

Lektio

---

## Kohti startup-Suomea?

**Henri Koskinen**, valtiotieteiden tohtori, erikoistutkija, yhteiskuntatieteellinen tiedekunta, Turun yliopisto

Avainsanat: yrittäjyys, startup-yrittäjyys, tietotalous

---

<https://doi.org/10.51810/pt.119525>

Marraskuussa 2015 *Helsingin Sanomissa* julkaistussa artikkelissa Timo Tuomi, tuusulalainen autokauppias, osallistui Slushiin, suomalaiseen ja nopeasti kansainvälistyneeseen startup-tapahtumaan, joka järjestetään vuosittain Helsingin messukeskuksessa (Ala-Kivimäki 2015). Artikkelissa ja sen kyljessä ilmestyneessä lyhyessä videossa seurataan, miten 65-vuotias Tuomi kiertelee hämärässä, neonvalaistussa messukeskuksessa suu mutrussa ja päätään puistellen. Hän esimerkiksi kommentoi virtuaalitodellisuuslaitteita esittelevää demonstraatiota sarkastisesti sanoen: ”Tämä on näköjään uusi urheilulaji.” Sitten hän hymähtää ja sanoo ”en näe kyllä mitään järkeä tuossa”.

Artikkelin ilmiselvä idea on esittää Tuomi jonkinlaisena vanhan maailman jäänteenä, joka kiertele Slushin edustaman uudenlaisen yrittäjyysmaailman eteisaulassa pääsemättä kuitenkaan kynnyistä pidemmälle. Asetelma laajenee myöhemmin symboloimaan koko yrittäjyyden muodonmuutosta Suomessa. Artikkelin päättyy pohdiskeluvaan toteamukseen, että ehkäpä ”sana yrittäjä tuo ihmisten mieleen entistä useammin jotakin, joka nousee Slushista eikä Tuusulasta”. (Ala-Kivimäki 2015.) Yrittäjyys tarkoittaa siis nykyään jotakin muuta kuin mitä Tuomen katsotaan edustavan.

Sosiologian väitöstutkimuksessani *Towards startup-Finland? The Shifting Meanings of Entrepreneurship in Post-industrial Finland* (Koskinen 2022) olen pureutunut siihen,

mitä tuo ”jotakin muuta” on. Tutkimuksessani analysoin yrittäjyydelle annettuja merkityksiä suomalaisten korkeakoulujen yrittäjyystoiminnassa, suomalaisissa 2010-luvun startup-oppaissa ja -tietokirjoissa sekä Suomen hallituksien ohjelmissa vuosilta 1979–2015. Lähestymistapani on ollut diskurssianalyttinen: olen pyrkinyt perkaamaan, millaisia erilaisia merkityksiä yrittäjyys aineistoistani saa. Tutkin, millainen niin sanottu ihanneyrittäjä aineistoista hahmottuu, millaista todellisuutta aineisto yrittäjyyden ympärille rakentaa ja millaiset asiat jäävät tästä todellisuudesta pois. Tutkimukseni tarkastelee yrittäjyyden merkitysten muutoksia osana laajempaa poliittista ja taloudellista murrosta.

### **Yrittäjyyden monitulkintaisuus**

*Helsingin Sanomien* artikkelissa yrittäjyyden ”jokin muu” tarkoittaa tietysti startup- eli kasvuyrittäjyyttä. Se ymmärretään yleensä nopeaa kasvua tavoittelevaksi teknologia- tai palveluyrittäjyydeksi, jota luonnehtivat uudet innovaatiot, tuotteet ja palvelut, nopea ja tempoileva tuotekehitys sekä ulkopuolisen sijoituspääoman haaliminen yrityksen toiminnan takaamiseksi. Tällaisena se on pääpiirteittäin ymmärretty myös aihepiirin tutkimuksessa (ks. esim. Maliranta ym. 2018).

Startup-termin käyttö on yleistynyt 2000- ja 2010-luvuilla. Viimeistään piilaaksolaisten teknologia- ja alustayhtiöiden, kuten Facebookin ja Instagramin, taksipalvelu Uberin sekä majoituspalvelu Airbnb:n, maailmanvalloituksen jälkeen startup-yrittäjyys on alkanut tarkoittaa hiukan epämääräisesti korkean osaamisen riskialtista ja innovatiivista yrittäjyyttä sekä toisaalta yrityskulttuuria, jossa korostuu epämuodollisuus, visionäärimäisyys, intohimo ja työlle omistautuminen.

