

VoiVeljet! Mikä Pelinainen!

Miten yliopisto-opiskelijat tulkitsevat sukupuolisia ilmauksia sisältäviä yritysnimiä?

Marianna Saarekas

Sivuaineen tutkielma

Suomen kieli ja suomalais-ugrilainen kielentutkimus, suomen kieli

Kieli- ja käännöstieteiden laitos

Turun yliopisto

Kesäkuu 2019

Turun yliopiston laatujärjestelmän mukaisesti tämän julkaisun alkuperäisyys on tarkastettu Turnitin OriginalityCheck -järjestelmällä.

TURUN YLIOPISTO

Kieli- ja käännöstieteiden laitos / Humanistinen tiedekunta

SAAREKAS, MARIANNA: *VoiVeljet! Mikä Pelinainen!* Miten yliopisto-opiskelijat tulkitsevat sukupuolisia ilmauksia sisältäviä yritysnimiä?

Sivuaineen tutkielma, 67 s., 1 liite.

Suomen kieli ja suomalais-ugrilainen kielentutkimus, suomen kieli

Kesäkuu 2019

Työn tarkoituksena oli selvittää, miten suomalaiset yliopistokoulutettavat tulkitsevat sukupuolisia ilmauksia sisältäviä yritysnimiä. Tutkimusta varten loin kyselyn, jossa kysyin yliopisto-opiskelijoilta, millaisia mielikuvia sukupuolista ilmausta sisältävä yritysnimi herättää yrityksen toimialasta, perustajasta sekä tyypillisestä asiakkaasta. Tutkittavaksi valitsin tiettyjä kriteerejä noudattaen seuraavia yritysnimiä: feminiinisiä ilmauksia sisältäviä *Coconainen*, *Kuningatarideat*, *Mummoparkki*, *Pelinainen*, *Siskon eurosysteemi* ja *Tunturin tyttö* sekä maskuliinisia ilmauksia sisältäviä *Boyvisio*, *Figur & Poika*, *Joutilas Mies*, *Kolmas mies*, *Pappaboy* ja *VoiVeljet!* Kyselyni lähetin Turun yliopiston opiskelijoille, ja siihen osallistui 86 informanttia, joista naisia oli 67 ja miehiä – 18. Yksi informantti ilmoitti sukupuolekseen X:n.

Informanttien vastauksista ilmeni, että yritysnimi luo tietynlaisia mielikuvia yrityksen toimialasta, perustajasta sekä tyypillisestä asiakkaasta. Informanttien kommentteista oli havaittavissa, että vastaajat kokevat jotkin toimialat miesvaltaisiksi ja jotkin naisvaltaisiksi. Yrityksen sukupuolinen ilmaus on vaikuttanut informanttien mielipiteeseen yrityksen perustajan ja asiakkaan sukupuolesta. Hyvin monesti yrityksen omistajaa ja asiakasta kuvailtiin sen sukupuolen mukaan, joka esiintyi yritysnimessä. Yhteistä informanttien kommentteille oli myös se, että he ovat kuvailleet yrityksen tyypillistä asiakasta samoilla ominaispiirteillä kuin sen omistajaakin. He usein ovat maininneet eksplisiittisesti, että tyypillinen asiakas on samanlainen kuin omistaja.

Informanttien kommentteista usein heijastui heidän suhtautumisensa yrityksen nimeen, joitakin yritysnimiä kuvailtiin humoristisiksi ja kekseliäiksi ja joitakin taas epätoimiviksi ja kamaliksi. Maskuliinisen ilmauksen sisältävät yritysnimet ovat herättäneet informanteissa epäluottamusta yrityksen toimintaan: niitä kuvailtiin *hyvä veli -verkostona* toimiviksi tai *rahanpesuun* liittyviksi. Eritoten naisvastaajat ovat osoittaneet varauksellista ja negatiivista suhtautumista maskuliinisia ilmauksia sisältäviin yritysnimiin, sillä he ovat esimerkiksi kuvailleet näiden yritysten asiakkaita *juopoiksi* tai *pervoiksi*.

Vastausten määrän ja laadun perusteella voisi sanoa, että sukupuoleen viittaavat yritysnimet tosiaan herättävät ajatuksia ja luovat tietynlaisia mielikuvia informanteissa. Yrittäjien kannattaakin ottaa tämä seikka huomioon antaessaan yritykselleen nimen. Tutkimustuloksiin on kuitenkin voinut vaikuttaa se, että kyselyssä olevat nimet kaikki sisälsivät sukupuoleen viittaavan ilmauksen, mikä on voinut vaikuttaa informanttien mielipiteeseen itse yrityksen toiminnasta, sen perustajasta ja asiakkaasta.

Asiasanat: yritysnimi, toiminimi, sukupuoli, kielen sukupuolikategoria, yritysnimistö

Sisällys

1. Johdanto	2
2. Kielen sukupuolikategoria	8
3. Yritysnimet tutkimuskohteena	10
3.1. Sukupuolirooli yritysmaailmassa	10
3.2. Suomalaiset yritysnimet, niiden merkitys ja funktiot	11
4. Miten sukupuolisuutta tulkitaan yritysnimissä	15
4.1. Feminiinisiä ilmauksia sisältävät yritysnimet	15
4.1.1. <i>Coconainen</i>	15
4.1.2. <i>Kuningatarideat</i>	18
4.1.3. <i>Mummoparkki</i>	21
4.1.4. <i>Pelinainen</i>	25
4.1.5. <i>Siskon eurosysteemit</i>	30
4.1.6. <i>Tunturin tyttö</i>	34
4.2. Maskuliinisiä ilmauksia sisältävät yritysnimet.....	37
4.2.1. <i>Boyvisio</i>	37
4.2.2. <i>Figur & Poika</i>	41
4.2.3. <i>Joutilas mies</i>	44
4.2.4. <i>Kolmas mies</i>	47
4.2.5. <i>Pappaboy</i>	52
4.2.6. <i>VoiVeljet!</i>	55
5. Lopuksi.....	59
Lähteet.....	66
Aineslähteet.....	66
Muut lähteet	66

1. Johdanto

”Tulisi muuttaa myös joulupukin titteli, se on kovasti maskuliininen.” sanoo toimittaja Timo Haapala Twitter-tilillään (Heikkinen 2017), ”Herra Jumala sentään (vai pitäisikö sanoa rouva Jumala)!”, kirjoittaa toimittaja Sanna Ukkola (Ukkola 2017). Tällaista keskustelua herätti Aamulehden pääkirjoitus (16.09.2017) nimeltään *Aamulehti ottaa käyttöön sukupuolineutraalit tittelit – eduskunnan puhemies on jatkossa puheenjohtaja*. Sukupuolineutraalien ammattinimikkeiden käyttöön ottaminen sai kansan syttymään liekkeihin, sosiaalinen media sekä sanomalehtien palstat täyttyivät keskusteluista ja mielipiteistä suomen kielen geneerisestä maskuliinisuudesta. Artikkelin jakoi mielipiteet vahvasti, toiset kannattivat neutraalien sukupuolinimikkeiden käyttöönottoa, kun toiset taas olivat sitä mieltä, että kyse on ”idioottimaisista vaatimuksista” (Ukkola 2017).

Tätä taustaa vasten päätin tutkia sellaisten yritysten nimiä, jotka sisältävät sukupuolisia ilmauksia, mutta jotka eivät suoranaisesti kerro toimialasta. Jos kerran sukupuoliset ammattinimikkeet herättävät paljon erimielisyyksiä, millaisia ajatuksia nostattavat sukupuolisia ilmauksia sisältävät yritysnimet? Mitä mieltä informantit ovat yrittäjistä, jotka ovat nimenneet yrityksensä sukupuolisia ilmauksia sisältävillä nimillä? Ovatko tällaiset nimet markkinaseksikkäitä, tiettyä asiakaskuntaa houkuttelevia tai mahdollisesti luotaan työntäviä?

Tutkimukseni aineistoksi poimin Patentti- ja rekisterihallituksen Virre-tietopalvelusta 12 yrityksen nimeä, jotka sisältävät sukupuolisia ilmauksia. Tutkimuksessani nojaan niihin yritystietoihin, jotka löytyvät nettisivuilta kauppa.fi tai virre.prh.fi/, ja jotka ovat maksuttomia ja julkisia kaikille. Lukuisista yritysten nimistä valitsin ainoastaan sellaisia, joiden toimiala ei olisi ilmiselvä kuten esimerkiksi *Pukumies*-nimi (Pukumies) kertoo jo itsestään, että kyse on vaatetusala. Aineistossani yrityksen nimi siis voi olla täysin irtonaisena itse yrityksen toiminnasta ja perustajasta. Yrityksen nimenantajalla on tällöin subjektiivinen suhde annettuun nimeen, ja hän ei pyrikään kertomaan suoranaisesti, mitä toimialaa yritys edustaa.

Kyselyäni varten yritysnimiä etsiessäni pyrin noudattamaan yllä mainittuja ehtoja ja päädyin seuraaviin nimiin: feminiinisiä ilmauksia sisältävistä *Coconainen*, *Kuningatarideat*, *Mummoparkki*, *Pelinainen*, *Siskon eurosysteemi* ja *Tunturin tyttö* sekä maskuliinisia ilmauksia sisältävistä *Boyvisio*, *Figur & Poika*, *Joutilas Mies*, *Kolmas mies*, *Pappaboy* ja *VoiVeljet!* Tutkimusta varten olen tehnyt Webropol-työkalulla sähköisen kyselyn, jota olen lähettänyt Turun yliopiston opiskelijoille. Informanteille olen kyselyyn liittyen painottanut joitain seikkoja viestissä, jota olen lähettänyt

kyselylomakkeen yhteydessä (ks. LIITE 1). Olen mm. pyytänyt informantteja olemaan käyttämättä hakupalvelimia apuna ja korostanut, että he luottaisivat intuitioonsa.

Tutkimuskyselyni alussa informanttien piti jättää seuraavat taustatiedot: syntymävuosi, sukupuoli, äidinkieli(et) ja koulutusaste. Jokaista yllä mainittua 12 yrityksen nimeä kohti kyselyni sisälsi kolme seuraavaa kysymystä:

1. Mikä seuraavista voisi olla yrityksen [...] toimiala? Perustele lyhyesti valintasi tekstikenttään (pakollinen).
2. Kuvaile lyhyesti, mitä nimen perusteella ajattelet yrityksen omistajasta tai perustajasta?
3. Kuvaile lyhyesti, millainen mielikuva sinulla on tämän yrityksen tyypillisestä asiakkaasta?

Toistoa välttääkseni viittaan aineiston analyysissä näihin kysymyksiin numeraalisesti eli ensimmäinen, toinen ja kolmas kysymys. Ensimmäisessä kysymyksessä olen antanut jokaiselle yritykselle neljä toimialavaihtoehtoa monestakin syystä. Ensinnäkin osittain helpottaakseni informanttien työtä, koska oletin, että informanttien olisi vaikea päätellä yrityksen toimialaa pelkästään sen nimen perusteella. Toiseksi helpottaakseni omaakin työtä, koska jos informantit olisivat itse keksineet toimialoja esitetyille yrityksille, vastauskentät olisivat todella kirjavat ja laajat, mikä taas hankaloittaisi vastauksien analysointia ja yhdenmukaisuuksien etsimistä. Kolmanneksi aineistoanalyysissäni tämän kysymyksen kohdalla keskityn vastaajien valintaperusteluihin, enkä siihen, osaavatko he tietoisuudella arvata yrityksen oikean toimialan. Neljänneksi koin tärkeäksi tuoda vaihtoehtoisia vastauksia, koska tutkimusanalyysissä haluan selvittää, onko informanttien valinnoissa eroja sukupuolten mukaan. Aion tuoda tutkimuksessani tämän seikan sukupuolijakaumataulukkoina, joita esittelen jokaisen yrityksen kohdalla. Näissä taulukoissa olen esittänyt vastaukset prosentteina, koska suurin osa informanteista on naisia, minkä takia vastaajien määrän esittäminen numeraalisesti vääristäisi tässä tapauksessa tuloksia.

Joidenkin yritysten kohdalla olen taktisesti valinnut yritysnimen kanssa sekä ristiriidassa olevia että nimeen sopivia ja mukautuvia toimialoja. Esimerkiksi *Pelinainen* on ravintola-alan yritys, mutta koska *pele* sanana voi muodostaa eriäviä mielikuvia yrityksen toimialasta, olen lisännyt vaihtoehtoisiksi toimialoiksi lisäksi nämä: liikkeenjohdon konsultointi, rahapeli- ja vedonlyöntipalvelut sekä vaatteiden, sisustus- ja käyttöesineiden, huonekalujen vähittäismyynti. Tarkoitukseni on selvittää, millaisia miellelyhtymiä yritysten nimistä informanteille tulee, olettavatko he nimessä esiintyvän sukupuoli-ilmauksen viittaavan esimerkiksi yrittäjän sukupuoleen, tai yhdistävätkö informantit kyseistä osaa yrityksen toimialaan. Joissakin yrityksissä vaihtoehtoiset toimialat toistuivat tarkoituksellisesti, jotta informantit mieltäisivät tarkkaan, onko niissä jotain yhteistä, ja miksi osassa on samat toimialat.

Toisessa kysymyksessä kysyin informanteilta, mitä he ajattelevat nimen perusteella yrityksen omistajasta tai perustajasta. Tarkoitukseni ei kuitenkaan ole selvittää yritysten perustajia tai omistajia: tuon esiin perustajan sukupuolen mikäli Kauppalehden verkkosivulla on se mainittu. Kysymällä mielikuvaa yrityksen perustajasta haluan selvittää, voiko mies perustaa yrityksen, jonka nimi sisältää feminiinisen ilmauksen tai toisin päin.

Kolmannessa kysymyksessä haluan selvittää, millaisiin asiakkaisiin sukupuolisen ilmauksen nimessään sisältävä yritys vastaajien mielestä vetoaa. Tämä onnistuu pyytämällä informantteja kuvailemaan lyhyesti yrityksen tyypillistä asiakasta. Ovatko nimet informanttien mielestä puolestaan puhuvia ja ”oikean” asiakkaan kotiovelleen vetäviä, vai toisinpäin mitäänsanomattomia ja neutraaleja? Heijastuuko perusteluissa informanttien oma suhtautuminen yrityksen nimeen? Näkevätkö he mahdollisesti itseään yrityksen asiakkaina? Näihin seikkoihin kiinnitän huomiota analysoidessani kolmannen kysymyksen vastauksia.

Analysoin jokaisen kysymyksen vastauksia ja kommentteja erikseen, koska keskityn jokaisessa kysymyksessä eri asioihin, minkä takia en halua sekoittaa analyysissani näitä keskenään. Tutkin useamman kysymyksen vastausta samanaikaisesti vain siinä tapauksessa, jos tilanne ja tulkinta sitä vaatii.

