuinka nopeasti työt teet. Tee ne niin, että tullaan kysymään, kuka työn on tehnyt. – Olen pyrkinyt noudattamaan tätä neuvoa." T1 Arjen sankarit sietävät riskiä ja ymmärtävät epävarmuuden kuuluvan yrittäjyyteen, mutta pyrkivät minimoimaan molempia. Ehkä arjen san-

karit lukeutuvat vuoden 2021 Yrittäjägallupin kuvaamaan kuormittuneeseen neljännekseen, ja sanovat siksikin kaikelle ylimääräiselle ei kiitos. Yritystoiminnan pienenä pitäminen voi olla myös strateginen valinta, eikä osoitus kunnianhimmittomuudesta.

Myytinmurtajien (n=12) kuvaukset itsestä ovat arjen sankareita moninaisempia, mutta kaikkia kuvauksia yhdistää rohkeus ja toisinajattelevuus. Osan toimintaa ovat ohjanneet selkeät määrätietoiset askeleet, osalla yrittäjätaipaleiden vaiheet ovat edenneet sattumanvaraisesti. Myytinmurtajat kokevat omaavansa miltei supervoimia ja pyrkivät murtamaan myyttejä itsen ja yhteiskunnan vuoksi niin ennakkoluulojen, perinteisten käytänteiden, innovaatioiden kuin asiakaslähtöisyyden saralla vahvalla liiketoiminnallisella osaamisella. Rohkeat kokeilut, riskinotto sekä kansainvälisyys ovat leimallisia myytinmurtajille. Myytinmurtajat pyrkivät välttämään turhaa riskinottoa ja liiketoiminnallinen järkevyyys, jota myös seuraava sitaatti todentaa, toteutuu läpi aineiston. "Emme lähteneet yhdeltä istumalta yrittäjiksi. Puntaroimme tarkkaan valintojamme. Yrityksen siemenet itivät kolmisen vuotta." T13 Arkinen "myyttien murtaminen" kuvataan liiketoiminnallisesti vahvana etenemisenä ja myytinmurtajat pyrkivät tuomaan ilmi monipuolista, tavoitteellisesti hankittua osaamistaan palvelupolkujen, konseptien, erilaisten tukihakemuksien sekä kansainvälisyys- ja kasvustrategioiden kuvauksina. Arjen liiketoimintaa ohjaa vahva arvopohja, usko omaan ideaan, suunnitelmallisuus sekä kunnianhimo, jota myös seuraava sitaatti ilmentää: "Kaikki säästöt panostettiin uuteen yritykseen. – Idea imaisi mukanaan ja se oli all in. Uskoimme yritysideaan täysin." T14

Myytinmurtajat eivät esitä tarinoissa kuvauksia perussuorituksista, päinvastoin. Tunnusomaista myytinmurtajille arjen sankareihin nähden on vahva kasvuorientaatio ja moni kertoo hakeneensa seuraaviin yrittäjyyden etappeihin vauhtia yrittäjyyttä tukevilta toimijoilta, jopa ulkomailta. Näin myytinmurtajat rikkovat "yksin pärjäämisen" eetosta, mutta myös maantieteellisiä rajoja "maailmanluokan" toimijoilta oppeja omaksuen. Tarinat työelämästä kertovat myös koventuneesta työtahdista, jonka puristuksessa vanhemmat kokevat paineita toteuttaa oikeanlaista vanhemmuutta (Tammelin & Mustosmäki 2017, 121). Ehkä yrittäjätkin kokevat painetta "oikeanlaisen vanhemmuuden" osalta, jota seuraava tarinan otsikkotason sitaatti kuvaa. "Satu johtaa hoivakotiketjua, mutta pyhittää aikaa myös pienille lapsille." T5

Yrittäjät tuovat tarinoissa esille liiketoiminnallisten kyvykkyyksien lisäksi hyveitään seuraavien sitaatin osoittamalla tavalla. "Leena suosittelee kaikkia tekemään ostoksensa pienyrittäjältä aina, kun se vain on mahdollista. – Tuen mielelläni paikkoja, joissa saan ystävällistä ja henkilökohtaista palvelua. Pienyrittäjät ovat olemassa nimenomaan asiakkaita varten, ja käyttämällä paikallisten yrittäjiesi palveluita tuet samalla heidän unelmaansa!" T3 Näin yrittäjät ilmentävät tarinoissa olevansa ei vain itseä hyödyttävällä, myös myös "yrittäjien yhteisellä" asialla Vesalan ja Niskan (2013, 38) sekä Häggin (2011, 80) kuvaamalla tavalla toisintaen yhteisön identiteettikuvaa ja myönteistä

mallitarinaa. *"Sami ja Anne käyttävät aurinkosähköä myös itse. – Tavoittelemme elämässämme omavaraisuutta ja päästöjen vähentämistä."* T13 Kuten edellinen ja myös seuraava sitaatti kuvaavat, murtavat tarinat oletuksia ahneista, omaa etua tavoittelevista yrittäjistä kuvaten yrittäjyyden hyödyttävän yhteiskuntaa. *"Pirjo on pyrkinyt palkkaamaan eri-ikäisiä työntekijöitä erilaisilla taustoilla ja koulutuksilla."* T12

Miltei ylivertaisilta kuulostavat myyтинmurtajat voivat olla kova pala tarinoiden kautta samaistuttavaksi. He ovat myös vuorovaikutuksellisesti vahvoja tartuttaen yrittäjyyden paloa henkilöstöön ja hyödyntäen tarvelähtöisesti verkostoja itseään sekä liiketoimintaansa kehittäen. Aineiston tulosten perusteella myyтинmurtajien narratiivi on selkein vastine yrittäjyyslinjausten tavoitteille. Myyтинmurtajat kuvaavat yrityksen subjektina, erillisenä toimijana ja miltei päähenkilönä yrittäjän rinnalla.

6.3.3 Tulevaisuuden näkemykset

Ajallisen jänteen ja yrittäjien toimijuuden mukaan jäsenneyistä identiteettiulottuvuuksista viimeisin ilmentää yrittäjäkuvauksia tulevaisuuden suhteen. Valtaosa *Kotikenttien luottopakeista (n=11)* on motivoituneita yksityyrittäjiä tai omistajayrittäjiä, joilla on tekemiseensä myönteinen vire. He ovat hakeneet yrittäjyyden kautta irtiotta stressin värittämään työelämään, saavuttaneet itselle merkityksellisiä liiketoiminnan etapeja ja kuvaavat yksityis- sekä yrittäjäelämänsä olevan tasapainossa. *"Teen puusta kalusteita pääsääntöisesti ja ajatuksella, että en käytä nauvoja enkä ruuveja, että haluan rakentaa kestäväää kaunista kalustetta. Olen havainnut sen, että jos tuote näyttää minun silmääni hyvältä, niin se näyttää aika monen muunkin silmään hyvältä."* T4 Kuten edeltävä ja myös seuraava sitaatti todentavat, kotikenttien luottopakkien kuvauksissa korostuu ammattilypeys. Mahdollisuus jatkaa samalla tavalla panostamalla itselle merkitykselliseen työhön ja hyvään kädenjälkeen, jota asiakkaatkin kiittelevät, on luottopakkeja tulevaisuuteen ohjaava orientaatio. *"Asiakkaista löytyy Suomen tähtinimiä ... ja kitarat tunnetaan kansainvälisilläkin markkinoilla. Myös tilauskirja on täynnä kolmeksi vuodeksi eteenpäin."* T18

Kotikenttien luottopakit istuvat Pajarinen ym. (2006, 26) kuvaukseen "keskivertoyrittäjästä", jotka eivät aseta suuria odotuksia liiketoiminnan kehittymiselle. He hyödyntävät vähäisesti verkostoja, pyrkivät minimoimaan riskinottoa ja yrityksen tai itsen kehittämisen vaatimukset näyttäytyvät arjen tasapainoa horjuttavina. Kotikenttien luottopakkien liiketoiminta on sitovaa, ja vahvasti yrittäjän persoonaan tai käden-taitoihin perustuvaa, jonka lisäksi "kotikentillä pysymistä" voivat vahvistaa seuraavan sitaatin kuvaama liiketoiminnan kausiluonteisuus tai kysynnän vaihtelut. *"Tämä on niin haasteellinen ala, että ei täällä kukaan rikastumaan pääse, mutta firma on, sanotaan kannattava. Moottoripyöräkausi on noin viisi kuukautta, joten ei pysty työllistämään ihmisiä ympäri vuoden."* T8

Kansainvälinen tähtihyökkääjä (n=9) on tavoitteellinen kansallisille ja kansainvälisille markkinoille tähtäävä toimija poiketen monin tavoin turvallisuushakuisesta kotikenttien luottopakista. Kansainvälinen tähtihyökkääjä hyödyntää verkostojen tukea ja kehitystarpeet ovat kokonaisvaltaisia ulottuen yrittäjään, henkilöstöön sekä yritykseen. Kansainväliset tähtihyökkääjät ovat saaneet kasvua tai kehitystä ilmentäviä tunnustuksia, joita myös seuraavat sitaatit ilmentävät. *“Uusyrittäjäkeskuksen yritysasiiantuntijat kehuvat yrityksen palvelua ammattimaiseksi ja arvioivat yrityksestä tulevan hyvän fiiliksen jopa laskua maksaessa.” ... “Kahdessa vuodessa yritys on kasvanut huomasti, ja nyt se työllistää jo kymmenen henkeä. Kun liiketoiminta kasvaa, myös yrityksen täytyy kehittyä. Kun markkinoille tulee uutta teknologiaa, olemme etunenässä testaamassa ja opettelemassa sitä.”* T13 Kansainväliset tähtihyökkääjät tuovat edeltävän sitaatin tapaan menestyksen merkkeinä ilmi yrityksen kasvua, työllistävyyttä ja taloudellista menestystä. Itseään he kuvaavat selviytyjinä ja seikkailijoina, jotka hyödyntävät luovuutta, joustavuutta ja kekseliäisyyttä liiketoiminnan kehittämisessä tuoden vahvasti ilmi myös korkean suoritusmotivaation sekä itsensä johtamisen taidot ja vuorovaikutustaidot. He istuvat kasvuhakuisen yrittäjän profiiliin (Pajarinen ym. 2006, 7, 26), jonka varaan asetetaan suuria odotuksia myös yhteiskunnan taholta.

Vesinin (2021) luonnehtimat menestyvän kansainvälisen toimijan piirteet voidaan tunnistaa kansainvälisissä tähtihyökkääjissä, jotka jatkuvasti haastavat itseään ja liiketoimintaansa. Kansainvälisten tähtihyökkääjien kuvauksissa todentuvat myös yrittäjien moraalisesti kunniallinen toiminta sekä yksilölliset hyveet, joita asiantuntijoiden kuvaukset tukevat. Kansainvälisissä tähtihyökkääjissä on startup yrittäjille tunnusomaista vahvaa toimijuutta Maulan (2018) ja Ryskeen (2020) kuvaamalla tavalla. Sekä kotikenttien luottopakien, että kansainvälisten tähtihyökkääjien tulevaisuuskuvaukset istuvat Airaskorven (2021, 108, 170) luonnehdintaan yrittäjien moninaisuudesta; osa yrittäjistä tavoittelee itselleen pienimuotoisemmin hyvää, mutta merkityksellistä yrittäjäarkea ja osa suurempaa, paljon yrittäjältä sekä yritykseltä vaativaa maailmanvalloitusta.

