

HANNA-MARI IKONEN

Tampereen yliopisto, yhteiskunta- ja kulttuuritieteiden yksikkö

Maaseudun naisyrittäjäksi tuleminen – esimerkki identiteetin rakentumisesta

TIIVISTELMÄ

Artikkeli tarkastelee maaseudun naisyrittäjien yrittäjäidentiteettejä. Kyseessä on seuranta-tutkimus, jossa samoja naisia on haastateltu kahteen kertaan muutaman vuoden välein. Artikkelissä keskityy yhden esimerkkihaastattelun avulla keskustelemaan siitä, miten yrittäjän identiteettiä otetaan haltuun välillä sujuvasti, välillä kamppailen ja aina suhteessa toisiin ihmisiin. Keskeisenä ajatuksena on, että identiteetti on prosessi, joka ei ole koskaan lopullisesti valmis ja joka muodostuu eri vuorovaikutustilanteissa eri tavoin. Haastattelusta käy ilmi, että itseymmärrykseen vaikuttavat myös varsinaisen yrittämisen ulkopuoliset asiat, kuten sukupuoli ja elämäntilanne sekä fyysinen ja kulttuurinen ympäristö. Haastateltava on aloittanut yrittäjyyden, koska se tuntui parhaalta toimeentulomuodolta tuoreena äitinä ja maallemuuttajana. Samalla pienimuotoinen yrittäjyys tuntui aluksi entiseen palkkatyöhön verrattuna vaatimattomalta ja jopa häpeälliseltä, mutta ajan kuluessa hän on alkanut puhua itsestään sujuvasti yrittäjänä. Artikkelissa ehdotetaan, että niin identiteetin tarkastelussa kuin maaseutututkimuksessakin kannattaisi selittää asioita kontekstuaalisesti: ihmisten erilaisten tilanteiden ja tulkintojen taakse etsiytyen, muutoksia laajempiin yhteyksiinsä asettaen ja tieteenalarajoja ylittäen.

Yrittäjyys maaseudulla on kiistatta tärkeää. Tämä artikkeli käsittelee maaseudun naisyrittäjiä ja tarkemmin heidän identiteettiensä muotoutumista. Käytössä on seuranta-asetelma: tutkimusmateriaali koostuu 16 seuranta-haastattelusta, jotka olen tehnyt samojen naisten kanssa, joita haastattelin ensimmäistä kertaa vuosia aiemmin. He asuvat edelleen maaseutumaisissa paikoissa, mutta monet ovat luopuneet yrittäjyydestä. Kiinnostukseni on kohderyhmän yrittäjä- ja toisinaan ammatti-identiteettien kehitymisessä, poiskehitymisessä tai ei-kehitymisessä. Tässä artikkelissa pääasiallisen tarkastelun kohteena on yhden edelleen yrittäjänä toimivan naisen haastattelu. Mitkä tekijät ovat johtaneet nykytilanteeseen ja millaisin diskursiivisin resurssein eli kielellisin ja kulttuurisin keinoin hän tulkitsee elämänsä osatekijöitä, kuten työtä, palkkaa ja merkittäviä muita ihmisiä tällä hetkellä?

Analysoin sitä miten sukupuoli, ikä, perhetilanne, elämänhistoria sekä sosiaalisen ja maantieteellisen tilan vaikutukset yhdessä muodostavat identiteettiä. Näen identiteetin käsitteen muuttuvana, joustavana ja kontekstuaalisena eli tilanteisena enkä etsi yhtä maaseudun naisyrittäjän identiteettiä. Tavoitteena on saada ote prosessista, jossa itseys on jatkuvassa muutoksen tilassa – ja jota toisinaan ohjaa unelma ideaalipersonasta, jollai-

Avainsanat: naisyrittäjyys, identiteetti, maaseutu, kontekstuaalisuus

seksi haluaisi tulla (Hall 1999). Koska ajattelen identiteetin olevan tilanteisesti rakennettu ja esitetty, etsin erilaisissa diskursseissa aukeavia subjektipositioita eli puhumisen ja toimimisen paikkoja, joita otetaan haastatteluissa pitkin matkaa. Haastateltavan identiteettiä eli käsitystä ja kertomusta siitä, kuka hän on, muodostavat monet eri subjektipositiot yhdessä. Analysoimalla subjektipositioita voi tavoittaa toiminnan ja siten identifikaatioiden eli samaistumisten rajoja ja ehtoja, sillä kaikki subjektipositiot eivät avaudu samalla tavalla mahdolliseksi kaikille. (Ks. Burr 1995.)

Kiinnostavaa on, miten maaseudun naisten yrittäjäidentiteettien kehittyminen tai ei-kehittyminen suhteutuu suomalaisen yrittäjyyskeskustelun vahvaan diskurssiin eli säännönmukaisesti toistuvaan puhetapaan edistää yrittäjyyttä naisten itsensä takia sekä varsinkin alueellisen edun nimissä. Yrittäjyydestä mahdollisuutena ja sen edistämisen keinoista on keskusteltu jo pitkään eikä kyse ole ollut pelkästä retoriikasta, vaan resursseja todella on suunnattu monille kohderyhmille. Kuitenkaan yrittäjyys ei ole lisääntynyt räjähdysmäisesti eivätkä asenteet yrittäjyyttä kohtaan ole muuttuneet ratkaisevasti myönteisemmiksi (ks. Hyytinen & Pajarinen 2005). Hyvien yrittäjyysasenteiden tärkeys ja yrittäjämäisen toiminnan myönteiset vaikutukset ovat Suomessa olleet keskustelun aiheina ainakin 1990-luvun laman jälkeisestä ajasta lähtien, ja yrittäjyyspuhe on useimmiten jo vakiintunutta ja kyseenalaistamatonta. Poliittisessa ja taloudellisessa retoriikassa lainataan asiantuntijoita, joiden mukaan läpeensä globalisoituneessa taloudessa pärjätäkseen kansakunta, olkoon se mikä milloinkin, tarvitsee yrittäjyyttä. Se tarvitsee ihmisiä, joilla on yrittäjämäinen asenne, enemmän ihmisiä, jotka työllistävät itsensä yrittäjinä ja ympäristön, joka on mahdollisimman myönteinen yrittäjyydelle. Myös maaseutualueet tarvitsevat yrittäjyyttä, koska valtio tai suuryritykset eivät enää sijoita niihin eivätkä sitoudu ylläpitämään niiden hyvinvointia. Yksityisyrittäjyyttä tarvitaan pitämään tällaiset alueet jorkeenkin elinkelpoisina (esim. Muilu 2010). Tässä tilanteessa myös naisten käyttämätön potentiaali halutaan saada käyttöön. Toiveella on naisyrittäjyyden diskurssien mukaan kaksoistavoite: maaseutualueet hyötyvät ja naiset vapautuvat alisteises-

ta asemasta yrittäjyydellä. (Ks. Ikonen 2008).

Yrittäjyyttä suosivat ja jopa edellyttävät diskurssit ovat nykyisin saaneet näkyvän sijan monessa muussakin maassa. Esimerkiksi Iso-Britanniassa pienyrittäjyyttä pyrittiin edistämään vahvasti 1980-luvun oikeistolaisessa poliittisessä ilmapiirissä. Vuosikymmen julistettiin yrittäjyyden, yksilöllisyyden ja vapauden vuosikymmeneksi (Cohen & Musson 2000: 31). Länsimaaisissa yhteiskunnissa yrittäjyyden kulttuuria alettiin ajaa erityisen vahvasti 1990-luvulla (esim. du Gay 1996; Cohen & Musson 2000; Obgor 2000; Watson 2009). Silloin tuli laajasti hyväksytyksi käsitys, että yrittäjyys on keino tärkeiden tavoitteiden saavuttamiseksi, kuten arvon luomiselle ja taloudellisen kasvun voimistamiselle kansallisvaltioissa. Jotkut tutkijat ovat tuominneet tämänkaltaisen politiikan ja siihen liittyvän epäkritiittisen tutkimuksen yksinkertaistavana ekonomistisena ajatteluna, joka vahvistaa vain valitsevaa riskihakuista, voittoa maksimoivaa ja kasvua tavoittelevaa yrittäjyyttä. Tällainen yrittäjyyspolitiikka ja -tutkimus sulkee ovia yhteen raamiin sopimattomilta ihmisiltä, usein naisilta, maaseudun asukkailta ja maahanmuuttajayrittäjiltä (esim. Mullholland 1996; Obgor 2000; Fenwick 2002; Bruni ym. 2004; Berglund & Johansson 2007; Parkinson & Howorth 2008).

Yrittäjyyspuhe on nähdäkseni kohdannut varsin suotuisan yleisön Suomen maaseudun naisissa, koska ylipäätään naisten työnteolla on perinteet pitkällä historiassa (Setälä 1988; Markkola 1989; Siiskonen 1990; Östman 2000; myös Ruotsissa: Flygare 2001). Pientilalliset ja maattomat ovat olleet pakotettuja hankkimaan elantoa koko perheen voimin. Toisen maailmansodan aikana miesten ollessa rintamalla naiset hoitivat perinteisten kotitalousteiden ja lastenhoidon lisäksi kaikki maatalon työt. On ollut itsestään selvää, että naiset tekevät työtä sekä maataloudessa, teollisuudessa että erilaisissa palveluissa. Kuitenkaan maanviljelijöiden puolisoiksi päätyneet naiset eivät ole saaneet työleen virallista asemaa, mikä olisi taannut oman palkan, eläkkeen tai muita sosiaalietuuksia. Tämä on ylläpitänyt maaseudun naisten epätasa-arvoista asemaa. Kun naiset monilla muilla yhteiskunnan tahoilla ovat saavuttaneet vahvan aseman, ja kun myytti vahvasta suomalaisesta naisesta on kansain-

välisestikin jaettu, tulee ymmärrettäväksi, että yrittäjyyden nähdään tarjoavan itsenäisyyttä ja tasa-arvoa maaseudun naisille niin poliittisissa diskursseissa kuin yksilöiden omissa tulkinnoissa.