Startup-yrittäjyydellä on myös merkittävä kulttuurinen ja yhteiskunnallinen ulottuvuus. Suomalaiset kasvuyrittäjät ovat pyrkineet esiintymään uudistajina, ja startup-maailmassa alleviivataan kapina-asennetta perinteistä yritysmaailmaa kohtaan. Kyse on siksi paitsi yrittäjyydestä myös yhteiskunnallisesta liikehinnästä, joka tähtää kulttuuriseen muutokseen. Kuten Slush-tapahtuma nettisivuillaan toteaa, tapahtuman alkuperäisenä tavoitteena oli muuttaa asenteita yrittäjyyttä kohtaan.

Tämä uudistus- ja edistämisretoriikka tuntuu hiukan hassulta, koska viimeisen noin 25 vuoden aikana yrittäjyyttä on niin Suomessa kuin maailmallakin toisteltu kaikissa mahdollisissa yhteyksissä. Yrittäjyyttä ovat kilvan edistäneet ja ylistäneet kansainväliset toimijat, kuten Euroopan unioni ja taloudellisen yhteistyön ja kehityksen järjestö OECD, kotimaiset poliittiset puolueet, kunnat, työ- ja elinkeinopalvelut, koulutusjärjestelmä sekä työnantajien ja työntekijöiden etujärjestöt. Tästä pääsemme tärkeän kysymyksen äärelle: mitä ”yrittäjyys” näiden erilaisten tahojen tulkinnoissa oikeastaan tarkoittaa?

On selvää, että yrittäjyys on muutakin kuin vain työmarkkina-asema, kuten startup-yrittäjyyden kulttuurinmuutospuhe antaa ymmärtää. Viimeaikainen kriittinen yhteiskuntatieteellinen tutkimus on osoittanut, että yrittäjyyden käsite on laajentunut tarkoittamaan eräänlaista kaikenkattavaa ja yleispätevää elämänasennetta, mentaliteettia ja olemisen tapaa. Tutkimuksessa puhutaan *itsen yrittäjyydestä*: oma itse nähdään yrityksenä, ja yrittäjämäisesti käyttäytyminen ja ajatteleminen ovat sopivia ja tarpeellisia missä tahansa tilanteessa. (Esim. Bröckling 2016; Pyykkönen 2014.) Tämä on väljentänyt yrittäjyyden merkitystä ja tehnyt siitä joustavan sanan, jota voi käyttää monenlaisiin, keskenään ristiriitaistenkin päämäärien ajamiseen ja perustelemiseen. Yrittäjyys tuntuu olevan kuin saippuaa: se liukenee kaikkeen, mutta siitä on hyvin vaikea saada kiinni.

Silmiinpistävästi yrittäjyys tuntuu kuitenkin aina olevan lähtökohtaisesti positiivista, mikä tarkoittaa, että sen edistäjä tekee automaattisesti hyvää työtä. Siksi yrittäjyyden puolesta voivat puhua niin monenlaiset eri tahot. Tutkimuksessani totean, että yrittäjyys on *epämääräisen positiivista*: se on melko tarkentumaton mutta yhtä kaikki hyvä asia.

Samaan aikaan on kuitenkin selvää, että yrittäjyys on myös työmarkkina-asema. On siis ihmisiä, jotka ovat yrittäjiä eivätkä esimerkiksi palkansaajia. Suomessa yrittäjiä on noin 13 %:a kaikista työllisistä. Pahaksi onneksi yrittäjyys on kovin monitulkintainen ja laeva käsite myös työmarkkinoilla. Yrittäjyys tilastollisessa mielessä ymmärrettynä pitää sisällään niin maanviljelijät kuin toisia työllistävät työnantajayrittäjät sekä niin kutsutut itsensä työllistäjät eli muun muassa freelancerit ja itsenäiset ammatinharjoittajat. Yrittäjiä on kaikilla aloilla ja kaikissa tuloaluokissa, ja ylivoimaisesti suurin osa yrittäjistä on yksinyrittäjiä. (Ks. Pärnänen ja Sutela 2018.)