7 JOHTOPÄÄTÖKSET JA POHDINTA

Yhteiskunta asettaa yrittäjyyden varaan odotuksia hyvinvoinnin ja kilpailukyvyn turvaajana. Aiempi yrittäjälähtöinen yrittäjyyspolitiikka pyrki poliittisten linjausten tukena vähentämään yrittäjyyden esteitä ja tarjoamaan tukitoimia yrittäjille. Uusi yrittäjyyspolitiikka pyrkii synnyttämään yrittäjämäistä toimijuutta yhteiskuntaan laajemmin, kasvattamaan ja kannustamaan yksilöitä yrittäjiksi sekä toimimaan yrittäjämäisellä tavalla. Tavoitteita tukevat poliittiset linjaukset ja toimenpiteet, jotka pyrkivät kehittämään yrittäjyyden toimintaedellytyksiä yhteiskunnassa. Viime aikoina keskustelua herättäneen YEL-uudistuksen osalta voidaan kuitenkin todeta, etteivät linjaukset näyttäyty yrittäjien mielissä aina myönteisinä tukitoimina. Myös yrittäjyyttä valtakunnallisesti edistävä, laajan verkoston omaava yrittäjäekosysteemi sekä läpi kouluasteiden ulottuva yrittäjyyskasvatus pyrkivät vahvistamaan yrittäjyysosaamista sekä myönteistä yrittäjyysasennetta. Yrittäjyys kuvataan elinikäisen oppimisen yhtenä avaintaitona ja Opetus- ja kulttuuriministeriö (2017) linjaa tulevaisuuden työn olevan yrittäjyyspainotteinen. Yrittäjyyden vahvistuneen yhteiskunnallisen roolin myötä on alettu puhua yrittäjyysyhteiskunnasta. Koulujärjestelmän rinnalla myös kolmas sektori toimii aktiivisesti poliittisten linjausten tavoitteita edistäen ja yrittäjyyskasvatusta toteuttaen. Yrittäjyyslinjaukset rohkaisevat hyödyntämään toiminnallisia menetelmiä, ketteriä yrittäjähenkisiä kokeiluja, ja tuottamaan yrittäjistä sekä yrittäjyyden arjesta kertovia kannustavia yrittäjätarinoita yrittäjyysintentioiden vahvistamiseksi.

Tämä tutkimus pyrki tarkastelemaan millaista kuvaa julkiset yrittäjyyttä edistävät toimijat yrittäjätarinoita tuottaen luovat. Tulosten mukaan yrittäjyyttä edistävien toimijoiden tuottamat yrittäjätarinat tuottavat poliittisten linjausten mukaista rohkaisevaa, mutta kapeahkoa kuvaa yrittäjyydestä. Yrittäjätarinoiden rakenne on yhtenäinen, tarinat ovat kannustavia ja sisältävät myönteisiä yrittäjäkuvauksia, jotka esittävät yrittäjät ja yrittäjyyden miltei sankarin roolissa. Tarinoiden rakenteen lisäksi myös yleinen sisällönkuva eli kertomisen arvoiseksi valikoitunut sisältö on yhteneväinen ja perinteisiä mallitarinoita toisintava. Tarinat kertovat tyypillisesti yrittäjien yrittäjyyspyrkimyksistä ja sisältävät kuvauksia yrittäjistä, yrittäjyyden arjesta sekä tärkeistä muista toimijoista. Tarinoiden sisältö vastaa monin osin Opetusministeriön (2009) yrittäjyyskasvatuksen suuntaviivojen sekä Työ- ja elinkeinoministeriön yrittäjyyttä edistävän strategian (2018) linjauksia, joissa voidaan tunnistaa myös eurooppalaisen yrittäjyyspolitiikan suosituksia.

Tarinat tuovat tuottajakehyksen linjaamina vahvasti esille laajan yrittäjyyttä tukevan toimijoiden verkoston, rohkaisten myönteisten palvelukuvauksien kautta yrittäjyydestä kiinnostuneita ja yrittäjiä erilaisten verkostojen sekä tukitoimien pariin. Yhteistä tarinoille on myönteinen pärjäämisen vire, jossa yrittäjät kertovat haasteidenkin

vahvistaneen heitä ja liiketoimintaa. Näin tarinat pyrkivät häivyttämään yrittäjyyteen liitettyä esteitä, pelkoja sekä yksin pärjäämisen eetosta. Tarinoiden luoman kuvan perusteella yrittäjyys ei palvele vain yrittäjää itseään taloudellisen tulon, työllistymisen tai itsen toteutuksen ajurina, vaan näyttäytyy myös yhteiskuntaa palvelevana toimena mm. innovaatioiden, työllistävyiden ja kasvun kautta. Tarinat vastaavat myös nuorten yrittäjyysodotuksiin itsen toteuttamisen ja autonomian sekä yhteiskunnallista yhteistä hyvää tuottavana valintana. Tarinat eivät korosta perinteisten mallitarinoiden tapaan vain liiketaloudellista menestystä, vaan kuvattu menestys on moninaista hyvästä taloudellisesta tuloksesta ja innovoinnista itsen toteutukseen sekä hyvinvointiin ulottuen. Tarinat rohkaisevat yrittäjyyskokeiluihin ja kannustuksen sanoja antavat yrittäjät sekä yrittäjyyttä edistävät toimijat erilaisin asiantuntijapuheenvuoroin. Yrittäjyys itsessäänkin näyttäytyy tavoiteltavana menestyksen mittana ja myönteisenä erontekona epätydyttävään palkkatyöhön.

7.1 Yrittäjätarinoiden arki kuvaa mielekästä työtä ja onnistumisia

Tämän tutkimuksen keskeinen tavoite on ollut tutkia millaista yrittäjyyden kuvaa julkiset yrittäjyyttä edistävät toimijat yrittäjätarinoiden kautta tuottavat. Tutkimusintressi on relevantti, sillä yrittäjämäistä toimijuutta korostavaan, yrittäjyyteen kasvatettavaan ja kannustavaan yrittäjyyspolitiikan keskeiseen keinovalikoimaan lukeutuvat poliittisten linjausten ja toimien lisäksi läpi kouluasteiden toteutettava yrittäjyyskasvatus sekä yrittäjyyttä edistävät ympäristöt sekä verkostot. Tämän tutkimuksen aineiston tuottajat eli yrittäjyyttä edistävät valtakunnalliset toimijat ovat keskenään ja institutionaalisesti vahvasti verkottuneita ja tulosten valossa jakavat myös yhteisen käsityksen millaisin tarinallisin ratkaisuin myönteistä asennoitumista yrittäjyyteen voidaan lisätä.

Tutkimuksessa kysyttiin ensiksi: ”Miten yrittäjätarinat rakentuvat?” Tulosten mukaan yrittäjyyttä edistävien toimijoiden tuottama aineisto on rakenteeltaan hyvin samanlainen kuin Hytin (2003) ja Ryskeen (2020) tutkimuksissa. Kaikki tutkimuksessa analysoidut yrittäjätarinat täyttävät progressiivisen narratiivin tunnusmerkit eli tarinoiden juonenkäänteet kehittyvät myönteisesti ideaalitilaan, tulevaisuuteen nähden. Myös tältä osin tulokset ovat aiempien tutkimusten osalta yhteneväisiä (esim. Anderson & Warren 2011; Kantola & Kuusela 2019). Myönteinen ammattia ja ryhmää kuvaileva tarinankerronta todentaa aineistossa kulttuuristen mallitarinoiden kaventavaa painetta Kuusipalon (2008) ja Virtasen (2020) luonnehtimalla tavalla. Yrittäjyystarinoiden myönteiset juonenkäänteet istuvat saumattomasti myös kansainvälisiin ja kansallisiin yrittäjyyskasvatuksen linjauksiin, jotka kehottavat kuvaamaan yrittäjyyttä rohkaisevin esimerkein, häivyttämään yrittäjyyteen liitettyjä epäilyjä ja esittämään myös

yrittäjyyden haasteet hyödyllisinä oppimiskokemuksina (OKM 2017; OPM 2004). Läpi aineiston tarinoissa voidaan tunnistaa aiempien tutkimusten (esim. Maula 2018; Ryske 2020) tavoin sankaritarinoiden piirteitä, joissa yrittäjä tekee tarinansa kera rohkean julkisen ulostulon sekä siirtymän yrittäjäksi taloudellisen tuloksen, itsen toteuttamisen tai yhteiskunnallisen hyvän saavuttamiseksi. Aineistossa todentuu myös Hännisen kuvailema (1998) kehityksen vaikutus tarinankerrontaan mm. ”yrittäjyyttä edistävien toimijoiden” korostuneena roolina sekä menestyksen kuvauksina. Yrittäjien itsensä sanoittamat menestyksen kuvaukset ovat vaatimattomampia ja yrittäjät korostavat tuloksen karttuneen kovalla työllä, joka sekin on sankarillista. tarinat omaavat perinteisten mallitarinoiden tapaan myös Rysken (2020) tunnistamia komedian piirteitä, sillä tarinoissa yrittäjät eivät esiinny norminmukaisessa roolissa, vaan ottavat halukkaasti vastaan innovatiivisen, toisinajattelevan, jopa myyttejä murtavan roolin. Yrittäjien roolia yhteiskunnallista hyvää tekevinä ”muutosagenteina” korostavat myös ”tärkeiden muiden toimijoiden” myönteiset kuvaukset.

Toinen tutkimuskysymys pyrki saamaan vastauksen kysymykseen: ”Millaisia tarinoita yrittäjistä kerrotaan?” Myös kertomisen arvoisen sisällön eli tarinoiden yleisen sisällönkuvan osalta tarinat ovat yhteneväisiä ja noudattelevat Heiskalan (2006) ja Virtasen (2020) luonnehtimaa yrittäjätarinoiden perinteistä rakennetta kuvaten yrittäjien yrittäjyyspyrkimyksiä, yrittäjä persoonina sekä yrittäjyyden arkea yrittäjyyskasvatuksen tavoitteita tukevalla tavalla. Läpi aineiston yrittäjänä toimiminen kuvataan houkuttelevana uravaihtoehtona sen vaatimiin ponnistuksiin nähden. Moni yrittäjä on ryhtynyt yrittäjäksi tavoitellen itsen toteutusta, autonomiaa, hyvinvointia tai työelämästä ei ole löytynyt sopivaa positiota itselle, jolloin siirtymä yrittäjäksi on ollut tarjolla olevista vaihtoehdoista järkevin. Yrittäjyyspyrkimyksiä taustoittavat kielteiset työelämäkuvaukset kyllästymisestä, kiireestä, uupumuksesta sekä huonosta johtajuudesta yllättivät runsaudellaan ja useampi yrittäjä kertoo yrittäjyyden tarjonnan vastineen tehdä työtä omaa arvomaailmaa vastaavalla tavalla. Yrittäjyyden kuvataan miltei pelastavan yksilöt epätyytyttävän työelämän turhaumalta ja tuovan arkeen merkityksen Airaskorven (2021) tutkimustuloksia toisintaen. Myönteiset arjen kuvaukset korostavat yrittäjyyden erontekoa palkkatyöhön Hytin (2003) tutkimuslöydösten tavoin. Myös perheyrittäjyys ja valmiit liiketoiminnan aihiot kuvataan myönteisinä yrittäjyysajureina yrittäjyyskasvatuksen ja yrittäjyyspolitiikan tavoitteita mukaillen.