Lukujen valossa naisyrittäjien määrä Suomessa on korkea: kolmasosa kaikista yrittäjistä maatalouspoisluettuna on naisia (79 400 naisyrittäjää) (TEM 2010: 18). Tämä on EU-maiden korkein luku (toiseksi korkein Portugalin jälkeen, jos maatalous otetaan mukaan). Maaseutuyrittäjistä naisia on maatalous mukaan lukien niin ikään noin kolmannes, mikä tarkoittaa noin 23000 naisyrittäjää (Maaseutupolitiikan yhteistyöryhmä 2004). Huolimatta naisyrittäjien korkeasta määrästä viime hallitus asetti tehtäväkseen lisätä naisyrittäjien osuuden 40 prosenttiin (TEM 2010: 26). Perusteena on, että määrän lisääminen nähdään tärkeäksi juuri kansallisen kilpailukyvyyn ja naisten työvoimareservin takia. Naisyrittäjyyden edistäminen parantaa työllisyyttä sekä sukupuolten ja alueellista tasa-arvoa. Hallituksen asettaman naisyrittäjyyden edistämisyhmän raportissa korostetaan, että juuri nyt on avautumassa paljon mahdollisuuksia naisten yrittäjyydelle, koska elinkeinorakenne muuttuu ja palveluiden, erityisesti sosiaali- ja terveydenhuollon ja kotipalveluiden kysyntä kasvaa. Poliittisesti kannatettu laaja innovaatiopolitiikka on nostanut esille myös palveluyrittäjyyden ja muut naisille tyypilliset toimialat. (TEM 2010.) Näin naisyrittäjyysdiskurssi elää ja kehittyy yhä.

Maaseudun kehittämisen diskurssit nojaavat tänä päivänä enenevästi maatalouden ulkopuolisiin toimintoihin ja niiden voi sanoa olevan kaupunkien ohjaamia, sillä maaseudulta halutaan erityisesti sitä, mitä kaupungeista näyttää puuttuvan: vihreyttä, lähiruokaa, paikallisuudelle perustuvia kulttuurielämyksiä ja luontoon perustuvaa virkistystoimintaa. Kaupunki ja maaseutu ovat kiinteässä vuorovaikutuksessa, mutta siten, että urbaani kulutusmaku ohjailee kysyntää ja tarjoaa: maaseudun uusi talous tarkoittaa usein aineettomia, vaikeasti mitattavia palvelutuotteita ja pääomaa. (Andersson 2007.) Jyrki Kataisen hallituksen ohjelma vihjaa tähän samaan kaupunkilähtöiseen kehittämiseen ja maaseudun rooliin pääasiassa kaupunkien palvelijana, kun julkaisussa kirjoitetaan, että

”[m]aaseutu toimii useiden hyvinvointitekijöiden ympäristönä. Näillä elämisen laatu tekijöillä on kasvava rooli virkistyksestä, matkailusta, kulttuuritoiminnasta, elämästeollisuudesta sekä asumisesta.” (Valtioneuvoston kanslia 2011: 44).

Lisäksi yrittäjyyttä, erityisesti monia eri yritysaloja yhdistävää monitulyrittäjyyttä halutaan edelleen edistää (emt.: 51).

Tämänkaltaiset poliittiset tavoitteet luovat diskursiivisen tilan yrittäjyydelle. Seuraavassa tarkastelen yrittäjäjoukkoa, joka toimii tässä tilassa. Ensin lähestyn identiteetin, erityisesti yrittäjäidentiteetin, käsitettä teoreettisesti. Sitten esittelen tutkimusmateriaalin ja sen keräämisen tavat. Tämän jälkeen kuvaan tapaani työskennellä yrittäjäidentiteettien kanssa metodologisesti käyttämällä subjektiposition käsitettä. Siirtyessäni haastatteluaineiston pariin kuvaan ensin haastateltavien nykytilanteita. En keskity tässä koko aineiston tarkempaan analyysiin, vaan siirryn melko pian yhteen yrittäjäsimerkkiin, jossa näytän identiteetin muotoutumisen prosessinomaisuuden ja kontekstuaalisuuden. Lopuksi esitän joitakin yleisempiä ajatuksia siitä, miten tavat muodostaa yrittäjäidentiteettiä kehittyvät konkreettisen yrittämisen aikana ja sen välittömässä läheisyydessä, mitkä tekijät saavat kehityksipolut eroamaan toisistaan ja mitä uutta tietoa yrittäjyydestä, sukupuolesta ja paikasta tämä kaikki tuottaa.

Yrittäjäidentiteettien tutkiminen: kontekstuaalinen lähestymistapa

Yrittäjyystutkimuksessa käytetään perinteisesti strukturalistista lähestymistapaa, jossa hyödynnetään taloustieteen käsitteitä. Kun tullaan lähemmäs yksilön näkökulmaa, käytetään yleensä psykologista termistöä ja etsitään persoonallisuuspiirteitä (Watson 2009: 251). Kuitenkin kasvava kiinnostus suuntautuu yrittäjyyden kulttuuristen, diskursiivisten tai ideologisten aspektien tarkasteluun, mitä Tony Watson (2009: 251–252) kutsuu rakenteelliseksi tasoksi, sekä yksilötason eli yrittäjäminuuksiin tai identiteetteihin. Watson väittää, etteivät nämä kaksi uudehkoa tutkimusotetta ole linkittyneet käsitteellisesti, ja esittää linkiksi identiteettityön käsitettä. Monica Lindgren ja Nils Wählin

(2001) puolestaan ovat käyttäneet refleksiivisen identiteetin käsitettä tarkastellessaan identiteetin kerronnallista rakentumista modernissa elämässä. Heidän mukaansa juuri nykyaikana kohdataan usein elämän taitekohtia, jotka kutsuvat arvioimaan mennyttä ja tulevaa.

Identiteettityö ja refleksiivinen identiteetti ovat käsitteinä ja käytäntöinä mielestäni melko itsestään selvä löydös, koska yhteiskuntatieteissä paljon käytetyn konstruktionistisen tietoteorian mukaan yhden vakaan identiteetin etsiminen on epäonnistumaan tuomittu yritys. Sen sijaan tämän sosiaalisen konstruktionismin ohjaamana on laajasti ymmärretty, että identiteettiä tehdään ja työtetään jatkuvasti. Watsonin viitekehys on silti hyödyllinen. Myös tässä artikkelissa lähdän siitä, että yksilöt ovat suhteessa laajempiin heille tarjolla oleviin diskursseihin (Watson 2009: 252; myös Burr 1995). Käyttämäni diskurssinäkemys mukaan tietyt diskurssit ovat tietyssä hetkessä erityisen saatavilla, kutsuvia tai tuttuja ja suhteuttamalla itseämme niihin tuotamme identiteettiämme (Burr 1995: 140). Näin ollen kaikki yhteiskunnassa ilmenevät yrittäjyysdiskurssit tarjoavat rakennusmateriaalia sille, miten itsemme miellämme, joskin jotkut ovat enemmän tarjolla kuin toiset (Edley 2001: 190–191). Siksi esimerkiksi poliittisista linjanvedoista tai talouden omalakisouden retoriikasta muodostuvat yrittäjyysdiskurssit tulevat tavalla tai toisella osaksi yrittäjähaastattelujen puhetta ja heidän on tehtävä valintoja suhteessa näihin diskursseihin. Mutta kun on valittu yksilön tai pienen ryhmän näkökulma, jota halutaan ymmärtää mahdollisimman laajasti, on haastattelupuheesta tunnistettava myös muita kuin yrittäjyysdiskursseja, jotta haastateltavan tuottama käsitys itsestään tulisi ymmärrettäväksi tilanteessa (myös LaPointe 2011). Esimerkiksi yrittäjyyden maskuliiniset, sankarilliset ja kunnianhimoiset, maaseudun traditionaaliset, maanviljelyspainotteiset ja taantuneet tai naiseuden kotikeskeiset, epäitsenäiset painotukset voivat olla maaseudun asukkaan kohtaamia diskursseja – yleistyksiä mutta silti heijasteita todellisuudesta.

On huomattava, että ekonomistista yrittäjyysdiskurssia kritisoiivat – ja kriittisyydessään tervetulleet – analyysit ottavat yhden diskurssin kuvaa-

maan koko kulttuuria. Esimerkiksi Watson (2009: 252–254) ehdottaa, että kriittisissä ja analyttisissä yrittäjyyden kulttuuria arvioivissa keskusteluissa ei tulisi viitata koko kulttuuriin vaan täsmällisemmin tiettyyn diskurssiin. Yhteiskunnassa on yhtenäkin hetkenä aina useita tapoja keskustella jostakin aiheesta, vaikka jotkut niistä ovat hallitsemampia kuin toiset. On tärkeää kiinnittää huomiota siihen, kuinka laaja diskurssi yrittäjämäisen asenteen tärkeydestä muokkaa niin yrittäjänä toimivien kuin palkkatyöntekijöidenkin identiteettejä. Silti yrittäjämäisen toimijan stereotyyppiä on joskus liioiteltu ja toimijoiden mahdollisuuksia tehdä toisin ei ole huomattu tai edes etsitty. Yksilön tasolla ja heidän merkityksellistämisprosessiensa lähianalyyssissä näkee, että ihmiset neuvottelevat itselleen toimintatilaa ja monipuolisempia yrittäjyyden motiiveja kuin mitä voisimme löytää vain jäljittämällä suurta, valtiollista, taloudellisesti-poliittista diskurssia. Tässä artikkelissa olen tehnyt valinnan, että en painota yhteiskunnan yrittäjyysdiskurssien tasoa. Siksi diskurssien muodostumisen erittely ja jäsentely jää tässä tarkastelussa varsin vähäiseksi. Keskityn yrittäjänä toimivien yksilöiden puheeseen, jossa tuotetaan itseä yrittäjänä ja siten otetaan kantaa niin yrittäjyys- kuin muihinkin, kuten nykymaaseudun ja äitiyden, diskursseihin ja niiden tarjoamiin subjektipositioihin (Burr 1995: 141; myös Cohen & Musson 2000). Haluan tutkia konkreettisesti ja varsin onnellisesti yrittäjäksi ryhtyneitä enkä näin ollen liikkua vain yrittäjyysretoriikan ja sen kritisoinnin tasolla, joskin pidän yrittäjyyden ulosulkevuuden ja ehdollisen mukaanottamisen tarkastelua (esim. Komulainen ym. 2010) toivottuna.