Yllä esitellyn kyselyni olen lähettänyt sähköpostitse Turun yliopiston Kieli- ja käännöstieteiden laitoksen opiskelijoille. Olen myös pyytänyt Turun yliopiston Humanitas-järjestöä, Turun yliopiston ylioppilaskunnan tiedottajaa sekä Turun yliopiston viestinnästä vastaavaa välittämään kyselyni opiskelijoille. Tutkimuskyselyyni vastasi 86 informanttia, jotka kaikki otan tutkimuksessani huomioon. Kysely toteutettiin anonyymisti.

Lähetin kyselyni nimenomaan yliopiston viestintäkanaviin, koska tutkimuksessani haluan tutkia nimenomaan nuorten yliopisto-opiskelijoiden mielipiteitä yritysten nimistä. Olettamukseni oli, että yliopiston viestintäkanavien kautta kyselyni saisivat käsiinsä ainoastaan nuoret opiskelijat. En kuitenkaan ottanut huomioon, että opiskelija ei aina tarkoita nuorta ihmistä. Kyselyyni on siis vastannut myös muutama 40- ja 60-luvulla syntynyt, joiden vastaukset päätin myös ottaa analyysissani huomioon, sillä mielestäni ne eivät suuresti muuta tai vaikuta tutkimustuloksiin. Jos kuitenkin vanhempien informanttien vastaukset tuovat suurta kontrastia muihin vastaajiin, tuon sen esiin.

Kuviossa 1 (ks. s. 6) on esitetty vastaajien jakauma sukupuolen ja iän mukaan. Informanttien ilmoittamien taustatietojen mukaan enemmistö heistä (41) on alle 25-vuotiaita naisia, jotka ovat syntyneet 1990-luvulla ja joilla on alempi korkeakoulututkinto. Sukupuolijakauma on

naispainotteinen, sillä vastaajista naisia on 67 ja miehiä 18. Ainoastaan yksi vastaajista ilmoitti sukupuolekseen "X". Kutsun häntä työssäni X-sukupuoliseksi hänen merkintänsä mukaisesti. En kokenut relevantiksi erotella hänen vastauksiaan sukupuolijakaumataulukoissani, koska hän oli yksin ja yksinomaan yhden muunsukupuolisen vastaukset mielestäni eivät sinällään edusta kaikkien muunsukupuolisten mielipidettä. Tutkimusanalyysissäni tietenkin otan huomioon myös hänen vastauksensa.

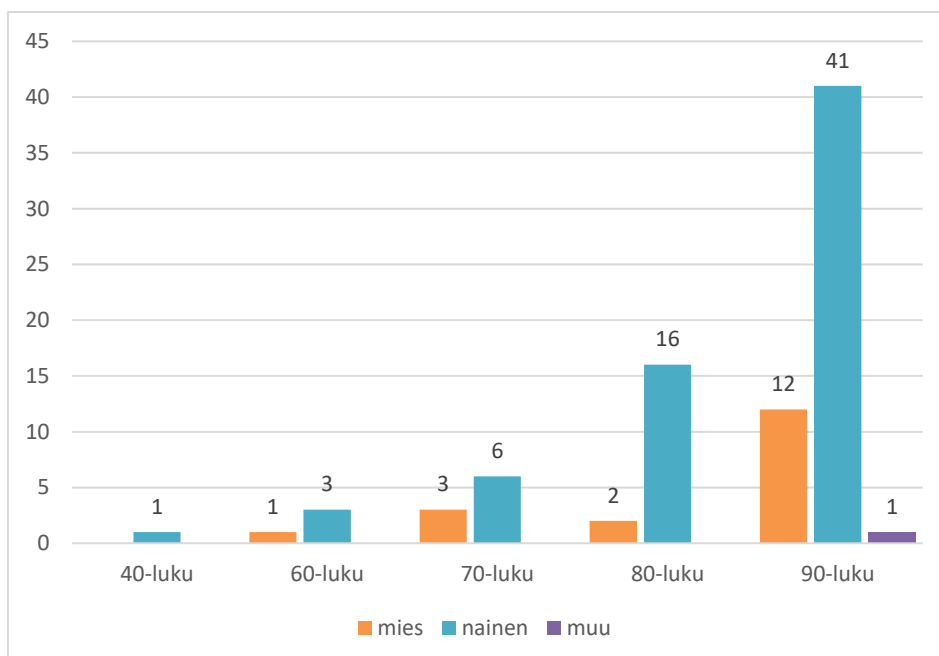
Aineistoa tutkimustani varten kertyi todella paljon, enkä tämän työn puitteissa olisi voinut tuoda kaikkia vastausesimerkkejä esiin. Tutkimusanalyysissäni yritän kuitenkin perustella aineistosta tekemiäni havaintoja aina muutamalla kommenttiesimerkillä, jotka mielestäni vahvistavat esitettyä havaintoa parhaiten. Informanttien kommentteja esittelen kursiivilla kopioituna sellaisinaan Webropolista korjaamatta kirjoitusvirheitä, välimerkkejä tai alkukirjaimia, koska haluan säilyttää alkuperäisen arkisen luonteen ja aitouden vastaajien perusteluissa. Kahden informantin äidinkieli on muu kuin suomi. Toinen heistä on vastannut kysymyksiini äidinkielellään ruotsiksi. Esitän myös hänen kommenttinsa muokkaamattomina. Pitkiä kommentteja olen sisentänyt ja joistakin esimerkeistä tuon vain osat esiin.

Aineistoa käsitellessäni jokaisen kommentin jälkeen esitän informantin taustatiedot suluissa seuraavalla kaavalla: N = nainen, M = mies, X = muu, syntymävuosi ja vastausjärjestysnumero, esimerkiksi N92-2, M79-77, X95-61. Koodaukseeni lisäsin informanttien numeron vastausjärjestyksessä, koska joissakin tapauksissa samana vuonna syntyneitä informantteja oli monta.

Halusin siis kohdistaa kyselyni nimenomaan yliopisto-opiskelijoille, koska sukupuolen moninaisuudesta on ruvettu puhumaan vasta viime vuosikymmeninä, ja kaikista parhaiten siitä tietoisia ovat todennäköisesti nuoret kansalaiset, jotka tällä hetkellä esimerkiksi opiskelevat yliopistossa. Ihmisillä voi olla eriävät mielipiteet sukupuolijakaumasta, mutta on tieteellisestikin todistettu, että se ei olekaan niin yksinkertainen asia kuin mitä on oletettu aiemmin. Tieteellisissä lähteissä ja dokumenteissa puhutaan yhä enemmän siitä, että sukupuolia on runsaasti erilaisia, eikä sukupuoli välttämättä pysy samana kuin se on syntymässä määritelty. (mm. Stiller 2018; Freeman 2015.) Tämän takia on mielenkiintoista tutkia, onko sukupuolijakauma enää niin tärkeä nykynuorille? Kokevatko nuoret tärkeäksi nähdä yrityksen perustaja tai tyypillinen asiakas oletetun sukupuolen kautta, vai puhuvatko nuoret heistä yleisesti persoonina ja henkilöinä sukupuolia erittelemättä? Tämä todennäköisesti selviää informanttien sanavalinnoissa, joihin kiinnitän huomiotani tutkimusanalyysissäni.

Tutkimuksessani nojaan kvalitatiiviseen sekä osittain kvantitatiiviseen menetelmään. Teettämäni kyselyn tavoitteena on selvittää, miten informantit tulkitsevat sukupuolisia ilmauksia sisältäviä yritysnimiä, minkä alan yritykseksi he niitä kokevat, millaisena he näkevät yrityksen perustajan ja asiakaskunnan. Tutkimusanalyysissäni pohdin, vaikuttavatko informanttien mielipiteisiin heidän ennakkoluulot, tunteet tai asenteet nimeä kohtaan sekä heijastuuko kommentteissa mahdollisesti heidän henkilökohtaiset näkökulmat ja kokemukset. Tutkimukseni on osittain kvantitatiivinen, koska etsin informanttien vastauksista määrällisiä yhteneväisyyksiä, esimerkiksi kokevatko he yrityksen, jonka nimi sisältää feminiinisen ilmauksen, enemmän naisen vai miehen perustamaksi, vai kokevatko he ollenkaan olennaiseksi kommentoida sukupuolta. Samalla tavalla analysoin kommentteja yritysten hypoteettisista asiakkaista: kuinka monta informanttia mainitsee vastauksessaan yrityksen asiakkaan oletetun sukupuolen?

Aineistoa analysoidessani nojaan Paula Sjöblomin (2006) *Toiminimen toimenkuva* -väitöskirjaan, jossa hän on tutkinut suomalaisten yritysten nimiä. Sjöblom paneutuu kirjassaan suomalaisten yritysnimien sisältöön, historiaan, rakenteisiin ja merkityksiin. Tärkeänä tukipilarina tutkimuksessani toimii myös Mila Engelbergin (2016) *Yleispätevä mies: Suomen kielen geneerinen, piilevä ja kieliopillistuva maskuliinisuus* -väitöskirja, jossa hän käsittelee suomen kielen sukupuolikategoriaa.



Kuvio 1. Ikäjakauma sukupuolittain

Työni toisessa luvussa pohdin kielen sukupuolikategoriaa yleisesti, millaisia näkökulmia siitä on aiemmin esitetty ja millaisiin tuloksiin on tultu sekä miten nämä näkyvät suomen kielessä.

Kolmannessa luvussa käsittelen yritysnimiä tutkimuskohteena, miten sukupuoliroolit näkyvät yritysmaailmassa ja millaisia merkityksiä ja funktioita suomalaiset yritysnimet kantavat. Viidennessä luvussa analysoin tutkimusaineistoni, jonka olen jakanut kahteen osaan feminiinisiä ja maskuliinisia ilmauksia sisältävien yritysnimien mukaan. Lopuksi pohdin, millaisiin loppupäätelmiin olen tullut tutkimuksessani.

2. Kielen sukupuolikategoria

Suomen kieli luokitellaan sukupuolineutraaliksi kieleksi, sillä suomessa sanoja ei eroteta kieliopillisen tai luonnollisen suvun mukaisesti toisin kuin esimerkiksi saksan ja venäjän kielissä. Saksan kielessä substantiivien sukuun viitataan artikkeleilla *der*, *die*, *das*, ja venäjän kielessä sanan suku riippuu sen loppukirjaimesta: maskuliinit loppuvat konsonantteihin (esimerkiksi *sneg* `lumi`), feminiinit vokaaleihin *-a* ja *-я* (esimerkiksi *pogoda* `sää`) ja neutrit vokaaleihin *-o* ja *-e* (esimerkiksi *nebo* `taivas`) joitakin poikkeuksia lukuun ottamatta. Pronomininjärjestelmän yksikön kolmatta persoonaa suomen kielessä ei esimerkiksi eritellä feminiiniksi ja maskuliiniksi, toisin kuin saksassa *er* (mask.), *sie* (fem.) ja venäjässä *он* `on` (mask.), *она* `ona` (fem.). Suomen kielessä on pronomini *hän*, joka viittaa henkilöön sukupuolta erottelematta.

Edellä mainittujen esimerkkien perusteella ei kuitenkaan voi päätellä, että suomen kieli olisi kieliopillisesta näkökulmasta täysin sukupuolineutraali. Esimerkiksi nominijohdosten merkityksiä tarkastellessa voi huomata, että *-tar*, *-ska*, *-nna*, *-ssa* -johtimilla on ainoastaan feminiininen merkitys: *kuningatar*, *kenraalska*, *tohtorinna*, *prinsessa*. Käytöltään nämä johdokset ovat harvinaistumassa ja sävyltään vanhahtavia. (Kyrölä 1989: 15; VISK: §192–194.) Johdin *-kkO* ei itsessään edusta sukupuolta esimerkiksi sanoissa *päällikkö*, *mekaanikko* tai *lyyrikko*, mutta kuitenkin esimerkiksi sanoissa *sisäkkö* ja *venakko* viitataan nimenomaan naispuoliseen henkilöön. Tämä ilmiö on laajentunut uusiinkin sanoihin, kuten *vaaleaverikkö* ja *hupakko*, jolloin viitataan nimenomaan naisiin, kun taas *älykkö*-neologismi on sukupuolineutraali. (Hakulinen 2001: 333; VISK: §194; KS.)

Kielentutkimuksessa kieliopillisen suvun lisäksi on otettava huomioon myös kielen sanasto, koska se voi paljastaa kielenkäytön piileviä sukupuolen ilmaisuja. Sukupuoli tulee esiin selvästi sanoissa, jotka kuvaavat ihmisten sosiaalisia tehtäviä ja ammattien nimityksiä. Piilosukupuolisuus kumpuaa «usein kielenulkoisesta todellisuudesta ja nimitysten tarkoitejoukkojen perinteisestä ja/tai nykyisestä sukupuolijakaumasta» (Engelberg 2016: 21). *Baarimikko*, *parkkipirkko*, *lappuliisa* -ammattinimityksien loppuosana toimivat ihmisten nimet, jolloin ne viittaavat ammattilaisen oletettuun sukupuoleen. Nämä nimikkeet edustavat palvelualan töitä, ja ne tuntuvat jakavan ammatteja kahtia: naisten ja miesten töihin. *Baarimikko* viittaa siihen, että baarimestareina toimivat tyypillisesti miespuoliset työntekijät, kun taas nimitykset *parkkipirkko* ja *lappuliisa* viittaavat siihen, että pysäköinnintarkastajina toimivat useimmiten naiset.

Engelbergin (2016: 16) mukaan geneeris-maskuliinisia eli yleisnimityksiä kuten *lakimies*, *virkamies*, *palomies* pidetään nykypäivänä sukupuolineutraaleina, eli niillä viitataan niin nais- kuin miesammattilaisiin. Kielitieteessä geneeris-maskuliinisia ilmaisuja on luokiteltu

tunnusmerkittömiksi, koska ne eivät nykypäivänä enää suoranaisesti viittaa vain maskuliinisen suvun edustajaan. Tutkimuksissa on kuitenkin ilmennyt, että yleisnimitykset vaikuttavat ihmisen ajatusmaailmaan kuten muistamiseen, arviointeihin ja sitä kautta tilannetajuun. (Engelberg 2016: 18.)