Yrittäjyysarjen kuvaukset ovat pääosin myönteisiä ja arjen nurja puoli loistaa poissaolollaan. Yrittäjyys näyttyy vähintäänkin tyydyttävänä, tyypillisesti kiiteltynä valintana ja saavutetun menestyksen kuvataan karttuneen kovalla työllä. Haasteet näyttävät yrittäjää ja liiketoimintaa kehittävinä kiperinä opinpaikkoina ja yrittäjäkuvaukset Lahikaisen ja Harnin (2016) sekä Vesalan ja Niskan (2013) tutkimuslöydösten mukaisina poikkeuksellisuutta korostavina, miltei häkellyttävinä hyveiden

listoina. Verrattuna aiempaan yrittäjätarinoiden tutkimukseen (esim. Ryske 2020; Anderson & Warren 2011) korostuu aineistossa individualististen kuvausten sijaan ns. merkittävien muiden toimijoiden vahva rooli yrittäjätaipeleiden kanssakulkijoina, joka selittyy tarinoiden tuottajatahon kehyksellä. Vaikka yrittäjät ”oman onnensa seppinä” luovat menestyksensä itse ja kantavat yritystoiminnasta vastuun, voidaan tämän tutkimuksen valossa kuvata menestyksen riippuvan osittain myös erilaisista sidosuhteista sekä vuorovaikutuksesta yrittäjyyttä edistävien toimijoiden kanssa. Näin yrittäjyyden relationistinen näkökulma tulee aineistossa ilmi myönteisessä valossa, ja tukitoimet eivät näyttäydy uhkana yrittäjien autonomialle, vaan päinvastoin, hyödyllisenä tukena yrittäjien toimijuudelle Ovaskan (2022) kuvaamalla tavalla. Muiden toimijoiden tuki pyrkii vahvistamaan myönteisiä yrittäjyysintentioneja ja hälventämään myös Opetusministeriön (2009) kartoittamia yrittäjyyteen liitettyjä kielteisiä uskomuksia, riskejä sekä osaamisvajetta yrittäjyyslinjausten mukaisesti. Huomioiden tarinoiden journalistinen luonne, tarinankerrontaa tukevat asiantuntijapuheenvuorot sekä kehys, on vaarana, että tarinoita pidetään Tillyn (1999) sekä Mäkelän ja Karttusen (2020) kuvailemina edustuksellisina ”mallitarinoina” ja tehdään vääristyneitä yleistyksiä sen suhteen, että tukitoimien hyödyntäminen takaa kaikille yrittäjille vastaavan menestyksen tai yrittäjyyden arki olisi ”tosielämässä” niin seesteistä, kuin tarinat sen kuvaavat.

Viimeiseen tutkimuskysymykseen: ”Millaisia yrittäjäidentiteettejä yrittäjätarinat rakentavat?” vastaamiseksi muodostettiin aiempiin analyysiin pohjautuva synteesi, joka kuvaa yrittäjätarinoiden rakentamia yrittäjäidentiteettejä. Yrittäjäidentiteettejä jäsennettiin identiteettiä ilmentävien toimijuuden kuvausten (asenteet, tekemisen otteet, pystyvyys ja vaikutusmahdollisuudet) sekä tarinallisen ajanteen jänteen (menneisyys, nykyisyys, tulevaisuus) mukaan. Näin synteesi mahdollisti jatkuvan emergenttisesti kehittyvän yrittäjäidentiteetin tunnistamisen sekä moniääniset identiteetti-positiot Häggin (2011) kehittämää jäsennyttä hyödyntäen. Yrittäjyystaipaleen ensimmäinen jänne eli Tie yrittäjyyteen jakaantuu ”Virranviemien” (7) ja ”Tienraivaajien” (13) kesken. Virranviemillä yrittäjäksi ryhtyminen on ollut omaehtoista, mutta vaatinut vain matalaa toimijuutta ollen siten ajalehtimistä, olemassa olevista vaihtoehdoista järkevinkin tai helpohko väylä pois epätyytyttävästä palkkatyöstä. Myös perheyrittäjyys tai valmiit liiketoimintamallit ovat rohkaisseet yrittäjäksi ryhtymiseen. Tienraivaajien otteet ovat olleet päinvastaisia ja he ovat ”raivanneet tavoitteellisesti tiensä yrittäjiksi” sekä määrätietoisesti hyödyntäneet tarvittavia resursseja. Yrittäjyyspyrkimykset ovat vaatineet henkisiä, sosiaalisia sekä taloudellisia uhrauksia. Tienraivaajat kokevat omaavansa vahvaa toimijuutta, pystyvyyttä sekä laajat vaikutusmahdollisuudet. Sekä virranviemät-, että tienraivaajat kuvaavat yrittäjäksi ryhtymistä siirtona, johon he ovat tyytyväisiä tehden siten erontekoa aikaisempiin epätyytyttäviin työmarkkina-asemiin. Nykyisyyttä ja moninaisia yrittäjyysajureita ilmentävät identiteettikuvaukset

istuvat hyvin yrittäjyyskasvatuksen linjauksiin (esim. OKM 2017) ja todentavat myös Raen (2004) sekä Vesalan (1996) kuvaukset houkuttelevista identiteetti-positioista tilanteissa, joissa menneisyys ei vastaa odotuksia esimerkiksi työn tai itsen harmonian osalta.

Nykyisyyden kuvaukset jäsentyivät ”Arjen sankareiden” (12) ja ”Myytinmurta-
jien” (8) kesken. Arjen sankareille yrittäjyys näyttäytyy myönteistä orientaatiota ilmentävänä elämäntapana, jossa korostuvat itsen toteuttaminen ja autonomia. Arjen sankarit panostavat ylläpitävään liiketoimintaan, työhyvinvointiin, hyvään työn jälkeeseen ja pyrkivät välttämään riskiä. Arjen sankareita voi luonnehtia Pajarisen ym. (2006) sanoin ”keskivertoyrittäjiksi”, joilla menestys näyttäytyy mahdollisuutena tehdä merkityksellistä työtä, elättää itsensä, ehkä työllistää. Myytinmurtajilla otteet ovat toiset, koettu toimijuus suurta ja he toimivat ketterien muutosagenttien lailla poiketen perinteisistä toimintatavoista niin itselle, liiketoiminnalle kuin yhteiskunnalle hyvää tavoitellen, vahvasti verkostoituen. Riskinotto, kasvupyrkimykset, innovatiivisuus ja halu mullistaa toimintatapoja korostuvat myytinmurtajissa. Myytinmurtajia innoittavat kasvu- tai kehityssuunnitelmia jäsentävät etapit. Myös nykyisyyden kuvaukset istuvat poliittisiin yrittäjyyslinjauksiin sekä Pyykkösen (2021) luonnehdintaan aktiivisesta yrittäjäkansalaisesta korostaen aktiivisuutta, työn keskeisyyttä ja osaamisen ylläpitoa. Verrattuna aiempaan yrittäjäidentiteettitutkimukseen (esim. Ryske 2020), puuttuvat nykyisyyden kuvauksista menestystä tai epäonnea ilmentävät ääripäät. Tarinoiden rakentamat identiteetit ovat arkisempia, elämänmakuisia ja tarjoavat monelle tarttumapintaa. Nykyisyyden yrittäjäidentiteetit istuvat yrittäjyyskasvatuksen tavoitteisiin sekä Räsänen ja Truxin (2012) kuvaamiin yhteisön hyväksymiin identiteettityöstöjen kuvauksiin, sillä tarinoiden yrittäjät tekevät liiketoiminnallisesti järkeviä siirtoja yrittäjätaipaleillaan.

Tarinajänteen viimeisin eli tulevaisuuden kuvaukset jäsentävät yrittäjäidentiteetit ”Kotikenttien luottopakin” (11) ja ”Kansainvälisen tähtihyökkääjän” (9) välille. Kotikenttien luottopakki on maltillinen kehittäjä, joka yritystoiminnan kasvupyrkimysten sijaan panostaa yrittäjyyden arkeen, riittävään vapauskertoimeen ja pyrkii välttämään arjen tasapainoa horjuttavaa riskiä. Kotikenttien luottopakin identiteetti poikkeaa arkisuudellaan aiemmista tutkimustuloksista (esim. Kuusipalo 2008; Ryske 2020) tuoden ilmi, ettei kasvu- tai kehityspyrkimyksille ole aina tarvetta, yrittäjän hyvä arki voi olla riittävä sellaisenaan. Toinen tulevaisuutta jäsentävistä identiteeteistä, Kansainvälinen tähtihyökkääjä, on vahvasti verkostoitunut ja soveltava, kehitysmuonteinen sekä riskiä sietävä. Liiketoiminnallisen etenemisen askeleet ovat määrätietoisten ja huolellisten suunnitelmien tulosta. Reilut kasvuodotukset tähtäävät kotimaisten markkinoiden lisäksi myös kansainvälisille areenoille ja yrittäjäekosysteemin toimijat tukevat kasvupyrkimyksiä. Kansainvälinen tähtihyökkääjä näyttäytyy esimerkiksi esimerkillisenä vastineena yrittäjäkansalaisen kuvauksille, poliittisille yrittäjyyslinjauksille sekä

yrittäjyyskasvatuksen tavoitteille, sillä yrittäjän resilienssi, pystyvyys, orientaatio sekä motivaatio ovat suurta (Lahikainen & Harni 2016). Se on myös yhteneväinen aiempien tutkimustulosten kanssa (esim. Maula 2018; Vesin 2021) korostaen yrittäjän aktiivista roolia toimeenpanijana, työllistäjänä ja tuloksen tekijänä.

Yhteenvetomaisesti voidaan todeta, että tulosten mukaan aineiston yrittäjätarinat rakentavat Kantolan ja Kuuselan (2019) sekä Rysken (2020) yrittäjäidentiteettejä tarkasteleviin tutkimuksiin nähden arkisempia ja inhimillisempiä identiteettikuvauksia, jotka kehittyvät ajassa. Tältä osin tulokset poikkeavat oletuksista, että yrittäjistä kerrotaan vain surkeita jatkuvan kiireen uuvuttamia tai nopeaa rikastumista ”hypettäviä” startup-kuvauksia. Näitä ääripäitä ei aineistosta edes löydy, vaan ”keskivertoyrittäjän” identiteetti ilmentää hyvää yrittäjän arkea. Aineisto todentaa yrittäjyyden palvelevan muitakin ”päämiehiä” kuin yrittäjää itseään murtaen siten myyttiä ahneista oman edun tavoittelijoista. Tulos toisintaa Hytin (2003) ja Häggin (2011) ajatuksia yrittäjyyden yhdistymisestä identiteettiin monitahoisesti, joten yrittäjiä ei tulisi kuvata homogeenisenä ryhmänä. Jäsennetyt identiteetit kuvaavat yrittäjyyspyrkimysten olevan moninaisia ja yrittäjyyden toteuttamisen tarpeita, tai tarpeita toteuttavia yrittäjiä, ei tämän aineiston valossa ole tarvetta ”puristaa” yhteen kapeaan muottiin.

Tämän tutkimuksen aineisto, julkiset yrittäjätarinat eivät ole mitä tahansa arjessa kerrottuja tarinoita, vaan valtakunnallisesti merkittävien yrittäjyyttä edistävien toimijoiden tuottamia yrittäjätarinoita. Toimijat ovat oman kehyksensä linjaamina valinneet tarinoihin tässä tutkimuksessa tarkastellut rakenteet, yleisen sisällönkuvan, esimerkit sekä näkökulmat. Julkisia yrittäjätarinoita tarkasteleva tutkimus tarjoilee samalla kurkistuksen yrittäjyyttä edistävien toimijoiden arkeen ja esittelee siten yrittäjien edustaman ammattiryhmän sekä yhteiskunnassa tässä ajassa vallitsevia arvoja, normeja ja käytänteitä. Tämän tutkimuksen voi todeta lunastavan tavoitteensa ja esittävän aineiston perusteella millainen on yrittäjyyttä edistävien julkisten toimijoiden tuottamien yrittäjätarinoiden luoma kuva yrittäjyydestä. Tarinat rakentavat poliittisten linjausten ja perinteisten mallitarinoiden mukaista rohkaisevaa kuvaa yrittäjyydestä. Tarinoiden luoma kuva kertoo yrittäjyysarjen olevan työntäyteistä, mutta palkitsevaa ja merkityksellistä. Yksin tekemisen eetos ei korostu yrittäjien kuvauksissa kielteisellä tavalla, päinvastoin, sillä yrittäjät kertovat hyödyntävänsä muiden yrittäjien vertaistukea ja tarjolla olevien tukiverkostojen monipuolista asiantuntemusta. Tarinat kuvaavat yrittäjyyttä myönteisenä mahdollisuutena, monelle sopivana väylänä harjoittaa tuloksekasta, itseä ja yhteiskuntaa hyödyttävää työtä tuoden esille monipuolisen yrittäjäekosysteemin yrittäjien kanssakulkijana. Tarinat eivät siten myötäile median esiintuomaa polarisoitunutta, ääripäiden yrittäjyyskuvaa (Lassila-Merisalo 2020).