Kuten mainittua, Watson (2009) haluaa rakentaa identiteettityön käsitteen avulla siltää abstraktin ja laajan yrittäjyysdiskurssin sekä yksilöllisen identiteetin välille, kun taas itse korostan *kontekstin* merkitystä (myös Halford & Leonard 2006; Kalantaridis & Bika 2006; Hjort 2008). Kontekstin painotus on tyypillistä erityisesti pohjoismaiselle yrittäjyystutkimukselle, missä huomio on anglo-amerikkalaista tutkimusta enemmän erityisessä ja paikallisessa kuin yleisessä. Se on saanut vaikutteita niin kielellisestä ja kulttuurisesta käänteestä,

konstruktionismista kuin kvalitatiivisesta metodologiasta. (Hjort 2008: 322.) Pohjoismaisten tutkijoiden lisäksi myös muut laadullisen yrittäjyystutkimuksen tekijät ovat todenneet, että yrittäjyysdiskurssi tulee aina tiedostetuksi, käytetyksi ja muutetuksi ihmisten paikallisista ja tilanteisista kehyksistä käsin eikä diskurssia pidä nähdä täysin yhteinäisenä (esim. du Gay & Salaman 1992; Cohen & Musson 2000).

Mielestäni erityiset, pienimuotoiset ja numeroiden taakse menevät seikat ovat erittäin oleellista maaseutututkimuksessa, jossa ei voi yleistää asioiden tapahtuvan ja saavan merkityksiä samoin perustein kuin vaikkapa tiheästi asutuilla alueilla, pääkaupungissa tai maailman metropoleissa. Kontekstuaalisuus on tärkeää myös feministisessä tutkimuksessa, jossa keskeinen lähtökohta on tiedon situationaalisuus: se, että asiat ja tapahtumat saavat merkityksensä riippuen muun muassa toimijoiden sukupuolesta, yhteiskuntaluokasta, iästä, asuinpaikasta ja etnisyydestä (esim. Haraway 1991; Harding 2004; Liljeström 2004; McCall 2005). Erilaiset muun muassa yrittäjyyttä koskevat diskurssit ilmenevät eri asemilla oleville ihmisille eri tavoilla; identiteetin näkökulmasta on kiinnostavaa huomata kuinka tietyt diskurssit ja niihin liittyvät ideologiat ja ihmiset tulevat tärkeiksi tai vastaavasti pysyvät taustalla ihmisen itseyttämisessä. Jos identiteetti ymmärretään muuttuvana käsitteenä, identiteetit muotoutuvat tilannekohtaisesti, kun toimijat hakevat paikkaansa, tekevät päätöksiä ja antavat asioille merkityksiä erilaisissa materiaalisissa ja kulttuurisissa tulkintakehyksissä.

Lene Foss (2004) on tutkinut yrittäjäidentiteetin kehittymistä ajallisesti ja paikallisesti yhden narratiivisen haastattelun avulla. Foss toteaa, että yksi tekijä, kuten sukupuoli, ammatti tai muu instituutio, ei väritä koko identiteettiä, vaan esimerkiksi yhden yrittäjäidentiteetti on seurausta refleksiivisistä eli itseän kohdistuvasta analyttisestä prosessista, jossa elämänsä tapahtumat tulevat käsitellyksi jälkikäteen. Hänen haastattelunsa on ollut elämänsä tapahtumat, kun taas omassa tutkimuksessani keskitytään yrittäjyyden aikaan, juuri sitä edeltävään ja toisinaan sen jälkeiseen jaksoon. Kuitenkin huomio on sama: itseä rakennetaan jatkuvasti mutta erityisesti sitä pohditaan elämän tai

tekoissa sekä silloin, kun joku, esimerkiksi haastattelija, antaa sen tehtäväksi. Samantyyppisiä kysymyksiä tarkastelee Helene Oldrup (1999), joka on tutkinut maatalan ulkopuolella työssä käyviä viljelijöiden puolisoita Tanskassa. Laadullisiin elämäntapa-haastatteluihin perustuvassa tutkimuksessa hän toteaa, että tällaiset naiset eivät muodosta vain ammatti-identiteettiä tai maatalan naisen identiteettiä (myös Watson 2009: 256). Arjessaan he toimivat monissa eri konteksteissa, joissa heillä on eri rooleja. Näin he tuovat sekä omaan itseyttämisensä että maatilalle ja koko maaseudulle uusia kokemuksia sekä uudistavat ja haastavat vanhoja toimintatapoja.

Tutkimusmateriaali ja identiteetin tutkimisen metodi

Kuten usein tutkimuksissa, myös yrittäjyystutkimuksissa henkilöitä tutkitaan tavallisimmin vain yhtenä ajankohtana, mikä antaa kuvan suuremmasta vakaudesta kuin mitä todellisuus tai henkilöiden toisen ajankohdan kokemukset osoittavat¹. Tässä tutkimuksessa olen haastatellut naisia ensimmäisen kerran vuosien 2001–2002 vaihteessa. Tuolloin haastateltavana oli 18 yrittäjää. Naiset oli valittu tekemästäni kyselystä, johon oli vastannut 132 kahden maakunnan naisrytätäjää. Kyselyn perusteella sain käsityksen siitä, miten haastatellut naiset suhteutuivat laajempaan maaseudun naisrytätäjien joukkoon. Tämän artikkelin aineisto puolestaan koostuu vuonna 2009 tehdyistä 16 puolistrukturoidusta haastattelusta aiempiin haastatteluihin osallistuneiden naisten kanssa. Kahta naista en voinut haastatella uudelleen. Näistä tunninpuolentoista tunnin pituisista haastattelusta kymmenen on tehty puhelimitse ja kuusi kasvokkain.

Haastatellut naiset asuvat maaseutualueilla Pirkanmaan ja Pohjois-Karjalan maakunnissa. Pohjois-Karjalaa luonnehtii ongelmallisimman syrjäisen maaseudun suuri osuus. Sitä vaivaavat maataloudelle epäsuotuisimmat luonnonolot, pidemmät

¹ Poikkeuksia toki on, esim. Vesala & Vesala 2010 ja uraidentiteettien tutkimuksessa LaPointe 2011. Maaseutututkimuksessa lisäksi merkittävä ja kiinnostava esimerkki seuranta-tutkimuksesta on Sivakka–Rasimäki-kylätutkimusten sarja, jossa on seurattu Sivakkavaaran ja Rasimäen kyläyhteisöjen kehityskaarta 1960–70-luvun kylätutkimuksen noususta aina tähän päivään saakka (esim. Alanen ym. 1973; Rannikko ym. 1984; Knuutila ym. 1996; 2008).

etäisyydet, harvempi asutus, iäkkäämpi väestö ja korkeampi työttömyys verrattuna Pirkanmaahan, jossa on enemmän menestyvää kaupungin läheistä sekä varsin hyvin toimeentulevaa ydinmaaseutua (Malinen ym. 2006). Pirkanmaa on yleisesti ottaen hyvinvoivempaa aluetta, vaikka sielläkin on syrjäseuduille tyypillisiä ongelmia heti Tampereen naapurikuntien ympärillä.

Aiemman tutkimukseni perusteella tiesin perusasioita naisten elämänhistorioista ja perhesuhteista, heidän käsityksiään kotipaikasta ja kokemuksiaan yrittäjäksi ryhtymisestä, naisyrittäjänä olemisesta ja maaseudulla toimimisesta. Seuranta-haastatteluissa naisten nykyinen työ- ja perhetilanne tulivat päivitettyksi ja keskustelimme siitä, mitkä seikat olivat johtaneet muutoksiin heidän tilanteisaan. Haastattelut koostuivat kolmesta laajasta teemasta, joita sovelsin kunkin tilanteen mukaan: työ, joka toisilla oli yhä yrittäjyyttä ja toisilla ei, suhde asuinpaikkaan sekä sukupuoli elettyinä ja kerrottuina käytäntöinä. Teemoja tarkasteltiin eri lähestymiskulmista riippuen siitä, miten kukin haastateltava tarttui aiheisiin. Uusi teema näissä haastatteluissa koski itsensä ja yrityksen muokkaamista asiakkaiden oletettujen toiveiden mukaiseksi ja tällaisten ponnistelujen mahdollisia hyvinvointiseurauksia.

Seuraamani diskursiivisen näkökulman mukaan identiteetin rakentumisen prosessissa diskursit kohtaavat ja tarjoavat erilaisia toimijuuden tai puhunnan paikkoja subjekteille eli subjektipositioita. Identiteetti rakentuu siten diskursiivisesti ja diskursseissa tarjoutuu erilaisia subjektipositioita. Näin ollen identiteettiä muodostetaan suhtautumalla eri tavoin diskursseihin, mikä tapahtuu asettumalla niiden puhutteleviin subjektipositioihin tai vaihtoehtoisesti kieltäytymällä niistä tai jäämällä niiden ulkopuolelle. Stuart Hall (1999: 253; myös Burr 1995: 152) määrittelee saman prosessin niin, että identiteetti on diskursien kohtauspaikka ja yhdistelmä, jossa subjekti kiinnittyy tiettyjen diskursien subjektipositioihin. Tutkimuksessa tavoitteena ei ole selvittää, mikä subjektipositio on aidointa minuutta, vaan versioiden moninaisuutta (Jokinen ym. 1993: 38).

