

Majja Korhonen, Katri Komulainen
& Hannu Rätty

Työhön liittyvät arvot ja kyvykkyystulkinnat nuorten yrittäjyystarinoissa*

Yrittäjyyden edistäminen on nykyisen koulutuspoliittisen puheen ja toimenpidelinjausten keskiössä. Yrittäjyyskasvatuksessa yrittäjämínuutta ja siihen liittyvää kyvykkyysideaalia tarjotaan samastumisen malliksi kaikille kansalaisille. Artikkelissa analysoidaan nuorten Yritys Hyvä! -kirjoituskilpailun voittaja-aineita narratiivisen sosiaalipsykologian viitekehyksessä ja tarkastellaan, millaisia minuuteen ja työhön liittyviä merkityksiä ja ideaaleja nuorten yrittäjyystarinat sekä itse kilpailu rakentavat. Aineistoa analysoidaan suhteessa koulun tehtäviin kansalliseen kuuluvuuteen kasvattajana ja yksilöllisten kyvykkyyserojen osoittajana, sekä suhteessa kulttuuriseen yrittäjyysdiskurssiin. Kilpailua pohditaan koulun arvoihin sosiaalistavana työkasvatuksena. Lisäksi kysytään, miten uusliberalistisessa hengessä esitetty ajatus yrittäjämínästä tulee esille kilpailussa, ja miten yrittäjyyden merkitykset toistuvat ja muuttuvat ajassa. Palkituissa tarinoissa yrittäjyys kytkettiin tavallisimmin maltillisuuteen ja vaatimattomuuteen perustuvaan työnteon ideaaliin ja se liitettiin perinteisiin kansalaishyveisiin. Kirjoituskilpailu ylläpiti yhteisöllistä kuuluvuutta ihanteena palkitsevilla tarinoilla, joissa ideologiset, suomalaisuuteen, yhteisvastuuseen ja kotiseutuun kytketyt merkitykset toistuivat.

Johdanto

Yrittäjyydestä on suomalaisessa yhteiskunnassa tullut poliittinen puhetapa ja kansallinen projekti, joka pyrkii sitouttamaan kansalaiset vastuuseen talouden kehityksestä ja omasta työllisyydestään. Aiempaa yrittäjyyshaluisemman työsukupolven kasvattaminen on asetettu koulutuksen eri instituutioiden tehtäväksi. Vuonna 2004 Opetusministeriö käynnisti toimenpideohjelman, jonka tavoitteena on ulottaa yrittäjyyskasvatus kaikille koulutusasteille. Tämä noudattaa eurooppalaista linjaa, mutta Suomi on toistaiseksi ainoa Euroopan maa, joka on sekä yleissivistävän koulutuksen että ammatillisen toisen asteen koulutuksen opetussuunnitelmissa sitoutunut yrittäjyyden edistämiseen (European Commission 2006).

Yrittäjyyden ja yrittäjyyskasvatuksen painottamista on pidetty ilmentymänä uusliberalistisesta koulutuspolitiikasta (Keskitalo-Foley ym. 2007, 110). Käsitteellä yrittäjämínä (enterprising self, ks. esim. Rose 1992, 146) on viitattu erilaisissa instituutioissa luotuun eetokseen – tapaan nähdä yrittäjyys yksilöpsykologisina ominaisuuksina ja tapaan tarjota yrittäjämínästä toimintatapaa ja itesuhdetta malliksi kaikille kansalaisille. Yrittäjämínään liittyy tulkintoja yrittäjyyden edellyttämistä kyvyistä, asenteista ja älykkyydestä (Rätty & Snellman 1998) sekä yleisempiä moraalisia kannanottoja koskien hyvää minuutta, hyvää elämää ja hyvää kansalaisuutta (Rose 1992).

* Avainsanat: Yrittäjyyskasvatus, koulu, kyvykkyystulkinnat, työarvot, sukupuoli, narratiivisuus.

Tässä artikkelissa analysoimme narratiivisen sosiaalipsykologian viitekehyksessä nuorten kirjoittamia yrittäjyystarinoita, jotka on tuotettu osana Yritys Hyvä! -kirjoituskilpailu¹. Pohdimme aineiston kautta yhtäältä koulun perinteisesti korostamia työarvoja ja työn tekemiseen liittyviä hyveitä ja tulkitsimme kilpailua näihin arvoihin sosiaalistavana työkasvatuksena. Toisaalta tarkastelemme sitä, missä määrin ja millä tavalla uusliberalistisen eetoksen mukaiset ajatukset työstä ja yrittäjämistä tulevat osaksi kirjoituskilpailua ja nuorten tarinoita. Pohdimme, miten nämä eri tavalla painottuneet eetokset merkityksineen ja ideaaleineen kohtaavat nuorten yrittäjyystarinoissa ja itse kilpailussa.

Tarkastelemme kilpailua ja siinä tuotettuja tarinoita ajassa muuttuvina diskursiivisina käytäntöinä. Nostamme muutoksen ja pysyvyyden näkökulman yleisemmän tason analyysin kohteeksi. Analysoimme, mitkä teemat ja puhuvat ovat itse kilpailussa sekä nuorten tarinoissa toistuvia ja pysyviä, mitkä puolestaan muuttuvia. Yksityiskohtaisemmin erittelemme, millaisia työhön liittyviä merkityksiä ja ideaaleja nuorten tarinoissa ja kilpailussa nousee esille. Yhtäältä luumme aineistoa suhteessa koulun tehtäviin kansalliseen kuuluvuuteen kasvattajana ja yksilöllisten kyvykkyserojen osoittajana. Toisaalta tulkintojemme peilauspintana on kulttuurinen yrittäjyysdiskurssi sellaisena, kuin se tämän päivän näkökulmasta näyttäytyy.

Tarkastelumme on osa Suomen Akatemian rahoittamaa ”Yrittäjämistä – koulutus, subjektiiviteetti ja mukaan ottamisen ja poissulkemisen prosessit myöhäismodernissa yhteiskunnassa” -tutkimushanketta (2007–2010). Yrittäjämistä tarkastellaan tässä hankkeessa uusliberalistisena minäteknologiana hallinnoinnin tematiikan (ks. esim. Rose 1992) näkökulmasta. Hankkeessa analysoidaan yrittäjämistä tuottamisen tapoja koulutuksen käytännöissä eri koulutusasteita koskevien aineistojen avulla. Suomessa tämänkaltaista tutkimusta on toistaiseksi tehty vähän, vaikka yrittäjyyteen kasvattaminen nostetaan

esille keskeisenä lähtökohtana koulutuspoliittisissa linjauksissa ja julkisessa puheessa.

Koulu, kuuluvuuteen kasvattaminen ja kyvykkyyskäsitteet

Yritys Hyvä! -kirjoituskilpailu koulun arvoja diskursiivisesti välittävänä käytäntönä pyrkii yhtäältä vaalimaan traditioiden jatkuvuutta ja toisaalta viitoittamaan muutosta. Koululla on usein nähty olevan tämänkaltaisen kaksoistehtävä. (Karvonen 1995.) Traditioiden säilyttämisen näkökulmasta koulun eräs perustehtävä on ollut kansalaisten kiinnittäminen suomalaisuuteen ja kotiseutuun (esim. Gordon ym. 2000). Suomalaisessa yhteiskunnassa on arvostettu luterilaisen etiikan mukaisesti huolellisuutta, rehellisyyttä, ahkeruutta ja nöyryyttä yksilön hyveinä. Myös koulu on pyrkinyt vahvistamaan näitä hyveitä yksilöissä osana suomalaisuuteen kasvattamista. Luterilaisia dikotomioita, kuten ahkeruus/laisuus ja nöyryys/ylpeys, on käytetty koulussa ”hyvän” ja ”pahan” yksilön ominaisuuksien arvioinnin perusteina. Myöhemmin on alettu korostaa yksilön sosiaalista vastuuta ja yhteisön sosiaalista harmoniaa yhteiskunnan moraalijärjestyksen säilymiselle keskeisinä asioina. (Koski 2001.)

Kasvatusprosessissa yhteisöllisten moraalisten ideaalien on tarkoitus asettua yksilön sisäiseksi ominaisuuksiksi. Yksilön sisäinen olemus on nähty tilana, joka on yhteisöllisen hyvän toteutumisen kannalta kriittinen (Koski 2001, 175). Tätä ajatusta heijastaa myös se, että nuorten työasenteet ja työmoraali ovat puhuttaneet paljon kasvattajia ja tutkijoita. Nuoret on usein nähty kansalaisuuden näkökulmasta ongelmallisena tai vähintäänkin haasteellisenä ryhmänä (Harinen 2000, 18). Yritys Hyvä! -kilpailun alku ajoittuu 1980 ja 1990 -lukujen vaihteeseen. Kun nopea talouskasvu loi laajenevia kulutustavaramarkkinoita ja uusia ammattialoja, nuorten työasenteet tulivat erityisen huomion kohteeksi. Hyvän työtilanteen vallitessa kannettiin huolta nuorten sitoutumisesta työhön ja epäiltiin, että nuoret eivät enää niin tiiviisti kiin-

¹ Yritys Hyvä! on Kerhokeskus – Koulutyön tuki ry:n ja Yksityisyrittäjien Säätiön järjestämä ja opetushallituksen tukema valtakunnallinen kirjoituskilpailu, jota on järjestetty vuodesta 1986 alkaen. Vuosittain loppukilpailuun on lähetetty noin 480–1150 koulujen äidinkielenopettajien valitsemaa ainetta, joista kilpailuraati on valinnut voittajat. Vuoteen 2001 saakka voittaja-aineita on vuosittain 10, kirjoittajina peruskoulun 9-luokkalaisten. Vuodesta 2001 lähtien mukana on ollut lukiolaisten sarja ja vuosittain on palkittu 10 peruskoululaisen kirjoittamaa ja 5 lukiolaisen kirjoittamaa ainetta. Vuonna 2006 on mukaan tullut oma sarja ammatillisten oppilaitosten opiskelijoille.

nity perinteisen luterilaisen työetiikan arvoihin. Lamavuosina huoli kohdistui nuorten passivoitumiseen ja syrjäytymiseen. Koulutusjärjestelmä ottikin tavoitteekseen aktiivisten, itseään auttavien kansalaisten kasvattamisen. Viime aikoina on esitetty, että koulutusjärjestelmä ei enää olisi keskeinen nuorten (työ)moraalin ohjaaja, sillä suurten ideologioiden ja yhteisen moraalilin merkitys nuorten elämässä on vähentynyt. Sen sijaan keskeisiksi ovat tulleet yksilölliset elämäntyylit ja valinnat. (Harinen 2000; Helve 2002; Kiiänmaa 1996; Wiilka 2006.)