Jos osa yrittäjyyttä käsittelevistä tutkimuksista kuvaa sen olevan miltei kaaosta, yksinäistä, kiireistä, kuormittavaa tai verrattuna palkkatyöhön taloudellisesti epävarma valinta, välittyä aineiston tarinoista erilainen, korostuneesti myönteisempi yrittäjän arki. Tarinasta poimittu yrittäjän arjen kuvaus « *päivääkään en vaihtaisi pois* », on miltei satumainen, ja kiteyttää hyvin tarinoiden rakentaman kuvan yrittäjyydestä, joka on korostuneen myönteinen.

7.2 Jälkisanoja yrittäjätarinoille

Kuten edellä on todettu, asetetaan yrittäjyyden varaan paljon odotuksia hyvinvoinnin ja kilpailukyvyn osalta; se kuvataan selviytymisen ja menestyksen strategiana niin kansainvälisellä kuin kansallisella tasolla, liiketaloudellisesti ja sosiaalisesti. Tavoitteita tuetaan monin tavoin, myös yrittäjyyskasvatuksen käytäntein, joka Stenlundin (2017, 34, 38) mukaan pyrkii "tuottamaan" itsenäisiä ja luovia ihmisiä, kasvatuksen sekä yrittäjyyden ideoita. Tämä tutkimus tarkasteli julkisten yrittäjyyttä edistävien toimijoiden tuottamia yrittäjätarinoita ja tarinoiden luomaa kuvaa yrittäjyydestä. Yrittäjyystoimijat ovat vahvasti keskenään verkottuneita ja teettävät paljon yrittäjyyttä eri näkökulmista kartoittavia tutkimuksia, myös yrittäjyysasenteiden osalta. Tutkimuksen tuloksissa on nähtävissä yhteneväisyyttä aiempaan yrittäjyys- ja yrittäjäidentiteettitutkimukseen sankarillisten ja komediallisten tarinatyyppeiden osalta, mutta ne tarjoavat myös arkisempia yrittäjäkuvauksia ja relationistista ulottuvuutta perinteisten sankaritarinoiden sijaan. Yhteiskunnallisesti kiinnostavana löydöksenä tuloksissa korostuu "tärkeiden muiden toimijoiden" rooli yrittäjätaipaleiden kanssakulkijana, joka on linjassa myös kasvuyrittäjiä tarkastelevan (Ovaska 2022) tutkimuksen kanssa.

Kuten yrittäjyyskasvatuksen linjaukset tuovat ilmi, kohdistuvat yrittäjyysodotukset korostetusti nuoriin. Monet tutkimukset todentavat nuorten kiinnostuksen yrittäjyyteen olevan vahvaa, mutta kiinnostus ei ole jalkautunut yrittäjyydeksi toivottulla tavalla. Nuoria huolestaa yrittäjyyteen liitetty yksin tekemisen eetos, pelko epäonnistumisesta, riskit, osaamisvaatimukset sekä suuri työmäärä. Nuoria vetää kuitenkin puoleensa yrittäjyyspuheessakin korostettu menestys, vapaus, itsensä toteuttamisen mahdollisuus ja hyvä taloudellinen tulos, itse valitut työkaverit, työhyvinvointi sekä mahdollisuus tehdä myös yhteiskunnallisesti vaikuttavia hyviä tekoja perinteistä palkkatyötä joustavammin. (Nuoret ja johtajuus 2022; TEM 2018.) Poliittiset linjaukset asetettavat yrittäjyyden varaan odotuksia työllistävyyden, kasvun, investointien, innovoinnin ja kansainvälistymisen osalta. Tukitoimet tähtäävät myös sujuviin sukupolvenvaihdoksiin, notkeisiin yrityskauppoihin ja ylipäättään esittämään yrittäjyyden houkuttelevana uravaihtoehtona, joka kehittää yksilöä ja yhteiskuntaa. Yrittäjämäisten otteiden luonnehditaan olevan vahvuus yhteiskunnassa pärjäämiseksi yleisestikin

ottaen. (VN 2019; EU 2012.) Mielenkiintoista tutkimustuloksissa on se, että tulokset tarinoiden tuottamien identiteettien ja yrittäjyyskuvan osalta ovat monin osin yhteneväisiä sen suhteen, millaisia edellä kuvattuja odotuksia yrittäjyyttä harkitsevilla, esim. nuorilla, yrittäjyyden suhteen on, millaiselle yrittäjyydelle institutionaaliset toimijat asettavat kasvuodotuksia ja millainen on ns. ideaalinen yrittäjäkuva tai yrittäjäkansalainen. Tarinat tarjoavat myös käytännönläheisiä esimerkkejä, miten yrittäjät voivat ja miten heidän toivotaan hyödyntävän yrittäjyyttä edistävien toimijoiden palvelutarjontaa yrittäjätaipaleiden eri vaiheissa. Tarinat kuvaavat yrittäjyyden merkityksellisenä, haluttavana urapolkuna kansallisten yrittäjyyslinjausten rohkaisemina ja kertovat käytännönläheisin kuvauksin myös toimijoista, jotka helpottavat yrittäjiä sekä tukevat liiketoiminnan kasvupyrkimyksissä.

Kuten edellä on todettu, poliittiset linjaukset rohkaisevat kannustaviin ja esimerkiksi tarinallisiin kuvauksiin, joissa yrittäjyyden haasteetkin näyttäytyvät opettavaisina kokemuksina matkalla menestykseen. Tulosten valossa yrittäjätarinoiden voidaan nähdä tarjoavan miltei täsmällisiä ”syötteitä” institutionaalisissa linjauksissa esitettyihin tavoitteisiin ja rohkaisevan yrittäjyyteen sen myönteisiä puolia korostamalla tai hälventämällä siihen liitettyjä kielteisiä uskomuksia. Kun yrittäjyyskasvatuksen tehtäviksi määritellään kasvattaa ja kannustaa yrittäjyyteen, jotta nuoret suhtautuisivat siihen myönteisesti ja voisivat harkita yrittäjyyttä jopa urapolkuna (OKM 2017), on tarinoillakin, yrittäjyyskasvatuksen paljon hyödynnettynä käytänteenä, suuret saappaat täytettävänä. Tarinat istuvat myös Työ- ja elinkeinoministeriön ”Uudistuva työ ja yrittäjyys – visioista toteutukseen” (2018) tavoitteisiin perustellen yrittäjyyden merkitystä yksilölle ja yhteiskunnalle esittäen yrittäjänä toimimisen hyvin rohkaisevassa valossa. Tarinat todentavat myös edellä kuvatut nuorten odotukset joustoista, työn merkityksellisyydestä ja yrittäjyyden kautta hyvän taloudellisen tuloksen tavoittelu tai yhteiskunnallinen hyvää tekeminen näyttäytyvät realistisina. Myös ”tärkeiden muiden toimijoiden” eli yrittäjäekosysteemin vahva korostuminen tarinoissa hälventää huolta, että yrittäjän pitäisi osata kaikki itse tuoden käytännönläheisten esimerkkien kautta esille yrittäjätaipaleiden pulmakohdia, joissa institutionaalista sekä muuta tukea on tarjolla. Läpi tarinoiden palvelukuvaukset ovat myönteisiä ja onnistumisiin johtaneita. Tarinat esittävät myös riskinoton, kasvupyrkimykset sekä kansainvälisille markkinoille tähtäämisen myönteisenä ja tavoittelemisen arvoisena.

Tässä tutkimuksessa on tiedostettu, että tarinat tulkitsevat yrittäjien kokemaa ja sanoittamaa ”totuutta” konteksti huomioiden. Tarkasteltaessa julkisten toimijoiden tuottamia tarinoita yrittäjyyskasvatuksen ”opetuksellisena aineistona”, voidaan niiden olettaa olevan nuorten mielissä ”totta”, miltei opetusmateriaalin kaltaisia, jota vahvistavat yrittäjien tarinoissa saamat tunnukset, asiantuntijapuheenvuorot sekä tunnettujen tarinantuottajien kehys. Pohdin Airaskorven (2021, 45) tavoin, ettei yrittäjyyttä kannata kaunistella tai luoda sankaritarinoita, joissa menestys on tasaisesti

etenevää tai jokaiselle mahdollinen suora tie. Toisin kuin yrittäjyyteen keskittyvä uutisointi ja tämänkin aineiston kaltaiset tarinat antavat ymmärtää, yrittäjän arjessa haasteita riittää, joten samaistuttavissa tarinoissa pitäisi myös tätä arjen puolta valottaa. On huolestuttavaa, jos yrittäjyys kuvataan nuorille liian optimistisena. Se ei tarkoita, ettei tarinoissa olisi paljon hyvää, mutta tarinoilla on myös toinen puolensa, joka jää, ainakin yrittäjyyskasvatuksen näkökulmasta kevyesti käsitellyksi. On vaarana, että edustuksellisessa asemassa olevien yrittäjätarinoiden värittämä yrittäjyyspuhe arkipäiväistyy ja yrittäjyyteen liittyvistä mielikuvista syntyy miltei ennustuksia.

Tutkimuksen narratiivinen tutkimusote tarjosi mahdollisuuden Löytösen (2022) sekä Heikkisen ja Syrjälän (2002) kuvaamalla tavalla myös kulttuuristen mallitarinoiden tunnistamiseen, jotka todentavat ja ylläpitävät yksilöllisiä sekä kollektiivisia identiteettejä. Identiteetit ilmentävät kuvauksia siitä, miten "itse" halutaan tuoda esille sekä millaisia toivottuja tulevaisuuksia tavoitellaan ja "mallisuorituksia" esitetään. Yleinen yrittäjyyspuhe ja myös tämä aineisto maalaa kuvaa tyytyväisestä vahvan itsensä johtamisen taidot omaavasta yrittäjästä ja miellyttävästä yrittäjäarjesta, jossa talous rullaa, kauppa käy, yrittäjät kehittävät liiketoimintaa tukiverkkojensa kera ja voivat hyvin. Yrittäjyys itsessäänkin näyttäytyy sankarina, joka on pelastanut loppuun kuluttavalta työelämältä, tuonut tilalle vapauden ja merkityksellisyyden. Se mistä tarinat kertovat vain ohimennen, eli yrittäjäarjen nurjasta puolesta, alkaa näyttäytyä jopa "tylsää tutkimustulosta" kiinnostavampana löytönä. tarinat kuvaavat ihailtavaan sävyyn kasvua sekä kehitystä ja "keskivertoyrittäjyys" näyttäytyy "tyhjää parempana", mutta ei juurikaan rasvaa talouden rattaita odotusten mukaisesti. Tarinoiden valossa yrittäjät eivät lepää, vaan toimivat kuin pikaruokalan ajokaista harjoittaen yritystoimintaansa "24/7", läkädyttävällä tavalla. Kiire on miltei kunniamerkki, joka kuvaa yrittäjien vastuunkantoa ja sosiaalista asemaa. Tarinoissa kuvatut täydet tilauskirjat, taloudellinen menestys ja työhyvinvointi poikkeavat tuoreiden galluppien tuloksista, jotka esittävät yksinyrittäjien arjen taloudellisesti niukkana, yrittäjät stressaantuneina ja väsyneinä, jotka "nauttivat" vapaudesta keskimäärin 50-tuntista työviikkoa tehden, alle 2000 euron bruttotuloilla kuukaudessa, vieläpä valtaosa ilman vuotuisia lomiam. Tarinoissa kuvataan kannustavaan sävyyn työn imusta juontuvaa tarmokkuutta ja omistautumista, kuumen raudan taontaa, jolloin yrittäjyyden tärkein työkalu, yrittäjä itse lopulta uupuu. Tarinan yrittäjillä resilienssi, psyykinen sitkeys sekä sietokyky muutoksiin ja vastoinkäymisiin ovat miltei sankaritasoa. tarinat paljastavat myös yrittäjyysgenren luutuneet oletukset sukupuolen, iän, taustan sekä toimialojen suhteen. Monikulttuurisuus kuvataan yrittäjyyttä ylistävissä juhlapuheissa rikkautena, mutta näyttäytyy arjen liiketoiminnassa jarruna tuoden myös esille yhteiskunnassa piilevää rasismia.