Semanttiset sukupuoli-ilmenemät voi havaita myös makeisten ja suolaisten ruokien tuotenimityksissä. Makeisia tuotteita yleensä nimitetään feminiinisillä sanoilla ja suolaisia maskuliinisilla sanoilla, esimerkiksi makeisista *Marianne*-karkit (*Marianne* on naisen nimi), *Geisha*-suklaat (*geisha* – japanilainen laulajatar ja tanssijatar, joka viihdyttää yleisöä teehuoneissa ja juhliissa (KS)), *Paula*-vanukkaat (*Paula* on naisen nimi), *Ballerina*-keksit (*ballerina* – (baletti)tanssijatar (KS)) ja suolaisista *Paimenkoika* ja *Musta Pekka* -juustot (*Pekka* on miehen nimi), *Reissumies*-leipä, *Wilhelm*, *Eetvartti* ja *Iivari* -makkarat (miehen nimiä) ja niin edelleen. Ruokien nimet keskittynevät käyttäjäkohtaisiin nimiin, sillä stereotyyppisesti ajatellaan, että naiset pitävät makeisista, ja miehet puolestaan syövät enemmän raskaampia ruokia (Saarela 1996: 299). Nämä ruokien nimitykset ovat markkinakeskeisiä, ja nimeämisen johdonmukaisuus on jäänyt vähäisemmälle huomiolle, sillä esimerkiksi juustoa valmistetaan maidosta ja maitoa saadaan lehmästä, joka on naaraspuolinen eläin. Tämän logiikan perusteella juustoja olisi voinut nimetä käyttämällä feminiinisiä sanoja.

Engelbergin (2016: 10) mukaan kielten ja sukupuolen tutkimuksessa on ilmennyt, että kielen kieliopillinen ja luonnollinen sukupuolineutraalisuus ei vielä kerro siitä, että kielessä itsessään vallitsisi sukupuolten yhdenvertaisuus. Tästä kertovat ylempänä esitetyt esimerkit ammatti- ja elintarvikenimikkeistä, joilla halusinkin osoittaa, että mielestäni kielen sukupuolineutraalisuudesta ei voi puhua ainoastaan kieliopin varassa, vaan sitä on tarkasteltava laajemmasta näkökulmasta. Tämänkin takia tässä tutkimuksessa tutkin yritysnimiä, jotka sisältävät sukupuoleen viittaavia ilmauksia. Seuraavassa luvussa tarkastelen tarkemmin, miten ylipäätään yritysmaailma ja kielen sukupuolikategoria liittyvät toisiinsa.

3. Yritysnimet tutkimuskohteena

3.1. Sukupuolirooli yritysmaailmassa

Arkinen kielenkäyttö kaavoittuneine ja toistuvine elementteineen paljastaa ihmisen arvoja ja näkökantoja. Kielenkäytössä heijastuvat kulttuurissa vallitsevat yhteiset aiheet ja kerronnallisia mielikuvia herättävät henkilöhahmot, esineet, näyttämöt ja tilanteet. (Tainio 2001: 87.) Kielenkäyttöön keskittyvää kielentutkimusta ei pidä vähätellä, sillä antropologiset tutkimukset ovat osoittaneet, että kieli itsessään vaikuttaa ihmisten maailmankuvaan ja jopa hallitsee sitä (Cameron 1996: 23).

Päivi Korvajärvi (2010: 184) toteaa, että ammatit ja alat ovat jakautuneet sukupuolen mukaan. Hän esittää feministisen työelämän tutkimuksen tuloksia, joiden mukaan kansa painottaa sukupuoleen ja seksuaalisuuteen liittyviä eroja työssä. Tälle ilmiölle on olemassa oma sana: sukupuolistunut ja sukupuolistava työ. Feministit ovat tutkineet, miten yhteiskunnassa on muodostunut käsitys työelämän sukupuolisuudesta ja eroavatko naisten ja miesten asemat työelämässä. Tutkimustulokset kertovat, että ”suomalaiset työmarkkinat ovat selvästi jakautuneet sukupuolen mukaan” (mt.: 185).

Korvajärven (mt. 185–186) mukaan yritysten johtavissa asemissa ja taloudellisten päätösten kannalta tärkeissä asemissa ovat useimmiten miehet. Nainen johtavassa asemassa nähdään poikkeavana asiana, ja se herättää huomiota. Esimerkiksi Vesa Heikkinen (1998: 94) on tutkinut lehtiartikkeleita, joissa haastatellaan Suomen markkinoilla johtavassa asemassa olevia naisia Leena Harkimoa ja Outi Siimestä. Heikkinen kutsuu heitä ”miesnaisiksi”, sillä hänen mielestään lehtiartikkeleissa naisia esitetään kovina jätkinä, menestyjinä, ”jotka ovat hyväksyneet miesten maailman pelisäännöt ja jotka pelaavat miesten peliä – kuin miehet” (mt.: 120.) Heikkisen mukaan johtavassa asemassa oleva nainen alkaa muistuttamaan miestä, ja hän on ikään kuin sulautunut muuten miehille kuuluvaan maailmaan. Tämä viittaisi siihen, että meillä ihmisillä on tiettyjä odotuksia sukupuolia kohtaan, jos stereotyyppiat rikkoontuvat, se herättää huomiota ja oudoksuntaa.

Helena Rautalan (1988: 38) mukaan myös tuotemerkeissä ilmenee sukupuolisia eroavaisuuksia. Feminiiniset nimet antavat mielikuvan jostain hienosta, koskemattomasta ja vaikeasti saavutettavasta, kun taas maskuliiniset nimet karkeasta, arkipäiväisestä ja helposti saavutettavasta. Rautala (mt.: 38) selittää tällaisen jakauman johtuvan perinteisistä ihmiskäsityksistä, naisten oletetaan olevan herkkiä, suojeltavia ja palvottavia, kun taas miehistä ajatellaan, että he ovat vahvoja, itsenäisiä ja elämässä pärjääviä.

Sukupuolisia vivahteita sisältävillä tuotenimillä halutaan luoda valmista mielikuvaa tuotteen piirteistä sekä houkutella ”oikeanlaisia” asiakkaita. Saarelan (1996: 300–301) mukaan tuotteen sukupuoleen viittaava nimi voi kummuta myös stereotypioista. Esimerkiksi olutta useimmiten oletetaan nauttivan miesten kuin naisten, ja niinpä sitä markkinoidaankin stereotyypillisesti miesasiakkaille, esimerkiksi nimeämällä maskuliinisella ilmauksella: *Kukko*, *Veikko* tai *Sonnisaaren Nokipoika* (Alko). Alkon verkkosivuilta löytyi myös feminiinisiä ilmauksia sisältävät olutnimet, kuten *Virginia* tai *Blondie* (ks. Kuva 1 alla), mutta näiden olutpullojen etikettien perusteella voisi päätellä, että näillä nimillä halutaan kuitenkin houkutella nimenomaan mieskuluttajia. Etiketeissä on esitetty vähäpukeisia naisia, jotka puhuttelevat asiakkaitaan houkuttelevasti: ”Sweet taste, boys!”, ”Aye Captain”, ”Kiss my honey lips” tai ”Start your engine”. Näissä huudahduksissa heteronormatiivisuus tulee läpinäkyvästi esiin, naiset puhuttelevat miehiä kapteeneiksi, pojiksi, olettavat heidän olevan mekaanikkoja ja tykkäävän hunajaisista huulista. Vaikka oluiden nimet sisältävät viittauksia naisiin ja myös niiden etiketeissä on esitetty naisia, siitä riippumatta asiakaskohteena lienevät silti miehet, mutta tämä ei tietenkään tarkoita, etteivät naiset voisi juoda näitä oluita.



Kuva 1: Olutpullojen etiketit (www.honkajoenpanimo.fi)

3.2. Suomalaiset yritysnimet, niiden merkitys ja funktiot

Suomen lainsäädännössä on määritelty tarkasti, millainen yrityksen nimen täytyy olla kaupparekisteriin pääsemistä varten. Tärkeimpänä kriteerinä on, että se ei muistuta muita yritysten nimiä eli on riittävän yksilömainen ja muista erottuva. Se ei myöskään saa sisältää pelkästään

tarjottavan tavaran tai palvelun nimitystä, etu- tai sukunimeä, paikannimeä, numeroita ja kirjainyhdistelmiä. Nimen kuuluu olla johdonmukainen, jotta se antaisi oikean kuvan yrityksen toiminnasta. (Sjöblom 2006: 85–86.) Näiden tiukkojen sääntöjen perusteella voidaan päätellä, että yrityksen toiminimen keksiminen ei ole yksinkertaista. Haluan tässä tutkimuksessani kuitenkin selvittää sitä, miten suomalaiset tulkitsevat yritysten nimiä, jotka sisältävät sukupuoleen viittaavia ilmauksia, enkä sitä, miksi yrittäjät ovat päätyneet kyseisiin nimiin.

Sjöblom (2006: 204) sanoo, että erisnimet, eli tässä tapauksessa yritysnimet, muodostavat merkityksiä samalla tavalla kuin kielen muutkin sanat, vaikka niillä ei olisikaan tiettyihin leksikaalisiin ominaisuuksiin nojaavaa merkitystä. Väitöskirjassaan Sjöblom tutkii yritysten nimien sisältöä. Hän ei ole ottanut erikseen huomioon sukupuolisia ilmauksia sisältäviä yritysten nimiä. Hän käsittelee tutkimuksessaan esimerkiksi henkilön- ja paikannimiä sekä muita erisnimiä sisältäviä yrityksiä, mutta niitä tässä ei liene syytä esitellä, sillä itse puhun yleisistä maskuliinisia ja feminiinisiä ilmauksia sisältävistä nimistä.

Sjöblom (2006: 203–242) tarkastelee yritysnimien merkityksiä suhteessa kognitiivisiin alueisiin ja niiden funktioita sosiaalisessa kontekstissa. Hän liittää esimerkiksi yrityksen omistajan, sijaintipaikan ja toimialan kognitiivisiin alueisiin, joita tarkastellen hän jakaa merkityssuhteita neljään eri tyyppiin. Yritysnimen ollessa informatiivinen ja toimialaa kuvaileva sen merkitys liittyy suoraan nimessä oleviin sanoihin, esimerkiksi *Juristi-Ekonomi Arjolan Vuokra-Asuntovälitys, Kulmalan Verstat Oy, Tintun Puoti Oy*.

Epäsuorasti kognitiivisiin alueisiin liittyvät nimet luovat pelkkiä assosiaatioita yrityksen toimialasta. Sjöblomin (2006: 209) mukaan epäsuoraa merkityssuhdetta kantavat nimet pyrkivät muodostamaan ”mielikuvan jostain esineestä tai asiasta, joka puolestaan toimii sisäänpääsynä merkityksen verkkoon”. Eli nimi ei puhu puolestaan suoranaisesti, vaan auttaa asiakasta luomaan semanttisesti lähellä olevia merkitysjoukkueita. Tällaisena voisi olla esimerkiksi henkilöstövuokrausalan *Kesämies Oy* (Kauppalehti), jonka elementit *kesä* ja *mies* viittaavat yhdessä kausiluonteiseen työhön. Kesällä yritykset tarvitsevat kausityöntekijöitä, kun sen oma henkilöstö viettää kesälomaa. Epäsuorat nimet ovat tulkittavissa metaforisesti tai metonyymisesti. *Kesämies*-nimi on metaforisessa suhteessa yrityksen toimialaan, koska se tarjoaa ”kesämiehiä” eli kausityöntekijöitä asiakkailleen. Sen sijaan esimerkiksi *Pukumies Oy*, jonka toimiala on vaatteiden yleisvähittäiskauppa (Kauppalehti), ei myy pukumiehiä, vaan *pukumies*-nimi on metonyymisessä kosketusassosiaatiosuhteessa yrityksen toimialaan, nimittäin asiakkaalle yritetään luoda mielikuva yrityksen toiminnasta. Metonyymisen merkityssuhteen kantavissa nimissä asiakas pystyy päättämään, mitä hän voi tavoittaa kyseiseltä yritykseltä. Esimerkiksi *Pukumies*-yritysnimestä asiakas voi päätellä, että yritys harjoittaa pukujen myymistä miehille.

Kaikki yritysnimet eivät ole selkeästi tulkittavissa, sillä ne eivät puhu suoraan tai epäsuorasti toimialastaan. Näitä Sjöblom (2006: 219–228) nimeää pakatuiksi ja katkaistuiksi. Pakatut nimet sisältävät tekosanoja, jotka voivat olla kuitenkin tunnistettavissa muun muassa lainasanoista, äänteellisesti muunnelluista sanoista tai kontaminaatiomuodoista, esimerkiksi *Ecomia Oy*, *Neromedia*, *Kampin Klipoteekki Oy*. Katkaistu merkityssuhde nimeen ei herätä kuulijassa mitään tarkoitteeseen viittaavaa mielikuvaa. Tällainen nimi voi näyttää kielessä olemassa olevalta sanalta, esimerkiksi *Meju Oy*, *Sebemi Oy*, *Kustannus Oy Wutum*.

Sjöblom (2006: 230–242) jakaa yritysnimet niiden sosiaalisten funktioiden perusteella informatiivisiin, houkutteleviin, käytännöllisiin, integroiviin ja individualisoiviin. Informatiiviset nimensä mukaisesti kantavat nimessään jonkinlaista informaatiota ja kuvailevat tarkoitettaan, esimerkiksi yrityksen toimialasta tai sen ominaisuuksista. Esimerkiksi *Retromies*-yritysnimen *retro*-elementti kertoo, että kyse on jostain menneiden vuosikymmenten vaate-, musiikki-, muotoilutms. tyylejä jäljittelevästä, jostain niihin kuuluvasta tai jostain niille ominaisesta (KS). Informatiivinen yritysnimi Sjöblomin (2006: 233) mukaan on hyvin toimiva, sillä se edesauttaa asiakkaita löytämään oikeanlaista, tarpeitaan vastaavaa yritystä.

Houkuttelevuus on yritysnimille yhtä tärkeää kuin informatiivisuuskin. Ne houkuttelevat oikeanlaisia asiakkaita luokseen, mistä on hyötyä itse yritykselle. Ominaispiirteiltään houkuttelevat yritysnimet ovat läpinäkyviä, helposti lähestyttäviä sekä positiivista ja asiantuntevaa mielikuvaa muodostavia. On kuitenkin vaikea arvioida, mitkä nimet ovat houkuttelevia ja mitkä eivät, sillä nimestä muodostuva mielikuva voi olla hyvin yksilöllinen. Houkuttelevina niminä on pidetty kuitenkin sellaisia, joista helposti selviää yrityksen ammattiosaaminen (esimerkiksi *Tarkka tyttö Oy*, jonka toimiala on kiinteistöjen siivous (Kauppalehti)), jotka ovat viihdyttäviä ja hauskoja (esimerkiksi *Titaani-mummo Oy*, jonka toimiala on kotipalvelut ikääntyneille ja vammaisille (Kauppalehti)) tai jotka ovat esteettisesti miellyttäviä. (Sjöblom 2006: 234–236.)