Työmarkkinoilla yrittäjyys siis viittaa hyvin monenlaisissa tilanteissa oleviin ihmisiin, joilla ei ole keskenään välttämättä muuta yhteistä kuin se, että heitä ei luokitella palkansaajiksi. Suomi on perinteisesti ollut hyvin palkan- saaja- ja palkkatyövaltainen maa, jonka yhteiskunta on pitkälti muotoutunut työmarkkinajärjestöjen, suuryritysten ja valtion välisessä vuorovaikutuksessa erityisesti 1900-luvun puolivälin jälkeen. Tätä taustaa vasten yrittäjät ovat ikään kuin välimaastossa – ainakin, jos ajattelemme yksittäisiä yrittäjiä.

Yrittäjyyden monitulkintaisuus ei lopu vielä tähänkään. Viime vuosien aikana ovat lisääntyneet työllisyyden muodot, jotka putoavat ikään kuin yrittä- jyyden ja palkkatyön väliin. Niistä on vaikea sanoa, ovatko ne jompaakumpaa vai molempia yhtä aikaa. Hyvä esimerkki tästä on viime aikoina julkisuu- dessa käyty keskustelu niin sanottujen ruokalähettien asemasta. Ruokalähetit tekevät työtään ikään kuin yrittäjinä, vaikka työnsä piirteiden perusteella heidän asemansa muistuttaa kovasti palkansaajaa. Alustayhtiöt, joiden kautta he työskentelevät, voidaan hyvin perustein samaistaa työnantajaan tai sitten olla samaistamatta.

Yrittäjyyden laajennetun merkityksen ja keskenään hyvin hajanaisen ja monitulkintaisen todellisuuden välillä on siis ristiriita. Oman lisänsä tähän tuo startup-yrittäjyys, joka ei sekään ole yksiselitteinen ilmiö. Tuntuukin siksi hedelmälliseltä lähestyä startup-yrittäjyyttä niin sanotun itsen yrittäjyyden näkökulmasta: millaiseksi hahmoksi startup-yrittäjä voidaan ymmärtää erityi- sesti Suomessa, ja mitä tästä seuraa?

## Startup-yrittäjyys poliittisessa taloudessa

Tutkimuksessani kysyn, miten startup-yrittäjyyttä voidaan ymmärtää osana laajempia yhteiskunnallisia rakenteita ja muutoksia. Startup-yrittäjyys näyt- täytyy Suomessa tyypillisesti historiattomana. Sitä määrittävät uutuus, tulevaisuusorientaatio, vallankumouksellisuus ja perinteidenvastaisuus, jotka ilmenevät yrittäjien kapinallisuutena ja kuvia kumartelemattomuutena. Kasvuyrittäjät ikään kuin tulevat ja jättävät vanhan maailman taakseen. Tätä kertomus autokauppias Tuomen retkestä Slushiin kuvastaa hyvin.

Sosiologina minulle on kuitenkin selvää, että ilmiöt eivät ole historiattomia tai synny tyhjiössä. Päinvastoin ilmiöt kehkeytyvät tietyissä ajassa ja paikassa,

osana jotakin yhteiskunnallista tilannetta, kehityskulkua ja valtasuhteita. Ilmiöiden merkityksestä ja tulkinnoista käydään jatkuvaa yhteiskunnallista kamppailua ja neuvottelua. Tutkimukseni tavoite onkin ollut suhteellista ja ryhdistää startup-yrittäjyyttä. Päädyin siksi tarkastelemaan sitä, miten yrittäjyydelle annetut merkitykset ovat muuttuneet siirryttäessä niin sanottuun jälkiteolliseen yhteiskuntaan. Jälkiteollisella viitaan 1900-luvun puolivälin jälkeen alkaneeseen kehitykseen, jossa teollisuuden asema taloutta, yhteiskuntaa ja työtä määrittävänä asiana väistyy palveluiden tieltä.

Tutkimuksessani havaitsen, että hallitusohjelmissa yrittäjyys alkaa muuttaa 2000-lukua lähestyttäessä muotoaan. Muutos on vähittäinen mutta selkeä: vielä 1980-luvulla yrittäjyydestä ei juuri puhuta kuin harvakseltaan, ja huomio on etupäässä pienten ja keskisuurten yritysten toimintaedellytyksissä ei niinkään yrittäjyyteen kannustamisessa. 1990-luvun alussa ja 2000-luvun kuluessa yrittäjyys aletaan nähdä yhä enemmän innovatiivisena, korkean osaamisen toimintana, joka luo talouskasvua. Kasvuyrittäjyydelle annetaan merkittävä rooli, ja poliittisen puheen ”yrittäjä” alkaakin muistuttaa innovatiivista startup-yrittäjää.