Yrittäjyyslinjaukset kannustavat enenevästi naisia yrittäjäksi, mutta tarinoiden luoma "familismin" paineistama yrittäjänaisen positio on ahdas naisyrittäjien

tasapainoilla Tammelinin ja Mustosmäen (2012) kuvailemien yrittäjä-, äiti- ja kotihoitohanteiden välillä. Samalla tarinat toisintavat näkemystä, ettei naisen ole sopivaa - yrittäjätöön varjollakaan - laiminlyödä perhettä tai kotia. Vaikka haasteet työn ja perheen yhteensovittamisesta tiedostetaan molempien sukupuolten osalta, ei miespuolisten yrittäjien tarinoissa tuoda vastaavia näkökulmia esille. Tarinat toisintavat myös sukupuolittunutta toimialajakoa valitettavan kapealla tavalla, eivätkä siten tarjoa samaisuttavaa tarttumapintaa vaikkapa hoiva-alasta kiinnostuneelle nuorelle miehelle tai teknisesti taitavalle naiselle. Raskia (2021) mukaillen, se miltä yhteiskunta näyttää tänään ja miltä sen halutaan myös tarinallisilla valinnoilla näyttävän, luo mielikuvia myös tulevaisuuden mahdollisuuksista. Tämän tutkimuksen aineiston osalta voidaan ”tyypillisen” yrittäjän luonnehtia olevan työelämäkokemusta omaava, noin 20-45-vuotias suomalainen kouluttautunut aikuinen. Vaikka ns. yleiset yrittäjätyyppit ovat hyvin aineistossa edustettuina (Möttönen 2019), näyttäytyy aineiston tuottama ”yrittäjäkuva” yrittäjyyspontetiaalia ajatellen kapeana, eikä siten edusta yrittäjyyskasvatuksen keskiössä olevaa nuorten joukkoa, joka on kansainvälinen ja monikulttuurinen. Millä areenoilla ovat virikkeitä tarjoavat tarinat ja samaistuttavan esimerkit maahanmuuttajataustaisille yrittäjyydestä kiinnostuneille, joiden varaan ladataan odotuksia Fornaron (2018) kuvaamalla tavalla? Entä samaistuttavat esimerkit varttuneille yrittäjyyttä harkitseville, eläköityville asiantuntijoille, joissa Järnefelt (2011) tunnistaa yhteiskunnallisestikin valtavan potentiaalin? Entä sukupuolen moninaisuuden ja monikulttuurisuuden puuttuminen tarinoista, kaventaako se samaistumispintaa nuorten mielissä? Myös tiimiyrittäjyyttä kuvaavat esimerkit, jotka korostavat yhdessä tekemistä, ne uupuvat tarinavarannosta täysin?

Kehyksen huomioiden on ymmärrettävää, ettei liiketoiminnallisesti hyvin haastavia tarinoita ole julkisesti esillä. Ehkä yrittäjät eivät itsekään itsensä, tai yhteisen ammattirintaman nimissä halua tuoda yrittäjätaipaleitaan ilmi kielteisessä valossa kulttuurista tarinaperinnettä toisintaen, mutta missä kerrotaan tarinoita, joissa kaikki menee pieleen ja yrittäjätaipaleet päättyvät konkurssiin tai yrittäjän uupumiseen? Tutkimukset kuitenkin kertovat vain joka toisen aloitetuista yrityksistä jatkavan toimintaansa viiden vuoden päästä (Esa 2021). Tältä osin menestyksen tarinat ja epäonnistumisten rajausta yrittäjätaipaleista vahvistaa epäonnistumisen kielteistä stigmaa. Vertaiskokemusten jakaminen tekisi siitä osan normaalia yrittäjäarkea ja hälventäisi epäonnistujaksi leimautumisen pelkoa.

Yrittäjyysyhteiskunnassakin vahvasti näkyvä pärjäämisen ja itsensä johtamisen taitojen merkitys välittyy tarinoista. Kanssakulkijoita ja verkostoja on tarjolla, mutta taloudesta ja arjen liiketoiminnasta yrittäjä on vastuussa yksin, henkisesti ja taloudellisesti. Huojentavaa kyllä, tukijoukkojen tarjoaman avun hyödyntäminen ei näyttäydä heikkoutena, päinvastoin. Poikkeuksena aiempaan yrittäjätarinoita ja identiteettejä

käsittelyyn tutkimukseen korostuu tämän tutkimuksen aineistossa näkökulma tuloksellisen liiketoiminnan harjoittamisesta yhdessä, ei yksin. Tarinoiden luoma kuva työelämästä ja yksilöiden itsen vastuusta mukailee myös Toimisen (2017, 7, 29) teesejä työelämän murroksesta ja korostaa yksilöiden sekä yhteiskunnan menestyksen juontuvan asenteista ja osaamisesta; siitä miten rohkeasti yksilöt mahdollisuuksiin tarttuvat, miten he osaamistaan ylläpitävät. Tarinat tarjoavat vastinetta myös Pyykkösen (2021) luonnehdinnoille yrittäjäkansalaisesta, jolla on yrittäjämäinen elämänsänsä. Kansalaisideaalin vastuullinen, omatoiminen ja innovatiivinen ote todentuu tarinoissa mm. järkevinä osaamista kehittävinä siirtyminä sekä vahvana resilienssinä. Tarinoissa todentuu myös vahva moraalinen lataus niiden kuvatessa kertomusten kautta mikä elämässä ja yhteiskunnassa tuntuu oikealta, mikä väärältä. Selväksi käy, ettei yrittänyttä laiteta.

7.3 Tutkimuksen rajoitteet ja jatkotutkimusaiheet

Tutkimuksessa on pyritty huomioimaan tutkijan johdonmukainen toiminta läpi tutkimusprosessin sekä noudattamaan hyviä tutkimusyhteistyön ja tieteellisten käytänteiden ohjeita. Myös tutkimusprosessin raportoinnissa on pyritty huolellisuuteen Silvastin (2014, 34) kuvaamalla tavalla. Tutkimuksen laadun kohottamiseksi aineiston ja analyysimenetelmän yhteensopivuutta on pohdittu huolella ja pyritty rikastamaan sitä teorian, aineiston sekä analyysimenetelmien vuoropuhelulla kohti tulosten muodostamista, kuten Puusa ja Julkunen (2020, 195–196) ohjeistavat. Tutkimuksessa on pyritty Heikkisen (2018, 185–186) oppien mukaan huomioimaan validoinnin osalta historiallisen jatkuvuuden periaate kuvaamalla huolellisesti aineiston tuotantoyhteydet, refleksiivisyyden periaate jäsentämällä tutkijan esiymmärrystä tutkittavasta ilmiöstä sekä dialektisyyden vaatimukset seminaariprosessin vuorovaikutuksen ja palautteen sekä aineiston moniäänisyyden kautta. Esiymmärryksen osalta yrittäjyys ”kontekstina” sitä edistävien toimijoiden osalta sekä tarinat yrittäjäkäsvatuksen käytänteinä olivat tutkijalle tuttuja aiemmasta. Tutkimuksen pyrkiessä tuottamaan uutta tietoa yrittäjäidentiteetistä aiemmin tutkimattoman aineiston osalta, täytyvät myös toimivuuden periaatteet. Validointiperusteista viimeisin, havahduttavuuden vaatimus, on täyttynyt jo tutkijalle karttuneiden uusien näkökulmien ja osaamisen myötä, mutta tutkimuksen toivotaan herättävän myös laajemmin keskustelua julkisten yrittäjätarinoiden roolista yrittäjäidentiteettien rakentajana sekä yrittäjyyspuheen tuottajana.

Tutkimuksen aineisto sisältää 20 julkisten yrittäjyyttä edistävien toimijoiden tuottamaa yrittäjätarinaa viime vuosilta. Toimijoiden tuottamaan tarinavarantoon

nähdessä aineisto on suppea, mutta näyte ilmentää monimuotoisesti yrittäjyyttä edistäviä toimijoita ja aineiston mielenkiintoa lisää se, että tarinat on valittu ”jo valittujen joukosta”. Ne ovat toimijoiden julkisuuteen tuottamia ja kuvaavat merkityksellistä sisältöä yrittäjien sekä yrittäjyyttä edistävien toimijoiden näkökulmasta, heidän maailmankuvaansa heijastaen. Tutkimuksen tavoite oli kuvata miten julkisten yrittäjyystoimijoiden tuottamat yrittäjätarinat rakentuvat ja millaista kuvaa ne yrittäjyydestä esittävät. Synteesinä edellisille tutkimus pyrki jäsentämään tarinoiden rakentamia yrittäjäidentiteettejä. Tutkimuksen tavoitteiden voidaan todeta täyttyneen.

Alasuutaria (Puusa 2020, 155) lainaten, ovat tutkimuksen tulokset ilmiön syvälliseen tarkasteluun perustuen sekä tutkijaposition huomioiden hyvä keskustelunavaus julkisten yrittäjätarinoiden luomasta yrittäjyyskuvasta. Aineiston koostuessa eri toimijoiden tuottamista tarinoista, eivät päähenkilöt eli yrittäjät edusta yhtenäistä yrittäjäryhmää. Jatkotutkimusta ajatellen olisi mielenkiintoista tarkastella esimerkiksi yksinyrittäjien tarinoita, joita reilut 70 % suomalaisista yrittäjistä edustaa. Olisi mielenkiintoista jatkaa pidemmälle myös tämän tutkimuksen teemaa tekemällä haastattelututkimus tutkimusaineiston yrittäjistä, vertailla sen antia toimijoiden tuottamiin tarinoin ja tarkastella tehtyjä rajoituksia rakenteiden, sisällönkuvan sekä tunnistettujen yrittäjäidentiteettien osalta. Myös pitkittäistutkimus aineiston yrittäjien parissa tarjoaisi herkullista antia yrittäjäidentiteetin emergenttisestä kehitymisestä.

Myös vertaileva tutkimus eri toimijoiden tuottamien yrittäjätarinoiden kesken toisi mielenkiintoista näkökulmaa kertomisen arvoisista sisällöistä toimijoittain. Kansainvälisen ymmärryksen saamiseksi ja selvittääkseen miten Suomi yrittäjyyttä tarinallistaa verrattuna muihin EU-maihin, olisi hedelmällistä tehdä vertailevaa tutkimusta pohjoismaissa kansallisten yrittäjätoimijoiden tarinoita analysoimalla. Näin olisi mahdollista saada yhteiskunnallisestikin kiinnostavaa tietoa, miten Suomi eurooppalaisten yrittäjyyslinjausten mukaisten yrittäjätarinoiden tuottajana asemoituu suhteessa muihin, miten kansalliset erityispiirteet ja yhteiskunnalliset arvot jne. tarinoissa näkyvät ja millaiset sisällöt eri maissa koetaan kertomisen arvoisiksi. Näin tulisivat näkyväksi myös Harnin (2019) tekemät huomiot episteemisestä hallinnasta, poliittisten interventioden toteuttamisesta yrittäjyyskasvatuksen kansallisten käytänteiden vakiinnuttajana. Tarinoiden ilmentäessä yhteiskunnan poliittisia linjauksia ja toimenpiteitä, olisi mielenkiintoista tutkia myös, miten yrittäjyyttä edistävä politiikka koetaan yrittäjien keskuudessa ja miten tavoiteltavat hyveet arjessa toteutuvat.

Muiden merkittävien toimijoiden vahvan korostuneisuuden rinnalla toinen aineiston yllättävä löydös olivat vahvat kielteiset kuvaukset työelämästä erontekona yrittäjyyteen. Myös näitä yrittäjyyteen kirittäviä ajureita olisi kiinnostavaa tarkastella yrittäjiä haastatellen. Haastattelu voisi tarjota hyviä käytänteitä merkityksellisen työarjen kehittämiseen yrittäjyysyhteiskunnassa yleisemminkin.