Kuuluvuuteen perustuvaan kansalaisuuteen ja luterilaiseen työetiikkaan kasvattaminen on koulussa kulkenut rinnan yksilökeskeisen kyvykkyysajattelun ja yksilöiden välisille eroille nojavan arvioinnin kanssa. Koulu tuottaa luokittelevaa ja järjestykseen panevaa tietoa vertailemalla yksilöiden välisiä kyvykkyys- ja lahjakkuuseroja. Koulu on kyvykkyyskäsitusten keskeinen institutionaalinen kantaja. Sillä on valta määritellä, mikä on arvokasta kyvykkyyttä. Koulussa kykyjä on eroteltu tiedollisiin, käytännöllisiin ja sosiaalisiin kykyihin. Tiedollis-kognitiivisia kykyjä on pidetty arvokkaampina käytännöllisiin kykyihin nähden. (Räty & Snellman 1998.) Luonnollisen lahjakkuuden teoria on keskeinen osa koulun edustamaa koulutettavuuskäsitystä. Koulutettavuudella on viitattu käsityksiin siitä, keihin koulu vaikuttaa, keitä tulee kouluttaa ja miten. Luonnollisen lahjakkuuden idean mukaan yksilön älykkyys on synnynäistä: koulun mahdollisuudet yksilön kyvykkyuden lisäämisessä ovat rajalliset, sillä synnynäinen kapasiteetti muodostaa pohjan kykyjen kehittymiselle. (Räty & Snellman 1995.)

Koulun tehtävänä on tuottaa sellaisia kykyjä, joita yhteiskunnan ajatellaan kulloisessakin ajassa tarvitsevan. Tämän vuoksi koulun on aika ajoin muutettava koulutettavuuskonseptiaan. (Häyrynen & Hautamäki 1973.) Yrittäjyyteen kasvattamista voidaankin pitää yhtenä ilmentymänä koulun kyky- ja koulutettavuuskonseptin muokkaamisesta ajan vaatimusten mukaiseksi. Sisäisen yrittäjyyden korostaminen on tulkittavissa yhteiskunnan työarvoja koskevan muutoksen avaamiseksi koulussa. Mielenkiintoinen kysymys on kuitenkin se, missä määrin ja millä tavoin ideaali kaikista kansalaisista sisäisinä yrittäjinä lopulta poikkeaa koulun perinteises-

ti korostamista työarvoista, yksilön minuutta koskevista ihanteista ja näihin liittyvistä kasvattustavoitteista.

Yrittäjän kulttuurisia kuvia

Tarkastelumme lähtökohtana on, että yrittäjyys on kulttuurinen konstruktio, joka tuotetaan erilaisissa institutionaalisissa ja arkisissa käytännöissä. Yrittäjyys kategoriana muotoutuu kulttuurissamme jo valmiina olevien yrittäjyyden esittämisen tapojen lainaamisen ja toistamisen kautta. Siihen liitettävät merkitykset ovat siis historiallisesti ja kontekstuaalisesti rakentuneita. Michel Foucault'n (1972) mukaan monet yhteiskunnalliset prosessit, merkitykset ja identiteetit muotoutuvat jokapäiväisessä käytössä, rutiineissa ja toistossa. Toistamisen pakko on kulttuuriamme keskeisesti määrittävää ja se on aina myös vallankäyttöä.

Yrittäjyys on yleensä esitetty neutraalina kategoriana taloustieteellisessä, kasvatustieteellisessä ja psykologisessa yrittäjyystutkimuksessa sekä yrittäjyyttä koskevassa poliittisessa ja julkisessa keskustelussa. Tätä heijastaa se, että yrittäjyyttä tarjotaan samastumisen malliksi kaikille kansalaisille. Useiden feministitutkijoiden mukaan yrittäjä on kuitenkin historiallisesti ollut toiseutta tuottava maskuliininen ja keskiluokkainen konstruktio (ks. esim. Ahl 2002; Bruni ym. 2004; Ogbor 2000). Oppikirja-analyysit osoittavat, että myös koulussa oppilaille tarjotaan keskiluokkaista ja maskuliiniseksi määrittyvää käsitystä yrittäjästä tavoitteeksi ja samastumisen malliksi (Komulainen 2006; 2005; Mononen 2005).

Kulttuurimme yrittäjyysdiskurssiin liittyy piirrekeskeinen, yksilön motivaatioon, kykyihin ja muihin sisäisiksi oletettuihin ominaisuuksiin keskittyvä puhetapa ja tähän kytkeytyen menestymisen eetos. Yrityksen kasvu, tehokkuus ja taloudellisen voiton saavuttaminen ovat määrityneet yrittäjyyden päämääriksi ja menestyksen merkeiksi. Näiden saavuttamisessa on korostettu yksilön kykyä ottaa riskejä sekä vahvaa suoritusmotivaatiota. (Ahl 2002; Ogbor 2000.) Myös sankaruuden teema on historiallisesti liitetty yrittäjyyteen. Yrittäjä länsimaisen, individualistisen minän manifestaationa määrittyy usein autonomiseksi, rationaaliseksi, massasta edukseen erottuvaksi ja luovaksi marginaaliyksilöksi. Hänessä kiteytyy moderni tutkivan ja keksivän ih-

misen ihanne. (Bruni ym. 2004; Vainio-Korhonen 2002.) Yrittäjä on mielletty myös seikkailijaksi ja selviytyjäksi. Yrittäjän toiminnassa keskeiseksi on nähty itsemäärääminen, aktiivisuus ja pystyvyys. Yrittäjä on oman elämänsä hallitsija ja aloitteen tekijä. (Hilpelä 2007.)

Tämän päivän näkökulmasta edellä kuvatut tavat ymmärtää yrittäjyys ovat yrittäjyyttä koskevan sosiaalisen tarinavarantomme (Hänninen 1999) keskeisiä elementtejä. Yrittäjyystutkimus ja erityisesti yrittäjyyskasvatusta koskeva tutkimus on kuitenkin muuttumassa moniäänisemmäksi ja kriittisemmäksi. Tällä hetkellä etenkin kasvatus-tieteellisen tutkimuksen kentällä käydään vilkasta keskustelua siitä, miten yrittäjyys käsitteenä ja kasvatustavoitteena pitäisi määritellä. (esim. Gibb 2002; Ikonen 2007; Kyrö 2001; Remes 2004; Seikkula-Leino 2006.) Vallalle on nousemassa käsitys, jonka mukaan yksilön sisäistä ja omaehtoista yrittäjyyttä voidaan vahvistaa kasvatuksen ja koulutuksen keinoin. Ajatuksena on tällöin, että perusasteen koulutuksessa tulisi panostaa ennen kaikkea siihen, että oppilaat omaksuisivat aloitteellisen, luovan ja ratkaisukeskeisen asenteen työn tekemiseen ja muuhun toimintaansa sekä kykenisivät ottamaan vastuuta omasta oppimisestaan. Asennekasvatusta ja siihen liittyen motivaation vahvistamista pidetään siis peruskoulun yrittäjyyskasvatuksen ensisijaisina tavoitteina.

Aineisto ja yrittäjyystarinoiden narratiivinen analyysi

Aineistonamme ovat Yritys Hyvä! -kirjoituskilpailun peruskoululaisten kirjoittamat voittaja-aineet vuodesta 1986 vuoteen 2006 (N= 210) sekä kilpailuesitteiden instruktiot tältä ajanjaksolta. Kirjoituskilpailun instruktioiden osalta olemme eritelleet vuosittain tarjottuja aiheita ja luokitelleet niitä teemoittain. Nuorten yrittäjyystarinoita olemme analysoineet narratiivisen sosiaalipsykologian viitekehyksessä käyttäen narratiivista tutkimusotetta väljänä kehikkona kirjoitusten luokittelussa. Luokittelulle ja tyyppittelylle perustuva analyysitapa ei tavoita yksittäisissä tarinoissa rakentuvien merkitysten moniäänisyyttä, mutta mahdollistaa kirjoituksissa rakentuvien mallitarinoiden ja keskeisten puhetapojen systematisemman tarkastelun. Tämä on olennaista, kun tarinoissa esiintyviä tulkintoja halutaan suhteuttaa sosiaalis-kulttuurisiin merkityksiin.

Analysimme on nelivaiheinen. Ensiksi olemme jakaneet kilpailuaineet päähenkilökeskeisiin ja kuulijakeskeisiin teksteihin. Kuulijakeskeiset kirjoitukset pohdiskelevat yrittäjyyttä yleisellä tasolla argumentoivaan ja valistavaan sävyyn. Kirjoitukset ovat eräänlaisia kannustavia ja/tai varoittavia elämänohjeita yrittäjäksi aikoville. Päähenkilökeskeisissä teksteissä on sekä realistisia että fiktiivisiä yrittäjyyden kuvauksia. Tarinan päähenkilö voi olla kirjoittaja itse (kuviteltu oma tulevaisuus, oma kasvutarina tai ammatinvalinnan pohdiskelu), joku muu todellinen henkilö tai fiktiivinen hahmo. Joissakin kirjoituksissa on fiktiiviseen kerrontaan yhdistelty omakohtaista pohdintaa tai kuulijakeskeistä argumentointia. Kirjoitukset eroavat toisistaan myös aikaperspektiivin osalta: tarina voi kattaa koko päähenkilön elämän, keskittyä yhteen päivään tai liikkua vuorotellen menneessä ja nykypäivässä. Tarinoita kirjoitetaan myös tulevaisuuden näkökulmasta. Tarinan päähenkilö voi olla iältään aikuinen, nuori tai lapsi.

