

niin meidänkin ammattiliittomme rohkenevat aloittaa uudenlaisen kansainvälisen toiminnan – ei omien työpaikkojen suojelumielessä, vaan aidosti kansainvälisen yhteistoiminnan hengessä.

## Kirjallisuus

- ANTILA, J. & YLÖSTALO, P. (2002). *Proaktiivinen toimintatapa. Yritysten ja palkansaajien yhteinen etu? Työpoliittinen tutkimus 239.* Helsinki: Työministeriö.
- BLUMER, H. (1990). *Industrialization as an Agent of Social Change. A Critical Analysis by Herbert Blumer.* Edited with an Introduction by D. R. Maines & T. J. Morrione. New York: Aldine de Gruyter.
- SANDBERG, Å. (TOIM.) (1984). *Framtidens fägor på arbetsplatser. Om fackligt arbete med teknik, arbetsorganisation och production i fyra fallstudier. Varia rapport nr 45.* Stockholm: Arbetslivscentrum.
- SILTALA, J. (2004). *Työelämän huonontumisen lyhyt historia: hyvinvointivaltion ajasta globaaliin hyperkilpailuun.* Helsinki: Otava.

## SUKUPUOLEN JA YRITTÄJYYDEN KÄYTÄNTÖJEN LÄHITARKASTELUA

Attila Bruni, Silvia Gherardi & Barbara Poggio: *Gender and Entrepreneurship. An Ethnographic Approach.* Routledge, London & New York 2005. 231 s.

Sukupuoli ja yrittäjyys –kirja on hyvin toteutettu ja viehättävästi kirjoitettu teos nimensä mukaisesta aiheesta. Se on kulttuurinen esitys yleensä vain taloudellisena nähdystä ilmiöstä. Tällä kertaa huo-

mio on yrittäjyyden tekemisessä, sanomisessa ja ruumiillisessa olemisessa. Lähtökohtana on se muidenkin tutkijoiden toteama seikka, että yrittämisen symbolinen koti on maskuliinisuudessa. Kulttuuri julistaa yrittäjydessäkin nimenomaan hegemonista maskuliinisuutta, jonka rinnalla muut naisten ja miesten yrittämisen tavat ovat erillistä oikeuttamista vaativia poikkeuksia.

Yrittäjyyden tai maskuliinisuuden kulttuurit eivät ole staattisia. Kirjoittajat etsivät variaatioita ja muutoksia niissä kotimaansa Italian konteksteissa. Maskuliinisten rakenteiden problematisoinnin ohella keskeinen teoreettinen lähtökohta kirjassa on väite, jonka mukaan vain naiseen keskittyminen on kapean, hallitsevan maskuliinisuuden hyväksymistä ja naisten lähtökohtaista marginalisoimista. Tätä kohtaa kirjassa pidin aika yksioikoisesti sanottuna, sillä yhtä maskuliinisuutta kaiken toiminnan itsestäänselvänä ideaalina voi kyseenalaistaa myös naisia tutkittaessa. Tätä kyseenalaistamista tekevät omissa käytännöissään usein myös tutkittavat henkilöt, olivat he sitten naisia tai miehiä, ja juuri näitä käytäntöjä teoksen kirjoittajatkin tutkivat. Sukupuolta tuottavien jokapäiväisten käytäntöjen analysoin-

ti on mahdollista myös muuten kuin kahta sukupuolta tutkien ja sitä nimenomaan maskuliinisuutta purkavilla teorioilla avustaen.

Kirjassa otetaan suositusti mutta yrittämisen tutkimuksessa harvinaisempi näkökulma yrittäjyystutkimukseen: yrittäminen nähdään kulttuurisena, diskurssein esitettynä ilmiönä, sukupuoli (myös miessukupuoli) konstruotuna ja jatkuvasti tehtynä sekä sukupuolten väliset suhteet ja kategoriat muuttuvina. Metodologia on pääasiassa refleksiivistä etnografiaa. Lähestymistavan outous ja uutuus yrittäjyystutkimuksen perinteessä näkyy tekstissä läpi siinä, että esityksessä on paljon 'emme tee näin vaan näin' –tyyliä. Kirjoittajien on jollakin tavoin osoitettava tuntevansa tavallinen tapa tutkia yrittäjiä ja samalla tehtävä pontevasti eroa siihen. Analyysissä tämä ei onneksi enää näy, vaan siinä havainnot tuetaan ja perustellaan alussa rakennetun oman teoriakehikön avulla.