Subjektipositiot yhdistävät laajemmat diskursit ja erityisten minuuskien sosiaalisen rakentu-

misen; subjektipositio on yksilön paikka tiettyssä diskursiivisessa rakenteessa (Brandth 2002: 183–184; Edley 2001: 210). Ihmisten on mahdollista käyttää tilanteisesti monia subjektipositioita, joten tiettyissä diskursseissa mahdolliset positiot muodostavat vain osan ihmisen identiteettiä. Subjektipositiot muodostuvat vuorovaikutuksellisesti ja identiteetti tulee siis näkyväksi juuri sosiaalisessa elämässä – identiteettiä työstetään arvioimalla itseään suhteessa muihin ja näistä kohtaamisissa muodostuviin kollektiivisiin tarinoin. Identiteetin rakennuspalikat ovat jaettu ja ne ovat olemassa ennen yksittäistä kertojaa ja hänestä riippumatta, mutta tarvittaessa, esimerkiksi haastattelijan pyytäessä pohtimaan aihetta, niitä hyödynnetään oman tarinan tuottamisessa. Yrittäjyys on yksi kulttuurissa tarjolla oleva diskursiivinen resurssi, johon nojaten voi rakentaa itseään, mutta se, että on yrittäjä, ei yksinään kuvaa ihmisen kokemusta ja käsitystä itsestään.

Samaakin diskursssia voidaan käyttää monin tavoin. Esimerkiksi yrittäjyyttä koskevat diskurssit voivat tulla tulkituiksi erilailla eri yrittäjien ollessa kyseessä. Suhteessa diskurssiin otetaan erilainen positio jopa saman haastattelun kuluessa. Useiden subjektipositioiden ottaminen samanaikaisesti voi heijastaa hallitsevien diskursseiden haastamista, vastustamista tai epämukavaa oloa suhteessa niihin (Brandth & Haugen 1998), sillä subjektipositiot sisältävät normeja, arvoja ja tunteita, joista on päätettävä, haluammeko identifioitua niihin (Burr 1995; Edley 2001). Subjektipositioihin asettuminen riippuu kontekstista, joka puolestaan viittaa sekä haastattelun välittömään vuorovaikutustilanteeseen että laajoihin keskusteltavien asioiden kulttuurisiin ja historiallisiin taustoihin. Esimerkiksi toisissa tilanteissa asioita kommentoidaan asiantuntijan näkökulmasta ja toisinaan käytetään amatöörin positiota. Haastattelutilanteen vuorovaikutus ohjaa osaltaan positioihin hakeutumista.

Aloitin aineiston analyysin kuuntelemalla nauhoitettuja haastatteluja ja tekemällä merkintöjä litteraatioihin. Tämän jälkeen kirjoitin jokaisesta haastateltavasta kuvailevan tarinan, jossa kävin läpi heidän nykyisen työ-, perhe- ja elämäntilanteensa sekä tärkeimmät syyt muutoksiin, jos muutoksia

oli. Kävin myös lyhyesti läpi, mitä he kertoivat vuosista haastattelukertojen välissä ja mitä he suunnittelivat tulevaisuudelle. Näin sain hyvän yleiskuvan tutkimushenkilöiden tilanteesta ja teemoista, joita halusin tarkastella lähemmin.

Jäljitin subjektipositioita haastatteluista, myös tämän artikkelin esimerkkihaastattelusta, muutamien vihjeiden avulla. Identiteettien muodostumisen analyysissä käyttämäni versio diskurssianalyysistä ohjaa analysoimaan termien valikoimaa tai sanastoa, joka haastateltaville tarjoutuu historian perusteella, toisinaan helposti ja joskus vaivoin (Edley 2001: 190). Olen siis kiinnittänyt huomiota termiperheisiin, joita käytetään välineenä kuvattaessa tiettyä aihetta. Haastateltavallani yrityksen pienuudesta, vaatimattomista toimitiloista sekä yksin ja käsillä tekemisestä puhuminen viittaa termistöön, jonka kautta kerrotaan vaatimattomuudesta ja häpeästä. Valittu sanasto ja äänensävy vih-

jaavat, kuinka haastateltava arvostaa joitakin aiheita. Kiinnostavaa on myös se, kuinka halukkaasti naiset tarttuvat aiheisiin tai mahdollisesti välttelevät joitakin aiheita, eivät löydä sanottavaa niistä tai nostavat itse esiin uusia aihepiirejä. Metaforat ja hyvin vahvat sanavalinnat kuvaavat myös suhtautumista aiheisiin. Toisten ihmisten näkyminen haastatteluvastauksissa kertoo muiden ihmisten vaikutuksesta tulkintoihin. Esimerkkihaastateltavani muun muassa kertoo, että *he*, siis hän ja miehensä, olivat päättäneet että nainen ei enää kävisi yöttöissä. Miehen osallistuminen naisen työaikoja koskeviin päätöksiin esitetään itsestäänselvytenä. Samoin hän tuo esille, miten *muut ihmiset* pitivät hänen uutta uraansa kahvinkaateluna. Aikaulottuvuutta tarkkailemalla puolestaan huomaa, minkä aiheiden katsotaan kuuluvan menneisyyteen ja minkä nykyisyyteen tai tulevaisuuteen. (Burr 1995.) Haastateltavalle kahvinkaatu on nyt

TAULUKKO 1. Yrittäjien aiemmat toimialat ja tilanne seuranta-haastattelussa

ateriapalveluyrittäjä	jatkaa mukavalla menestyksellä
taksiryrittäjä	alanvaihto mielessä 1. haastattelussa, silti nyt eläkkeellä
fysioterapeutti	jatkaa, nykyisin täysipäiväisesti, myös jumppaohjausta
hieroja	jatkaa yhä osa-aikaisesti, edelleen palkkatyö rinnalla
huovuttaja	jatkaa, nykyisin täysipäiväistä, onnistunut laajentamaan
kaluste-entisöijä	jatkaa mutta vaihtamassa yritysalaan terveysyistä
kankaanpainaja/leipuri	vaihtanut yritysalaan kannattavuussyistä
kotieläinpihayrittäjä	eläkkeellä mutta auttaa säännöllisesti ystävän yrityksessä hovin vuoksi
kyläkauppias	eläkkeellä, kuten suunnitteli
luontaishoitaja	jatkaa entistä pienimuotoisemmin, eläköitymässä
majataloyrittäjä	jatkaa mutta toivoo jo, että yksi lapsista ottaisi ohjat
marjojen jatkojalostaja	jatkaa mutta voisi vaihtaa työtä kokonaan, jos mahdollisuus tulee
mikrotukiyritys	lopettanut kannattavuussyistä, opiskelee alaa jonka pitäisi työllistää hyvin
ompeleija	jatkaa hyvin pienimuotoisesti, nyt myös osa-aikainen palkkatyö, kaksi lasta lisää
ratsastuksenopettaja	jatkaa freelance-opettajana, ei enää omaa tallia
suutari	lopettanut ainakin toistaiseksi terveysyistä, palkkatyössä

historiaa. Tuloksena on keskeisiä diskursseja, jotka vaikuttavat itsen kertomiseen, sekä niissä tarjoutuvia subjektipositiopohdintoja.

Ollako vai eikö olla maaseutuyrittäjä

Tässä jaksossa kuvaan lyhyesti tutkimushenkilöideni nykytilanteet: työ- ja elämäntilanteet yleensä, mahdolliset yrittäjyydestä luopumisen syyt, tärkeimmät muut muutokset ja niiden taustatekijät sekä ennallaan pysymiset. Taulukossa 1 on ensin kunkin aiempi yritysala ja sitten työtilanne jälkimmäisen haastattelun hetkellä.

Kuudestatoista naisesta 11 jatkaa yrittämistä ja viisi ei. Viidestä lopettaneesta yksi jatkaa mahdollisesti yrittämistä myöhemmin palkkatyö- ja terveystilanteesta riippuen. Eräs toinen tekee pieniä tilauksia alalla, johon oli aikeissa vaihtaa ennen eläköitymistään. Yhdestätoista yrittämistä jatkaneesta lähes kaikki ovat muuttaneet yrityksessään jotain, kuten lisänneet tai jättäneet pois toimintamuotoja. Kaksi on vaihtanut alaa. Neljä olisi valmis luopumaan yrittämisestä, jos jotakin muuta ilmaantuisi, jotkut jopa toivovat sitä.

Useimmiten syyt jättää yrittäminen liittyvät yrittäjän ikään. Jos eläkeikä ei vielä ole lähellä, on tilanteiden muuttuessa pitänyt löytää uusi työ tai yritysidea. Myös perhetilanteissa on tapahtunut muutoksia, mutta niiden ei kerrota suoraan vaikuttaneen yrittämiseen. Esimerkiksi ratsastuksenopettaja on saanut lapsen ensimmäisen haastattelumme jälkeen, jolloin hänellä oli esiteini-ikäiset kaksoiset. Hän kuitenkin kertoo, että syntyneellä lapsella ei ole ollut mitään tekemistä hänen yrittäjyyspäätöstensä kanssa, vaikka hän on yksinhuoltaja ja vaikka lapsi säätelee aikatauluja ja työn tekemisen tapoja. Sitä vastoin ompelijalle on syntynyt kaksi lasta lisää ensimmäisen haastattelun jälkeen. Koska myös hänen miehellään on uusi työ epäsäännöllisine työaikoineen ja ilmeisen vähän kiinnostusta osallistua perheen arjen pyörittämiseen, ompelija ei ole pystynyt työskentelemään yrityksessään täysipainoisesti. Hänellä myös yritysala on vaikuttanut tilanteeseen, sillä vaateompelualan tiukassa kilpailussa on erityisen vaikea pärjätä.

Haastatelluista yksi on muuttanut maaseutupaikasta toiseen, yksi on muuttanut toiseen taloon samassa kunnassa ja yhden on ollut miehen sairauden takia pakko muuttaa läheiseen kaupunkiin. Muut 13 asuvat samassa paikassa ja samassa talossa kuin ennen. Asuinpaikassa pysymisen tärkeys on jopa estänyt tehokkaimman mahdollisen yrittämisen tai muualla olevien monipuolisempien työmarkkinoiden hyödyntämisen. Haastateltavat tiedostavat tämän varsin hyvin, mutta eivät ole antaneet sen määrittellä asuinpaikkojaan.