Käytännöllisiin yritysnimiin kuuluvat sellaiset, jotka ovat helposti äännettävissä ja taivutettavissa erilaisissa lauseyhteyksissä. Ne on helppo muistaa ja erottaa muista yrityksistä. Käytännönläheisten yritysnimien alkukirjain sijoittuu aakkosten alkupäähän, jotta yrityksen nimi olisi helposti löydettävissä puhelinluettelosta tai aakkostetuista luetteloista, joissa on saman alan yritysnimet. (Sjöblom 2006: 236–237.) Mielestäni yritysnimen *AvoNainen Oy* voisi esimerkiksi laskea käytännöllisiin, sillä se alkaa *a*-kirjaimella, se on helppo muistaa, koska suomen kielessä on sana *avonainen*, lisäksi sitä on helppo taivuttaa lauseyhteyksissä.

Integroivat ja individualisoivat yritysnimet sisältävät propreja. Integroivat nimet viittaavat tiettyyn paikkaan (esimerkiksi *Laitilan Wirvoitusjuomatehdas Oy*) tai paikalliseen ominaispiirteeseen kuten murteeseen (esimerkiksi *Kui Design Oy*, jossa *Kui*-osa viittaa erityisesti Turun alueella käytettävään

miksi tai *kuinka* -kysymyssanaan). Integroivia yritysnimiä voisi verrata *lähiruoka*-käsitteeseen, eli asiakkaat yhdistävät helpommin yrityksen toiminnan saatavuuteen, koska tuttu paikkakunta houkuttelee lähellä olevia asiakkaita ja lisää heidän mielenkiintoaan yrityksen toimintaa kohtaan. (Sjöblom 2006: 237-238.)

Individualisoivat yritysnimet sisältävät yleensä henkilönnimiä (esimerkiksi *L&E Peterzéns Oy*, *Karl Fazer Oy*). Useimmiten tällaisen nimen takana on personifikaatio, kun elotonta halutaan esitellä ikään kuin elollisena ilmiönä, mikä houkuttelee ja vetoaa asiakkaisiin. Individualisoivissa yritysnimissä yrittäjillä on todennäköisesti henkilökohtaisempi suhde yrityksen toimintaan kuin muissa nimityypeissä, koska silloin yrityksen nimi edustaa myös heitä yrittäjinä ja identifioi heidän osaamistaan. Kun yritykselle annettu nimi on yrittäjän oma nimi, asiakas uskoo, että kyseessä on vastuullinen ja laadullinen toiminta, koska kukaan ei kehtaisi myydä epäluotettavaa tai huonoa omalla nimellä. Eli antamalla yritykselle henkilönnimen yrittäjät voivat korostaa toimintansa laatua ja ainutlaatuisuutta sekä tuoda esiin omaa intohimoaan. (Sjöblom 2006: 237–243.) Esimerkiksi *L&E Peterzéns Oy* -yrityksen ovat perustaneet Laura ja Eerikki Peterzéns. Näin he sanovat yrityksestään: «Pois kaupungista omia haaveita toteuttamaan, näin syntyi L&E Peterzéns Oy 1980» (Pzéns 2018.) Eli tässä tapauksessa yrityksen toimiala kuvaa pariskunnan harrastuksia ja unelmia, ja he ovat toteuttaneet itseään yrityksen kautta.

4. Miten sukupuolisuutta tulkitaan yritysnimissä

4.1. Feminiinisiä ilmauksia sisältävät yritysnimet

4.1.1. *Coconainen*

Coconainen-yrityksen toimiala oli vaatteiden vähittäiskauppa. Y-tunnus oli tullut voimaan 19.3.2002 ja yritys on lakannut toimintansa 28.08.2017. Yhtiön toimialaan on kuulunut vaatteiden, asusteiden, kenkien sekä käsitöiden suunnittelu, valmistus, markkinointi ja myynti. (Kauppalehti.) Coconainen-yhtiön oman toimialan lisäksi vaihtoehtoisina toimialoina kyselyssäni olivat ohjelmatoimistot ja manageripalvelut, kosmetiikka- ja hygienia tuotteiden vähittäiskauppa sekä urheilu- ja liikuntakoulutus.

Coconainen-nimenä on tulkittavissa kahdella tavalla: toisaalta se voi olla muunnos sanasta *kokonainen*, ja toisaalta muodostettu sanoista *coco* ja *nainen*. *Coco* kirjoitusasunsa perusteella viittaisi kuuluisaan Coco Chaneliin (Holm 2009), joka oli muotialan toimija. Hänen nimensä ympärille on rakennettu myös kosmetiikkabrändi. Tämän yrityksen kohdalla tarkoitukseni on selvittää, näkevätkö informantit nimessä sanaa *kokonainen* vai tunnistavatko informantit *Coconainen*-nimestä Coco Chanelin, ja osaavatko siten yhdistää tämän yrityksen muotialaan tai kosmetiikkabrändiin. On myös kiinnostavaa, ketkä informanteista tunnistavat *Coconainen*-nimestä muotialan toimijaa, onko sukupuolten tai eri ikäisten vastaajien välillä eroja.

Ensimmäisessä kysymyksessä 47 vastaajaa oli sitä mieltä, että *Coconainen* on kosmetiikka- ja hygienia tuotteiden vähittäiskauppaa harrastava yritys. Olettamukseni vastaisesti kovinkaan moni vastaaja ei ole tunnistanut *Coconainen*-nimestä Coco Chanelia. Suurelle osalle informanteista tästä nimestä on tullut assosiaatio kookoksesta, jonka öljyä käytetään kosmetiikkatuotteissa: *Coco viittaa kookokseen.* (N92-2); *”Coco”, kookostuotteita kenties...* (M83-35); *Nimi voisi viitata kookokseen tai toisaalta holistiseen kauneuden- tai terveydenhoitoon.* (N86-45); *Kookos on trendikästä nykyään kosmetiikassakin. Kenties viittaa myös kaakaon, mitä epäilen kuitenkin.* (M92-50). Englannin kielellä kookos on *coco*, ilmeisesti tästä johtuen informantit ovat yhdistäneet *Coconainen*-nimen etuosan kookokseen. *Coconainen*-nimen muutama informantti on liittänyt kauneudenhoitotuotteita myyvään verkkokauppaan nimeltä *cocopanda.fi*: *Oikeasti olemassa oleva Cocopanda-kosmetiikkamerkki tulee mieleen tästä nimestä.* (N91-17); *Kuulostaa verkkokauppa Cocopandalta, jossa myydään kosmetiikkatuotteita* (N90-37). He ovat ilmeisesti ajatelleet, että *Coconainen* on Cocopanda-verkkokaupan oikea yritysnimi (Cocopanda).

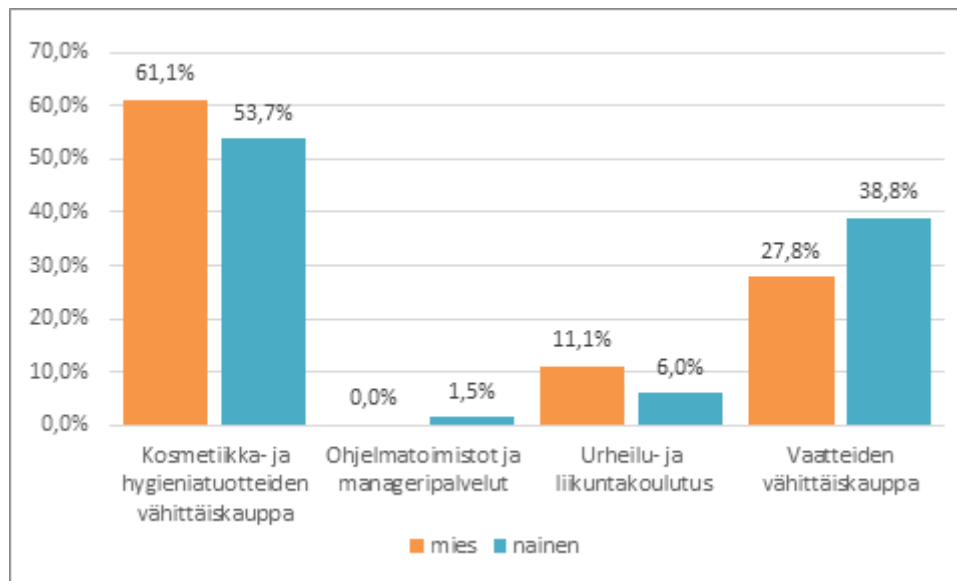
Murto-osalle kosmetiikka-alan valinneista *Coconainen*-nimestä on tullut mieleen Coco Chanel: *Nimestä tuli mieleen Coco Chanel* (M97-27); *Coco Chaneliin tulee miellelyhtymät, plus meikeillä parannellaan itseään* (N93-60). Näistä vastaajista yksikään ei ole maininnut Chanel-kosmetiikkabrändiä, ilmeisesti informanteille se ei ollut tuttu. Monen vastaajan mielestä *Coconainen* on vaikuttanut nimenomaan naisille suunnatulta yritykseltä, ja tästä syystä kosmetiikka- ja hygieniatuotteiden vähittäiskauppa on tuntunut heille luontevalta vaihtoehdolta: *Nimi viittaa yrityksen olevan suunnattu naisille – –* (N95-23), *Koska selvästi suunnattu naisille.* (M96-64). Tästä voisi päätellä, että yrityksen nimi saattaa ohjata informanttien toimialavalintaa, ja sen perusteella he usein myös päättävät, kenelle yrityksen palvelu on suunnattu.

32 informanttia on valinnut *Coconainen*-yrityksen toimialaksi vaatteiden vähittäiskaupan. Heistä 10 on tunnistanut *Coconainen*-nimestä Coco Chanelin: *Coco --> Coco Chanel* (M95-30); *Chanelia ei välttämättä löydy, mutta vaatteita kuitenkin* (N79-65). Informanttien on ollut luontevaa liittää *Coconainen*-nimi sanoihin *kokonainen* ja *koko*, jotka ovat johdattaneet heidän toimialavalintaansa vaatealalle: *Coco viittaa chaneliin, mutta coconainen, viittaisi isoihin vaatteisiin naisille* (N94-3); *XXXXXXXXS-XXXXXXL naistenvaatekauppa* (M90-21); *Coco nimen alussa tuntuisi viittaavan toisalta vaatekokoon, toisaalta Coco Chaneliin.* (M91-29); *Coconainen viittaisi siihen, että yrityksen tuotteilla voisi pukea kokonaisen naisen* (N86-75).

Äänensä urheilu- ja liikuntakoulutus -toimialalle on antanut kuusi informanttia. Hekin ovat yhdistäneet *Coconainen*-nimeä sanaan *kokonainen*, ja nähneet sitä kautta kokonaisvaltaisuuteen ja hyvinvointiin panostavaa yritystä: *Viittaa kokonaisuuteen ja kokonaisvaltaisuuteen* (N84-18); *Mainostaisi kokonaisvaltaisuutta.* (M69-81); *nimi viittaa kokonaisvaltaiseen hyvinvointiin* (N68-84). Toisille *Coconainen*-nimestä on tullut mieleen liikuntakeskuksen tyyppinen tila: *Ei koulutus, mutta joku urheilupaikka tai kylpylä tm.* (N80-70).

Ohjelmatoimistot ja manageripalvelut -toimialan valitsi ainoastaan yksi informantti N94-38, hän perustelee valintansa näin: *Sukupuolen esittäminen yrityksen nimessä luo vahvan ja rohkean mielikuvan, sopii johtajalle (managerille, hoitaa muiden asioita).* Yrityksen nimessä sukupuolen ilmaiseminen tämän informantin mielestä on uskalias veto, ja rohkeat ihmiset ovat hänen kommenttinsa mukaan johtaja-asemissa, minkä takia hän on valinnutkin *Coconainen*-yritykselle ohjelmatoimistot ja manageripalvelut -toimialan. Tästä hänen kommenttistaan ei kuitenkaan selviä, onko tämä johtaja hänen mielestään nainen vai mies. Kyselyni toisessa kysymyksessä yrityksen perustajasta hänen ajatuksensa kuitenkin avautuu: *Rohkea ja näyttävä nainen!* Eli N94-38:n mielestä kyseinen naisyrittäjä haluaa erottua joukosta mainitsemalla sukupuolensa yrityksensä nimessä.

Vastauksista ei selviä, olisiko informantin mielestä esimerkiksi *Cocomies* rohkea nimi kyseiselle toimialalle?



Kuvio 2: Sukupuolijakauma toimialavalinnoissa, *Coconainen*

Kuvio 2 esittää, miten informanttien äänet ovat jakautuneet sukupuolten välillä. Nais- ja miesinformantit olivat melko samoilla linjoilla siitä, että *Coconainen*-yrityksen toimiala voisi olla kosmetiikka- ja hygieniatuotteiden vähittäiskauppa. Vaatteiden vähittäiskauppa sekä urheilu- ja liikuntakeskus -toimialat ovat saaneet enemmän ääniä naisilta kuin miehiltä, mutta sukupuolten välinen valintaero ei ole kovin merkittävä. Kuten jo mainitsin edellä, ohjelmatoimistot ja manageripalvelut -toimiala on saanut vain yhden äänen naisinformantilta.

Kyselyni toisessa kysymyksessä 50 informanttia on päättellyt *Coconainen*-yrityksen perustajaksi naisen, ja vain kolme mainitsi, että perustaja voisi olla niin nainen kuin mies. Yksi informantti oli sitä mieltä, että perustaja on *Joko miespuolinen, tai ulkomaalaistaustainen henkilö.* (N96-71). Vastaaajien kommentteissa *Coconainen*-yrityksen naisyrittäjästä toistuivat seuraavat ominaispiirteet: *keski-ikäinen, isokokoinen, koulutautunut, muodista tai luontaistuotekosmetiikasta kiinnostunut, esim. Hieman hipahtava ekointoilija ja vegaani* – – (N93-1); – – *sosiaalinen ja iloinen, määrätietoinen* (N82-12); *matamihenkinen* (M90-21); *Nokkela* – – (M77-69); *Trendikäs ja humoristinen.* (M69-81). Ikäviä kommentteja perustajasta oli vain muutama, ja nekin liittyivät *Coconainen*-nimen mielikuvituksettomuuteen: – – *luulee olevansa hauska.* – – (N84-18) tai *pitää itseään nokkelana* (X95-61).