Tutkimuskohteena on viisi italialaista yritystä: teollista hitsausta tekevä, kahden naisen omistama kolmannessa sukupolvessa kulkeva perheyrittäjä; yhden naisen EU-tuella aloittama ja miehensä kanssa pyörittämä miesten paitoja valmistava yritys; keittiökokona-

firma; neljän sisaruksen omistama nahkavaatteita valmistava liike; sekä viiden osakkaan homo- ja lesboaiheita käsittelevää aikakauslehteä julkaiseva yritys. Työntekijämäärät vaihtelevat lehden viides-

tä muiden 20-40 työntekijään.

Yritykset valittiin mukaan oletetun moninaisuuden, ei minkään mittarin mukaisen 'edustavuuden' perusteella. Yrittäjyystutkimuksissa etsitään usein poikkeuksellisen hienosti pärjänneitä yrittäjiä ja varsinkin naisyrittäjiä kaivetaan esiin esimerkillisiä tapauksia. Nämä tutkijat halusivat kuitenkin analysoida yrittäjyyden tavallista kirjoa ja sukupuolta siinä. He uskoivat, että sukupuoli ei piile vain organisaatioiden toiminnassa vaan myös yritysprosesseissa valmistuvissa tuotteissa ja niiden tulkinnoissa. He sijoittavat tutkimusotteensa postkolonialistiseen etnografiaan ja postmodernia sensitiivisyyttä korostavaan organisaatiotutkimukseen.

Etnografiat on toteuttanut tutkimusryhmän mies, Attila Bruni. Tätä perustellaan halulla rikkoa sitä tavallista asetelmaa, että sukupuolesta kiinnostunut tutkija on aina nainen. Kirjassa Bruni kertoo omista havainnoistaan ja yrityksissä oleskelun aikana tekemistään haastatteluista melko kuvailevasti. Kerronnan tarkoituksena on yhtäältä antaa käsitys yrityksistä ja toisaalta luoda lukijalle edellytyksiä oman näkemysten muodostamiseen sekä niistä että koko etnografian prosessista. Havainnot on jäsenneily asettamalla ne erilaisten

otsikoiden alle. Lopuksi kaikki kolme kirjoittajaa yhdessä (ilmeisesti, tätä on vähän vaikea havaita tekstistä) ottavat analyttisemmän näkökulman etnografisiin havaintoihin ja kenttätöön vuorovai-  
kutukseen. Tällöin tarkastellaan erityisesti sitä, miten sukupuolta ja liiketoimintaa tehdään toisiinsa liittyvissä käytännöissä.

Yritysetnografiat ovat kiinnostavia. Eräs episodi kertoo keittiöitä valmistavan firman tuotteiden nimeämisestä. Yrittäjät kertovat, että keittiöiden nimet pyrkivät tietoisesti luomaan sopivaa mielikuvaa tuotteesta kohderyhmälle. Keittiö tuotteena on sukupuolistunut: perinteitä toistava, radikaaleja uudistuksia vastustava ja 'family equilibriaa' kunnioittava. Siksi keittiömallit saavat satunnaisesti valittuja naisten nimiä – yhtä poikkeusta lukuun ottamatta. Kun Bill Clinton valittiin presidentiksi, omistajaperheeseen kuuluva poika halusi nimetä yhden keittiömallin Clintoniksi. Kyseinen keittiö oli vaikuttava, tärkeän näköinen malli, mutta toimiakseen nimi tarvitsi feminiinin, sievemmännäköisen vastinparin, Hillaryn. Nimet siis toistavat keittiön tyyppilistä feminiinisyyttä.