Yhteistä haastatteluisissa onkin, että haastateltavat ovat sangen kykeneviä arvioimaan maaseutu- maista asuinpaikkaansa. Tässä reflektoinnissa on kuitenkin tietty malli: ongelmat, joita he mainitsevat, koetaan lähinnä epäkäytännöllisyyksinä ja epä-mukavuuksina, kuten pitkät etäisyydet töihin, har-rastuksiin ja kauppoihin, eivätkä ne ole emotionaalisesti häiritseviä. Sen sijaan ympäristön positiiviset piirteet, kuten oman tilan riittävyys, hiljaisuus ja luonnonläheisyys, mainitaan hyvin emotionaalisesti latautuneesti eikä niitä arvioida käytännöllisyyden kannalta.

Identiteettineuvotteluja

Ammattilaisesta yrittäjäksi ja yrittäjäämmattilaiseksi

Esimerkkihaastattelussani kertojana on pitopalvelua, tilausravintolaa ja hiihtäjien taukokahvilaa pitävä nainen. Tämän ateriapalveluyrittäjän haastattelusta jäljitän subjektipositiioita ja niiden avulla neuvottelua omasta yrittäjäidentiteetistä. Hän on esimerkkinä yrittäjäksi identifioitumisen prosessista, joka on aina uniikki mutta jossa käytetään kulttuurisesti jaettuina diskurssiivisia aineksia. Kuten lyhyestä tutkimushenkilöiden esittelystä voi päätellä, osalla haastateltavistani tämä yrittäjäidentiteetin prosessi on sisältänyt yrittäjäidentiteetin torjumista ja pakotettuakin poiskehittämistä. Osalla taas itsestään puhuminen yrittäjänä on kehittynyt vähitellen mutta tullut sittemmin luontevasti, ja tästä joukosta haastateltavani on esimerkki. Lisäksi hänen haastattelunsa osoittaa kaikissa haastateluisissa näkyvää subjektipositiioita

den moninaisuutta ja noihin subjektipositioihin sisältyviä neuvotteluja. Olen valinnut hänet myös siksi, että hänen puheensa yrittäjyydestä oli samanlaisuuksien ohella muusta aineistosta poikkeavaa: nainen kertoi sekä ensimmäisessä että seuranta-haastattelussa, kuinka hän piti aluksi yrittäjäksi ryhtymistään hyppynä alaspäin. Pääsääntöisesti naiset kertoivat olevansa ylpeitä uskalluksestaan aloittaa jotakin omaa ja omiin taitoihin perustuvaa. Tämän yrittäjän tapauksessa tunne hypystä alaspäin johtuu hänen aiemmasta työurastaan. Hänellä on ravintola-alan koulutus ja hän oli työskennellyt ulkomailla useita vuosia. Muutamaa vuotta ennen yrityksen perustamista hän oli palannut Suomeen ja työskennellyt ravintolapäällikkönä synnyinkaupungissaan. Hän oli tuolloin uransa huipulla, kun taas omissa firmassaan hän aluksi ainoana työntekijänä teki kaiken itse ja yksin. Pohtiessaan hyppäästään ja aikaa sitä ennen ja sen jälkeen hän viittaa moniin ihmisiin sekä heidän todellisiin ja oletettuihin odotuksiinsa.

Haastateltava asemoi itsensä alansa ammattilaiseksi. Hän olettaa, että ammattilaisuutta ei oikeastaan tarvitse edes selittää ja sitä on vaikea rohjeta korostaa. Hän ammentaa diskurssista, jossa urakehitys on tärkeää, ja olettaa kuulijan jakavan sen käsityksen, että ravintolapäällikköys on komeampi ura kuin pitopalvelun pitäminen. Ensimmäisessä haastattelussamme hän käytti monia täytesanoja yrittäessään ilmaista, että oli ravintolassa työskennellessään hyvin tunnettu.

– – mie olin tavallaan [aikaisemmassa työpaikassa] ravintolapäällikkönä että sitä niinkun oli siellä sillä tavalla esillä ja tavallaan oli niinkun sillä tavalla niinkun paikkakunnalla niinkun TUNNETTU. – – että sittenhän se oli hyppy että sitten onkin vaan joku pikkunen kotileipomo tossa – –

Toisessa haastattelussa hänen on helpompi kertoa olleensa ravintolapäällikkönä, mutta hän muistaa silti nolostumisen tunteen, kun ammattilaisena ei jatkanut urallaan palkkatyössä.

Miusta tuntuu, että mie alkuaikoina ihan niinkun, tavallaan niinkun vähän häpesinkin. Että, se oli niinkun hyppy alaspäin. Koska mie olin [paikkakunnan ravintolassa] ravintolapäällikkönä, hovimestarina. Niin sitten minä olin yks kaks joku tomonen kotileipuri tossa torilla [naurahtaa]. – – huomaisin

joittenki ihmisten katseista, ajattelin että nyt tuo, niinku ensin hän siellä ravintolassa hienosti ohjaa ja niinku johtaa sitä, mutta sitten on ite tekemässä käsillä. – – Jossakin tilaisuuksissa joku tuli sanoo, että mitenkä se hovimestari täällä kahvia vaan kaatelemassa. Että vähän niinku, et ne kahtoo että se on arvonalennus se, että on niinkun kahvinkaateljana vaan.

Sekä hän itse että paikalliset ihmiset, jotka tunsivat hänet ravintolasta, katsoivat hyppyä yrittäjäksi alaspäin. Hän saattoi lukea mielipiteet ihmisten kasvoilta ja sai kuulla niitä suoraankin. Häpeän tunne tuotetaan sosiaalisesti. Luopuminen johtavasta asemasta, noususuuntaisesta urasta ja varmas-ta palkasta oli hämmästyttäviä aiheuttanut ratkaisu. Häpeän nimikkeen alle hän panee yrityksensä pienen koon, alaisten puuttumisen, asumisen pienessä tuvassa maalla ja siellä työskentelyn sekä käsillä tekemisen. Tulkintani mukaan hän kuitenkin uskaltaa kuvailla alaspäin hypähtänyttä tilannettaan, koska hän oli tehnyt muutoksen hyvästä syystä ja vapaaehtoisesti ja oli nyt onnistunut muuttamaan tilannettaan. Hän on siis toiminut uradiskurssin edellyttämällä tavalla ja lisäksi ollut ahkera ja aikaansaava muillakin sektoreilla. Hän pystyy selittämään omaa tapaansa toimia yrittäjänä nojautumalla muihinkin kuin yrittäjyyden diskurssiin.

Yrityksen perustaminen oli tarkasti harkittu ratkaisu elämänmuutosten pyörteessä, jossa hän tapasi tulevan puolisonsa, muutti maalle ja sai lapsia. Vuosien myötä hän on onnistunut kehittämään ja laajentamaan yritystään. Paikallisesti hyvästä ruoasta tunnettu, kasvava yritys työllistää kausittain useita ihmisiä ja etsii jatkuvasti uusia toimintatapoja ja tuotteita. Sen sijaan entinen työpaikka ei ole selvinnyt yhtä hyvin vähenevän väestön paikkakunnalla.

Aluksi naisella oli pelko, että hän menettää ammatti-identiteettinsä luopuessaan palkkatyöstä, eikä yrittäjäksi identifioituminen tapahtunut tuosta vain – sopiva positio yrittäjyyden diskurssissa tuntui vaikealta löytää. Hän mietti myös, mitä rooleja työstä tutut ihmiset hänelle tarjosivat. Kuitenkin hyödynnetyt subjektipositiot maallumuuttajana, vaimona ja varsinkin tuoreena äitinä antoivat tarinan mukaan hänelle rohkeutta etäännyä aiemmin hallitsevista samaistumisen kohteista. Lisäksi kypsyminen yrittäjänä on auttanut löytämään omalta

tuntuvaan yrittäjän subjektiposition. Toisessa haastattelussamme hän puhui onnellisena yrityksen 20-vuotisjuhlavuodesta, kertoi jatkuvasta uusien toimintamuotojen miettimisestä ja esiintyi muutenkin luontevasti yrittäjänä. Ammattilaisuuskaan ei ollut kadonnut, vaan ammattitaito oli entisestään vahvistunut. Hän kertoo tyytyväisenä melko vaativasta alansa liikkeenjohdon koulutuksesta, jonka on vastikään saanut suoritetuksi.

Haastattelija: Mikä sai sut lähemmään sinne koulutukseen?

Haastateltava: No se oli varmaan ehkä joku semmonen itsensä kehittäminen tai tämmönen. Että saa vähän niinkun syvempää tietoa. Ja sitten mie olin käyny silloin nuorempana tämän hotelli- ja ravintolan, [tietystä koulussa], mie olin vuoden opiskellu siellä työnjohdollisella linjalla. Eli silloin tavallaan tuli se ajatus, että minä joskus suoritan sen liikkeenjohdollisen. Ja nyt tavallaan kun on yritys, ni sitä liikkeenjohtoa tarvii. – – Sitten, en ossaa ihan selittää, mut joku tämmönen kai se on, viienkymppi villitys [nauhaa].

Koulutus on tuonut hänelle ”tiettyä varmuutta”, tyytyväisyyttä itsen ja tunteen, että on ”saanut jotakin konkreettista tehtyä”. Tyytyväisyyttä lisää se, että kokee täyttäneensä kauan sitten itselleen asettaman tavoitteen. Haastateltava liittyy opiskelun myös ikävaiheeseensa, ”viidenkymppi villitykseen”.

On huomattava, että koulutusta koskevan puheen osuutta haastattelussa on voinut vahvistaa puhuminen tutkijalle. Ammattilaisen ja ammattisaan kehittyjän subjektipositiot tulevat tällöin ehkä helpommin tarjolle (esim. Burr 1995: 146).