Samalla yrittäjyys irtautuu työmarkkinoiden viitekehuksesta, ja sen merkitys laajenee tarkoitamaan kaikilta kansalaisilta odotettavaa käyttäytymismallia ja ajattelutapaa. Yhteiskuntatieteellisessä tutkimuksessa tätä on kutsuttu *yrittäjä-kansalaisuudeksi*. Ihannekansalainen on vastuullinen, aktiivinen toimija, joka vastaa itse omasta hyvinvoinnistaan, toimeentulostaan ja elämänsä järjestämisestä. Valtio siirtyy taustalle, mitä on kuvattu esimerkiksi valmentajavaltion käsitteellä. (Esim. Saarinen ym. 2014.)

Voimme siis tarkastella 2010-luvun taitteessa julkisuuteen ponnahtanutta startup-yrittäjyyttä osana laajempaa yrittäjyyden muutosta. Muutosta voidaan ymmärtää niin sanotun tietotalouden kautta. Tietotaloudessa valtioiden kilpailukyky rakentuu tiedon luomisen, käsittelyn, analysoinnin, jakelun ja muokkaamisen varaan. Talous ja kilpailukyky perustuvat enemmän aineettomiin hyödykkeisiin, kuten palveluihin, innovaatioihin ja kokemusten tuottamiseen. (Esim. Brunila ym. 2015.)

Suomi on 1980-luvun taitteesta alkaen määrätietoisesti siirtynyt kohti tietotaloutta poliittisin päätöksin. Esimerkiksi koulutuspolitiikkaan ja väestön koulutustasoon on panostettu, samoin yritysten tutkimus- ja kehitystyöhön. 1990-luvun lama toimi kynnyksenä, jonka jälkeen tietotalousajattelu nousi

vallalle käsi kädessä Nokian siivittämän, korkeaan osaamiseen perustuvan kansallisen menestyksen kanssa. Tietotaloudessa yrittäjyys siirtyy työmarkkinoilta ihmisten korvien väliin. Kyky innovoida, luoda ja konseptoida näytätäytyy yrittäjyyden edellytyksenä, mikä vaatii panostamista *potentiaaliseen yrittäjyyteen* eli ihmisten kykyyn keksiä ja ryhtyä yrittäjiksi.

Korkeakoulut on tietotaloudessa varsin ymmärrettävästi kytketty tiiviisti osaksi kansallista kilpailukykyä. Viime vuosina korkeakoulut ovatkin pyrkineet edistämään yrittäjyyttä monin tavoin. Yrittäjyysaiheisia opintoja tarjotaan tieteenalaan katsomatta, ja korkeakoulujen yhteyteen on perustettu erilaisia yritys-kiihdyttämöjä, -hautomoita ja -yhteisöjä. Yrittäjyyden edistämistä luonnehtii poikkitieteellinen yhteistyö yliopistojen ja ammattikorkeakoulujen välillä, korkeakoulujen ja elinkeinoelämän välillä sekä henkilökunnan ja opiskelijoiden välillä.

### Startup-yrittäjän hahmon muodostuminen

Tutkimuksessani olen pohtinut yrittäjyyden merkityksiä korkeakoulujen yrittäjyystoiminnassa. Etsin ”ihanneyrittäjää” yrityshautomoiden, -kiihdyttämöjen ja yhteisöjen verkkosivuilta ja toimintakuvauksista. Havaitsin, että – tietotalouteen sopivasti – yrittäjyys on näissä ympäristöissä ennen kaikkea startup-yrittäjyyttä mutta ei välttämättä yrityksen perustamisen mielessä vaan asenteen, olemisen tavan eli ”itsen yrittäjyyden” mielessä. Yrittäjyys on intohimoista oman vision etsimistä ja edistämistä sekä luovaa itsensä toteuttamista. Samalla yrittäjyys on kivaa ja rentoa tiimityötä, yhdessäoloa ja innostumista yhdessä toisten kanssa.