Analysin toisessa vaiheessa olemme ottaneet tarkastelun kohteiksi päähenkilökeskeiset tarinat. Olemme identifioineet lajiityppianalyyssia (Hänninen 1999; Murray 1989) käyttäen niiden joukosta sankaritarinat, jotka olemme tunnistanee niiden sisältämän kerronnan juonen ja rakenteen sekä moraalisten arviointien perusteella. Voidaan katsoa, että lajiityypissä kiteytyy tarinan perussävy. Sankaritarinassa päähenkilön elämä näyttäytyy testinä, josta tämä lopulta selviää voitokkaasti. Päähenkilölle on sankaritarinoissa ominaista moraalisesti kunniallinen toiminta vastusten edessä sekä erilaiset yksilöllisiksi hyveiksi määritellyt ominaisuudet.

Sankaritarinoita on voittaja-aineiden joukossa yhteensä 159. Sankaritarinoista tyttöjen kirjoittamia on 106 (67 %) ja poikien 53 (33 %). Tyttöjen kirjoittamia on kaikista voittaja-aineista 137 (65 %), poikien 73 (35 %). Tarinan päähenkilö on sankaritarinoissa hieman useammin nainen (84) kuin mies (75). Tytöt siis kirjoittavat paljon myös miespäähenkilöistä. Poikien kirjoittamista sankaritarinoista vain yhdessä päähenkilö on nainen. Ironioita on aineistossa 8 ja tragedioita 3. Komedioita ei ole kilpailussa palkittu. Joissakin sankaritarinoissa on ironian, komedian tai tragedian elementtejä. Kuulijakeskeisiä, argumentoivia kirjoitelmia on 40. Näistä osassa kerrontaa sävytetään ironian tai komedian keinoin.

Kolmanneksi olemme luonnehtineet sankaritarinoita yhdistäviä ja erottavia piirteitä, ja tätä kautta eritelleet sankaritarinoiden sisältä erilaisia puhetapoja ja kerronnan teemoja. Näiden perusteella olemme neljänneksi nimenneet erilaisia sankaritarinoissa rakentuvia yrittäjätyyppisiä ja näihin kytkeytyviä työlle annettuja merkityksiä ja ideaaleja.

Kirjoituskilpailu diskursiivisena käytäntönä

Yritys Hyvä! -kirjoituskilpailulla on vahvat yhteykset kouluun. Vuosittain oppilaat kirjoittavat yrittäjyysaineensa koulujen äidinkielen tunneilla, ja äidinkielen opettajat valitsevat luokkansa parhaat kirjoitelmat lähetettäväksi kilpailuun. Kilpailuraati koostuu muun muassa äidinkielen opettajista ja opetushallituksen sekä yrittäjäjärjestöjen edustajista. Vuosittainen lopullisten voittaja-aineiden valikoituminen on siis monivaiheinen prosessi, eikä raadilla ole voittajan valitsemisessa käytössään tiukkoja kriteerejä. Voidaan olettaa, että ainakin kirjoitelman kielellinen sujuvuus ja yrittäjyysmyönteinen sävy edesauttavat kilpailussa menestymistä.

Olemme pohtineet, missä määrin ja millä tavoin kirjoituskilpailu on mielletävissä yrittäjyyskasvatukseksi uusliberalistisessa hengessä ja missä määrin se puolestaan heijastaa koulun

perinteisempiä arvoja ja työkasvatuksen tavoitteita. Joka tapauksessa kilpailusta voidaan puhua koulun kansalaiskasvatuksena. Sehän kytkeytyy koulun perinteiseen tavoitteeseen vahvistaa oppilaiden yhteisöllistä kuuluvuutta ja kykyä löytää paikkansa yhteiskunnassa työtä tekevinä kansalaisina. Kilpailu on kytköksissä myös nykyisiin koulutuspoliittisiin ja opetussuunnitelmiin kirjattuihin tavoitteisiin, joissa korostetaan kansalaisten valmiuksia toimia ulkoisina yrittäjinä ja kehittyä sisäisiksi yrittäjiksi (Opetusministeriö 2004, 8). Kilpailu on koulun edustamaa institutionaalista ja pedagogista puhetta, mutta myös konkreettista oppimateriaalia. Hallinnoinnin näkökulmasta tarkasteltuna se on diskursiivinen käytäntö, joka pyrkii toiston kautta muotoilemaan ja muokkaamaan ihmisten valintoja, haluja, tarpeita, toiveita ja yksilöllisiä sekä yhteisöllisiä elämäntyyliä (Dean 1999). Kilpailussa nuoria kannustetaan jäsentämään tulevaisuuttaan ammatinvalinnan ja työn lisäksi minuuden näkökulmasta.

Kilpailun tavoitteet ja tehtävänannot ovat jonkin verran muuttuneet ajan kuluessa. Kilpailuesitteiden instruktioit, tarjotut teemat sekä kirjoittamisen kilpailuluonne ohjaavat luonnollisesti sitä, minkä tyyppisiä tekstejä nuoret kirjoittavat. (ks. myös Paakkunainen 2007.) Seuraavassa taulukossa on esitetty ajanjaksoittain tarjotut aiheet teemojen mukaan luokiteltuina:

Taulukko I. Kilpailussa tarjotut aiheet ajanjaksoittain.

Kilpailussa tarjottu aihe	1986–1990	1991–1995	1996–2000	2001–2006	1986–2006
Maatalousyrittäjyys, maaseudun uudet elinkeinot	6	6	4	5	21
Yrittäjän ominaisuudet, kyvyt, persoona, elämäntapa	0	8	4	6	18
Palvelualojen yrittäjyys	3	1	8	2	14
Perheyrittäjyys	5	5	1	2	13
Yrittäjän henkilökuva, haastattelu, lehti-juttu	3	6	0	3	12
Kotiseutuun sijoittuva yrittäjyys	0	2	2	5	9
Kädentaidoille perustuva yrittäjyys	1	3	1	1	6
Työharjoittelu- ja kesätyökokemukset	3	1	1	1	6
Yrittäjäksi oppiminen, koulu & yrittäjyys	2	2	0	2	6
Ympäristöystävällinen yrittäjyys	0	2	3	1	6
Johtajuus & alaiset	1	2	2	1	6
Suomalaisuus, suomalainen ruoka	0	1	2	3	6
Mielikuvituksellinen yrittäjyysidea tai keksintö	2	2	0	1	5
Yrityksen markkinointi, mainostaminen, kilpailu	2	2	0	1	5
Harrastukseen pohjautuva yrittäjyys	2	0	0	2	4
Eurooppalaisuus, kansainvälisyys	0	1	2	0	3
Teknologian alan yrittäjyys	0	0	2	1	3
Nuori yrittäjyys	0	0	0	2	2

Kilpailussa useimmin tarjottu aihe on maaseutu-yrittäjyys, erityisesti maaseudun pelastaminen ja uudet elinkeinot. Muita toistuvasti tarjottuja aiheita ovat palvelualojen yrittäjyys, perheyrittäjyys sekä aiheet, joissa kehoitetaan pohtimaan yrittäjän kykyjä, taitoja ja muita yksilöllisiä ominaisuuksia. Läpi kilpailun historian nuoria on kannustettu pohtimaan yrittäjyyttä perhe- ja oma-kohtaisten kokemusten valossa, mikä kertonee siitä, että yrittäjyydestä kirjoittaminen nähdään osana identiteettityötä. Kilpailussa nuoria rohkaistaan tarkastelemaan erityisesti oman identiteetin tulevaisuusulottuvuutta, jota Hazel Markus ja Paula Nurius (1987) ovat kuvanneet käsitteellä ”mahdolliset minät”. Ne pitävät sisällään ihmisen käsityksiä siitä, mitä hän voisi olla, mitä hän toivoo olevansa ja mitä hän pelkää olevansa tulevaisuudessa (Komulainen ym. 2008).

Alkuaikeina kilpailun tavoitteissa ja tehtävänäannoissa korostuvat ammatinvalinnan näkökulma ja työelämän tuntemuksen lisääminen (ks. myös Paakkunainen 2007, 15) ja aiheotsikot ovat tarkasti rajattuja (”Päiväni yrittäjänä”, ”Kirje pankinjohtajalle”). Vuoden 1993 oppilasesite on muokattu soveltumaan aineistokirjoittamiseen ja

esitteeseen on koottu virikekirjoituksia. Kilpailu onkin muuttunut ajan myötä aktiivisemmaksi ja ”koulumaisemmaksi”. 2000-luvulla ammatinvalinnan näkökulma on edelleen läsnä, mutta sisäisen yrittäjyyden teema on tullut mukaan. Tämä näky siten, että aiheet ovat väljempää ja kannustavat metaforisempaan yrittäjyyden pohdintaan. Vuoden 2003 kilpailuesitteessä on ensimmäistä kertaa mainittu käsite ’sisäinen yrittäjyys’.

Yksilökeskeinen kykypuhe on kilpailussa läsnä läpi vuosien. Kilpailuesitteiden puhe taipumuksista, kiinnostuksista, henkilökohtaisista ominaisuuksista ja erilaisista lahjakkuuksista heijastaa koulun edustamaa käsitystä ihmisten välisistä luonnollisista eroista.