LÄHTEET

- Aaltio, I. & Puusa, A. 2020. Mitä laadullisen tutkimuksen arvioinnissa tulisi ottaa huomioon. Teoksessa: Puusa, A. & Juuti, P. (toim.) Laadullisen tutkimuksen näkökulmat ja menetelmät. Helsinki: Gaudeamus, 177-188.
- Aaltonen, M. & Heikkilä, T. 2003. Tarinoiden voima. Miten yritykset hyödyntävät tarinoita? Helsinki: Talentum.
- Airaskorpi, A. 2021. Vapauden tavoittelijat – Miksi haluamme irti palkkatyöstä. Helsinki: Kustantamo S&S.
- Alikoski, R., Hakonen, M. & Viitasalo, J. 2016. Yritystoiminnan taitajaksi. Helsinki: Sanoma Pro.
- Anderson, A. R. & Warren, L. 2011. The Entrepreneur as Hero and Jester: Enacting the Entrepreneurial Discourse. *International Small Business Journal*, 29(6), 589–609.
- Andrews, M., Squire, C. & Tamboukou, M. 2013. *Doing Narrative Research*. Second edition. Sage Publications Ltd.
- Anttila, T. & Oinas, T. 2017. Kohti 24/7-yhteiskuntaa. Teoksessa: Pyöriä, P. (toim.) *Työelämän myytit ja todellisuus*. Helsinki: Gaudeamus, 100–112.
- Donnellon, A., Ollila, S. & Williams Middleton, K. 2014. Constructing Entrepreneurial Identity in Entrepreneurship Education. *The International Journal of Management Education*, 12(3), 490–499.
- Duunitori Oy. 2022. Viitattu 20.10.2022: <https://duunitori.fi/>
- Eezy. 2022. Joka toinen nuori harkitsee nyt yrittäjyyttä. Kyselytutkimus nuorten suhtautumisesta työelämään. 25.5.2022. Viitattu 14.8.2022: <https://eezy.fi/joka-toinen-nuori-harkitsee-nyt-yrittajyytta/>
- Elinkeinoelämän keskusliitto. 2005. Kohti yrittäjyisyhteiskuntaa. Elinkeinoelämän keskusliiton EK:n PK-ohjelma vuoteen 2010. 9.9.2005. Viitattu 18.8.2022: <https://docplayer.fi/989401-Kohti-yrittajyisyhteiskuntaa.html>
- Esa, M. 2021. Yrityksen lopettaminen – muista nämä. 8.1.2021. Viitattu 13.12.2022: <https://www.op-media.fi/yrittajyys/yrityksen-lopettaminen--muista-nama/>
- Eskola, J & Suoranta, J. 1998. Johdatus laadulliseen tutkimukseen. Tampere: Vastapaino.
- Euroopan komissio. 2018. Ethics in Social Science and Humanities. Viitattu 20.12.2022: https://ec.europa.eu/research/participants/data/ref/h2020/other/hi/h2020_ethics-soc-science-humanities_en.pdf
- Euroopan komissio. 2006. Komission tiedonanto Neuvostolle, Euroopan Parlamentille, Euroopan Talous- ja Sosiaalikomitealle ja Alueiden Komitealle. Yhteisön Lissabon-ohjelman täytäntöönpano: Yrittäjyyttä suosivan ajattelutavan edistäminen koulutuksessa. Viitattu 18.3.2022: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/FI/TXT/HTML/?uri=CELEX:52006DC0033&from=FI>

- Euroopan unioni. 2003. Green Paper. Entrepreneurship in Europe presented by the Commission. Viitattu 2.11.2022: https://ec.europa.eu/invest-in-research/pdf/download_en/entrepreneurship_europe.pdf
- Euroopan unioni. 2006. Euroopan parlamentin ja neuvoston suositus elinikäisen oppimisen avaintaidoista. 18.12.2006. 006/962/EY. Viitattu 18.3.2022: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/FI/TXT/PDF/?uri=CELEX:32006H0962&from=pl>
- Euroopan unioni. 2012. Yrittäjyys 2020 – toimintasuunnitelma. Uutta kipinää Euroopan yrittäjyyteen. 2012/0795. Viitattu 12.3.2022: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/FI/TXT/?uri=CELEX%3A52012DC0795>
- Euroopan unioni. 2018. The European Entrepreneurship Competence Framework (EntreComp). Viitattu 18.3.2022: <https://ec.europa.eu/social/main.jsp?catId=1317&langId=en>
- Fornaro, P. 2018. Immigrant Entrepreneurship in Finland. Etna Raportit 83. Viitattu 1.12.2022: <https://www.etla.fi/julkaisut/immigrant-entrepreneurship-in-finland>
- Gaily, A. 2022. Työn elämä: Tulevaisuuden epätyypilliset työsuhteet. Alma Talent
- Gergen, K. & Gergen, M. 1988. Narrative and the Self as Relationship. *Advances in Experimental Social Psychology*, 21, 17–56.
- Global Entrepreneurship Monitor, GEM. 2022. Viitattu 21.4.2022: <https://gemconsortium.org/file/open?fileId=50900>
- Haanpää, L. & Tuppurainen, S. 2012. Nuoret yrittävät: Vastuullisuus, joustavuus ja mahdollisuudet yrittäjyydessä. Helsinki: Nuorisotutkimusverkosto, Nuorisotutkimusseura.
- Hall, S. 1999. Identiteetti. Tampere: Vastapaino
- Harni, E. 2019. Yrittäjyyskasvatuksen episteeminen hallinta. *Kasvatus & Aika*, 13(1), 4–18. Viitattu 18.6.2022: <https://doi.org/10.33350/ka.77805>
- Harni, E. & Pyykkönen, M. 2017. Vastuullinen, omatoiminen ja innovatiivinen. 2000-luvun ihannekansalaisella on yrittäjän elämänasenne. Teoksessa: Nuutinen, V., Harni, E., Hyrkäs, A., Jakonen, M., Peltokoski, J., Pirkkalainen, J., . . . Vuolajärvi, N. (toim.) Uusi työväki: Työ ja yrittäjyys prekarisoituvan palkkatyön yhteiskunnassa. Helsinki: Into, 107–128.
- Heikkinen, H. 2018. Kerronnallinen tutkimus. Teoksessa: Valli, R. & Aaltoja, J. (toim.) Ikkunoita tutkimusmetodeihin 2. Näkökulmia aloittelevalle tutkijalle tutkimuksen teoreettisiin lähtökohtiin ja analyysimenetelmiin. Juva: PS-kustannus, 170–187.
- Heikkinen, H. L. T., & Syrjälä, L. 2002. Minussa elää monta tarinaa: Kirjoituksia opettajuudesta. Kansanvalistusseura.
- Heinonen, J. & Hytti, U. 2011. Epilogi: Yrittäjyyskasvatuksen haasteet ja tulevaisuus. Teoksessa Heinonen, J., Hytti, U. & Tiikkala, A. (toim.) Yrittäjämäinen oppiminen: Tavoitteita, toimintaa ja tuloksia. Turku: Turun kauppakorkeakoulu, 262-264.
- Heinonen, J., Hytti, U. & Tiikkala, A. 2011. Yrittäjämäinen oppiminen: Tavoitteita, toimintaa ja tuloksia. Turku: Turun kauppakorkeakoulu.

- Heiskala, R. 2006. Kansainvälisen toimintaympäristön muutos ja Suomen yhteiskunnallinen muutos. Teoksessa Heiskala, R. & Luhtakallio, E. (toim.) Uusi jako. Miten Suomesta tuli kilpailukyky-yhteiskunta. Tampere: Tammer-Paino Oy, 14–42.
- Heiskala, R. & Luhtakallio. 2006. Uusi jako. Miten Suomesta tuli kilpailukyky-yhteiskunta. Tampere: Tammer-Paino Oy.
- Herkman, J. 2007. Kriittinen mediakasvatus. Tampere: Vastapaino.
- Honkasalo, M. 2013. Katveessa. Pieni toimijuus kriittisenä avauksena toiminnan teoriaan. *Tiede ja Edistys* 38(1), 42-61.
- Huttula, T. 2018. Työn muuttuessa oppimisesta tulee työtä. Teoksessa: Suoranta, A. & Leinikki, S. (toim.) Rapautuvan palkkatyön yhteiskunta, Mikä on työn ja toimeentulon tulevaisuus? Tampere: Vastapaino, 71–72.
- Huuhko, E. & Saintula, T. 2018. Vain joka toinen yritys toimii viiden vuoden päästä – Tulevat yrittäjät harjoittelevat yrityksen lopettamista. 29.1.2018. Viitattu 13.12.2022: <https://yle.fi/a/3-10028067>
- Hytti, U. 2003. *Stories of Entrepreneurs: Narrative Construction of Identities*. Turku: Turku School of Economics and Business Administration.
- Hägg, O. 2011. *Yrittäjyysvalmennus ja yrittäjäidentiteetti*. Tampere: Tampere University Press.
- Hänninen, V. 2018. Narratiivisen tutkimuksen käytäntöjä. Teoksessa: Valli, R. & Aaltoja, J. (toim.) *Ikkunoita tutkimusmetodeihin 2. Näkökulmia aloittelevalle tutkijalle tutkimuksen teoreettisiin lähtökohtiin ja analyysimenetelmiin*. Juva: PS-kustannus, 188–208.
- Hänninen, V. 1999. *Sisäinen tarina, elämä ja muutos*. Tampere: Tampereen yliopisto.
- Ikonen, R. 2006. *Yrittäjyyskasvatus, kansalaisen taloudellista autonomiaa etsimässä*. Helsinki: Minerva kustannus Oy.
- Jakob, E.A., Isidorb, R., Steinmetzc, H., Wehnera, M.C. & Kabstd, R. 2019. The other side of the same coin – How communal beliefs about entrepreneurship influence attitudes toward entrepreneurship. *Journal of Vocational Behavior*, 112, 431–445.
- Johansson, A. W. 2014. Narratiivinen metodi. *Metodix – metoditietämystä kaikille*. 19.5.2014. Viitattu 16.10.2022: <https://metodix.fi/2014/05/19/johansson-narratiivinen-metodi/>
- Juhila, K. 1999. Tutkijan positiot. Teoksessa: Jokinen, A., Juhila, K. & Suoninen, E. (toim.). *Diskurssianalyysi liikkeessä*. Tampere: Vastapaino, 201–232.
- Järnefelt, N. 2011. Ikääntyneiden yrittäjyys on lisääntynyt. Viitattu 1.10.2022: https://www.stat.fi/artikkelit/2011/art_2011-12-12_001.html?s=0#2
- Kalliomäki, A. 2014. *Tarinallistaminen: Palvelukokemuksen punainen lanka*. Helsinki: Talentum.
- Kansikas, J. 2007. *Kasva yrittäjyyteen*. Helsinki: Talentum.
- Kantola, A. 2006. *Suomea trimmaamassa: Suomalaisen kilpailuvaltion sanastot*. Teoksessa: Heiskala, R. & Luhtakallio, E. (toim.) *Uusi jako. Miten Suomesta tuli kilpailukyky-yhteiskunta*. Tampere: Tammer-Paino Oy, 156–178.