Kolmannessa kysymyksessä 69 kyselyyn osallistunutta oli sitä mieltä, että todennäköisesti *Coconainen*-yrityksen asiakas on nainen, ja vain yksi sanoi, että hän voi olla niin mies kuin nainen. Tämän yrityksen asiakkaista informantit päättelivät heidän olevan varakkaita ja itsestään huolta

pitäviä. Moni vastaaja mainitsi, että Coconainen-yrityksen asiakas on *kuten perustaja/omistaja* (N82-76), eli esimerkiksi tämän informantin tapauksessa *Tyylitietoinen, klassinen, ehkä hieman menneen ajan nainen jo* (N82-76). Asiakkaita kuvaillessa informanttien kommenteissa toistuivat melko samanlaiset ominaispiirteet, joita mainittiin yrityksen perustajastakin: *isokokoinen, trendikäs, keski-ikäinen ja luontaistuotteista kiinnostunut*. Näin informantit mielestäni alitajuntaisesti korostivat tämän yrityksen perustajan ja asiakkaan samankaltaisuutta: informanttien mielestä heillä lienee samanlaiset arvot ja kiinnostuksen kohteet, minkä takia he tulevat hyvin toimeen ja heillä on luottamussuhde.

Sukupuolten eikä myöskään eri ikäisten informanttien välissä ole ollut kovin isoja eroja siinä, ovatko he tunnistaneet *Coconainen*-nimessä menestynyttä muotialan toimijaa Coco Chanelia. Hänen nimensä on joillekin selvästi tuttu, mutta joillekin *Coconainen*-nimi ei välttämättä heti tuonut mieleen Coco Chanelia, vaan heidän intuiutionsa on tuonut heille ensimmäisenä mieleen esimerkiksi sanoja *kookos, koko ja kokonainen*.

4.1.2. *Kuningatarideat*

Kuningatarideat-yhtiön toimiala on taiteellinen luominen, jonka toimintaan kuuluu myös koneiden ja laitteiden keksimistä, suunnittelua ja valmistusta, keksintöjä laaja-alaisesti, vaatteiden, huonekalujen, korujen ym. muotoilua ja suunnittelua. Y-tunnus on tullut voimaan 20.05.2005 ja yrityksen tila on aktiivinen. (Kauppalehti.) Yhtiön oman toimialan lisäksi vaihtoehtoisina toimialoina kyselyssäni olivat valokuvaamot ja muu kuvaustoiminta, ohjelmatoimistot ja manageripalvelut sekä parturit ja kampaamot.

Lähes puolet (42) informanteista oli sitä mieltä, että Kuningatarideat-yrityksen toimiala on ohjelmatoimistot ja manageripalvelut. Enemmistö heistä perustelee tätä *ideat*-sanalla: *Tarjoaa hyviä ideoita*. (M94-11); *ideat, innovointi, luovuus, johtaminen ovat asioita jotka assosoin tuohon nimeen*. (N84-18); *Ideat viittaa innovointiin* (M95-22); *Manageripalveluissa tarvitaan loistavia ideoita*. (N81-52). Ainoastaan muutama informantti on huomionnut *Kuningatarideat*-nimen *-tar*-feminiinijohtimen, jolloin he ovat arvelleet yrityksen toimialan liittyvän naisasioihin: *Naisten innovaatiopöhinää* (N94-48); *Hääpalveluita naisille* (M77-69). Yhdelle informantille *Kuningatarideat* on tuonut mieleen televisio-ohjelman: *tulee mieleen lähinnä Kaisa ja puoli valtakuntaa* (N82-76), jonka nimi on ollut myös *Kiinteistökingatar Kaisa* (Ruutu).

Moni kyselyyn osallistunut on ollut sitä mieltä, että *Kuningatarideat*-nimi on muunnos sanasta *kuningasidea*, esimerkiksi *Väännös kuningasideasta, eli tuottaa palveluita*. (N91-67), *Kuningasidea* -> *kuningataridea* (N81-83). Kielitoimiston sanakirjan mukaan *kuningasidea* on 'loistava idea; jnk

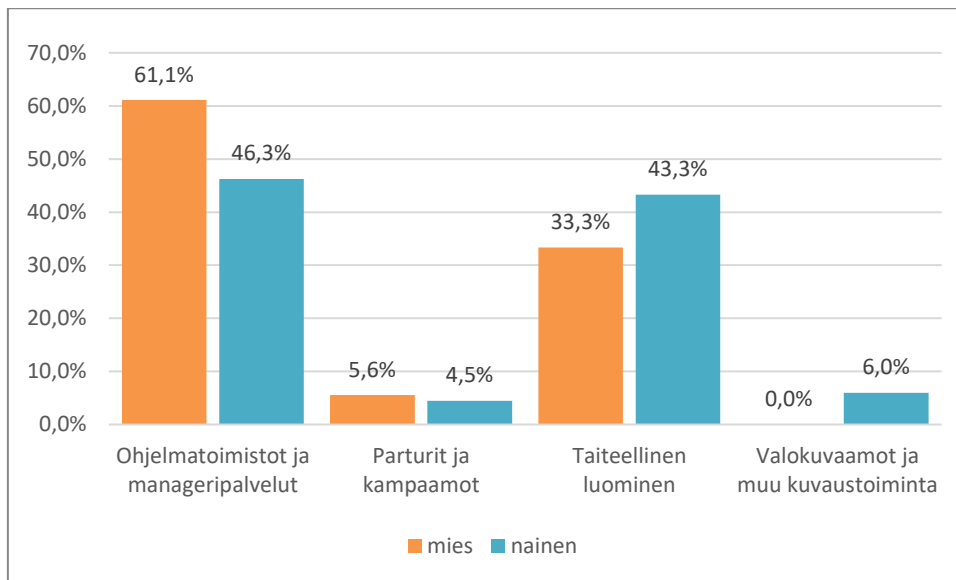
perustana, pohjana oleva idea`. Näiden informanttien mielestä Kuningatar-ideat yrityksessä siis kehitellään ja luodaan jonkinlaisia loistavia ideoita.

Informanteista 36 oli sitä mieltä, että Kuningatarideat-yrityksen toimiala on taiteellinen luominen. Suurin osa näistä vastaajista on pohjannut valintansa *idea*-sanaan: *Taiteeseen ja luovuuteen tarvitaan ideoita.* (N93-1); *Ideat ja luonti sopivat yhteen* (M97-27); *Ideoista tulee mieleen luovuus ja luominen.* (N86-45). Näistä informanteista vain yksi on huomionnut nimen *kuningatar*-osaa: *Luova, feministinen ja sitä kautta ehkä humanistisia arvoja korostava nimi.* (N93-43). Toisillekin informanteille *Kuningatarideat*-nimestä on tullut mieleen *kuningasidea: vertautuu sanaan kuningasidea* (N80-15), *Kuningasidea viittaa johonkin luovaan, Kuningataridea viittaa kuningasideaan* (N86-75). He eivät kommentoineet nimen feminiinijohdinta.

Parturit ja kampaamot sekä valokuvaamot ja muu kuvaustoiminta olivat kyselyssä vähemmän suosittuja, ja kumpikin toimiala sai vain neljä ääntä. Parturit ja kampaamot -toimialan valinneet olivat yksimielisiä siitä, että Kuningatarideat-yritys on kohdennettu naisille: *Juhlavat kampaukset naisille* (N91-17); *Mieleeni tulee naisille suunnattu kampaamo, koska "kuningatar" viittaisi naissukupuoleen ja "ideat" taas asiakaskohtaiseen palvelun räätälöintiin eli tässä tapauksessa hiustenlaittoon.* (N92-63); *Riktat mot kvinnor* (M71-78). *Kuningatarideat*-nimestä näille informanteille on tullut mieleen nainen, joka kaipaa hyvin suunniteltua ja tehtyä kampausta.

Valokuvaamot ja muu kuvaustoiminta -toimialan valinneet informantit ovat perustelleet valintansa seuraavasti: *Kuningatar voisi viitata kuvissa oleviin ihmisiin, koska he näyttävät hyvältä* (N94-3); *Sana "kuningatar" viittaa johonkin esteettisesti näyttävään tai mahtipontiseen.* (N92-25); *ehkä voisi olla valokuvat häihin/ ristiäisiin kuninkaallisin tyylin* (N79-66); *Sillä nimi viittaa keksimiseen (esim. kuvausideat)* (N96-71). Vastaajat ovat yhdistäneet *Kuningatarideat*-nimen kuvauksellisiin asioihin kuten juhliin, edustavasti pukeutuneisiin ihmisiin ja näyttäviin asioihin tai tilaisuuksiin, joita voi myöhemmin muistella valokuvissa. Valokuvaaminen vaatii taitoa ja taiteellisuutta. Informanttien mielestä ilmeisesti *Kuningatarideat*-nimi edustaa juuri sellaista toimintaa.

Kuvio 3 (ks. s. 20) esittää, miten toimialavalinnat ovat jakautuneet sukupuolten välillä. Yli puolet miesinformanteista ja vähän alle puolet naisvastaajista (yhteensä 42 informanttia) olivat sitä mieltä, että Kuningatarideat-yrityksen toimiala on ohjelmatoimistot ja manageripalvelut. Toiseksi valituin toimiala sekä mies- että naisinformanttien välillä oli taiteellinen luominen. Kaikista vähiten ääniä ovat saaneet parturit ja kampaamot sekä valokuvaamot ja muu kuvaustoiminta. Yksikään miesinformantti ei valinnut Kuningatarideat-yrityksen toimialaksi valokuvaamot ja muu kuvaustoiminta.



Kuvio 3: Sukupuolijakauma toimialavalinnoissa, *Kuningatarideat*

Kuningatarideat-yrityksen perustajan enemmistö (51 informanttia) on nähnyt naisena. Tähän on todennäköisesti vaikuttanut nimen *kuningatar*-osa, joka viittaa nimenomaan naispuoliseen omistajaan. Yksikään informantti ei nimennyt perustajaksi pelkästään miestä, mutta kolme vastaajaa (N92-2, N91-36 ja N80-70) on voinut kuvitella perustajan niin miehenä kuin naisena. Joillekin naisinformanteille tämä nimi on tuonut mieleen feministin: *Hän on feministi, joka ajattelee olevansa hauska* (N82-4), *Itsevarma, naisellinen, feministi. Toteuttaa itseään.* (N93-43.) Toisen kysymyksen vastaajien kommenttien yhdistävänä tekijänä oli, että perustajia on mahdollisesti monta: *Ryhmä naisia* (N94-32), *Varmaan nainen tai naisjoukko, joka haluaa nimen sanaleikillä korostaa naiseuttaan.* (M83-35). Kommenteissa yrityksen perustajaa kuvailtiin mm. sanoilla *vahva, luova, taiteellinen, innovatiivinen, nuori* tai *keski-ikäinen nainen*. Jotkut vastaajat ovat havainnollistaneet perustajaa tarkemmin: *dallas-permiksen omaava ketjussa polttava hieman ylipainoinen isorintainen nainen* (N86-73) tai

Tästä tulee mieleen kuuluisa naiskiinteistövälittäjä (Kaisa..?), joka on iloinen, toimelias, ahkera, äitimäinen ja kuningatarmainen. Yrityksessä voisi olla perustajina miehiä ja naisia, mutta luultavasti ainakin yksi nainen, koska esim. yksittäinen mies ei ehkä (yleensä) valitsisi tällaista nimeä. He osaisivat järjestää millaisen tapahtuman tahansa ammattitaidolla, innolla ja lukuisilla hyvillä yhteyksillä!. (N80-70.)

N80-70-informantti ei katsonut perustajaksi pelkästään miestä, koska *Kuningatarideat*-nimessä viitataan naiseen. Vastaajan mielestä vastaavan nimistä yritystä mies voi perustaa yhdessä naisen kanssa, mutta tuskin yksin.

Kyselyn kolmannessa kysymyksessä moni vastaaja on kuvannut Kuningatarideat-yrityksen asiakaskuntaa naispainotteiseksi: *Voimaannuttavaa muotokuvaa itsestään haluava jo aikuinen*

nainen, joka on juuri käynyt suuren kriisin elämässään, esim. avioero, syöpähoidot. (N93-1); Kaaso jonka pitää järjestää sekä polttarit että häät (N82-12); Varakas tai isin rahoja käyttävä nainen, joka haluaa tapahtumaansa kuten häihin kallista luksusta tunteakseen olonsa "kuningattareksi" (M77-69). Monen informantin mielestä Kuningatarideat-yrityksen asiakaskuntaan kuuluvat toiset yritykset: Toinen yritys. (N93-5); Yritysassiakkaat, esiintyjät (M95-22); Isommat yritykset. (M95-30). Kuningatarideat-yrityksen toimialaksi taiteellista luomista valinneet ovat nähneet yrityksen asiakkaankin taiteellisena persoonana: Taidetta tekevä tai etsivä henkilö. (N96-19); Taiteelliset ihmiset, jotka kaipaavat estetiikkaa. (M97-27); Kaikki taiteen ystävät, myös miehet. (N93-43). N93-43-informantti on korostanut erikseen, että myös miehet voivat olla tämän yrityksen asiakkaina, ikään kuin muuten voisi kuvitella, että asiakkaina ovat pelkästään naiset. Yksi informantti on sanonut, että Kuningatarideat-yrityksen tyypillinen asiakas on naisvaltaisen alan edustaja, joka on ajan hermoilla (N94-32). Hän on valinnut yrityksen toimialaksi ohjelmatoimistot ja manageripalvelut -toimialan.

4.1.3. Mummoparkki

Mummoparkki-yhtiön toimiala on kahvilat ja kahvibaarit, sen lisäksi parturi- ja kampaamopalveluiden tarjoaminen ja alan tuotteiden kauppa sekä ravintola- ja pitopalvelutoiminta ja muu laillinen liiketoiminta. Yrityksen y-tunnus on tullut voimaan 26.06.2012 ja tila on aktiivinen. Yrityksen toimitusjohtajana toimii naishenkilö. (Kauppalehti.) Kyselyssäni yrityksen toimialavaihtoehtoina olivat taiteen ja musiikin koulutus, kahvila-ravintolat, mattojen valmistus sekä kuljettajakoulutus.

Ensimmäisessä kysymyksessä yli puolet informanteista (53) arvasi Mummoparkki-yrityksen toimialan oikein. Heistä enemmistö oli sitä mieltä, että *Mummoparkki*-nimellä viitataan senioripainotteiseen asiakaskuntaan: *Hauska nimi esim. seniorikahvilalle* (N62-28); *Osittain myös vapaaehtoistoimintaan perustuva kahvila, jossa vanhuksat voivat verkostoitua.* (M92-50); *no mitä mummot tekee muuta kuin istuu kahviloissa kaikki päivät?* (N86-73). Kahvila-ravintolat-toimialan valinneet informantit ovat kuvailleet kuvitteellista Mummoparkki-kahvilaa viihtyisäksi, lapsi- ja senioriystävälliseksi paikaksi, ja heidän mielestään *Mummoparkki*-nimi on kutsuva ja toimiva kahvilalle, esimerkiksi *Kuulostaa kodikkaalta pieneltä kahvilalta.* (N86-45), *Esim järjestäisivät mummoille kokoontumisia kahvilassa* (X95-61); *Jokin rento taukopaikka sanasta tulee mieleen! Erittäin positiivinen ja hauska sanavalinta. Kaikki luultavasti viihtyisivät Mummoparkissa, mikä se sitten olisikin.* (N80-70).