Ryhtyisitkö yrittäjäksi? Siitä voi tulla elämänurasi! Ihmisten lahjakkuus on erilaista. On tieteisiin, taiteisiin ja käytännön aloihin suuntautuvia taipumuksia. Kannattaa hyödyntää omat ominaisuutensa – se tuottaa suurimman tyydytyksen. Se perustietopaketti, jonka koulu antaa, on pääpiirteittäin kaikille samanlainen. Se on pohja, jonka varaan rupeat rakentamaan tulevaisuuttasi. Muina rakennusaineina ovat omat taipumuksesi, tahtosi, kiinnostuksesi ja kokemuksesi. Vaikka

koulumenestys on tärkeä, jotta yleensä pääsisit käsiksi mahdollisuuksiisi, henkilökohtaiset ominaisuutesi ratkaisevat paljolti lopulta leipäpuusi löytymisen. [...] Yritys voi olla esimerkiksi maatala, jalkinekorjaamo, kampaamo, kauppa, kalanviljelylaitos, ompelimo, metalliverstas tai pesula. Itsenäisyyden ohella yrittäjän ammatin hyvänä puolena on se, ettei aivan välttämättä tarvita pitkäjänteisiä opintoja. Koulutuksesta on hyötyä, vaikka usein tie yrittäjän ammattiin on lyhyempi kuin moniin muihin. (Kilpailuesitteen teksti vuodelta 1992.)

Kykypuheen kautta nuorille tarjotaan lyhyen koulutuksen reittiä yrittäjyyteen ja painotetaan praktis-sosiaalisten kykyjen merkitystä yrittäjänä menestymiselle. Toisaalta instruktioissa on viitteitä siitä, että kilpailu toistaa koulun tyypillisesti

tekemää jakoa teoreettisiin ja praktisiin kykyihin (Räty & Snellman 1998). Yrittäjyyden kontekstiin sijoitettuna praktis-sosiaalinen kyvykkyys vain näyttää saavan uudenlaista statusta verrattuna koulun perinteisesti arvostamiin teoreettis-kognitiivisiin valmiuksiin. Kilpailuesitteissä rakentuvien merkitysten kartoittaminen vaatii kuitenkin oman tarkastelunsa, jotta pidemmälle meneviä päätelmiä voidaan tehdä.

Yrittäjyyden alat ja sukupuoli

Alat, joille nuoret yrittäjyyttä kuvittelevat, eivät merkittävästi muutu tarkasteltaessa voittajaineita 20 vuoden ajanjaksolta. Seuraavassa taulukossa on luokiteltu tyttöjen ja poikien sankaritainoissa kertomat ja kuvittelemat yrittäjyyden alat ja niiden esiintyminen ajanjaksoittain:

Taulukko 2. Sankaritainoissa kuvitellut yrittäjyyden alat ja kirjoittajan sukupuoli.

Kuviteltu yrittäjyyden ala	1986–1990		1991–1995		1996–2000		2001–2006		Yhteensä	
	Tytöt	Pojat	Tytöt	Pojat	Tytöt	Pojat	Tytöt	Pojat	Tytöt	Pojat
Maatalous ja luonnonvara	7	2	5	2	3	1	4	2	19	7
Kahvila, ravintola, leipomo, pitopalvelu	2	1	4	0	4	0	6	0	16	1
Tekstiili ja vaatetus	4	0	4	0	1	0	2	0	11	0
Hoiva, hoito, eläintenhoito	1	0	1	0	2	0	4	0	8	0
Mielikuvituksellinen keksintö	2	3	2	2	2	1	1	0	7	6
Tekniikka (esim. korjaamot, huoltamot, rakentaminen)	2	1	1	3	0	4	1	1	4	9
Kuljetus	2	0	2	0	1	0	2	2	7	2
Vapaa-ajan palvelut (esim. urheilukauppa), viihde	1	2	2	1	1	2	2	1	6	6
Elintarvike- tai sekatavarakauppa, kioski	2	0	2	1	0	2	4	2	8	5
Taide (esim. muusikko, kirjailija, näyttelijä)	0	0	3	0	2	1	3	1	8	2
Matkailu ja majoitus	0	1	0	2	4	0	2	2	6	5
Käsityöläisyys (esim. puusepänerstas)	1	0	0	1	3	2	1	1	5	4
Asiantuntijat (esim. arkkitehti, tutkija, lakimies)	1	0	0	0	0	0	0	1	1	1
Tietotekniikka	0	2	0	1	0	2	0	0	0	5
Yhteensä	25	12	26	13	23	15	32	13	106	53

Nuorten tuottamat kuvat yrittäjyydestä näyttävät rakentuvan perinteisten sukupuolituneiden ammatti- ja työrepresentaatioiden varaan. Nuoret tekevät yrittäjyydestä tuttua ankkuroimalla (Snellman 1989) sen ammattistereotyyppioihin eli sijoittamalla naiset ja miehet erilaisille työelämän areenoille. Voittoon ja menestykseen tähtäävästä yrittäjyydestä kerrotaan enimmäkseen tarinois-

sa, joissa päähenkilö on mies. Pojat kirjoittavat tyttöjä useammin nokkelan yrittäjän tarinoita – päähenkilö on jälleen mies. Poikien tarinoissa miespäähenkilöt sijoittuvat useimmiten tekniikan ja tietotekniikan aloille, mutta pojat kirjoittavat paljon myös vapaa-ajan palvelualojen yrittäjyydestä. Niissä tyttöjen tarinoissa, joissa päähenkilö on nainen, kerrotaan useimmiten ravitsemus-

tekstiili- ja vaatetusalojen yrittäjyydestä sekä hoiva-alan yrittäjyydestä. Sekä tytöt että pojat kirjoittavat maatalous- ja matkailualojen yrittäjyydestä, käsityöläisyydestä ja mielikuvituksellisista keksinnöistä. Kilpailussa yrittäjyysidean pohtimista suunnataan antamalla valmiita vaihtoehtoja aloista, joille yrittäjyyttä voi kuvitella, esimerkiksi ”Sen kaupan / hoitolan / korjaamon / leipomon vielä perustan” (1986) tai ”Kampaajan / remontoijan / siivousyrittäjän / kauppiaan arkipäivää” (2002). Otsikkoesimerkeissä tarjotaan siis lähtökohtaisesti ”naisten aloja” ja ”miesten aloja”.

Kari Paakkunainen (2007, 25–26) on päätenyt Yritys Hyvä! -aineiston suhteen hieman erilaisiin johtopäätöksiin. Hän esittää, että tytöt ottavat kilpailuaineissaan haltuunsa miehisä aloja ja rooleja sekä käyttävät tasa-arvoajatteluun liittyvää puhetapaa. Tulkintamme mukaan sekä tyttöjen että poikien tapa kirjoittaa yrittäjyydestä pikemminkin toistaa kuin rikkoo sukupuolituneita ammatteihin ja työn tekemiseen liittyviä käsityksiä. Kirsi Vainio-Korhonen (2002) on naisyrittäjyyttä koskevassa tutkimuksessaan todennut, että naiset ovat kautta aikojen löytäneet yrittäjyysideansa perinteisten kodin töiden, kuten ruuan ja vaatteiden valmistamisen ja jakelun sekä hoivan parista. Naisyrittäjyys on ollut leimallisesti suuria taloudellisia riskejä karttavaa pienyrittäjyyttä. Helene Ahl (2002) puolestaan esittää, että yrittäjänaisiin assosioituvat usein emotionaalisuus, kyky omistautua toisille ihmisille, avuliaisuus, ystävällisyys ja lämpö. Heihin liitetään myös tietoisuus toisten ihmisten tunteista ja tarpeista. Nämä ideat tulevat esille myös Yritys Hyvä! -aineistossa.

Nuoret kuvittelevat yrittäjyyttä aloille, joille ei vaadita pitkää koulutusta. Aineistossa on vain neljä kirjoitusta, joissa kerrotaan yrittäjyyden alasta, jolle vaaditaan korkeakoulutus. Kuten olemme jo todenneet, myös kilpailuesitteissä kannustetaan kuvittelemaan käytännönläheisiä aloja. Näiden kuvaillaan pohjautuvan nuorten omiin kykyihin, kiinnostuksiin ja taipumuksiin, ei niinkään pitkän muodollisen koulutuksen antamiin valmiuksiin.

Ajankuvat ja yrittäjyyspuheen muutos

Muutos nuorten yrittäjyystarinoissa 20 vuoden ajanjaksolla on pitkälti temaattista muutosta, joka on jäljitettävissä kirjoittamisajankohdan yhteiskunnalliseen tilanteeseen ja sille leimallisiin, kirjoittajasukupolvenkin elämänpääpiiriä kosketta-

viin ilmiöihin. Esimerkiksi 2000-luvulla suomalaisnuorten tulevaisuudennäkymiä leimaa talouden kansainvälistyminen ja työpaikkojen siirtyminen halvan työvoiman maihin (Aapola & Ketokivi 2005). Käsittelemässämme aineistossa tämä näkyy puheena Kiina-ilmioista ja globalisaatiosta. Myös luonnon saastuminen, eettinen ruuan tuotanto ja ihmisten välinen eriarvoisuus otetaan teemoina käsittelyyn. Tarinoissa puhutaan usein metaforisesti ”elämässä yrittämisen” tärkeydestä. Työhön liittyvä sosiaalinen ja eettinen vastuu nousee teemana vahvasti esille (ks. myös Paakkunainen 2007).

Vuoden 1990 jälkeen lamapuhe tulee osaksi nuorten tarinoita. Mainintoja lamasta ja ”vaikeista ajoista” on erityisesti vuoden 1992 kirjoituksissa (20 mainintaa aikavälin 1991–1995 kirjoituksissa). Lamapuheesta on moralisoiva sävy. Lamapuheen kautta kerrotaan yhteiskunnan voittajista ja häviäjistä. Näissä tarinoissa yrittäjä selviytyy aktiivisuutensa avulla, kun taas ”toiset” luovuttavat ja jättäytyvät passiivisina olosuhteiden armoille. Aktiivisuus-passiivisuus -jako ja siihen liittyvät moraaliset kannanotot ovat tosin keskeinen pysyvä elementti nuorten tarinoissa kautta vuosien.