- Kantola, A. & Kuusela, H. 2019. Wealth Elite Moralities: Wealthy Entrepreneurs' Moral Boundaries. *Sociology*, 53(2), 368–384.
<https://doi.org/10.1177/0038038518768175>
- Kantola, A. & Timonen, J. 2022. Luovan tuhon sankarit: Yrittäjät itsensä varassa. Teoksessa: Kantola, A., Aaltonen, S., Haikkola, L., Junnilainen, L., Luhtakallio, E., Patana, P., . . . Tuominen, P. (toim.) *Kahdeksan kuplan Suomi: Yhteiskunnan muutosten syvät tarinat*. Helsinki: Gaudeamus, 115–139.
- Katainen, A. 2016. Yrittäjien lukumäärä polkenut paikallaan. Viitattu 1.10.2022:
<https://www.stat.fi/tietotrendit/artikkelit/2016/yrittajien-lukumaara-polkenut-paikallaan>
- Keskinen, S. & Virtanen, N. 2001. Yrittäjän muotokuva – persoonallisuus, taitaminen ja tilannetekijät yhdessä. *Aikuiskasvatus*, 2/(01), 159–166.
- Keskitalo-Foley, S, Komulainen, K & Naskali. 2010. Risto Reipas riskinottaja. Koulutuspolitiikan tavoitteleva ihannekansalainen. Teoksessa: Komulainen, K., Keskitalo-Foley, S., Korhonen, M. & Lappalainen, S. (toim.) *Yrittäjyyskasvatus hallintana*. Tampere: Vastapaino, 15–36.
- Kinni, R & Puurunen, P. 2021. Tutkimusetiikka tieteellisen tutkimuksen erottamattomana osana. Viitattu 21.4.2022:
<https://journal.fi/janus/article/view/112654/66253>
- Komulainen, K., Keskitalo-Foley, S., Korhonen, M. & Lappalainen, S. 2010. *Yrittäjyyskasvatus hallintana*. Tampere: Vastapaino.
- Korhonen, M, Komulainen, K. & Rätty, H. 2008. Työhön liittyvät arvot ja kyvykkyystulkinnat nuorten yrittäjyystarinoissa. *Työelämän tutkimus*, 6(2), 159–172. Viitattu 17.10.2022:
<https://journal.fi/tyoelamantutkimus/article/view/87525>
- Kuula, A. (2006). *Tutkimusetiikka: Aineistojen hankinta, käyttö ja säilytys*. Vastapaino.
- Kuusela, P. 2006. Realismi ja sosiaalisen identiteetin episteeminen status. Teoksessa: Rautio, P. & Saastamoinen, M. (toim.). *Minuus ja identiteetti*. Tampere: Tampereen Yliopistopaino Oy, 36–56.
- Kuusipalo, J. T. 2008. *Identities at work: Narratives from a Post-bureaucratic ICT Organization*. Oulu: University of Oulu.
- Laaksonen, S-M. 2023. Sosiaalinen media tutkimusaineistona. Teoksessa Vuori, J. (toim.) *Laadullisen tutkimuksen verkkokäsikirja*. Tampere: Yhteiskuntatieteellinen tietoarkisto. Viitattu 14.6.2023:
<https://www.fsd.tuni.fi/fi/palvelut/menetelmaopetus/>
- Lahikainen, L. & Harni, E. 2016. Yrittäjämäinen ruumis palvelutaloudessa. Teoksessa: Parviainen, J., Kinnunen, T., Kortelainen, I. & Harni, E. (toim.) *Ruumiillisuus ja työelämä: Työruumis jälkiteollisessa taloudessa*. Tampere: Vastapaino, 26–39.
- Laitinen, M. & Uusitalo, T. 2008. Narratiivinen lähestymistapa traumaattisten elämäkokemusten tutkimisessa. Teoksessa: Kaasila, R., Rajala, R. & Nurmi, K. (toim.) *Narratiivikirja: Menetelmiä ja esimerkkejä*. Tampere: Juvenes Print, 106–150.
- Lassila-Merisalo, M. 2020. *Tarinallinen journalismi*. Tampere: Vastapaino.

- Lepistö, J. 2011. Tarviseeko opettajankoulutus yrittäjyyskasvatusta vai yrittäjyyskasvatus opettajankoulutusta? Teoksessa: Rytkölä, T., Ruskovaara, E. & Järvinen, M-R. (toim.) Yrittäjyyskasvatus perus- ja toisella asteella: Näkökulmia pedagogiikan kehittämiseen. Kerhokeskus - koulutyön tuki. Sastamala: Vammalan kirjapaino Oy, 13–29.
- Löytönen, T. 2022. Narratiivinen tutkimusote. Viitattu 2.12.2022: <https://www.xip.fi/tutkija/0402.htm>
- Manai, A. 2022. Tällä viikolla juhlietaan naisyrittäjiä - osuus kasvanut Suomessa. 17.11.2022. Viitattu 14.12.2022: <https://www.yrittajat.fi/uutiset/talla-viikolla-juhlitaan-naisyrittajia-osuus-kasvanut-suomessa/>
- Maula, H. 2018. Big dreams and bold steps: Becoming a startup entrepreneur in Silicon Valley. Helsinki: Aalto University.
- Mononen-Batista Costa, S. 2022. Yrittäjyys tyhjän merkitsijänä - tiedon ja subjektuuden tuotanto yrittäjyyskasvatuksessa. Helsinki: Helsingin yliopisto. Viitattu 22.10.2022: <https://helda.helsinki.fi/handle/10138/344408>
- Murray, M. 2003. Narrative psychology. Teoksessa: Smith, J. (toim.) Qualitative psychology: A Practical guide to Research Methods. Birkbeck College. United Kingdom: Sage Publications Ltd, 111–131.
- Mynttinen, O. 2018. Yrittäjyys on tapa ilmaista itseään – viime vuonna yrityksistä lähes puolet oli alle 35- vuotiaiden perustamia. Viitattu 17.4.2022: <https://yle.fi/uutiset/3-10205908>
- Mäkelä, M. & Karttunen, L. 2020. Kokemuksellisuus, mallitarinat ja eksemplariisuus tarinallisen yksilöjournalismin valtakaudella. Teoksessa: Nummi, J., Virtanen, M. T. & Hiidenmaa, P. (toim.) Kertomuksen keinoin: Tarinallisuus mediassa ja tietokirjallisuudessa. Helsinki: Gaudeamus, 273–306.
- Möttönen, T. 2019. Yrittäjät Suomessa – elinkeinovapaudesta yrittäjyysyhteiskuntaan. Jyväskylä: Jamk.
- Möttönen, T. & Tunkkari-Eskelinen, M. 2019. Yrittäjien valmiudet. Teoksessa: Möttönen, T. (toim.) Yrittäjät Suomessa – elinkeinovapaudesta yrittäjyysyhteiskuntaan. Jyväskylä: Jamk, 157-170.
- Nuoret ja johtajuus. 2022. Viitattu 20.10.2022: https://hyvatyo.ttl.fi/hubfs/Nuoret%20ja%20johtajuus_tutkimusraportti_15.3.2022.pdf
- Nuori yrittäjyys ry. 2022. Viitattu 11.3.2022 <https://nuoriyrittajyys.fi/>
- Ojala, S., Pyöriä, P., Ikonen, H-M. & Koivunen, T. 2017. Yrittäjien työaika ja tulot. Teoksessa Pyöriä, P. (toim.) Työelämän myytit ja todellisuus. Helsinki: Gaudeamus, 145-162.
- Opetushallitus. 2022. Talous, yrittäjyys- ja työelämäosaaminen. Viitattu 2.11.2022: <https://www.oph.fi/fi/talous-yrittajyys-ja-tyoelamaosaaminen>
- Opetus- ja kulttuuriministeriö. 2017. Koulutuksen yrittäjyyslinjaukset. Viitattu 21.4.2022: <https://okm.fi/yrittajyyslinjaukset>
- Opetusministeriö. 2004. Yrittäjyyskasvatuksen linjaukset ja toimenpideohjelma. Opetusministeriön julkaisu 2004:18. Viitattu 11.3.2022: <http://urn.fi/URN:ISBN:952-442-746-X>

- Opetusministeriö. 2009. Yrittäjyyskasvatuksen suuntaviivat. Opetusministeriön julkaisuja 2009:7. Viitattu 11.3.2022: <http://urn.fi/URN:ISBN:978-952-485-679-9>
- Opetusministeriö. 2012. Koulutus ja tutkimus vuosina 2011-2016. Kehittämissuunnitelma. Opetus- ja kulttuuriministeriön julkaisuja 2012:1. Viitattu 2.11.2022: <http://urn.fi/URN:ISBN:978-952-263-094-0>
- Ovaska, P. 2022. Yrittäjyys yhdistää yksinyrittäjät. Viitattu 24.10.2022: <https://www.nurmijarvenuutiset.fi/paakirjoitus-mielipide/5419268>
- Paajanen, P. 2001. Yrittäjyyskasvattaja: Ammattikorkeakoulun hallinnon ja kaupan alan opettajien näkemykset itsestään ja työstään yrittäjyyskasvattajana. Jyväskylä: Jyväskylän yliopisto.
- Pajarinen, M., Rouvinen, P & Ylä-Anttila, P. 2006. Uusyritysten kasvuhakuisuus. Elinkeinoelämän tutkimuslaitos. Keskustelunaiheita. No. 2051. Viitattu 1.11.2022: <https://www.etla.fi/julkaisut/dp1052-fi/>
- Paloniemi, S. 2009. Ikä ja ikäisyys työssä. Teoksessa: Eteläpelto, A., Collin, K., Saarinen, J., & Collin, K. (Toim.) Työ, identiteetti ja oppiminen. WSOY Oppimateriaalit, 49-63.
- Pihkala, T. & Ruskovaara, E. 2011. Yrittäjyyskasvatusjärjestelmä opettajan tukena. Teoksessa: Yrittäjyyskasvatus perus- ja toisella asteella – näkökulmia pedagogiikan kehittämiseen. Kerhokeskus - koulutyön tuki. Sastamala: Vammalan kirjapaino Oy, 43-58.
- Polkinghorne, D. 1988. Narrative knowing and the human sciences. New York: State University of New York Press.
- Potinkara, H. 2017. Uskalla innostua, opettajan opas yrittäjyysosaamiseen. Suomen yrittäjät ry. Viitattu 18.10.2022: https://www.yrittajat.fi/wp-content/uploads/2021/07/sy_opettajan_opas_yrittajyysosaamiseen.pdf
- Puusa, A. 2020. Näkökulmia laadullisen aineiston analysointiin. Teoksessa: Puusa, A. & Juuti, P. (toim.) Laadullisen tutkimuksen näkökulmat ja menetelmät. Helsinki: Gaudeamus, 145-172.
- Puusa, A. & Julkunen, S. 2020. Uskottavuuden arviointi laadullisessa tutkimuksessa. Teoksessa: Puusa, A. & Juuti, P. (toim.) Laadullisen tutkimuksen näkökulmat ja menetelmät. Helsinki: Gaudeamus, 189-201.
- Puusa, A., Hänninen, V. & Mönkkönen, K. 2020. Narratiivinen lähestymistapa organisaatiotutkimuksessa. Teoksessa: Puusa, A. & Juuti, P. (toim.) Laadullisen tutkimuksen näkökulmat ja menetelmät. Helsinki: Gaudeamus, 216-227.
- Pyykkönen, M. 2021. Yrittäjäkansalaisuuden rakentaminen ja terapeuttiinen valta. Teoksessa: Brunila, K., Harni, E., Saari, A. & Ylöstalo, H. (Toim.) Terapeuttiinen valta. Onnellisuuden ja hyvinvoinnin jännitteitä 2000-luvun Suomessa Tampere: Vastapaino, 265-290.
- Rae, D. 2004. Entrepreneurial learning: A Practical Model from the Creative Industries. Education & Training, 46(8-9), 492-500.
- Rask, S. 2021. Representaatiolla on merkitystä. Viitattu 16.4.2022: <https://www.ses.fi/ajankohtaista/representaatiolla-on-merkitysta-nailla-keinoilla-lisaat-tyoyhteisosi-moninaisuutta/>
- Rauhala, M. & Vikström, T. 2014. Storytelling työkaluna. Vaikuta tarinoilla bisneksessä. Helsinki: Talentum.