Kahvila-ravintolat-toimialan valinneet naisvastaajat ovat tulkinneet *Mummoparkki*-nimen niin, että sen yrittäjä on halunnut houkuttaa kahvilaansa yksinäisiä senioreita, jotka voisivat viettää yhdessä

laatu-aikaa: *Tulee semmoinen seniorien päivätoimintapaikka mieleen* (N82-12); *Iäkkäämpien ihmisten kohtaamis- ja koulutuspaikka* (N91-39); *Mummoparkista tulee mieleen joku vanhempien rouvien tapaamis- ja seurustelupaikka, miksei sitten vaikka kahvila* (N98-42); *Keski-ikäisten naisten tanssiravintola* (N81-52). Luultavasti naisvastaajat eivät päätyneet satunnaisista syistä tällaiseen ratkaisuun. Stereotyyppisesti ajatellaan, että naisilla on synnynnäinen hoivavietti ja että he ovat luonteeltaan toisista ihmisistä välittäviä ja huolta pitäviä (Vilen 2017). Niinpä tässäkin huomataan, että naisvastaajat ovat mieltäneet Mummoparkki-yrityksen kahvilaksi, joka on erikoistunut palvelemaan nimenomaan ikäihmisiä, eli *Mummoparkissa* halutaan tarjota välittävää ja iloista ilmapiiriä ikääntyneille asiakkaille.

Vastaavaa ei voi sanoa miesinformanteista, koska he ovat verranneet *Mummoparkki*-nimeä *lapsiparkkiin*: *Vastine lapsiparkille* (M90-21); *Mummoparkki tuntuu viittaavan lapsiparkkiin, mikä ohjaa tulkitsemaan nimeä siten että kyseessä on paikka, jossa mummit voivat viettää aikaa.* (M91-29). Kielitoimiston sanakirjan mukaan lapsiparkki on “paikka johon vanhemmat voivat jättää lapsensa hoitoon jssak asioinnin ajaksi”, eli miesinformanttien mielestä tässä voisi olla kyse mummoille tarkoitetusta paikasta, jossa he voivat viettää aikaa keskenään, eikä niinkään, että kyseinen yritys olisi erikoistunut palvelemaan ikäihmisiä. Osa miesinformanteista on yhdistänyt *Mummoparkki*-nimen kahvilaan *parkki*-sanana vuoksi: *Parkki tuo vaikutelman rekkojen pysähdyspaikasta* (M95-22); *Parkki voisi viitata paikkaan, jossa voi oleskella* (M95-30).

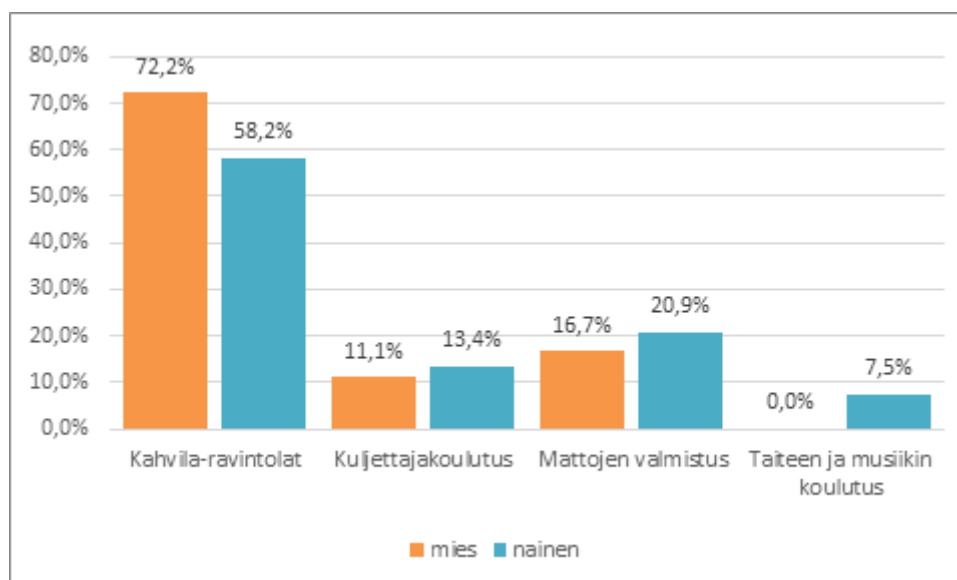
Ensimmäisessä kysymyksessä toiseksi suosituin toimiala oli mattojen valmistus, jota äänesti 17 kyselyyn osallistunutta. Informantit ovat kokeneet, että tämä yritys tarjoaa palveluja yksinäisille ikääntyneille, jotka voivat tulla harrastamaan yhdessä käsityötä: *Vanhojen ihmisten harrastus* (N94-8); *Mihin mummit voi laittaa parkkiin? Käsityökerhoon...?* (M83-35); *Käsityöperinteet elävät ikäihmisissä vahvoina, ja loimen ääreen parkkeeraa helposti tunneiksi.* (N94-48); *yksinäiset mummit käsityöhön -projekti* (N79-66). Informanttien mielestä *Mummit tekevät keskivertoihmistä enemmän käsityötä* (N86-75) ja että – – *tämä nimi kuulostaa stereotypiseltä ja sinänsä siis tehokkaalta.* (M97-27). Mummoparkki-yritys on siis helposti yhdistettävissä käsitöihin eli tässä yhteydessä mattojen valmistukseen. Käsityöt kun voidaan stereotyyppisesti ajatella mummojen harrastukseksi.

Kuljettajakoulutuksen valinnoita oli vain 11, ja he ovat kirjaimellisesti tulkinneet nimeä *parkki*-sanalla: *Parkki viittaa ajamiseen.* (M95-33); *Viittaa parkkeeraukseen* (N95--51); *Parkki-sanana vuoksi näistä vaihtoehdoista valitsen tämän.* (N86-53). *Mummoparkki*-nimeä on tulkittu myös ikääntyneille ihmisille tarkoitetuksi autokouluksi: – – *Jospa yritys opettaa vanhempia ihmisiä ajamaan.* (M96-64); *Ikäihmisille suunnattua ajo-opetusta* (N94-38). Informantit ovat kokeneet, että *Mummoparkki*-nimi on itseironinen ja humoristinen: *Humoristinen sanaleikki*

(N92-44), *Yrityksen nimi on ironinen. – – (N94-79). Ilmeisesti tästä nimestä ja kuljettajakoulutuksen toimialasta informanteille on tullut mieleen huono kuljettaja, joka voisi päivittää ajotaitojaan kyseisessä yrityksessä.*

Osa kuljettajakoulutuksen valinneista informanteista on identifioinut tätä nimeä *mummoparkki*-käsitteeseen: *mummoparkki on nimitys, jota käytetään tietynlaisesta parkkeeraamisesta. (N97-6), – – Se viittaa siihen, että heiltä valmistuvat kuljettajat ovat niin taitavia, että osaavat tehdä muutakin kuin mummoparkin. (N94-79).* Itselleni tämä käsite ei ollut ennestään tuttu, Urbanisanakirja ja Kielitoimiston sanakirja eivät antaneet tuloksia tälle sanahaulle. Googlettamalla erilaisia nettisivustoja ja keskustelupalstoja sain selville, että *mummoparkki* tarkoittaa mahdollisimman vaivatonta ja helppoa parkkeeraamista, esimerkiksi keula edellä valmiiksi lähtösuuntaan, jotta voi lähteä peruuttamatta ja niin edelleen. Tästä päätellen informanttien mielestä Mummoparkki-yrityksen nimessä viitataan suoraan *mummoparkki*-käsitteeseen, minkä takia he ovat loogisesti päättelleet sen toimialaksi kuljettajakoulutuksen.

Informanttien mielestä *Mummoparkki*-nimelle taiteen ja musiikin koulutuksen toimiala ei ollut kovin sopiva, sillä se sai vain viisi ääntä naisinformanteilta. Heille tästä nimestä on tullut mieleen yritys, joka tarjoaa harrastuspalveluja: *Mieleen tulee kansalaisopiston tyylinen yritys, joka tarjoaa erilaisia kädentaitoon liittyviä kursseja tms. (N92-63).* Heidän mielestään nimessä oleva *mummo* ja taiteen ja musiikin koulutuksen toimiala sopivat hyvin yhteen: *mummot luultavasti harrastavat tämän sortin asioita (N93-86); taide voi keskittyä noin rajattuun kohderyhmään (N97-16).*



Kuvio 4: Sukupuolijakauma toimialavalinnoissa, Mummoparkki

Kuten kuviosta 4 nähdään, yli 70 prosenttia miesinformanteista ja reilut yli puolet naisista ovat valinneet Mummoparkki-yrityksen toimialaksi kahvila-ravintolat. Mattojen valmistus sekä

kuljettajakoulutus -toimialat ovat saaneet melko tasaisesti ääniä niin nais- kuin miesinformanteiltakin. Yksikään miesinformanteista ei ole valinnut kyseessä olevan yrityksen toimialaksi taiteen ja musiikin koulutusta, naisistakin ainoastaan viisi on antanut äänensä tälle toimialalle. Ilmeisesti informanttien on ollut vaikea yhdistää *Mummoparkki*-nimeä taiteelliseen toimintaan.

Kyselyni toisessa kysymyksessä Mummoparkki-yrityksen perustaja vastaajien mielestä on aiempaan työhönsä (useimmiten mainittiin sairaan- ja lähihoitajan ammatteja) ja pieneen palkkaansa kyllästynyt henkilö: *Entinen hoitoalan ihminen, joka on perustanut sosiaalisesti aktiivisen kahvilan.* (N76-13); *Yrittäjä on ex-lähihoitaja/sh, joka on ollut pitkään hoitoalalla töissä sekä hoitanut yksinäisiä vanhuksia, naisia ja miehiä.* (N79-66); *joku sosiaalialan koulutuksen saanut nainen, joka kyllästyi sairaanhoitajien liian huonoon palkkaan* – – (N86-73).

Informanttien mielestä humoristinen ja sympaattinen Mummoparkki-yrityksen nimi kuvastaa myös yrityksen perustajaa. Hyvin moni kuvaili oletettua perustajaa huumorintajuiseksi, lempeäksi, herttaiseksi ja ikäihmisistä pitäväksi henkilöksi: *Hyväntahtoinen, hyväntuulinen, sosiaalinen* – – (N82-12); *Lähihoitaja tms, lämminhenkinen ihminen* (X95-61); *Tykkää herttaisista mummoista, jotka käyttävät rahaa tällaisiin palveluihin* (N91-67); *Huumorintajuinen, sosiaalinen, lämmin* (M69-81) ja niin edelleen. Ani harva kuvaili *Mummoparkki*-nimeä epätoimivaksi ja epämielekkääksi: *Jotenkin Mummoparkki nimenä luo minulle hieman negatiivisia tunteita, ikään kuin yrittäjä ivailisi vanhuksille eikä ehkä pitäisi heistä?* (N95--23); *Keski-ikäinen mukahauskas mies, joka tarjoaa aikuisopetusta.* (N94-79). He ovat kokeneet, että nimessä on loukkaava sävy, ja että se on tahditon.

Mummoparkki-yrityksen perustajaa 18 informanttia on nähnyt naisena: *Haluaa parantaa iäkkäiden naisten yksinäisyyttä. Luultavasti nainen, joka itsekin pitää käsitöistä.* (N92-2); *Perustaja voisi olla vanhempi nainen joka haluaa voimaantua ja koota mattointoilijoita yhteen.* (M97-27). Miesvastaajat eivät rajanneet perustajan sukupuolta mieheen, mutta neljä naisvastaajaa on kokenut tämän yrityksen perustajaksi nimenomaan miehen: *Nuorempia kuljettajantutkinnon suorittaneita miehiä, jotka ovat keksineet hauskan nimen yritykselleen.* (N97-6); *Neli viiskymppinen mies, joka on tajunnut, että keski-ikäiset naiset tarvitsevat oman paikan juhliä.* – – (N81-52). Viisi informanttia mainitsi, että perustajana voi olla niin mies kuin nainenkin: *Huumorintajuinen nainen tai mies* (N92-56); *Joku ihmisistä ja heidän tarpeistaan (nälkä ja väsymys) välittävä henkilö, mies tai nainen* (N80-70). Muut puhuivat perustajasta henkilönä sukupuolta mainitsematta.

Kolmannessa kysymyksessä 42 vastaajaa näki Mummoparkki-yrityksen asiakaskunnan koostuvan pääasiassa ikääntyneistä naisista: *Mummot, marttaihmiset ja askartelijat.* (N76-13); *Mummo-sana käyttö voi helposti rajata asiakkaita toisiin "mummoihin"* (M97-27); *Tyypillinen asiakas voisi olla*

selkeästi eläkeiän ylittänyt vanhempi nainen, joka ei suhtaudu itseensä liian vakavasti. (M91-29). Viisi informanttia mainitsi Mummoparkki-yrityksen asiakkaisiin kuuluvan niin naisia kuin miehiäkin: *mummoja ja miksei pappojakin* (X95-61); *Vanhempi nais- tai miesryhmä aikaa kuluttamassa.* (M69-81). Vain yksi informantti arveli, että tämän yrityksen asiakas on *Mieshenkilö, joka on uudelleen koulutautumassa.* (N94-79). Muut informantit eivät rajoittaneet yrityksen asiakaskuntaa sukupuolen mukaan, vaan he käyttivät yleisiä henkilökuvauksia.

Kolmannen kysymyksen yhdistävänä ajatuksena melkein kaikilla informanteilla oli, että he näkivät Mummoparkki-yrityksen asiakkaana vanhempaa väkeä: *Iloinen ja sosiaalinen, vanhenemisen hyväksyvä, leppoisa vanhus.* (N62-28); *Asiakkaat ovat vanhempia ihmisiä, jotka haluavat harrastaa erilaisia kädentaitoja.* (N92-63); *Ikääntynyt, suulas, tarkkaileva* (M79-77). Kyselyyn osallistuneiden joukossa oli kuitenkin niitäkin, jotka mielsivät Mummoparkki-yrityksen asiakkaiksi nuorempaa väkeä: *16-18 v. autokoulun asiakkaita* (N97-6); *Nuori ihminen joka haluaa oppia perinnekäsitöitä?* (N84-18). Osalle informanteista on muodostunut hyvin tarkka mielikuva tyypillisestä Mummoparkki-yrityksen asiakkaasta: *Paplarit* (N92-59); *harmaa, permanentattu tukka, joka on värjätty violettiin taittuvaksi; kulkee rollaattorin kanssa – –* (N86-73). He ovat valinneet yrityksen toimialaksi kahvila-ravintolat, eli voisi sanoa, että heidän kuvailemansa asiat ilmentävät heidän stereotypiaansa kahvilan tyypillisestä mummoasiakkaasta.