Sisukas luontoni ei kuitenkaan antanut periksi. Tottakai on lama, jos kaikki ihmiset hyväksyvät sen. Olin kyllästynyt ihmisiin, jotka vain valittavat ja valittavat. Eihän sitä mitään saa, jos ei edes yritä. Työttömät tuttavani vain jonnottivat työvoimatoimistoissa. En ollut kuullut kenenkään edes yrittäneen itse hankkia työpaikkaa. Minä en kuuluisi niihin onnettomiin. Ainahan oli varaa epäonnistua. (tyttö 1996.)

Työssä selviytyminen kunniallisuuden ja moraalisen ylemmyyden merkinä (Kortteinen 1992) nousee esille erityisesti lama-ajan kirjoituksissa. Lamapuheen läpäisemät tarinat murtavat myös tulkintaa itsensä toteuttamisen tarpeesta työn tekemisen motiivina. Motiiveiksi nousevat sen sijaan yhteisöllisen hyvän tekeminen ja vastuun kantaminen itsestä. Toisaalta nämä motiivit korostuvat vaatimattoman yrittäjän tarinoissa läpi kilpailun historian.

Lapsuuden aikaperspektiivistä kirjoitetut tarinat lisääntyvät 2000-luvun kirjoituksiin tullessa (vuosina 1986–2000 yhteensä 5 tarinaa, vuosina

2001–2006 yhteensä 9 tarinaa). Ensimmäisten kilpailuvuosien sankaritarinoissa on huomattavan paljon romanttisen, nostalgisen maaseutumiljööön kuvauksia. Päähenkilö on näissä usein fiktiivinen henkilöahmo. 2000-luvun kirjoituksissa metaforisemmat yrittäjyyden pohdinnat lisääntyvät. Aineistossa on nyt vähemmän fiktiivisiä, romantisoituja tarinoita ja enemmän minämuodossa kirjoitettuja tarinoita yritysuunnitelmista sekä tarinoita yrittäjäperheessä kasvamisesta. Kilpailussa siis palkitaan 2000-luvulla omakohtaisempia, realistis-sävyisiä pohdintoja. (ks. myös Paakkunainen 2007.) Yhä useammassa tarinossa yrittäjyys mielletään sisäisen yrittäjyyden eetoksen mukaisesti mentaliteetiksi ja elämänasenteeksi, ei ainoastaan liiketoiminnaksi.

Koskaan ei voi tietää, millaisia esteitä eteenpäin saa ja selviääkö niistä, mutta tärkeintä on muistaa sisäinen yrittäjyytensä. Jos ihmiset eivät olisi kautta aikojen yrittäneet, ei olisi keksitty tulta, hehkulamppua, höyrymoottoria, kirjoitustaitoa tai ylipäätään mitään. Yrittäminen on kaiken elämän perusta. Se on meille lähes yhtä tärkeää kuin vesi. Jos ihminen ei yritä, hän kuihtuu. (tyttö 2006.)

Yrittäjyyden sankaritarinoiden kehyskertomus

Nuorten kirjoittamissa sankaritarinoissa rakentuu kehyskertomus, eräänlainen tarinatyyppiä yhdistävä juoni. Se ilmentää yhtäältä sankaritarinoiden kerronnan rakennetta, toisaalta yrittäjyydestä puhumisen tapaa. Olemme muotoilleet kehyskertomuksen seitsemään kiteytykseen. Kyseessä on pelkistys, joka kuitenkin kuvaa tiivistetyksi useimpien sankaritarinoiden kerronnan logiikkaa ja sävyä.

1. valitsin oman polkuni helpon tien asemesta
2. aloitin tyhjistä, alku oli vaatimaton ja/tai hankala
3. harkitsin, päätin ottaa riskin
4. uurrastin, omistauduin työlleni
5. koin vastuksia/epäonnistuin
6. opin epäonnistumisista, en lannistunut, selviydin, uskoin itseeni
7. yritykseni menestyy/tulen toimeen/pärjään omillani, rakastan työtäni

Kehyskertomuksessa korostuvat itsemäärääminen uravalinnan, työn ja elämäntyylin suhteen, alun vaikeudet ja vaatimattomuus, harkinta ja

maltillisuus, riskinotto-kyky sekä periksi antamattomuus. Vastusten peloton kohtaaminen ja epäonnistumisista oppiminen assosioituvat yrittäjyyteen. Yhtäältä tämän voi mieltää kerronnalliseksi keinoksi, toisaalta sen voi tulkita kuvastavan kulttuurillemme tyyppillistä tapaa hahmottaa yrittäjän elämänura. Kertomalla erilaisia variaatioita kehyskertomuksesta nuoret toistavat sitä kulttuurista mallitarinaa, jossa alkuhankaluuksien, riskiä, vaikeuksista oppimisen ja periksi antamattoman työlle omistautumisen kerrotaan kuuluvan erottamattomasti yrittäjyyteen.

Vaikka riskipuhe on ollut yksi sankaritarinoiden identifioimisen peruste, on sillä muitakin merkityksiä. Riskipuhe alleviivaa nuorten tarinoissa päähenkilön aktiivista ja rohkeaa toimintaa. Yrittäjän on ajateltu olevan riskinottajan symbolinen hahmo myöhäismodernissa ajassa, jossa ihannekansalainen on elämänsä haltuun ottava, valintoja tekevä ihminen. Riskit eivät tällöin ole negatiivisia asioita, vaan kasvun lähteitä. (Saastamoinen & Soine-Rajanummi 2002.) Mikäli riski kyetään kontrolloimaan, se on yksilön kehittymisen kannalta myönteinen asia. Itsekontrolli korostuu sankaritarinoissa ja se kytkeytyy osaksi riskipuhetta. Itsekontrolli merkitsee realistista käsitystä omista kyvyistä ja tavoitteista sekä näiden mukaisten valintojen tekemistä. Yrittäjäksi ryhtyminen kerrotaan yleensä juuri aktiiviseksi valinnaksi, jonka vastakohtana on passiivinen ajautuminen valmiiksi tarjottuun. Ajautuminen puolestaan määritellään synnyntäisten kykyjen ja taipumusten hukkaan heittämiseksi ja siksi moraalisesti kyseenalaiseksi. Kontrolli merkitsee nuorten tulkinnoissa myös maltillisuuden ihanteesta pitäytymistä. Usein etenkin tyttöjen kirjoittamissa tarinoissa kritisoidaan yltyöpäistä voiton tavoittelua ja painottavat harkinnan merkitystä työssä menestymisessä.

Kaikki puhuvat aina sellaisesta jenkkytylisestä optimistisesta innostuneisuudesta, joka sitten on se yrittämisen avain, jonka kultaiset elämänohjeet on tatuoitu kaikkien hyvien yrittäjien selkään. Minulla ei ole ikinä ollut tuollaista asennetta liike-elämään. Jos ei voi olla realistinen, vaan pitää olla hiukan optimistinen tai hiukan pessimistinen, olen mieluummin hiukan pessimistinen ja teen sijoitukseni ja tulevaisuudensuunnitelmani varauksella. Osasy-

nä tähän ovat varmaan läheiset kokemuksi niistä monista taivaanrannamaalareista ja unelmaharpunoittajista, jotka pistivät kaiken peliin ja hukkasivat sen lamaan tai huonoon onneen. (poika 2002.)

Yrittäjyyden esteiksi tai vastuiksi määrittävät nuorten tarinoissa toisten ihmisten epäluulo, arvostuksen puute, lama tai ”vaikeat ajat”, taloudellinen niukkuus ja epävarmuus. Myös kilpailu sekä raskas työ ja siinä uupuminen nousevat esiin. Aina ei vastuksen luonne käy tarinasta ilmi, vaan ongelmista ja ”mutkista matkassa” puhutaan yleisellä tasolla. Riskien kuvailun intensiteetti vaihtelee paljon. Yrittäjyyden karikat kerrotaan toisinaan dramaattiseen, jopa tragedian piirteitä saavaan sävyyn, joskus taas vastoinkäymiset mainitaan ohimennen.

Mikään yrityskokeiluni ei ole sujunut ongelmitta, mutta olen jatkanut yrittämistä, koetellut siipiäni yrittäjyyden eri saroilla vastoinkäymisistä lannistumatta. Suhtaudun epäonnistumisiin positiivisesti ja otan oppia virheistäni - koska en ole syyllistynyt samaan erheeseen kahdesti. (tyttö 2003.)

Riskipuhe voidaan toisaalta tulkita myös niin, että sen tarkoitus on korostaa ankaralla työllä ja ”kolhujen kautta” saavutetun menestymisen arvoa. Tämä on protestanttiseen työetiikkaan kuuluva ajatus: liian helposti tai sattumalta lankeava vauraus saattaa johtaa työmoraalin heikkenemiseen ja holtittomaan elämäntyyliin (Komulainen 2006; Wilska 2006, 111).

Arkista puurtamista, harvinaista glamouria

Olemme erottaneet nuorten kirjoituksista neljänlaisia sankaritarinoita, joissa rakentuu keskenään erilaisia yrittäjätyppejä. Yleisin yrittäjätyyppi on vaatimaton yrittäjä (112 tarinaa, 75 % kaikista sankaritarinoista). Tyttöjen ja poikien kirjoittamat vaatimaton yrittäjä - tarinat poikkeavat kuitenkin toisistaan jonkin verran. Eroja on paitsi kuvitelluissa ammattialoissa myös siinä, minkälaiseksi yrittäjämienä kuvataan. Osa vaatimattoman yrittäjän tarinoista on idyllinomaisia kuvauksia yrittäjän työskentelystä rakastamansa asian parissa. Tällöin tari-

nan juoni ei ole siinä määrin jännitteinen kuin sankaritarinoissa tavallisesti.