Toinen erityisen kiinnostava jakso käsittelee yllätyksiä etnografisessa tutkimuksessa. Homo-lesbo-kulttuuriin keskittyvässä lehtiyrityksessä miesetnografi joutuu yllättäen tilanteeseen, jossa häneltä kysytään, onko hänellä poikaystävää vai onko hän sinkku. Kysymys eksplikoivasti, että tutkijan oletetaan olevan homoseksuaali, mitä hän ei ole. Hän ymmärtää, että on oletetun sukupuolisen suuntautumisen vuoksi tullut tähän asti kohdelluksi sisäpuolise-  
na. Koska hänellä ei ole kumppania, hän päättää nopeassa tilanteessa vastata olevansa sinkku. Tutkija ei ole suoranaisesti valehdellut, mutta ei myöskään korjannut toisen käsitystä, joten hän tuntee itsensä noloksi. Myöhemmin hän ottaa asian esille tutkittavansa kanssa

ja saa kuulla perusteluja, minkä vuoksi toinen piti häntä homoseksuaalina. Syyt kertovat kulttuurin vallitsevista oletuksista. Vastaajan mukaan sukupuolesta kiinnostunut heterotutkija olisi automaattisesti tutkinut naisia, ei olisi ottanut homoseksuaalisuutta tutkimusteemaksi eikä olisi päässyt niin pitkälle toimituksen havainnoinnissa kuin kyseinen tutkija.

Tapahtunutta analysoidessaan kirjoittajat toteavat, että lehden toimituksessa tapahtunut havainnollistaa hyvin muissa etnografioissa molemminpuolisesti vallinneen hetero-olettamuksen – lehden toimituksessa tilanne oli kuitenkin päinvastainen; homoseksuaalisuus on itsestään selvä, parempana pidetty, ominaisuus. Huolimatta siitä, että seksuaalisuus on tietoisesti esillä lehtiyrityksen toiminnassa, arkipäiväisissä ei päästä irti vallitsevista käsityksistä naisesta ja miehisestä. Tutkittava kertoo toiminnastaan suhteessa (hegemoniseen) maskuliinisuuteen toisinaan pitäen sitä omana toimintamallinaan (esim. hän itse on yrityksen keskeinen henkilö, jota ilman koko lehti menisi pian nurin). Toisinaan hän taas kritisoi sitä (esim. hän ei ole 'oikea' journalisti, jotka yleensä kirjoittavat paljon 'roskaa').

Kirjoittajat analysoivat sukupuolen ja yrittäjyyden suhteita myös tarkastelemalla etnografisen vaiheen yhteydessä kerättyjä haastatteluja diskursiivisina käytäntöinä. Tässä toimii ongelmitta se valinta, jossa haastattelut on kerännyt yksi henkilö, mutta analyysivaiheessa, jolloin aineisto on vuorovaikutuksesta riisuttua pelkkää tekstiä, mukana on koko tutkimusryhmä. Yksinkertaisena perusrakenteena kirjoittajilla on ensin tunnistaa käsitteitä ja teemoja, jotka konstruoivat yrittäjyyttä, ja sen jälkeen etsiä juoni ja retoriikka, jolla ihmiset koostavat oman tarinansa osat merkitykselliseksi kokonaisuudeksi.

Yrittäjyyden teemoiksi on tunnistettu riski, raha ja innovaa-

tiot. Johtopäätös on, että riski on erottamaton osa yrittämistä, mutta kyse on pikemminkin vastuusta kuin halusta olla uhkarohkea. Useimmilla yrityksillä on suuri sosiaalinen vastuu ottamastaan riskistä, esimerkiksi siitä, että työntekijät saavat palkkansa. Myös raha liittyy oleellisesti yrittämiseen, mutta sen kerrotaan olevan ennen kaikkea väline kehittää toimintaa sen sijaan, että se kulutettaisiin välittömään nautintoon. Innovaatiot kytkeytyvät sekä riskinottoon että taloudellisiin mahdollisuuksiin, ja nämä huomioon ottaen innovatiivisuus on pidettävä kohtuullisena, vaikka se välttämätön osa yrityksen teknologiaa, tuotteita ja yrityskuvaa onkin. Ei liene yllättävää, että puheissa nämä yrittämisen teemat esitetään sukupuolineutraaleina – jos eroja on, ne johtuvat persoonasta. Rakenteellisten, historiallisten ja kulttuuristen erojen tunnistamiseen viittaavat kuitenkin ilmaisut, joiden mukaan toiset naiset ovat "miehekkäämpiä" kuin toiset. Tällaiset naiset ovat siis poikkeuksia jostakin määrävästä diskurssista. Samalla näin sanomalla vahvistetaan sitä perinteistä sukupuolikategorisointia, jossa yrittäjyys on maskuliinista.