4.1.4. Pelinainen

Pelinainen-yhtiön toimiala on kahvila-, catering-, leipomo-, pitopalvelu- ja työmaaruokalatoiminta. Yrityksen y-tunnus on tullut voimaan 4.12.2006 ja tila on aktiivinen. Kauppalehdessä yrityksen perustajaa ei ole mainittu, mutta yrityksen postiosoite-kohdassa lukee suomalaisen naisen nimi. Oletan, että hän on perustanut tämän yrityksen. (Kauppalehti.) Kyselyssäni yritykselle Pelinainen antamani toimialavaihtoehdot olivat liikkeenjohdon konsultointi, kahvila-ravintolat, vaatteiden, sisustus- ja käyttöesineiden, huonekalujen vähittäismyynti sekä rahapeli- ja vedonlyöntipalvelut.

Ensimmäisessä kysymyksessä enemmistö (57 informanttia) on valinnut Pelinainen-yrityksen toimialaksi rahapeli- ja vedonlyöntipalvelut. Vastajat ovat perustelleet valintansa *pelin*-sanalla: *Sana 'peli' viittaa eniten tähän vaihtoehtoon ja herättää ajatuksia* (N94-7); *Nimi viittaa suoraan ja selkeästi toimialaan* (N91-26); *Pelinainen kuulostaa loogiselta ja rahapelit mainitsevat pelit.* (M97-27). Ensimmäisen kysymyksen valintaperusteluissa vain murto-osa on pohtinut nimen *nainen*-osaa: *Pelinainen luo minulle mielikuvan pelaavasta naisesta.* (N95-23); *Miljoonien internetin uhkapelifirmojen joukkoon mahtuu naisten pelaamiseen erikoistunut* (N80-4). Näiden naisinformanttien kommentteista tulee vaikutelma, että heidän mielestään uhkapeliä harrastavat

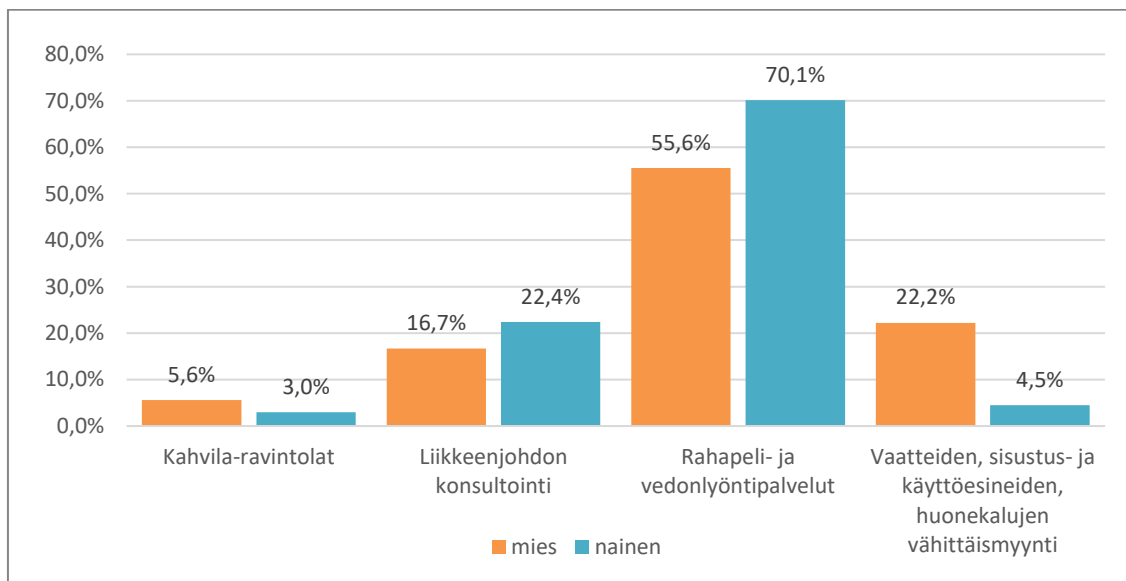
yleensä miehet, mutta tämä yritys on erikoistunut palvelemaan nimenomaan naisia, ja se ikään kuin avaa oven naisille pelimaailmaan.

Ensimmäisen kysymyksen valintojen perusteluissa miesinformantit eivät ole kommentoineet nimen *nainen*-osaa. Suurin osa heistä on yhdistänyt nimen *pelimies*-sanaan: *kuten pelimies* (M91-74); *Nimen Pelinainen tulkintaa ohjaa jonkin verran myös tässäkin tapauksessa vakiintuneempi ilmaisu pelimies, mutta tässä nimen alkuosa etualaistuu tulkintaa tehdessä* (M91-29); *Eri merkityksen omaavasta pelimiehestä johdettu vitsikkäästi* (M92-50). Heidän mielestään nimi on muunnettu versio *pelimiehestä*, minkä takia he ovat nähneet nimessä humoristista vivahdetta. He eivät kuitenkaan perustelleet, miten nimen humoristinen vivahde ja heidän valitsemansa rahapeli- ja vedonlyöntipalvelut -toimiala liittyvät toisiinsa. Myös naisvastaajat, jotka ovat valinneet yrityksen toimialaksi rahapeli- ja vedonlyöntipalvelut, ovat nähneet humoristista vivahdetta nimessä *Pelinainen: mukahaуска nimi, joka ei muihin sovi (tosin kun järkeilen, vastaisin Liikkeenjohdon konsultointi (ja omistaja olisi vihainen viisikymppinen nainen)* (N82-76). On mielenkiintoista huomata, että N82-76-informantin mukaan yrityksen toimiala vaikuttaa mielikuvaan sen omistajasta. Jos yrityksen *Pelinainen* toimiala olisi liikkeenjohdon konsultointi, tulee informantin mieleen "vihainen viisikymppinen nainen".

Ensimmäisessä kysymyksessä jäljelle jääneiden informanttien äänet ovat jakautuneet seuraavasti: liikkeenjohdon konsultointi (18), vaatteiden, sisustus- ja käyttöesineiden, huonekalujen vähittäismyynti (8), kahvila-ravintolat (3). Liikkeenjohdon konsultoinnin valinneet ovat perustelleet valintaansa mm. seuraavasti: *Nimityksestä tulee mieleen pukuun pukeutunut nainen.* (N92-2); *Ensimmäisenä tuli mieleen, että naiset mukaan "peliin". Peli tässä kontekstissa olisi johtamismaailma, jossa valtaosa miehiä.* (N97-6); *voisi olla humoristinen ja feministinen nimi miesvaltaisella alalla* (N91-62). *Pelinainen*-nimestä N92-2-informantille on tullut mieleen "pukuun pukeutunut nainen", mikä viittaisi bisnesmaailmaan, jossa vallitsee smart casual -tyyli. Informantit N91-62 ja N97-6 ovat sitä mieltä, että johtamismaailma on sukupuolittunut ala. Tästä tulee vaikutelma, että naisen asema johtamismaailmassa on heikko, ja hänen ajatellaan olevan ulkona "pelistä". Tämän takia onkin perustettu erillinen yritys, jossa nainen otetaan bisnesmaailman sisäpiiriin ja hyväksytään johtamismaailmaan. Muidenkin informanttien kommentteista ilmeni, että liiketoiminta olisi sukupuolittunut toimiala. *Pelinainen*-nimen perusteella vastaajat ovat päätelleet, että kyseessä olisi nainen, joka pyrkii "miehiselle" alalle, ja monen informantin kommentit vahvistavat olemassa olevaa stereotypiaa miesjohtajasta. Informantit ovat päätelleet nimen *nainen*-osan viittaavan naisen tarjoamaan liikkeenjohdon konsultointiin.

Liikkeenjohdon konsultoinnin valinneille *Pelinainen*-yritysnimestä on tullut mieleen seuraavanlaisia adjektiiveja: *Fiksulla naisella* – – (N62-28), – – *fiksun ja bisnesvainuisen naisen* (N98-24), – – *ammattitaitoisesta ja bisnessorientoituneesta yrityksestä* (N92-63). Jos rahapeli- ja vedonlyöntipalvelut -toimialan valinnee näkivät *Pelinainen*-nimen kautta nimenomaan yrityksen toimialan, niin edellä mainituissa vastauksissa vastaajat ovat pohtineet nimen kautta yrityksen perustajaa. Tässä tapauksessa informanttien valitsemat adjektiivit korostavat yrittäjän henkilökohtaisia ominaisuuksia ja yrityksen osaamisalaa.

Kahvila-ravintolat -toimialan valinneeita on vain kolme, vaikka tämä on juuri se oikea *Pelinainen*-yrityksen toimiala. Informantit ovat katsoneet kahvila-ravintola -toimialaa laajemmassa muodossa, ja *Pelinainen*-nimestä heidän mieleensä on tullut yökerho: *Yökerhon nimenä muoto sanasta pelimies* (N84-55), *Ensimmäisenä mieleen tulee yökerho* (N76-13). Mahdollisesti informantit ovat yhdistäneet *Pelinainen*-nimen yökerhoon siksi, että heille on muodostunut mielikuva paikasta, jossa on paljon miehiä houkuttelevia ”pelinaisia”. *Pelinainen* on todennäköisesti tuonut informanteille mieleen assosiaation sanasta pelimies halventavassa merkityksessä: ”miehestä joka pitää seksisuhteisiin pääsemistä eri kumppaneiden kanssa eräänlaisena pelinä t. kilpailuna, naissankari” (KS.)



Kuvio 5: Sukupuolijakauma toimialavalinnoissa, *Pelinainen*

On mielenkiintoista huomata, että miehistä 22,2 prosenttia (ks. kuvio 5) on valinnut *Pelinainen*-yrityksen toimialaksi vaatteiden, sisustus- ja käyttöesineiden, huonekalujen vähittäismyyntin, kun taas naisista ainoastaan 4,5%. Miesvastaajat ovat perustelleet valintansa näin: *Ainoa johon olisi jotain mieltä lisätä nais-liite* (M90-21); *Vaanhakantaisesti yhdistän mielessäni naiset ja vaatteet ym. toimialan kuvauksessa olevat aiheet. Intuitio.* (M79-77); – – *analogia "pelimiehen" luo mielikuvan, että kyseessä voisi olla liike, joka myy muodikkaita vaatteita meneville naisille* (M83-35). Informantit ovat sitä mieltä, että nainen ja vaateala kuulostavat yhteen sopivalta.

Heidän mielestään nimen *pel*-osa tuo nimeen charmia ja vihjailee menevästä naisesta, joka on verrattavissa "pelimieheen". Informantti M79-77 toteaa, että hän yhdistää "vanhakantaisesti – – naiset ja vaatteet", eli hänen mielestään nainen enemmän perustaa yrityksen, jossa keskitytään stailaukseen ja ulkonäöllisiin asioihin, kuin minkään muun alan yritystä.

Kyselyn toisessa kysymyksessä "Kuvaile lyhyesti, mitä nimen perusteella ajattelet yrityksen omistajasta tai perustajasta?" informantit ovat kiinnittäneet huomiotaan *Pelinainen*-nimen *nainen*-osaan: *Jakkupukuvamppi* (M90-21), *Määrätietoinen, Nainen* (N82-12), *Itsenäinen, vahva naishenkilö* (N95-20). Informanteista 39 on kokenut, että tämän yrityksen on perustanut nainen, todennäköisesti juuri sanassa esiintyvän *nainen*-sanana vuoksi. Informantit ovat painottaneet, että yrityksen perustaja ei ole mikään tavallinen vaan "määrätietoinen", "itsenäinen" ja "vahva" nainen, jolla on todennäköisesti jakkupuku päällä. Vastaajien mielestä nimi on rohkea, humoristinen ja poikkeava, joka ei pyri miellyttämään muiden mielipiteitä: *Hän on mahdollisesti nainen ... Kenties huumorintajuinen tyyppi, koska on ottanut yritykselleen nimen, joka saattaa tuottaa huonoja mielikuvia etenkin ehkä vanhoillisemmalle väestölle.* (N93-1).

Vastaajista vain kolme on nähnyt yrityksen perustajana miehen. *Pelinainen*-nimestä heidän mieleensä on tullut *Limainen keski-ikäinen äijä.* (M95-33); *Hän on todennäköisesti pelimies, joka yrittää houkutella naisia yrityksensä asiakkaisiksi.* (N82-76) ja *Mieshenkilö, joka on koukussa pornoon ja harrastaa irtosuhteita.* (N94-79). Nämä informantit eivät perustelleet valintaansa, mutta ensimmäisessä kysymyksessä he kaikki ovat valinneet yrityksen toimialaksi rahapeli- ja vedonlyöntipalvelut. Kommenttien sävystä huomaa, että tässäkin tapauksessa informantit ovat yhdistäneet *Pelinainen*-nimen *pelimies* sanan halventavaan merkitykseen. Informantit ovat päättelleet *Pelinainen*-yrityksen perustajan olevan mies vain, jos perustaja on jollain lailla seksiaddikti, kuten huomaa edellä esitetystä esimerkeistä, tai jos yrityksen toimiala on jollain tavalla liitoksissa seksiin: *Luultavasti naishenkilö, mies ei ehkä nimeäisi yritystä samoin, ellei kyseessä olisi jokin playboy-tyyppinen toimiala – –* (M96-64), *Jonkinlainen seurapalveluyrityksen perustaja, prostituoitu.* (M77-69). On mielenkiintoista huomata, että kumpikin informantti ensimmäisessä kysymyksessä on valinnut yrityksen toimialaksi liikkeenjohdon konsultoinnin. Ilmeisesti he ovat miettineet yrityksen perustajaa irrallisena ensimmäisestä kysymyksestä, eivätkä ole pohtineet sitä kautta perustajaa.