Etäiset positiot ja yrittäjäidentiteetin rajojen vartiointi

Haastattelussa tulee esille haastateltavan yrittäjyyttä edeltäneitä elämänvaiheita, jotka ovat olleet tärkeällä sijalla hänen itseymmärryksessään. Kun pyydän pohtimaan sitä, miten hän tiesi haluavansa sen myllerryksen, jonka yrityksen ja perheen samanaikainen perustaminen aiheutti, hän viittaa ulkomaankokemukseensa.

Joo, no oikeestaan siellä ulkomailla tuli jo se ajatus, että jos mie

saan lapsia, ni mie haluan ne kasvattaa Suomessa ja maaseu'ulla. Että pitää olla oma piha. Että tavallaan mie olin nyt saanu sitten sen, mitä mie halusin. – – Viihdyin [ulkomailla] ja edelleenkin mie haluisin nytenkin että välillä sanon, että mie haluisin jonkun pikkupätkän olla vielä ulkomailla. Vaikka töissä.

Jo ulkomailla ollessaan haastateltava alkoi tuntea vetoa tiettyihin vanhemmuuden diskursseihin ja niiden tarjoamiin subjektipositioihin, joissa vanhemman lapsille tarjoama ihanteellinen ympäristö on suomalainen maaseutu. Tämä halu kehystetään kuitenkin kertomalla ulkomailla viihtymisestä, mikä samalla kuvaa avarakatseisuutta ja ymmärrystä muita ympäristöjä kohtaan. On ollut aika, jolloin hän on ammentanut sekä tietystä hyvän vanhemmuuden että maailmankansalaisen diskurssista. Nykyhetkestä tulkittuina tehdyt valinnat ovat olleet oikeita. Emme juuri keskustele mahdollisista vaikeuksista löytää oma paikkansa maaseudun uutena asukkaana tai äitinä, vaan toisin kuin paikka yrittäjänä, nuo positiot näyttää olleen helppo ottaa. Kuitenkin puhe äitinä on vähäisempää kuin viime haastattelussa; äitiys on pyssyvä subjektipositio mutta se saa erilaisia ilmiä ja eri aikoina (Burr 1995: 145). Lapset asuvat vielä kotona ja haastateltavan on otettava heidät huomioon päätöksissään ja arkikäytännöissään, mutta heillä ei ole samanlaista konkreettista vaikutusta yrittämiseen kuin perustamisvaiheessa, jolloin koko yrittämispäätöskin tehtiin lasten hoitamisen näkökulmasta.

Nykyään näkemys itsestä naisena, jolla on alan kansainvälistä työkokemusta, nousee hämmästyttävän vähän esille. Kysyn esimerkiksi hänen puhumistaan kielistä, mutta hän vain vastaa kysymykseen eikä tartu aiheeseen laajemmin. Tuo osa itseä kuuluu lähinnä menneisyyteen, vaikka haastateltava suuntaa edellisessä katkelmassa ajatuksia myös tulevaisuuteen: ehkä vielä joskus voisi kokeilla ulkomailla asumista, sillä sekin positio on yhä kutsuva.

Ainakin osittain perheellisen naisen subjektipositioista johtuu, että haastateltavan yrittämisen tyyli on enemmän naisille kuin miehille tyyppillinen.

– – ite luonteeltakaan en oo niinkun semmonen miehinen ja päällekkäppä, aggressiivinen. Että se ei siinä mielessä, ehkä et

se on sitten naisellista yrittämistä, että [nauravalla äänellä]... että en voi sitten olla semmonen niinkun, kova tai semmonen.

Yksi kieltäytytty positio on maskuliininen yrittäjyysdiskurssi, joissa yrittäjä on dynaaminen, riskiä ottava, edistysuskoinen ja kilpailullinen eikä anna kenenkään estää itseään (Ahl 2002; Bruni ym. 2004). Haastateltava tunnistaa itse yrittämisensä tyylin olevan femininiininen ja tekee selväksi, että hän ei sovi maskuliinisen yrittäjän positioihin siinä mielessä, että tunnistaisi olevansa kova, aggressiivinen tai päällekkävyä.

Maaseutu ajatellaan yhä enemmän kulutuksen kohteeksi ja elämysten tarjoajaksi (esim. Andersson 2007). Työelämäntutkimuksessa taas puhutaan nykyisin paljon siitä, että työtehtävien osaaamisen ohella tai jopa niiden sijaan tärkeää on se, miten näyttäytyy asiakkaille: millaisen tunnetilan ja mielikuvan heissä luo, miten esittää itsensä ja yrityksensä ympäristöineen ja miten erottautuu muista – millaisen henkilökohtaisen ja yrityksen brändin tarjoaa (Witz ym. 2003; Adkins 2005; Veijola & Jokinen 2008; McDowell 2009; Warhurst & Nickson 2009). Aineistosta ei ilmene ovatko haastatellut pienyrittäjät miettineet tai kokeneet kohtaavansa tällaisia elämys- tai esittämiskursseja. Kun kysyn haastateltavalta asiakastyöstä yleisesti, saan kuulla, että asiakkaiden kohtaaminen ja heiltä saatava palaute on parasta yrittäjyydessä.

Haastattelija: Onko se sitten rankkaa jotenki laittaa itsensä liioon aina toisten sen niinkun hyvän olon puolesta?

Haastateltava: Se on sekä rankkaa että antosaa. Koska sittehän sen tavallaan saa sen kiitoksen siitä, jos on saanu tyytyväisiä asiakkaita. Ni sillä taas sitten jaksat, et se on semmonen niinkun oravanpyörä että. Myönteinen oravanpyörä.

Haastattelija: Pitääksun muuttaa paljon itteäs vai ooksää nimenomaan omalla persoonalla siinä?

Haastateltava: Kyllä mie varmasti oon, ei sitä jaksais jos pitäis koko ajan persoonaa muuttaa. Ei, en mie jaks semmosta.

Koska pienyrittäjillä ei välttämättä ole työkavereita tai alaisia, vuorovaikutus asiakkaiden kanssa on erityisen tervetullutta. He arvostavat varsinkin asiakkailta saatua myönteistä palautetta. Se on pa-

ras kiitos, he sanovat, ja se varmasti auttaa rakentamaan myönteistä kuvaa itsestä yrittäjänä. Asiakkaat ovat kuitenkin myös ne, jotka toiminnallaan ratkaisevat, miten yrittäjä menestyy, joten heillä on paljon valtaa (myös Vesala 1996: 155). Tästä huolimatta ateriapalveluyrittäjä kieltää puheessaan, että muuttaisi persoonaansa yrittäjänä asiakkaiden miellyttämiseksi, eikä hän ole poikkeus. Tärkeäksi kuvataan se, että yrittäjänä tietää, kuka on, mikä on oma yritysidea ja miten haluaa toimia. Tulkitseen, että jos nämä eivät ole itselle selviä, tulee helposti tunne identiteetin horjumisesta ja työ muuttuu henkisesti raskaaksi.

Varsinaista itsensä tai yrityksensä ulkoista brändäämistä tämäkään haastateltava ei halua. Asiakskursseissa on monia kutsuvia subjektipositiota, mutta tietoisin brändääjän positioon hän ei tartu. Työntekijöitäkään hän ei ole kehottanut muunamaan itseään palvelutilanteissa, vaan uskoo ennemminkin siihen, että jotkut ovat luontaisesti hyviä palvelussa, kun taas toiset on parasta ohjata muihin tehtäviin. Kahvilana ja juhlapaikkana toimiva tupa on karjalaishenkisesti sisustettu ja työntekijöillä on perinneasut. Tarjonta – ja se, mitä kieltäytytään tarjoamasta – on varsin tarkasti harkittu: perinteistä karjalaista ruokaa tykötarpeineen, ”ei hampurilaisia, pizzaa tai muuta tämmöistä” eikä ”ihmehedelmiä”. Koska rikas karjalainen perinne on tärkeää hänelle itselleen, hän ei halua muuttaa siihen liittyviä asioita omia arvojaan ja elämäntapaansa kuvastavassa yrityksessä. Hän tuntee ja kertoo minulle ruokakulttuuriin liittyviä tarinoita ja muistoja, mutta tarinallistaminen kaupallisena keinona hieman hymyilyttää häntä. Hän siis kieltäytyy liian tietoisin yrittäjäkuvan rakentamisesta, vaikka tunnistaa brändäämisdiskurssit; hän kokee että yrittäjän on oltava oma itsensä eikä asetu vieraalta tuntuviin positioihin. Arvioitavaksi jää, alkavatko toisenlaiset yrittäjän subjektipositiot tuntua mahdollisilta ja tai jopa välttämättömiltä myöhemmin, jos kaupunkilaislähtöiseen kysyntään vastamisen diskurssit tulevat yhä enemmän tarjolle.

Lopuksi

Ateriapalveluyrittäjä ei, kuten eivät muutkaan haastattelemani naiset, arvosta vailla todellisuus-

pohjaa olevaa yrittäjäksi työntämistä. Suuren mitakaavan yrityspolitiikka, joka usein koskee miesvaltaisia aloja sekä heti kasvuun tähtäviä yrityksiä, on kaukana heidän todellisuudestaan (myös Cohen & Musson 2000: 42). Haastateltava ei tartu näihin aiheisiin tai kieltää tällaisen yrittäjyyden liittyvän lainkaan itseensä. Sama koskee myös muita maaseudun naisyrittäjiä. Sen sijaan diskurssi maaseutuyrittäjyydestä, jossa yrittäjyys nähdään ainoana seutua eteenpäin vievänä tienä, on tervetullempaa – luultavasti siksi, että maaseudun tulevaisuus on naisille itselleen läheinen asia. Kaikki haastateltavani arvostavat maaseutua elinympäristönä ja ottavat siksi helpommin position noina kipeästi kaivattuina maaseutuyrittäjinä. Ehkä postproduktivistisen eli muutakin kuin maataloutta tarjoavan kulutusmaaseudun diskurssit tarjoavat jopa aiempaa enemmän tarttumapintaa tutkimushenkilöilleni, joista useimmilla ei ole maataloustustausta. Voisi myös olettaa, että haastateltavat ovat valmiita asettumaan naisyrittäjyysdiskurssissa avautuvaan naisyrittäjän positioon, mutta asia ei ole suoraviivaisesti niin. Yritysalat ovat pääasiallisesti naisenemmistöisiä ja monet kertovat hyvin naisille tyypillisestä yrittämisestä sekä perheveloitteista, jotka he ottavat kaikessa toiminnassaan huomioon. Silti naiset ovat vastahakoisia itse ja tietoisesti ottamaan poliittiselta kuulostavan feministin position tai jopa kammoavat sitä. Feministiksi nimittäminen on Suomessa edelleen jossain määrin pelottavaa (Julkunen 2010), minkä vuoksi naiset saattavat pelätä nimityksen vähentävän heidän luotettavuuttaan vakavasti otettavina yrittäjinä.