Yrittäjä on siis paitsi intohimoinen visionääri myös rento ja leikkisä tiimipelaaja. Katsonkin, että korkeakoulujen tuottama yrittäjyys on rentoa yhdessäoloa vakavin tavoittein, ja tällaista identiteettiä tarjotaan hautomoissa vierailleville opiskelijoille ja henkilökunnalle. Kuva myös vastaa sitä ihanneyrittäjää, jollainen muodostuu analysoimistani suomalaisista startup-oppaista ja -tietokirjoista.

Rento asenne yrittäjyyteen on startup-yrittäjyyden keskeinen piirre, ja sen voi nähdä alussa kuvaamani Slushin yrittäjyysasenteiden muuttamistavoitteen ytimessä. Asenne tiivistyy suhtautumisessa epäonnistumiseen. Kasvuyrittäjien

puheenvuoroissa tärkeää on ollut epäonnistumisen kulttuurinen uudelleenkirjoittaminen. Epäonnistumisesta tulee tehdä sallitumpaa ja arkipäiväisempää kuin mitä se nyt on – ei ainoastaan startup-yrittäjien kohdalla vaan koko yhteiskunnassa.

Hyvä esimerkki tällaisesta on Supercell-peliyhtiöön liitetty epäonnistumisen juhlimiskulttuuri. Supercellissä on käytäntönä, että aina, kun joku projekti kaatuu tai epäonnistuu, siihen osallistunut tiimi saa samppanjaa. Tämä käytäntö tuodaan esiin useissa tutkimissani startup-kirjoissa, ja siitä on vuosien varrella kirjoitettu useita lehtijuttuja. Epäonnistumisesta samppanjaa -käytäntöä voi tulkita epäonnistumisen karnevalisointina ja siihen liitetyn häpeällisyyden uudelleenkirjoittamisena. Alussa esittelemäni artikkelin autokauppiasyrittäjä Tuomi ilmentää hyvin erilaista suhtautumista epäonnistumiseen ja yrittäjyyteen ylipäänsä. Hän puhuu yrittäjien lainsuojattomuudesta ja kehottaa, että yleisö ei missään nimessä ryhtyisi yrittäjiksi. Tätä taustaa vasten Tuomi saa esittää perinteisen yrittäjän osaa, jota vasten startup-yrittäjyys piiryy.

Analysoidessani yrittäjyyden puhetapoja aineistona käyttämässäni suomalaisessa populaarissa startup-kirjallisuudessa havaitsin, että kasvuyrittäjyys näyttää vastakkaisena paitsi niin sanotulle perinteiselle yrittäjyydelle myös suomalaisuudelle ylipäättään. Kirjoissa alleviivataan sitä, miten suomalaisuus on startup-yrittäjyydelle vastahankaista, esimerkiksi näin:

Startup-buumi on tehnyt paljon hyvää myös muulle suomalaiselle yrittäjyydelle. – – Myös suomalaisten yrittäjien myyntipuheista on karissut turhaa nöyryyttä. Lavalle nouseva tuotekehitysinsinööri ei enää ylistä tuotettaan mumisemalla ”ei se ihan paska ole”. Nyt yrittäjät kertovat perustaneensa startupinsa muuttaakseen maailmaa ja ihmisten elämää. (Järvinen ja Kari 2017, 34.)

Katkelman luomassa maailmassa startup-yrittäjyys on siis jo muuttanut Suomea parempaan suuntaan. Tällaisia vastaavia pätkiä on tutkimissani kirjoissa paljon. Tulkitsenkin, että startup-yrittäjyys ”kotoutetaan” Suomeen, eli se muokataan muotoon, joka on ymmärrettävä suomalaisesta näkökulmasta käsin. Paradoksaalisesti siis startup-yrittäjyys kotoutetaan Suomeen alleviivaamalla ilmiön vierautta ja ulkopuolisuutta suhteessa ”perinteiseen suomalaisuuteen”. Samalla kasvuyrittäjyys tulee esitetyksi välttämättömänä suuntana uudessa,

Nokian romahduksen jälkeisessä todellisuudessa. Tästä syntyy tarve muuttaa suomalaista yhteiskuntaa ja mielenmaisemaa startup-yrittäjyydelle suotuisammaksi. Suomalaisuudessa nähdään kuitenkin myös myönteisiä puolia, kuten koulutusjärjestelmä, joka mahdollistaa korkean osaamisen, ja suomalainen sisu ja rehellisyys, jotka voidaan hyvin yhdistää kasvuyrittäjyyden vaatimaan intohimoon.