Poikien vaatimattoman yrittäjän tarinoissa (36 tarinaa) päähenkilö on sinnikäs puurtaja, maanläheinen ja rehellinen henkilö, jolla on korkea työmoraali ja ”suomalaista sisua”. Hän kunnioittaa perinteitä ja pitää työtä kutsumuksena tai elämäntehtävänä, mutta myös velvollisuutena yhteisönsä elämäntapaa ja kotiseutuaan kohtaan. Vaatimattomaan yrittäjään liitettäviä ominaisuuksia ovat sitkeys, nöyryys ja ahkeruus. Tarinoissa rakennetaan usein kuvaa ydinperheestä ja painotetaan sukupolvien välisen jatkuvuuden merkitystä. Perheen konstruktioita käytetään korostamaan yrittäjän elämän työkeskeisyyttä. Toisaalta perhe kerrotaan tukipilariksi, jonka avulla yrittäjä jaksaa puurtaa. Poikien vaatimaton yrittäjä - tarinat sijoittuvat tavallisimmin maatalouden, käsityöläisyyden, kuljetuksen ja tekniikan aloille. Tarinoissa painotetaan käytännöllisiä taitoja ja vakaan, tasaisen työuran arvoa.

Edelleen ihmiset arvostavat hänen tapaansa tehdä enemmän kuin puhua. Isä, joka on opettanut, että rehdillä ympärivuorokautisella veneenveistäjyydellä ansaitsee rehdillä tavalla ihmisten kunnioituksen. Elämäntyönsä tehneenä hän vetäytyy rauhaan ja purjehdukseen rauhallisella mielellä tietäen, että hän on leponsa ansainnut. Meille hän on antanut enemmän kuin itselleen. Opetuksellaan hän takasi meille, oppipojilleen, sen saman rauhan kymmenien vuosien päästä. Kutsumusammatti ei tuo helppoa leipää, mutta se tuo tyydytyksen tunteen, jolle ei vedä vertoja uima-allas eikä Porsche. (poika 1999.)

Tyttöjen kirjoituksissa vaatimaton yrittäjä on useimmiten ihmissläheinen asiakaspalvelija (37 tarinaa, muissa tyttöjen kirjoittamissa vaatimaton yrittäjä - kuvauksissa kerronta muistuttaa poikien vaatimattoman yrittäjän tarinoita). Ihmissläheinen yrittäjä on nainen, jota motivoi työssään auttaminen, palveleminen ja hyvän mielen aikaansaaminen. Yrittäjän sankaruus muodostuu siitä sosiaalisesta ja emotionaalisesta hyvästä, jota hän saa työllään aikaan. Ihmissläheinen yrittäjä on lämminhenkinen, hyväntahtoinen ja joustava. Hän ei odota työltä taloudellista menestystä, ulkopuolista tunnustusta tai kuuluisuutta. Työ on hä-

nelle ennen kaikkea sosiaalisen kanssakäymisen kanava. Ihmisläheisen yrittäjän tarinoihin liittyy paljon asiakkaiden ja vuorovaikutuksen luonnehdintaa sekä kotoisan, viihtyisän ja kiireettömän tunnelman kuvailua.

Hämmästyin, kun ovi kolahtaa ja tuttu karvalakki ja ruskea takki pilkottavat ovensuussa. Herra Syväntö on aikaisin liikkeellä. Hän istahdaa ikkunan alla olevalle penkille ja tervehtii. Hän on ehkä yksi mieluisimmista asiakkaitani, joskin pidän jokaisesta. [...] Puhumme myös uudesta valuutasta. Hänen mielestään on pelastus, että on tällainen turvallinen kyläkauppa, jossa vanhuskin voi huoletta maksaa ilman pelkoa, että kauppias pettäisi. Hymyilen ja kerään tavaroita kassiini: uutta punaista maitoa, ruisleipä, kissan säilykeruokaa. Tänään hän tarvitsee myös tulitikkuja. Kirjoitan ostokset muistiin, ja hän kuittaa laskun. Hyvästelemme kädestä pitäen. (tyttö 2002.)

Sekä tyttöjen että poikien vaatimattoman yrittäjän tarinoihin sisältyy ajatus siitä, ettei raha saa olla työnteon tärkein motiivi. Moraalisesti hyväksyttäväksi motiiveiksi määrittyvät ihmisten palveleminen ja auttaminen, perinteiden, kotiseudun ja luontoarvojen vaaliminen sekä sukupolvien välisen jatkuvuuden turvaaminen. Vaatimattoman yrittäjän tarinoille ovat tyyppillisiä altruistiset ja kollektiiviset arvot.

Yrittäjyys merkitsee meille paljon enemmän kuin pelkkää tulonlähdettä, sillä raha ei ole koskaan ollut tärkeimmällä sijalla. Tuskin kovin moni muukaan tällä työllä on rikastunut, mutta senhän olemme tienneet alusta asti. Perustimme kuntosalin, koska halusimme mieluummin kaupata hyvää oloa kuin jotakin tarpeetonta, vaikka rahaa ei sitten tulisikaan niin paljon. (tyttö 1993.)

Toinen sankaritarihoidista erittelemämme yrittäjätyyppi on nokkela yrittäjä (21 tarinaa), joka neuvokkuuteensa, kekseliäisyytensä ja erityiskykijensä ansiosta rikastuu ja hankkii vaikutusvaltaa. Nokkela yrittäjä on omaperäinen ja innovatiivinen ideoija, jonka yritysidea on peräisin henkilökohtaisesta kiinnostuksen kohteesta tai harrastuksesta. Tarinat nokkelasta yrittäjä-

tä ovat lennokkaita utopioita menestyksestä ja kuuluisuudesta elämisestä.

Suuri ohjelmoija nostaa pystyyn oman markkinointiverkkonsa, ja pikkuhiljaa heidän yrityksensä alkaa näyttää koko ajan kasvavalta ohjelmatalolta. Heidän peli-ideansa ovat omaperäisiä ja toimivia ja ne myyvät hyvin. Tosin epäonnistumisia sattuu, ja silloin yrityksellä on vaikeat ajat. Lopullinen läpimurto tapahtuu, kun heidän pelinsä pääsevät USA:n markkinoille. Suuri ohjelmoija on onnellinen. Hän saa toteuttaa itseään, saa siitä leipänsä ja omistaa hyvän ja menestyvän yrityksen. Ohjelmissaan ja peleissään hän pyrkii luomaan aina jotain uutta ja kiinnostavaa, eikä vain pelkkiä massatuotteita. (poika 1992.)

Nokkela yrittäjä on yleisempi poikien kirjoituksissa (15) ja tarinan päähenkilö on myös tyttöjen kirjoituksissa useimmiten mies. Silloin kun tytöt kirjoittavat nokkelasta yrittäjästä (6), ei tarinoissa korostu niinkään taloudellinen menestys, vaan keksinnöt, jotka palvelevat ihmisten tarpeita tai auttavat ratkomaan yhteiskunnan moraalisia epäkohtia. Nuoret sijoittavat nokkelan yrittäjän usein mielikuvitukselliselle yrittäjyyden alalle, ja osin ironian ja lioittelun keinoin rakentavat tarinaa päähenkilön ylivermaisesta neuvokkuudesta. Kerronnan sävyttäminen huumorilla saattaa olla keino luoda henkilökohtaista etäisyyttä rahan ja kuuluisuuden tavoitteluun.

Kolmas aineistossa esiintyvä yrittäjätyyppi on näyttävä yrittäjä (14 tarinaa), jonka elämä ja ura kuvataan ylöspäin suuntautuvaksi ja dynaamiseksi. Näyttävässä yrittäjässä on glamouria, joka assosioituu johtajuuteen. Tarinoissa kuvaillaan paljon yrittäjän ulkoista olemusta ja työympäristöä ja korostetaan menestyksen materiaalisia tunnusmerkkejä. Sekä nokkelan että näyttävän yrittäjän tarinoissa työ näyttäytyy luovuuden ja itsensä toteuttamisen kanavana.

Eilen päättäneen Pariisin-matkani tuloksena salkussani on neljän arvostetuimman ranskalaisen tavarataloketjun kanssa tehdyt sopimukset ja uusin Vogue, joka ylistää maasta taivaaseen messuilla esiteltyä kevätmallistomme. Muutamassa viikossa yrityksestäni on tullut menestynein suomalainen vaatefirma,

mutta kyllä sen eteen onkin tehty paljon työtä. Saavun suuren lasiseinäisen liiketalon luo ja nousen talon ulkoseinustalla kulkevalla hissillä ylös kymmenenteen kerrokseen. Syksyinen Helsinki avautuu eteeni kauniina hissien suurista lasi-ikkunoista. Pian hissi saapuu kerrokseemme ja astun sisälle tyylikkäästi sisustettuihin tiloihimme. [...] Tarkistan vielä salkkuni sisällön ja lähdän huoneestani. Matkalla alas katson hissien peiliin. Näen siellä 35-vuotiaan menestyneen yritysjohtajan, jonka määrätietoisessa katseessa on suomalaista sisua, liikenäisen tarkkanäköisyyttä ja maailmanvalloittajan voimaa. (tyttö 1989.)

Toisinaan kun nuoret kertovat näyttävistä yrittäjistä, he sanoutuvat irti kuuluisuuden ja rahan tavoittelusta. Sen sijaan he kuvaavat omia ammatillisia mahdollisuuksiaan ja rajoituksiaan suhteessa näyttävään yrittäjään.