Kaiken kaikkiaan samat subjektipositiot toistuvat haastattelusta toiseen, mutta samalla yhdessäkin haastattelussa ammennetaan monista erilaisista diskurssista (Burr 1995: 177). Yrittäjät tunnistavat kulttuurisia käytäntöjä, jotka koskevat erilaisten viiteryhmien, kuten naisten, maaseudun ihmisten, yrittäjien ja äitien toimintaa ja positioivat itsensä suhteessa näihin diskurssihin myötäillen tai vastustaen niitä. Joitakin ryhmittymiä ei pidetä lainkaan omana viiteryhmänä. Identiteetti on tulosta näiden subjektipositioiden asettumisesta hetkellisesti yhteen tiettyssä kerrontatilanteessa (esim. Burr 1995; Hall 1999). Esimerkkiyrittäjälteni tärkeää oli alan kokemus, ammattitaito ja ke-

hittyminen. Hän nosti erityisesti esille urapolkunsa, opiskelunsa ja ruokakulttuurin ja perinteen merkityksen. Työ, nimenomaan palkkatyönä, oli aiemmin hallinnut hänen identiteettiään. Yrittäjäksi ryhtymistä kuvaava metafora hypystä alas-päin kertoo juuri tuon identiteetin muuttumisesta ja luopumisen vaikeudesta. Hyppyä motivoivat kuitenkin muut, tavoiteltaviksi nousseet positiot. Esimerkiksi äitiys ja maaseudulla asuminen alkoivat tulla houkutteleviksi, ja nämä kerrotaan tässä haastattelussa melko mutkattomiksi. Yrittäjyysdiskurssista löytyi myös ajan myötä omalta tuntuva subjektipositio. Erityisesti, kun oma yritys oli saatu kehitettyä vakaaksi ja paikallisten tunnustamaksi, hän oli päässyt lähemmäs yhteiskunnassa yleisesti arvostettua yrittäjyyden diskurssia, missä aukeaa aktiivisen maaseudun elävänä pitäjän subjektipositio. Tähän hän myös mielellään ja oikeutetusti tarttuu. Itsen kerronnassa on sekä ammatillinen että yrittäjämäinen osa, vaikka joistakin yrittäjyyden sivumerkityksistä hän yhä kieltäytyy. Myös tämänhetkisen identiteetin rajoja vartioidaan: vaatimukset olla toisenlainen yrittäjä ja muuntaa itseään vaatimusten vuoksi tuntuvat vierailta, sillä ajatus on, että hän toteuttaa yrittäjyyttä juuri omaan persoonaansa ja elämäntilanteeseensa sopivalla tavalla. Vaikka tämä tarina ei ole yleistettävissä, sen elementeissä on paljon tuttua suurelle osalle yrittäjiä tai maaseudun naisia.

Perhetilanne ja muu henkilökohtainen elämä liittyvät toisiinsa ja vaikuttavat siihen, mitä omassa yrittäjyydessä tapahtuu. Samoin ne vaikuttavat siihen, millaiseksi yrittäjäksi itsensä mieltää. Tätä sinänsä yksinkertaista asiaa useinkaan oteta huomioon yrittäjyyden teoretisoinnissa, eikä se myöskään ole keskiössä maaseudun kehittämistä tai maaseudun asukkaiden identiteettejä pohdittaessa. Ei vain naisyrittäjien vaan yhtä hyvin miestenkin perhetilanteet ja ihmisten väliset suhteet ovat tärkeitä tarkasteltavia, jotta yrittäjyydestä ja sen sukupuolisuudesta niin maaseudulla kuin muuallakin saataisiin monipuolinen kuva. Identiteettiä rakennetaan suhteessa muihin ihmisiin. Tutkimuksessani erityisesti perheenjäsenet ovat merkityksellisiä toisia. Lisäksi ateriapalveluyrittäjän tapauksessa merkityksellisiksi nostetaan myös aiempien kollegoiden ja asiakkaiden reaktiot. Toisenlaisista lähtö-

kohdista samoihin päätelmiin yrittäjän suhteesta muihin ihmisiin on tullut Kari Mikko Vesala (1996, myös Vesala & Rantanen 1999) tutkimuksessaan relationistisesta yrittäjyyksuvasta.

Koska identiteetit muodostuvat sosiaalisesti, ne vaihtelevat myös kerronnan ajan ja paikan mukaan. Eri ajanjaksoina kerrottujen identiteettien seuraaminen on siksi valaisevaa. Identiteettiä ei voi analysoida vain yrittämisen näkökulmasta, sillä siihen, miten ihmiset määrittelevät itsensä, keihin he kuuluvat ja keihin eivät, vaikuttavat monet asiat (myös LaPointe 2011). Tässä artikkelissa erityishuomio on ollut siinä, millaisten diskursiivisten resurssien avulla identiteettiä rakentaa nainen, jolla on perhesitoumuksia, tausta palkkatyössä, halu toimia maaseudulla ja tahto kehittyä ensin ammattissaan ja sittemmin myös yrittäjänä. Koko aineistossani useimmat näistä tekijöistä ovat mukana, mutta tässä esimerkissä erityisen paljon esille nousi palkkatyöläisyyden, yrittäjyyden ja ammattilaisuuden diskursiivisten vuoropuhelu.

Pienimittakaavainen tutkimus ja lähianalyysit eivät tarjoa helposti yleistettäviä tuloksia, koska jokainen yrittäjyysprosessi on ainutlaatuinen (Anderson 2000; Hytti 2005). Silti konstruktionistisen tutkimuksen ote, jossa yrittäjyyttä tarkastellaan esimerkiksi ajan, paikan ja sukupuolen kontekstoina, sopii mielestäni maaseutututkimukseen. Tällä tavalla maaseutu voi olla osa yrittäjyyden, sukupuolen tai työn tutkimusta sen sijaan, että se olisi erillinen maaseutututkimuksen saareke. Erillinen maaseutututkimus jää helposti syrjään keskusteluista, joihin sillä olisi annettavaa ja joista se voisi hyötyä. Esimerkiksi yrittäjyyden aloittamista ja käytäntöjä eivät maaseudullakaan selitä vain psykologiset piirteet, eivät taloudelliset asenteet ja menestys, eivätkä poliittiset diskurssit. Sen sijaan maaseutu antaa oman leimansa yrittämiseen sekä käytännöllisenä että emotionaalisenä ympäristönä. Tätä tarkoittaa kontekstuaalisuus: paikkaa, aikaa ja tapaa, jotka rakentavat ja auttavat ymmärtämään tutkittavan ilmiön saamaa ilmiä.

Kiitokset

Artikkeli on kirjoitettu Suomen Akatemian tutkijatohtorirahoituksella, projekti 252213.

LÄHTEET

- Adkins, Lisa 2005. The New Economy, Property and Personhood. *Theory, Culture & Society* 22(1): 111–130.
- Ahl, Helene J. 2002. The Making of the Female Entrepreneur. A Discourse Analysis of Research Texts on Women's Entrepreneurship. Jönköping International Business School, Jönköping.
- Alanen, Ilkka, Leena Alanen, Tauno Hirvonen, Terttu Hämäläinen, Pekka Laaksonen, Jukka Oksa, Martti Siisiäinen & Anne-Marie Winter 1973. Sivakka ja Rasimäki. Raportti pohjoiskarjalaisesta kylästä. Teoksessa: *Demokraattinen suunnittelu. Suomen demokraattiset lakimiehet ja Yhteiskuntasuunnittelun seura*, Helsinki.
- Anderson, Alistair R. 2000. Paradox in the Periphery: An Entrepreneurial Reconstruction? *Entrepreneurship & Regional Development* 12(2): 91–109.
- Andersson, Kjell 2007. New Rural Goods and Services: The Foundation of the New Countryside? University of Helsinki, Swedish School of Social Science, Research Institute, Helsinki.
- Berglund, Karin & Anders W. Johansson 2007. Entrepreneurship, Discourses and Conscientization in Processes of Regional Development. *Entrepreneurship and Regional Development* 19(6): 499–545.
- Brandth, Berit 2002. Gender Identity in European Family Farming: A Literature Review. *Sociologia Ruralis* 42(3): 181–200.
- Brandth, Berit & Marit Haugen 1998. Breaking into a Masculinist Discourse. Women and Farm Forestry. *Sociologia Ruralis* 38(3): 427–442.
- Bruni, Attila, Silvia Gherardi & Barbara Poggio 2004. Entrepreneuriality, Gender and the Study of Women Entrepreneurs. *Journal of Organizational Change Management* 17(3): 256–268.
- Burr, Vivien 2005. *An Introduction to Social Constructionism*. Routledge, London & New York.
- Cohen, Laurie & Gill Musson 2000. Entrepreneurial Identities: Reflections from Two Case Studies. *Organization* 7(1): 31–34.
- Edley, Nigel 2001. Analysing Masculinity: Interpretative Repertoires, Ideological Dilemmas and Subject Positions. Teoksessa: Wetherell, Margaret, Stephanie Taylor & Simeon J. Yates (toim.). *Discourse as Data: A Guide for Analysis*. Sage in Association with the Open University, London. 189–228.
- Fenwick, Tara J. 2002. Lady, Inc.: Women Learning, Negotiating Subjectivity in Entrepreneurial Discourses. *International Journal of Lifelong Education* 21(2): 162–171.
- Foss, Lene 2004. 'Going Against the Grain...': Constructing of Entrepreneurial Identity through Narratives. Teoksessa: Hjorth, Daniel & Chris Steyaert (toim.). *Narrative and Discursive Approaches in Entrepreneurship: A Second Movements in Entrepreneurship Book*. Edward Elgar, Cheltenham. 80–104.
- Flygare, Irene A. 2001. Länkar, agenter och alternativ. *Kvinnogene-*