Tämän perusteella voimme siis summata startup-yrittäjän ihannehahmon seuraavalla tavalla: hän on innovatiivinen osaaja, joka tuo yrittämisellään Suomeen kansainvälistä pääomaa ja vie yrittäjyyttä uuteen suuntaan. Hän on intohimoinen, periksi antamaton visionääri ja toisaalta myös innostuva ja innostava tiimipelaaja. Tämän hahmon rinnalla *Helsingin Sanomien* artikkelin Tuomi saa esittää ”toisen” osaa: hän on se vanha, kaavoihin kangistunut ja penseä hahmo, josta suomalaisen yrittäjyyden on hyvä päästä pois. Startup-yrittäjyys on siis jo muuttanut sitä, miten yrittäjyys käsitetään Suomessa, vaikka, kuten tutkimuksessani esitin, ilmiöllä on huomattavasti pidemmät juuret suomalaisessa poliittisessa taloudessa.

Kun yrittäjyys ymmärretään ennemminkin metaforisena käsitteenä puhtaan työmarkkinatoimijuuden sijaan, voidaan sanoa, että kasvuyrittäjyys tuo ja on tuonut uusia sävyjä tuohon metaforisuuteen. Lisäksi koska yrittäjyys ulottuu kaikkialle, voidaan ajatella, että startupmaista toimijuutta vaaditaan jossain määrin meiltä kaikilta.

Yrittäjyys on kuitenkin Suomen työmarkkinoilla sisäisesti valtavan hajanaista, kuten alussa kuvasin. Startup-yrittäjiä ja -yrityksiä on lopulta vähän, vain joitakin prosentteja vuosittain perustettavista yrityksistä. Näistäkin suurin osa jää lopulta lyhytaikaiseksi rakennelmaksi, jonka maailmanvalloitus jää toteutumatta. Epäonnistumisen glorifointi onkin startup-maailmassa välttämättömyyden tekemistä hyveeksi, sillä suurin osa kasvuyrityksistä epäonnistuu. Woltin ja Supercellin kaltaiset menestystarinat ovat enemmän poikkeuksia kuin sääntöjä. Startup-yritysten merkitys työmarkkinoiden ja talouden kokonaisuudessa on ilmiön julkista näkyvyyttä paljon pienempi. Siksi on tärkeää tarkastella kriittisesti sitä, mitä yrittäjyydellä missäkin yhteydessä tarkoitetaan ja millaisten tavoitteiden ajamiseen sitä käytetään.



## Lähteet

- Ala-Kivimäki, Petteri. 2015. 42 vuotta toiminut autokauppias Slushissa: Älä vaan lähde yrittäjäksi. *Helsingin Sanomat*, 16.11.2015. <https://www.hs.fi/ilta/art-2000002866757.html> [Luettu 23.5.2021]
- Brunila, Kristiina, Onnismaa, Jussi ja Pasanen, Heikki (toim.). 2015. *Koko elämä töihin — Koulutus tietokykykapitalismissa*. Tampere: Vastapaino.
- Bröckling, Ulrich. 2016. *The entrepreneurial self. Fabricating a new type of subject*. Lontoo: Sage.
- Järvinen, Mikko ja Kari, Matti. 2017. *Yritä, erehdy, onnistu. Helppo opas yrittäjyyteen*. Helsinki: Otava.
- Koskinen, Henri. 2022. *Towards startup-Finland? The shifting meanings of entrepreneurship in post-industrial Finland*. Turku: Turun yliopisto.
- Maliranta, Mika, Pajarinen, Mika ja Rouvinen, Petri (toim.). 2018. *Startupit kansantaloudessa*. Helsinki: Taloustieto Oy.
- Pyykkönen, Miikka. 2014. *Ylistetty yrittäjyys*. SoPhi 127. Jyväskylä: Jyväskylän yliopisto.
- Pärnänen, Anna ja Sutela, Hanna. 2018. *Yrittäjät Suomessa 2017*. Helsinki: Tilastokeskus.
- Saarinen, Arttu, Salmenniemi, Suvi ja Keränen, Harri. 2014. Hyvinvointivaltioista hyvinvoivaan valtioon: hyvinvointi ja kansalaisuus suomalaisessa poliittisessä diskurssissa. *Yhteiskuntapolitiikka*, 79:6, 605–618.