- Rautio, P. 2006. Historiallista johdattelua minä- ja identiteettitutkimukseen. Teoksessa: Rautio, P. & Saastamoinen, M. (toim.) *Minuus ja identiteetti. Sosiaalipsykologinen ja sosiologinen näkökulma*. Tampere: Tampereen Yliopistopaino Oy, 9–22.
- Riessman, C. 2001. Analysis of personal narratives. *Qualitative research in social work*. Teoksessa: Gubrium, J. F. & Holstein, J. A. (toim.) *Handbook of Interview Research*. Thousand Oaks: SAGE Publishings, 168–191.
- Riessman, C. K. 2002. Analysis of personal narratives. Teoksessa: Gubrium, J.F. & Holstein, J.A. (toim.) *Handbook of Interview Research: Context and method*. Thousand Oaks: SAGE Publishings, 695–710.
- Ronkainen, S., Pehkonen, L., Lindblom-Ylänne, S. & Paavilainen, E. 2013. *Tutkimuksen voimasanat*. Helsinki: SanomaPro.
- Ryan, ML. 2005. Tellability. Teoksessa: Herman, D., Ryan, M. & Jahn, M. (toim.) *Routledge Encyclopedia of Narrative Theory*. London: Routledge, Taylor & Francis Group, 589–591.
- Ryske, T. 2020. Olipa kerran startup-yrittäjä...: narratiivinen analyysi startup-yrittäjän identiteetin rakentumisesta yrittäjätarinoissa. Viitattu 15.4.2022: <http://urn.fi/URN:NBN:fi:hulib-202007093708>
- Rytkölä, T., Ruskovaara, E. & Järvinen, R. 2011. Yrittäjyyskasvatus perus- ja toisella asteella: Näkökulmia pedagogiikan kehittämiseen. *Kerhokeskus - koulutyön tuki*. Sastamala: Vammalan kirjapaino Oy.
- Räsänen, K. & Trux, M. 2012. *Työkirja: Ammatillaisen paluu*. Helsinki: Kansanvalistusseura.
- Römer-Paakkanen, T. 2018. Yrittäjyysosaaminen mahdollisuutena muuttuvassa taloudessa. Teoksessa: Autio, M., Autio, J., Kylkilahti, E. & Pantzar, M. (toim.) *Kulutus ja talous - Näkökulmia yhteiskunnan muutokseen*. Helsinki: Helsingin yliopisto, Taloustieteen osasto, 163–193.
- Saaranen-Kauppinen, A. & Puusniekka, A. 2009. *Menetelmäopetuksen tietovaranto KvaliMOTV: Kvalitatiivisten menetelmien verkko-oppikirja*. Tampere: Tampereen yliopisto, Yhteiskuntatieteellinen tietoarkisto.
- Saastamoinen, M. 2006. Yksilö, riskitietoisuus ja psykokulttuuri. Teoksessa: Rautio, P. & Saastamoinen, M. (toim.) *Minuus ja identiteetti*. Tampere: Juvenes Print, 138–169.
- Salo, U-M. 2008. Keskustelu, kertomukset ja performatiivisuus. Teoksessa: Kaasila, R., Rajala, R. & Nurmi, K. (toim.) *Narratiivikirja: Menetelmiä ja esimerkkejä*. Tampere: Juvenes Print, 68-105.
- Savukoski, M. 2008. Vapaaksi anoreksian kahleista. *Narratiivinen tutkimus selviytymispoluista*. Rovaniemi: Lapin Yliopistopaino.
- Shepherd, D. A. 2019. Researching the Dark Side, Downside, and Destructive Side of Entrepreneurial Action: It's the Compassionate Thing to Do. *Academy of Management Discoveries*, 5(3), 217–220. Viitattu 17.10.2022: <https://doi.org/10.5465/amd.2018.0194G>
- Silvasti, T. 2014. Sisällönanalyysi. Teoksessa: Massa, I. (toim.) *Polkuja yhteiskuntatieteelliseen ympäristötutkimukseen*. Helsinki: Gaudeamus, 33–48.

- Stenlund, A. 2017. Yrittäjyyden tuottaminen: Tavoitteena kyvykkyys, jota kilpailu edellyttää, osaaminen rakentaa ja itsenäisyys ilmentää. Rovaniemi: Lapin yliopistokustannus.
- Ståhlberg, L. 2021. Kohti omannäköistä yrittäjyyttä: Omaelämäkerrallinen ja valmentava opas yrittäjyyttä harkitsevalle ja yrittäjäksi aikovalle. Helsinki: Basam Books.
- Suomen Franchising-Yhdistys ry. 2022. Viitattu 20.10.2022: <https://franchising.fi/>
- Suomen Uusyrityskeskus ry. 2022. Viitattu 20.10.2022: <https://uusyrityskeskus.fi/>
- Suomen Yrittäjät ry. 2022. Viitattu 20.10.2022: <https://www.yrittajat.fi/>
- Sutela, H & Pärnänen, A. 2018. Yrittäjät Suomessa 2017. Viitattu 2.10.2022: https://www.stat.fi/tup/julkaisut/tiedostot/julkaisuluettelo/ytym_201700_2018_21465_net.pdf
- Talous ja nuoret TAT. 2023. Talous ja nuoret TAT ry sekä Nuori Yrittäjyys ry yhdistävät toimintansa. Viitattu 1.6.2023: <https://tat.fi/talous-ja-nuoret-tat-ry-ja-nuori-yrittajyys-ry-yhdistavat-toimintansa/>
- Talous ja nuoret TAT. 2022. Nuorten tulevaisuusraportti. Viitattu 20.10.2022: https://tat.fi/wp-content/uploads/2022/05/TAT_Nuorten-tulevaisuusraportti_2022.pdf
- Tammelin, M. & Mustosmäki, A. 2017. Työn ja perheen yhteensovittaminen. Teoksessa Pyöriä, P. (toim.) Työelämän myytit ja todellisuus. Jyväskylä: Gummerus Oy, 113–129.
- Tilastokeskus. 2022 Yritysrekisteri. Viitattu 20.9.2022: https://www.tilastokeskus.fi/tup/suoluk/suoluk_yritykset.html
- Tilly, C. 1999. The Trouble with Stories. Teoksessa: Pescosolido B.A. & Aminzade R.J. (toim.) The Social Worlds of Higher Education Handbook for Teaching in A New Century. SAGE Publications, 25–39.
- Tenhunen-Ruotsalainen, L. 2021. Nuorten tulevaisuusraportti, nuorten työelämämaisemat. Talous ja nuoret TAT. Viitattu 17.8.2022: https://tat.fi/wp-content/uploads/2021/11/2021_TAT-Nuorten-tulevaisuusraportti_tutkimusdiat.pdf
- Toiminen, M. 2017. Välähdyksiä tulevaisuudesta. Kymmenen teesiä uuden työn syntymisestä, yrityksen muutoksesta ja yksilön mahdollisuuksista työn murroksessa. Viitattu 17.8.2022: <https://www.tela.fi/wp-content/uploads/2021/06/21108-Va%CC%88la%CC%88hdyksia%CC%88-tulevaisuudesta-raportti.pdf>
- Tietoarkisto. 2022. Tunnistellisuus ja anonymisointi. Aineistonhallinnan käsikirja. Viitattu 6.6.2023: <https://www.fsd.tuni.fi/fi/palvelut/aineistonhallinta/tunnisteellisuus-ja-anonymisointi/>
- Tuomi, J. & Sarajärvi, A. 2018. Laadullinen tutkimus ja sisällönanalyysi. Helsinki: Tammi.
- Tuominen, P. 2022. Maahanmuuttajayrittäjien mielenmaisema. Teoksessa: Kantola, A., Aaltonen, S., Haikkola, L., Junnilainen, L., Luhtakallio, E., Patana, P., . . . Tuominen, P. (toim.) Kahdeksan kuplan Suomi: Yhteiskunnan muutosten syvät tarinat. Helsinki: Gaudeamus, 140–170.

- Turtiainen, R. & Östman, S. 2013. Verkkotutkimuksen eettiset haasteet. Teoksessa: Laaksonen, S., Matikainen, J. & Tikka, M. (toim.) Otteita verkosta: Verkon ja sosiaalisen median tutkimusmenetelmät. Tampere: Vastapaino, osa 1.
- Työ- ja elinkeinoministeriö. 2018. Uudistuva työ ja yrittäjyys – visioista toteutukseen. Viitattu 17.4.2022: <http://urn.fi/URN:ISBN:978-952-327-340-5>
- Ukko.fi. 2022. Viitattu 20.10.2022: <https://www.ukko.fi/>
- Uusyrittäjäkeskus. 2020. Perustamisopas. Yrityksen perustamisopas alkavalle yrittäjälle. 2020. Suomen Uusyrittäjäkeskukset ry. Helsinki: Grano Oy.
- Vaara, L. 2020. Yrittäjyyskasvatuksella on katse tulevaisuudessa. 17.11.2020. Viitattu 11.3.2022: <https://tat.fi/yrittajyyskasvatuksella-on-katse-tulevaisuudessa/>
- Valtioneuvosto. 2003. Työllä, yrittämällä ja yhteisvastuulla uuteen nousuun. Viitattu 1.11.2022: <https://valtioneuvosto.fi/-/68-vanhasen-hallituksen-ohjelma>
- Valtioneuvosto. 2019. Osallistava ja osaava Suomi. – sosiaalisesti, taloudellisesti ja ekologisesti kestävä yhteiskunta. Valtioneuvoston julkaisuja 2019:31. Viitattu 14.6.2023: <http://urn.fi/URN:ISBN:978-952-287-808-3>
- Vesala, K. M. 1996. Yrittäjyys ja individualismi. Relationistinen linjaus. Helsingin yliopiston sosiaalipsykologian laitoksen tutkimusraportteja; 1996:2.
- Vesala, K. M. & Niska, M. 2013. Sosiaalipsykologia ja maaseutututkimus: identiteettejä, toimijuutta, yrittäjyyttä. Maaseudun uusi aika: maaseutututkimuksen ja -politiikan aikakauslehti, 21(2-3), 34-46.
- Vesin, S. 2021. Tarinat tarttumapintoina – inhimilliset kokemukset kansainvälisessä yrittäjyydessä. 1.7.2021. Viitattu 20.12.2022: <https://www.boardman.fi/ljt-blogi/tarinat-tarttumapintoina-inhimilliset-kokemukset-kansainvalisessa-yrittajyydessä/>
- Virtanen, M. 2020. Kertomukset mediassa ja tietokirjallisuudessa. Kielen- ja kirjallisuuden tutkimuksen yhteisellä alueella Teoksessa: Nummi, J., Virtanen, M. T. & Hiidenmaa, P. (toim.). Kertomuksen keinoin: Tarinallisuus mediassa ja tietokirjallisuudessa. Helsinki: Gaudeamus, 7-19.
- Virtanen, M., Heimonen, T., Hägg, O., Kiuru, P. & Rajahonka, M. 2015. Gasellitarihoina Aalto Start-Up Centeristä. Helsinki: Aalto-yliopisto, Kauppakorkeakoulu, Pienyrityskeskus.
- Vähäsantanen, K. 2009. Ammatillisen opettajan ammatti-identiteetti muutoksessa. Teoksessa: Eteläpelto, A., Collin, K., Saarinen, J., & Collin, K. (toim.) Työ, identiteetti ja oppiminen. WSOY Oppimateriaalit, 156-176.

LIITTEET

LIITE1.

Tiedote yrittäjille tarinoiden hyödyntämisestä aineistona Pro gradussa.

21.12.2022

Hei [*henkilön nimi*],

sinusta on tuotettu julkinen yrittäjätarina [*yrittäjyyttä edistävään toimijan nimi*] toimesta sosiaalisessa mediassa [*aineiston osoite sosiaalisessa mediassa*].

Tutkin julkisia yrittäjätarinoita Pro gradussani ja tarinasi on osa 20 tarinan laajuista aineistoa. Tarinatasoiset tutkimuksessa hyödynnettävät sitaatit ovat anonymisoituja ja yrityksen nimeä tai nimeäsi ei julkaista gradussa.

Graduni tavoite on tutkia erillisten tutkimuskysymysten kautta millaista kuvaa yrittäjätarinat yrittäjyydestä tuottavat.

Hyviin tutkimuseettisiin tapoihin kuuluu kuitenkin informoida tutkittavia, joten siksi lähestyn sinua tällä viestillä. Vastaathan tähän viestiin viikon kuluessa, 28.12.2022 mennessä, mikäli et halua tarinaasi käytettävän Pro graduni aineistona.

Yhteistyöterveisin

Mia Kilpinen

Yhteiskuntatieteiden opiskelija, Jyväskylän yliopisto

[*yhteystiedot*]