Kuljen suuren käytävän läpi korkokengät koptisten. Ylevä katseeni hipoo hieman pelokkaita ja uteliaita työntekijöitä näyttöpäätteidensä takana, kun kävelen itsevarmoin askelin eteenpäin. Olenhan sentään menestyjä, pomojen pomo – vasemman käteni varassa lepää painava salkku, harteillani on vielä raskaampi taakka. [...] Pakotan itseni tömähättämään maan pinnalle. Mitä todennäköisimmin olen rikkaan jakkupukupomon sijasta esimerkiksi parturikamppaaja Ypäjällä, autokorjaaja Itä-Helsingissä tai yksityisen leipomon omistaja, rekkakuskinen taukopaikan jumalatar. (tyttö 2004.)

Neljännän tarinatyyppin muodostavat yrittäjä ja lapsena -tarinat (12 tarinaa). Näissä tarinoissa nuoret kertovat "uinuvasta" yrittäjäpotentiaalista, joka heissä on ollut pienestä pitäen, ja avaavat näin yrittäjyyden ideaalia lapsimetaphoran kautta. Tarinoissa saattaa osittain olla kyse kulttuurisesti vakiintuneesta tavasta ymmärtää yrittäjyys synnynäisenä taipumuksena. Osa tarinoista on kasvukertomuksia, joissa kuvataan yrittäjäpersoonan kehittymistä tai kasvamista yrittäjäperheessä. Nokkela yrittäjä -tarinoiden tavoin kekseliäisyys ja luovuus yrittäjän ominaisuuksina korostuvat, mutta kuuluisuudesta ja menestyksestä ei juuri kerrota. Tarinat sisältävät pikemminkin moraalisia opetuksia liike-elämän lakien oppimisesta, kilpai-

lusta, ahneuteen kompastumisesta sekä harkitsemattomuuden ja säästäväisyyden merkityksestä.

Koulun alaluokilla minulla ja ystävälläni oli kunnianhimoinen visio. Ja se visio oli kioskin perustaminen. Ilmaisten makeisten lisäksi saisimme nauttia naurettavan lyhyistä työajoista, sillä kioskin omistajina meillä olisi valtuudet valita itsellemme parhaiten sopivat työajat. Meistä tulisi kioskinpitäjiä, itsemme herroja. Olisihan käsittämätöntä, jos kioskiyrittäjä ei saisi työskennellä oman mielensä mukaan. Ikäväksemme jouduimme kuitenkin myöntämään, että äidin puheissa oli järkeä. Oivalsimme, että menestyäksemme meillä ei olisi varaa laiskotteluun. Tämä sai minut ymmärtämään, että yrittäminen ei ole pelkkää ruusuilla tanssimista, vaan kovaa työtä. (tyttö 2003.)

Pohdinta

Kilpailullisuus, luovuus, joustavuus, kekseliäisyys ja vahva suoritusmotivaatio yksilön hyveinä ja työhön liittyvinä arvoina luonnehtivat yrittäjyyttä koskevaa sosiaalista tarinavarantoamme. Analysoimamme nuorten yrittäjyystulkinnat ovat osin jännitteisiä suhteessa tähän kulttuuriseen malliin. Suurimmassa osassa nuorten kirjoituksista yrittäjyys kytketään maltillisuuteen, vaatimattomuuteen ja pysyvyyteen perustuvaan työntöön ideaaliin. Yritys Hyvä! -kilpailussa palkitaan erityisesti vaatimattoman yrittäjän tarinoita, joissa korostuu yrittäjyyden elämäntapa- ja kutsumusluonne sekä uuttera työnteko ilman suurempia haaveita rikastumisesta tai sosiaalisesta noususta. Taloudellista menestystä tärkeimpinä näyttäytyvät työuran vakaus sekä se, että ihminen "saa tehdä mitä haluaa" (vrt. Tolonen 2008). Samalla on kuitenkin kyettävä palvelemaan yhteisöä ja yhteiskuntaa eettisesti hyväksyttävällä tavalla. Kirjoituskilpailu koulun työkasvatuksena ylläpitää yhteisöllistä kuuluvuutta ihanteena palkitsemina kirjoituksia, joissa ideologiset, suomalaisuuteen ja kotiseutuun kytkeytyvät kerronnan teemat korostuvat.

Nuoret tulkitsevat yrittäjyyden paitsi vastuullisuudeksi suhteessa yhteisöön ja yhteiskuntaan, myös aktiivisuudeksi ja rationaalisuudeksi suhteessa yksilön henkilökohtaisiin päämääriin ja pyrkimyksiin. Tässä mielessä tulkinnat tulevat lähelle sisäisen yrittäjyyden ideaa. Yksilön autonomiaa, vastuuta ja aktiivisen valitsemisen kykyä korostavat tarinat yrittäjämistä toistavat kuitenkin myös perinteisempiä yksilöön ja työhön

liitettyjä hyveitä kuten huolellisuutta, ahkeruutta ja rehellisyyttä. Autonomisuus ja kollektiivisuus ihanteina kietoutuvat kilpailussa toisiinsa: Yhtäältä nuoret painottavat yksilön riippumattomuutta ja itsemääräämistä onnellisen elämän ja mielekkään työuran edellytyksinä. Toisaalta he korostavat yhteisöllistä kuuluvuutta ja sosiaalista vastuuta arvoina. Autonomisuuden ja kollektiivisuuden ihanteita ei siten nähdä työssä menestymisen näkökulmasta jännitteisinä vaan pikemminkin toisiaan täydentävinä.

Kilpailu on koulun perinteistä kyvykkyysojtelua toistavaa työkasvatusta siinä mielessä, että pään ja käden taidot erotetaan toisistaan ja ihmisillä nähdään olevan erilaisia synnynnäisiä valmiuksia, kykyjä ja lahjakkuuksia. Heidän paikkansa työelämässä ja yhteiskunnassa määrittyy osaltaan näiden ominaisuuksien pohjalta. Myös nuorten kirjoituksista on pysyvänä elementtinä tunnistettavissa yksilön piirteisiin, hyveiksi määriteltyihin ominaisuuksiin ja kykyihin keskittyvä tapa ymmärtää yrittäjyys. Piirrekeskeisen tulkinnan palkitseminen kilpailussa ei ole yllättävää, sillä koulun käytännöt perustuvat suurelta osin yksilöiden välisten koulutettavuus- ja kyvykkyyserojen vertailuun. Tällainen lähestymistapa yrittäjyyteen saattaa siis tuntua koulun näkökulmasta luontealta. Kilpailusta on luettavissa myös tulkinta, jonka mukaan yksilön paikka työelämässä määrittyy paitsi yksilöllisten valmiuksien, myös sukupuolen mukaan. Kyvykkyyksikäsitteet ovat sukupuolittuneita. Tämä tulee esille siinä, että naisille ja miehille tarjotaan samastumisen malliksi erilaisia töitä ja erilaista yrittäjämинуutta palkitsemalla kirjoituksia, joissa yrittäjyys kytketään sukupuolen mukaan eriytyneisiin ammattialoihin.

Yritys Hyvä! -kirjoituskilpailussa on tulkitamme mukaan kyse tietynlaisen vallan tuottamisesta ja ylläpitämisestä toivottujen yrittäjyyden representaatioiden toistuvan palkitsemisen kautta. Kilpailu ja yksittäiset tarinat ovat minä-tekniologiaita, joissa kontrolli, kuri ja yksilöllinen vastuu puhetaipoina kietoutuvat toisiinsa. Kilpailu itsessään on mielletävissä taloudellisen subjektin rakentamiseksi, jolloin taustalla on ajatus kan-

sallisen kilpailukyvyyn edistämisestä globaaleilla markkinoilla. Tämä idea ei kuitenkaan näyttäyty palkituissa yrittäjyysojteluissa, jotka ovat sävyttyneet luterilaisella työmoraalilla ja asettuvat pikemminkin lähelle palkkatyön eetosta.

Jos kilpailuaineistoa katsotaan kokonaisuudessaan, esille nousee kuitenkin myös sellaisia yrittäjyyteen liitettyjä merkityksiä, jotka kytkeytyvät uusliberalistisen eetoksen mukaisesti kilpailullisuuteen, suorituskeskeisyyteen ja yksilöllisyyden korostumiseen. Esimerkiksi nokkelan ja näyttävän yrittäjän tarinoita on koko aineistossa suhteellisesti huomattavasti enemmän kuin voittaja-aineiden joukossa (Komulainen ym. 2008). Mielenkiintoinen kysymys jatkopohdintoja varten onkin, miksi nuoret, koulujen opettajat ja kilpailu koulun käytäntönä eivät ongelmattomasti toista uusliberalististen teesien mukaisia ajatuksia työstä ja yrittäjämistä. Analyysin perusteella vaikuttaa siltä, että suurten ideologioiden ja perinteisten työarvojen vaaliminen ei ole koulussa tullut tarpeettomaksi, vaikka käsitykset työstä ja minuudesta ovat yhteiskunnassa murroksen alla. Saattaa myös olla, että yrittäjyys tarjoaa sellaisen pohdinnan kontekstin, jossa nuoret voivat luontevasti yhdistellä aineksia erilaisista, keskenään jännitteisistäkin arvomaailmoista. Nuoret myös elävät kasvatusinstituutioita laajemman, varsin ristiriitaisen elämys- ja merkitysmaailman keskellä, jolloin heidän kirjoittamansa tarinat sävytyvät muillakin kuin kasvatuksen ja koulutuksen käytännöistä peräisin olevilla merkityksillä.

Nuorten tarinoissa voi ainakin osittain olla kyse myös tuntemattoman tekemisestä tutuksi ankkuroimalla yrittäjyys tuttuun ja arvostettuun sosiaalis-kulttuuriseen kehukseen, jolloin siitä tulee helpommin käsitettävää ja kuviteltavissa olevaa. Joka tapauksessa kirjoituskilpailussa toistava kasvatus ja nuorten tulkinnat näyttävät kohtaavan mielenkiintoisella tavalla. Empiirinen analyysimme on nostanut esille joukon teemoja, joihin olisi syytä tarttua yksityiskohtaisemmin. Etenkin tarinoissa rakentuvia yhteisöllisyyden, suomalaisuuden ja kotiseudun merkityksiä on jatkossa tarpeen analysoida perusteellisemmin.