Yrittäjyyteen liittyvien teemojen tunnistaminen maskuliiniseksi ei välttämättä ole kovin hämmästyttävää. Kuitenkin kirjan analyysi sisältää joitakin hyviä oivalluksia ja tuo esiin sukupuolesta puhumisen (tai puhumattomuuden) mutkikkaan prosessin. Yrittäjyydestä ja sukupuolesta puhumisen tapoja subjektien tasolla esittelevä osa analyysistä on jälleen hyvin kiinnostava. Tutkijat ovat seuranneet seitsemän haastateltavan tarinoita. Näistä he erottelevat pääkomponentit: kertojan (esimerkiksi perustajan poika ja yhtiökumppani), tarinassa mainitut henkilöhahmot, juonen eli asioiden esittämisen järjestyksen sekä toiminnan eli keiden kerrotaan toimivan esimerkiksi päätöksentekotilanteissa. Näitä

aineisia tunnistamalla selviävät varsin tyylikkäästi retoriikat, joiden avulla yrittäjät muodostavat subjektiveettiaan. Esimerkiksi hitsausyrityksen perineet siskokset kertovat alkutaipaleestaan yrittäjänä hoivan kautta. Kun heidän yrityksen perustanut isoisänsä ja tämän jälkeen isänsä kuoli, sisaret tunsivat itsensä pakotetuiksi ottamaan perheyrittäjän hoitoonsa, vaikka heillä ei ollut alan ammatillista osaamista. He kertovatkin toimivansa kullissien takana antaen luottoinsinööriinsä olla vapaasti ja näkyvästi yhtiön keulakuvana. Kuitenkin omistajien arvovalta pilkahtelee. He muun muassa antavat insinööreille tunnustusta tämän taidoista toimia kaupanteossa tinkivien kanssa, mutta samassa yhteydessä he sanovat, että heistä

se on aikaa vievää ja ikävää puuhaa. Näin he korostavat eroa työntekijän ja omistajien välillä.

Pääasiassa etnografiansa tulokse-  
na kirjoittajat tekevät viisi teoreettista johtopäätöstä, jotka he tosin mainitsevat jo johdannossa: sukupuolta ja yrittäjyyttä konstruoidaan jatkuvasti ja vuorovaikutteisesti erilaisissa symbolisissa tiloissa; liian suuret ristiriidat pyritään korjaamaan ja näin ylläpitämään kulttuurista järjestystä; rajojen ylityksiä korjataan 'rajojen pitämällä'; rutiinien oppimisen jälkeen mahdollistuu niiden rikkomisen ja säätely itselle sopivalla tavalla; ja sukupuolta voidaan kaupallistaa silloin kun se on avuksi yrityksen markkina-asemalle.

Kirjoittajat löytävät lukuisia käytäntöjä, joissa sukupuoli näyttää vaikuttavan yrittämisen tapaan.

Tästä huolimatta he väittävät, ettei erityistä feminiinistä yrityskulttuuria ole. Sen sijaan kyse on käytännöistä, joista jotkut ovat toisia painavampia. Dikotominen sukupuoli on tällainen vahva käytäntö, joka on läpitunkevasti institutionalisoinnut merkitysjärjestelmiin. Siksi sukupuoleen liittyvät kulttuuriset käytännöt, jossa mies on tärkein sukupuoli, ovat vahvempia kuin esimerkiksi yrittämisen käytännöt. Se, että monet tutkimukset ottavat lähtökohtaoletukseksi feminiinisen yrittämistavan ja sitovat sen naissukupuoleen, on enemmän jonkun poliittisen projektin toteuttamista kuin organisaatioiden käytäntöjen lähitarkastelua – mielestäni tarpeellinen huomautus yrittäjyyden ja sukupuolen tutkimuksen yhteydessä.

Hanna-Mari Ikonen