- rationer i 1900- talets jordbruk. Teoksessa: Liljewall, Britt, Kirsti Niskanen & Maria Sjöberg (toim.). Kvinnor och jord: Arbete och ägande från medeltid till nutid. Skrifter om skogs- och lantbrukshistoria 15. Nordiska Museet, Stockholm. 13–30.
- du Gay, Paul 1996. *Consumption and Identity at Work*. Sage, London.
- du Gay, Paul & Graeme Salaman 1992. The Cult[ure] of the Customer. *Journal of Management Studies* 29(5): 615–633.
- Hall, Stuart 1999. Identiteetti. Suom. Mikko Lehtonen & Juha Herkman. Vastapaino, Tampere.
- Halford, Susan & Pauline Leonard 2006. Place, Space and Time: Contextualizing Workplace Subjectivities. *Organization Studies* 27(5): 657–676.
- Haraway, Donna 1991. *Simians, Cyborgs and Women. The Reinvention of Nature*. Routledge, New York.
- Harding, Sandra 2004. Rethinking Standpoint Epistemology. What Is “Strong Objectivity”? Teoksessa: Harding, Sandra (toim.). *The Feminist Standpoint Theory Reader. Intellectual and Political Controversies*. Routledge, New York. 127–140.
- Hjort, Daniel 2008. Nordic Entrepreneurship Research. *Entrepreneurship Theory & Practice* 32(2): 313–338.
- Hytti, Ulla 2005. New Meanings for Entrepreneurs: From Risk-Taking Heroes to Safe-Seeking Professionals. *Journal of Organizational Change Management* 18(6): 594–611.
- Hyttinen, Ari & Mika Pajarinen 2005. Yrittäjäksi ryhtyminen ja yrittäjyysasenteet Suomessa: Havaintoja kyselytutkimuksista. *Kansantaloudellinen aikakauskirja* 101(2): 150–164.
- Ikonen, Hanna-Mari 2008. Maaseudun naiset yrittäjinä. Elettäjäkäytäntöjä ja jaettuja tulkintoja yrittävässä yhteiskunnassa. *Acta Universitatis Tamperensis* 1291. Tampere University Press, Tampere.
- Jokinen, Arja, Kirsi Juhila & Eero Suoninen 1993. Diskurssianalyysin aakkoset. Vastapaino, Tampere.
- Julkunen, Raija 2010. Sukupuolen järjestykset ja tasa-arvon paradoksit. Vastapaino, Tampere.
- Kalantaridis, Christos & Zografia Bika 2006. In-Migrant Entrepreneurship in Rural England: Beyond Local Embeddedness. *Entrepreneurship & Regional Development* 18(2): 109–131.
- Knuutila, Seppo, Ilkka Liikanen, Pertti Rannikko, Hannu Itkonen, Merja Koistinen, Jukka Oksa & Sinikka Vakimo 1996. Kyläläiset, kansalaiset. Tulkintoja Sivakasta ja Rasimäestä. Joensuun yliopisto, Karjalan tutkimuslaitoksen julkaisuja 114.
- Knuutila, Seppo, Pertti Rannikko, Jukka Oksa, Tapio Hämynen, Hannu Itkonen, Heidi Kilpeläinen, Mikko Simula, Sinikka Vakimo & Marjaana Väisänen 2008. Kylän paikka. Uusia tulkintoja Sivakasta ja Rasimäestä. SKS:n toimituksia 1167, Helsinki.
- Komulainen Katri, Seija Keskitalo-Foley, Maija Korhonen & Sirpa Lappalainen 2010. Yrittäjyyskasvatus hallintana. Vastapaino, Tampere.
- LaPointe, Kirsi 2011. *Moral Struggles, Subtle Shifts. Narrative Practices of Identity Work in Career Transition*. Aalto University Doctoral Dissertations 34/2011, Helsinki.
- Liljeström, Marianne (toim.) 2004. *Feministinen tietäminen. Keskeisiä metodologisia kysymyksiä*. Vastapaino, Tampere.
- Lindgren, Monica & Nils Wåhlin 2001. Identity Construction among Boundary-Crossing Individuals. *Scandinavian Journal of Management* 17(3): 357–377.
- Maaseutupolitiikan yhteistyöryhmä 2004. *Elinvoimainen maaseutu – yhteinen vastuamme. Maaseutupolitiittinen kokonaisuohjelma 2005–2008. Maaseutupolitiikan yhteistyöryhmän julkaisu 10/2004*, Helsinki.
- Malinen, Pentti, Liisa Kytölä, Heikki Keränen & Reijo Keränen 2006. Suomen maaseututyypit 2006. Maa- ja metsätalousministeriö 7/2006.
- Markkola, Pirjo 1989. Naisten ansiotyö maatalousyhteiskunnassa. Tutkimus Hämeen maaseudun naisista 1870-luvulta ensimmäiseen maailmansotaan. Suomen historian lisensiaatintyö, Tampereen yliopisto.
- McCall, Leslie 2005. The Complexity of Intersectionality. *Signs: Journal of Women in Culture and Society* 3(3): 1771–1800.
- McDowell, Linda 2009. *Working Bodies: Interactive Service Employment and Workplace Identities*. Wiley-Blackwell, Oxford.
- Muilu, Toivo 2010. Needs for Rural Research in the Northern Finland Context. *Journal of Rural Studies* 26(1): 73–80.
- Mulholland, Kate 1996. Entrepreneurialism, Masculinities and the Self-Made Man. Teoksessa: Collingson, David L. & Jeff Hearn (toim.). *Men as Managers, Managers as Men. Critical Perspectives on Men, Masculinities and Managements*. Sage, London. 123–149.
- Obgor, John 2000. Mythicizing and Reification in Entrepreneurial Discourse: Ideology-critique of Entrepreneurial Studies. *Journal of Management Studies* 37(5): 605–635.
- Oldrup, Helene 1999. Reconstructing Gender Identity in Danish Agriculture. *Sociologia Ruralis* 39(3): 343–358.
- Parkinson, Caroline & Carole Howorth 2008. The Language of Social Entrepreneurs. *Entrepreneurship & Regional Development*

- 20(3): 285–309.
- Rannikko, Pertti, Jukka Oksa, Matti Kuikka, Seppo Knuutila, Kaija Heikkinen & Heikki Eskelinen 1984. Yhteiskunta kylässä. Tutkimuksia Sivakasta ja Rasimäestä. Joensuun yliopisto, Karjalan tutkimuslaitoksen julkaisuja 61.
- Setälä, Päivi 1988. Moni/nainen historiaan. Naishistorian sanoma. Teoksessa: Setälä, Päivi & Hannele Kurki (toim.). Akanvirtaan. Johdatus naistutkimukseen. Yliopistopaino, Helsinki. 139–157.
- Siiskonen, Pirjo 1990. Emännän ja isännän roolin muutos maatalouden nykyaikaistuksessa. Tutkimus emännän ja isännän muuttuvista rooleista työnjaon avulla tarkasteltuna. Helsingin yliopisto, Maaseudun tutkimus- ja koulutuskeskus, julkaisuja 7, Mikkeli.
- TEM 2010. MoniNainen ja uudistuva naisyrityttö. Naisyrityttöjen edistämisryhmän loppuraportti. Työ- ja elinkeinoministeriön julkaisuja 4/2010. Saatavissa: http://www.tem.fi/files/25810/TEM_4_2010.pdf 13. [Viitattu 12.12.2011].
- Valtioneuvoston kanslia 2011. Pääministeri Jyrki Kataisen hallituksen ohjelma. 22.6.2011.
- Veijola, Soile & Eeva Jokinen 2008. Towards a Hostessing Society? Mobile Arrangements of Gender and Labour. *NORA* 16(3): 166–181.
- Vesala, Hannu T. & Kari Mikko Vesala 2010. Entrepreneurs and Producers: Identities of Finnish Farmers in 2001 and 2006. *Journal of Rural Studies* 26(1): 21–30.
- Vesala, Kari Mikko 1996. Yrittäjyys ja individualismi: relationistinen linjaus. Helsingin yliopiston sosiaalipsykologian laitoksen tutkimuksia 2/1996, Helsinki.
- Vesala, Kari Mikko & Teemu Rantanen 1999. Pelkkä puhe ei riitä. Maanviljelijän yrittäjäidentiteetin rakentumisen sosiaalipsykologisia ehtoja. Yliopistopaino, Helsinki.
- Warhurst, Chris & Dennis Nickson 2009. 'Who's Got the Look?' Emotional, Aesthetic and Sexualized Labour in Interactive Services. *Gender, Work and Organization* 16(3): 385–404.
- Watson, Tony 2009. Entrepreneurial Action, Identity Work and the Use of Multiple Discursive Resources. The Case of Rapidly Changing Family Business. *International Small Business Journal* 27(3): 251–274.
- Witz, Anne, Chis Warhurst & Dennis Nickson 2003. The Labour of Aesthetics and the Aesthetics of Organization. *Organization* 10(1): 33–54.
- Östman, Ann-Catrin 2000. Mjök och jord. Om kvinnlighet, manlighet och arbete i ett österbottniskt jordbrukssamhälle ca 1870–1940. Åbo Akademis förlag, Åbo.