Kirjallisuus

- AAPOLA, S. & KETOKIVI, K. (2005). *Johdanto: Aikuistumisen ehdot 2000-luvun yhteiskunnassa. Teoksessa S. Aapola & K. Ketokivi (toim.), Polkuja ja poikkeamia: aikuisuutta etsimässä. (s. 7–32). Helsinki: Nuorisotutkimusseura, Julkaisuja 56.*
- AHL, H.J. (2002). *The Making of the Female Entrepreneur. A Discourse Analysis of Research Texts on Women's Entrepreneurship. University of Jönköping: Jönköping International Business School Dissertation Series No. 015.*

- BRUNI, A., GERHARDI, S. & POGGIO, B. (2004). *Entrepreneur-mentality, gender and the study of women entrepreneurs*. *Journal of Organizational Change and Management*, 17, 256–268.
- DEAN, M. (1999). *Governmentality: Power and rule in modern society*. London: Sage.
- EUROPEAN COMMISSION (2006). *Entrepreneurship Action Plan. Key Action Sheets. Key Action 1 – Fostering entrepreneurial mindsets through school education*. <http://ec.europa.eu/enterprise/entrepreneurship/actionplan/index.htm> (luettu 28.11.2007).
- FOUCAULT, M. (1972). *The Archaeology of Knowledge*. London: Tavistock.
- GIBB, A. (2002). *In Pursuit of a New Enterprise and Entrepreneurship Paradigm for Learning. Creative Destruction, New Values, New Ways of Doing Things and New Knowledge Combinations*. *International Journal of Management Reviews*, 4, 233–269.
- GORDON, T., HOLLAND, J. & LAHELMA, E. (2000). *Making spaces: Citizenship and difference in schools*. Houndmills: Macmillan.
- HARINEN, P. (2000). *Valmiiseen tulleet. Tutkimus nuoruudesta, kansallisuudesta ja kansalaisuudesta*. Helsinki: Nuorisotutkimusverkosto/ Nuorisotutkimusseura, Julkaisuja 11.
- HILPELÄ, J. (2007). *Yrittäjyyskasvatus kasvatusajattelun tradition valossa*. Teoksessa R. Ikonen & E. Karttunen (toim.) *Kytkentöjä yrittäjyyskasvatukseen. Näkökulmia taloudellisen yritteliäisyyden edistämiseen*. (s. 78–96). Pohjois-Karjalan ammattikorkeakoulun julkaisuja A: Tutkimuksia 18.
- HÄNNINEN, V. (1999). *Sisäinen tarina, elämä ja muutos. Tampereen yliopisto: Acta Universitatis Tamperensis* 696.
- HÄYRYNEN, Y.-P. & HAUTAMÄKI, J. (1973). *Ihmisen koulutettavuus ja koulutuspolitiikka*. Helsinki: Weilin+Göös.
- IKONEN, R. (2007). *Yrittäjyyskasvatuksen kahdet kasvot*. Teoksessa R. Ikonen & E. Karttunen (toim.), *Kytkentöjä yrittäjyyskasvatukseen. Näkökulmia taloudellisen yritteliäisyyden edistämiseen* (s. 97–112). Pohjois-Karjalan ammattikorkeakoulun julkaisuja A: Tutkimuksia 18.
- KARVONEN, P. (1995). *Oppikirjateksti toimintana*. Helsinki: Suomalaisen Kirjallisuuden Seuran toimituksia 632.
- KESKITALO-FOLEY, S., KOMULAINEN, K. & NASKALI, P. (2007). *Yrittäjäminuuden sukupuoli koulutuksessa*. *Kasvatus*, 38, 110–121.
- KIIANMAA, A. (1996). *Moderni totemismi: tutkimus työelämästä, solidaarisuudesta ja sosiaalisista verkostoista keskiluokkaistuvassa Suomessa*. Jyväskylä: Kehityksen avaimet.
- KOMULAINEN, K. (2006). *Neoliberal educational policy. A case study of Finnish textbooks of entrepreneurial education*. *Nordisk Pedagogik*, 26, 212–228.
- KOMULAINEN, K. (2005). *Sukupuolitettu yrittäjäminä. Sanomalehtiaineiston analyysi*. *Naistutkimus/Kvinnoforskning*, 18, 18–30.
- KOMULAINEN, K., RÄTY, H. & KORHONEN, M. (2008). *Elämä ei ole mitään ilman riskin ottamista? Nuorten kuvittelemat eriarvoiset yrittäjäminät*. Teoksessa T. Tolonen (toim.) *Yhteiskuntaluokka ja sukupuoli*. (s. 175–197). Tampere: Vastapaino.
- KORTTEINEN, M. (1992). *Kunnian kenttä: suomalainen palkkatyö kulttuurisena muotona*. Helsinki: Hanki ja Jää.
- KYRÖ, P. (2001). *Yrittäjyyskasvatuksen pedagogisia lähtökohtia pohtimassa*. *Aikuiskasvatus*, 2, 92–101.
- MARKUS, H. & NURIUS, P. (1987). *Possible selves: the interface between motivation and self-concept*. Teoksessa K. Yardley & T. Honess (toim.), *Self and identity: Psychosocial perspectives*. (s. 157–172). Chichester: Wiley.
- MONONEN, S. (2005). *Materiaalilla merkityt identiteetit. Tutkimus kuluttajakasvatuksen oppikirjan tuottamasta kuluttajuudesta*. *Julkaisematon pro gradu -tutkielma, Helsingin yliopisto, Kasvatustieteiden tiedekunta*.
- MURRAY, K. (1989). *The construction of identity in the narratives of romance and comedy*. Teoksessa J. Shoter & K. J. Gergen (toim.), *Texts of identity*. (s. 176–205). London: Sage.
- OGBOR, J.O. (2000). *Mythicizing and Reification in Entrepreneurial Discourse: Ideology-Critique of Entrepreneurial Studies*. *Journal of Management Studies*, 37, 605–635.
- OPETUSMINISTERIÖ (2004). *Yrittäjyyskasvatuksen linjaukset ja toimenpideohjelma*. Opetusministeriön julkaisuja 18. Saatavana [www-muodossa: http://www.minedu.fi/julkaisut/koulutus/2004/opm18/opm18.pdf](http://www.minedu.fi/julkaisut/koulutus/2004/opm18/opm18.pdf) (luettu 23.2.2007).
- PAAKKUNAINEN, K. (2007). *Aikaisinko yrittäjäksi? Tutkimus nuorten yrittäjyyspoliittisista kirjoituksista ja asenteista*. Nuorisotutkimuksen verkkojulkaisuja 11. Saatavana [www-muodossa: http://www.nuorisotutkimusseura.fi/yritys.pdf](http://www.nuorisotutkimusseura.fi/yritys.pdf) (luettu 15.6.2007).
- REMES, L. (2004). *Yrittäjyys*. Teoksessa M.-L. Loukola (toim.), *Aihetekonaisuudet perusopetuksen opetussuunnitelmassa*. (s. 83–90). Opetushallitus. Jyväskylä: Gummerus.
- ROSE, N. (1992). *Governing the enterprising self*. Teoksessa P. Heelas & P. Morris (toim.), *The values of the enterprise culture. The moral debate*. (s. 141–164). London and New York: Routledge.
- RÄTY, H. & SNELLMAN, L. (1995). *On the social fabric of intelligence*. *Papers on Social Representations*, 4, 177–185.
- RÄTY, H. & SNELLMAN, L. (1998). *Social representations of educability*. *Social Psychology of Education*, 1, 359–373.
- SAARELA, P. (2004). *Nuorisobarometrit vuosina 1994–2002*. Teoksessa T.-A. Wilska (toim.) *Oman elämänsä yrittäjät? Nuorisobarometri 2004*. (s. 113–135). Helsinki: Nuorisotutkimusverkosto, Nuorisotutkimusseuran julkaisuja 44.
- SAASTAMOINEN, M. & SOINE-RAJANUMMI, S. (2002). *Uusi paikallisuus, uusi vastuullisuus, uusi kontrolli – episodeja yhteisöjen Suomesta*. Teoksessa P. Kuusela & M. Saastamoinen (toim.) *Polis ja kosmos. Kulttuurisen globalisaation suuntia*. (s. 121–165). Jyväskylä: SoPhi 72.
- SEIKKULA-LEINO, J. (2006). *Perusopetuksen opetussuunnitelmauudistus 2004–2006 ja yrittäjyyskasvatuksen kehittäminen. Paikallinen opetussuunnitelmatyö yrittäjyyskasvatuksen näkökulmasta*. Opetusministeriö: Koulutus- ja tiedepolitiikan osasto, Opetusministeriön julkaisuja 22.
- SNELLMAN, L. (1989). *Sosiaaliset representaatiot a’la Moscovici*. *Suomen Antropologi*, 1, 13–19.
- TOLONEN, T. (2008). *Menestys, pärjääminen ja syrjäytyminen*. Teoksessa T. Tolonen (toim.) *Yhteiskuntaluokka ja sukupuoli*. (s. 226–254). Tampere: Vastapaino.
- VAINIO-KORHONEN, K. (2002). *Ruokaa, vaatteita, hoivaa: naiset ja yrittäjyys paikallisena ja yleisenä ilmiönä 1700-luvulta nykypäivään*. Helsinki: Suomalaisen Kirjallisuuden Seura.
- WILSKA, T.-A. (2006). *Protestanttinen etiikka vai kapitalismin henki? Teoksessa T.-A. Wilska (toim.) Uskon asia. Nuorisobarometri 2006*. (s. 110–122). Helsinki: Nuorisotutkimusverkosto, Nuorisotutkimusseuran julkaisuja 67.