Naisinformanteista kuusi on ollut sitä mieltä, että tämän yrityksen perustajana toimii feministi: *Feministinainen, haluaa korostaa myös naisten kykyä olla johtoportaan* (N98-24), *Nimi kuulostaa väännökseltä sanasta "pelimies", joten ajattelen perustajan olevan feministi – –* (N91-62). Vastaajat kokevat, että perustaja vastustaa miesvaltaista maailmaa ja on luonut vastineen sanalle *pelimies*. Yksi vastaajista on nähnyt *Pelinainen*-yrityksen perustajassa miehisiä ominaisuuksia: – –

*perinteisesti miehiseksi miellettyjä ominaisuuksia, kuten vaikkapa tietynlaista häpeilemätöntä röyhkeyttä – – (M91-29). Moni vastaaja on maininnut yrittäjän ikää: Kolmekymppinen pokerihai (M95-46), todennäköisesti alle 40-vuotias itsevarma nainen. (M97-27). Moni on nähnyt perustajassa vahvoja ominaispiirteitä: Henkilö, joka luottaa itseensä ja tekemiseensä. (M69-81), Rohkea, häpeilemätön, itsenäinen. (M93-82). Yllä mainituissa esimerkeissä huokuu ajatus siitä, että informanttien mielestä perustaja ei ole tavallinen henkilö, vaan hän on rohkea ja itsevarma. Joidenkin informanttien mielestä yrityksen perustaja on joko halunnut provosoida yrityksen nimellä tai sitten yrityksen toimialassa on jotakin hämärää ja piilevää, koska *Pelinainen*-nimestä informanttien mieleen on tullut seurapalvelut tai playboy.*

Kyselyn kolmannessa kysymyksessä informantit pohtivat *Pelinainen*-yrityksen tyypillisintä asiakaskuntaa. 32 informanttia on sitä mieltä, että yritys kuulostaa naisille suunnatulta (N97-16). N64-9-informantti on todennut, että – – *nimi ei ehkä vakuuta miespuolisia yrittäjiä ehidän stereotyyppisen ajattelun vuoksi (ja tämä osoittaa minun stereotyyppistä ajattelua...)*. Toisin sanoen N64-9-informantin mukaan miespuoliset asiakkaat tietoisesti välttelisivät *Pelinainen*-yritystä, koska nimessä on *nainen*-sana, ja se stereotyyppisesti viittaisi naisille suunnattuun ja ikään kuin miehekkyyttä uhkaavaan yritykseen.

Selkeä kuvauskontrasti on nähtävissä kommenteissa, joissa informantit kertovat tyypillisen asiakkaan ominaisuuksista sidoksissa sukupuoleen. *Pelinainen*-yrityksen tyypillisintä naisasiakasta informantit ovat kuvailleet mm. seuraavasti: *Menevä ja rikas naispuolinen henkilö (N94-8); Rohkea, todennäköisesti naispuolinen (N95-20); Rempseä nainen 20-45 v. Pitää yöelämästä ja musiikista. (M93-82)*. Kuten voi huomata, kommentit naisasiakkaista ovat hyvin positiivisia, toisin on miespuolisten asiakkaiden kuvausten laita – *viisikymppinen kaljamahainen mies joka häviää rahansa. (M95-46); Surkea mies, joka lankeaa pelinaisen pauloihin! Tai tarvitsee tämän apua bisnesten hoitamiseen. (N94-48); Avioliittoonsa kyllästynyt keski-ikäinen varakas mies tai ujo varakas sinkkumies, joka hakee seksiseuraa "pelinaiselta". (M77-69)*. *Pelinainen*-yrityksen miesasiakkaan informantit ovat nähneet miltei epätoivoisena, surkimuksena ja luuserina. Vastaajat ovat nähneet *Pelinainen*-yrityksen joko tämän epätoivoisen miehen "pelastajana" tai syynä hänen surkeuteensa.

Moni informantti on maininnut, että *Pelinainen*-yrityksen tyypillisin asiakas ei omaa korkeakoulututkintoa: *Ei kovin korkeasti koulutettu (N82-12); Kenties matalatuloinen ja vähän koulutettu (N96-14); Nainen, ei korkeakoulutusta (M95-22)*. Ilmeisesti tämä ajatus juontaa juurensa *Pelinainen*-nimen yhdistämisestä pelimieheen sen halventavassa merkityksessä. Yrityksen toimialaksi rahapeli- ja vedonlyöntipalvelut valinneille on tullut mieleen varakas ja elämäänsä jännitystä kaipaava asiakas. Tämä johtunee kyseessä olevan toimialan herättämistä mielikuvista.

4.1.5. Siskon eurosysteemit

Siskon eurosysteemit -yhtiön toimiala on kääntäminen ja tulkkaus. Yrityksen y-tunnus on tullut voimaan 04.09.2002 ja tila on aktiivinen. (Kauppalehti.) Yhtiön oman toimialan lisäksi vaihtoehtoisina toimialoina kyselyssäni olivat henkilöstövuokraus, ohjelmatoimistot ja manageripalvelut sekä asuntojen ja asuinkiinteistöjen hallinta. Patentti- ja rekisterihallituksen Virre-palveluun annetun -sähköpostiosoitteen perusteella yrityksen nimessä onkin perustajan oma nimi *Sisko*, eli nimessä siis ei välttämättä viitata sisarukseen. Aineistosisältöä suunnitellessani päätin ottaa tämän nimen kuitenkin mukaan, koska halusin tietää, mitä vastaajat ovat mieltä tämän yrityksen nimestä. Informanttien vastausten perusteella tämä nimi aiheutti hankaluuksia toimialavalinnassa, koska empiminen paljastui valtaosassa vastauksista: *muut kuulostivat vielä kauempaa haetuilta* (N93-1), *ihan arpomalla valitsin* (N94-32), *Veikkaus*. (N91-67), *Ei sopinut muihin, eikä yleisesti sanoen asiallinen nimi* (M93-82) ja niin edelleen.

Miltei puolet informanteista (43) on valinnut yrityksen toimialaksi ohjelmatoimistot ja manageripalvelut. Heidän valintaperustelunsa ovat hyvin analogisia, koska vastaajat ovat assosioineet *euro* ja *systeemit* -sanoja manageripalveluihin. Informanttien kommentteissa toistuivat usein seuraavat sanat ja niiden synonyymit: *euro, raha, erilaiset ohjelmistot, kansainvälisyys, kaupan ala, it-ala, arvopaperikauppaa*, esimerkiksi *Eurosysteemit = autetaan eurojen hallinnassa*. (N97-6); – – *sana "euro" yhdyssanassa "eurosysteemi" voisi viitata Euroopan laajuiseen liiketoimintaan esim. juuri manageripalvelujen alalla*. (M91-29); *"eurosysteemien" koen viittaavat Suomen rajojen ulkopuolelle ulottuviin toimintoihin*. (N72-49). Tämän toimialan valinneista informanteista ainoastaan yksi on huomionnut nimen *Sisko*-etuosan: *Kvinnligt* (M71-78). M71-78-informantin sanavalinnasta voisi päätellä, että hänen mielestään vain naiset voivat perustaa tämän nimisen yrityksen.

Ohjelmatoimistot ja manageripalvelut -toimialan valinneista osa oli sitä mieltä, että *Siskon eurosysteemit* -nimi sopii huonosti mihinkään tarjolla olevista toimialoista. Paremman puutteessa he ovat kuitenkin kääntyneet tämän toimialan puolelle, esimerkiksi *Lähinnä koska nimi ei muistuta mitään muuta vaihtoehtoa ja en tiedä mitä ohjelmatoimistot tekevät*. (N84-18); *Ei oikein mitään noista, mutta tämä ehkä eniten*. (M95-33). Osa heistä on kuitenkin päätenyt valitsemaan ohjelmatoimistot ja manageripalvelut -toimialaa *euro* ja *eurosysteemit* -sanojen vuoksi, esimerkiksi *Ei nimi tähänkään sovi – – Valitsin tämän lähinnä euron takia*. (N92-2); *Minusta nimi sopii huonosti mihinkään tarjolla olevista vaihtoehtoista, – – Hetken mieittäjänin sana "euro" yhdyssanassa "eurosysteemi" voisi viitata Euroopan laajuiseen liiketoimintaan esim. juuri manageripalvelujen alalla*. (M91-29); *En valitsisi mitään mutta varmaan tämä koska euro voisi liittyä rahaan* (X95-61).

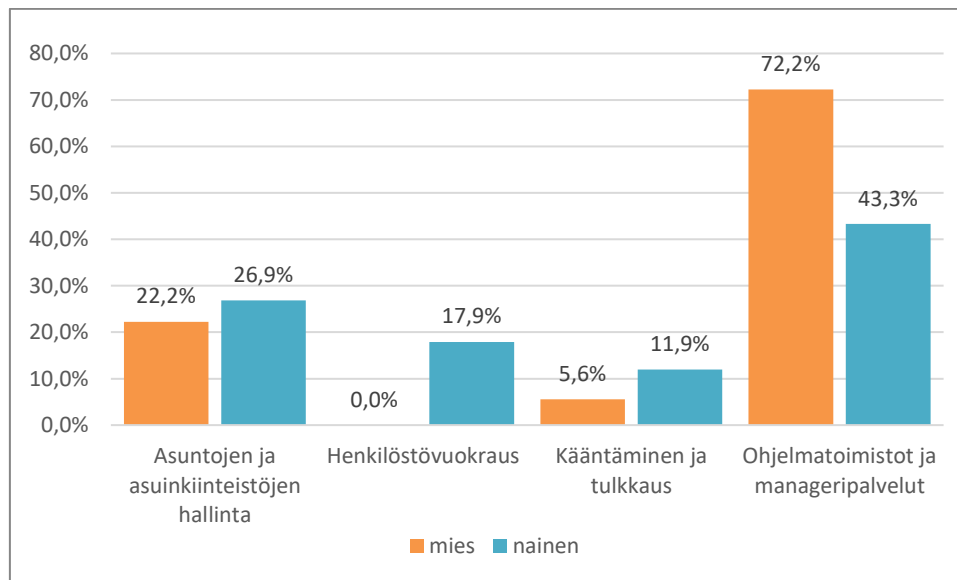
Yksikään miesvastaajista ei ole valinnut yrityksen toimialaksi henkilöstövuokrausta, mutta naisvastaajista 12 on päätenyt tähän toimialaan. Naisinformantit ovat perustelleet valintansa mielikuvilla sanasta *sisko*: *Siskosta tulee mieleen, että auttaa ja eurosta tulee mieleen työt* (N94-3), *Siskon eurosystemit kuulostaa siltä, että joku haluaa auttaa siskoaan tienamaan rahaa tai että joku on kiinnostunut jonkun toisen tienesteistä.* (N81-52). Vastaajille on tullut mielikuva naisesta, joka hallitsee rahankäyttöä ja joka voi jopa tarjota töitä läheisilleen. Tässä korostuu isosiskon asema perheessä: hän on auttavainen ja pelastaa sisaruksiaan rahapulasta auttamalla heitä ja tarjoamalla heille työtä. Moni tämän toimialan valinneista on luottanut vain intuitioonsa, eivätkä he perustelleet valintaansa sen tarkemmin: *Tuntui sopivimmalta* (N96-14); *Tuntui loogisimmalta* (N98-85).

Asuntojen ja asuinkiinteistöjen hallinnan on valinnut 22 informanttia. He ovat nähneet *Siskon eurosystemit* -nimessä *sijoittamisen, myymisen tai rahan: Eka mitä mieleen tuli oli sijoittaminen.* (N76-13); *Loppuosa viittaa laskentaan* (M95-22); *Euro viittaa rahaan* (M95-30); *eurosystemit -> asuntokauppa ulkomailla?* (N81-83). Moni näistäkin informanteista on kokenut, että mikään vaihtoehtoista ei sovi kyseiselle yrityksen nimelle, mutta annetuista vaihtoehtoista he ovat päätenneet asuntojen ja asuinkiinteistöjen hallinnan -toimialaan: *muut kuulostivat vielä kauempaa haetuilta.* (N93-1); *Mielestäni ei tämäkään, mutta joku piti valita* (N94-7); *"euron" voi panna mihin vain, samoin systeemin; ehkä sopii tähän parhaiten* (M90-21).

N64-9-informantti on sitä mieltä, että – – *Naisia saattaa olla kiinteistöpalvelujen vetäjinä, siksi.* Ilmeisesti yrityksen nimen *sisko*-sanana vuoksi N64-9-informantti on kokenut, että yrityksen toimialan pitäisi olla jollain tapaa liitoksissa naiseen tai että naisella pitäisi olla tärkeä rooli yrityksen toiminnassa. Hän on päätellyt, että juuri asuntojen ja asuinkiinteistöjen hallinta -toimialassa voisi olla naisjohtaja. Tästä tulee vaikutelma, että muissa toimialavaihtoehtoissa tuskin voi olla naisia johtaja-asemassa. Muista asuntojen ja asuinkiinteistöjen hallinnan valinneista kukaan ei ole tulkinnut yrityksen nimen *sisko*-osaa.

Vähimmälle suosiolle kyselyssäni on jäänyt kääntäminen ja tulkkaus -toimiala: sen on valinnut vain yhdeksän informanttia. Heille nimestä on tullut mieleen *Euroopan kielet ja kieli systeeminä: Viittaa euroopan kieliin ja eu-'tulkkauskeeseen* (N82-12); *Kieli on systeemi, nimi voisi viitata Euroopan kieliin.* (N94-48); *Eurokielten käännöstä* (M77-69). Yksi informanteista tuntui tietävän, mistä *Siskon eurosystemit* -nimessä on kyse: *systemit viittaa käännösmuisteihin ym. alalla käytettäviin apuvälineisiin* (N68-84). Todennäköisesti N68-84 on käännösalan ammattilainen. Yritin etsiä tietoa tästä termistä, mutta en valitettavasti löytänyt mitään, joten en voi tietää, pitääkö kyseinen väittäjä paikkansa.

Kuvio 3 (ks. alla) havainnollistaa, mitä miesinformantit (14) ovat selkeästi suosineet ohjelmatoimistot ja manageripalvelut -toimialaa, eikä yksikään heistä ole valinnut Siskon eurosysteemit -yrityksen toimialaksi henkilöstövuokrausta, eli miesten mielestä yritys ei kuulosta henkilöstövuokrausalalta. Naisinformanttien äänet ovat jakautuneet tasaisemmin kuin miesten eri alojen välillä, mutta heidänkin suosionsa on noussut ohjelmatoimistot ja manageripalvelut -toimiala.



Kuvio 6: Sukupuolijakauma toimialavalinnoissa, *Siskon eurosysteemit*

Kyselyni toisessa kysymyksessä 44 vastaajaa (joista miehiä 12) näkee Siskon eurosysteemi -yrityksen perustajan naisena, esimerkiksi *naispuolinen* (M91-74), *Yrittäjänainen – –* (N97-6), *perustaja on keski-ikäistä jopa reilusti nuorempi nainen – –* (N98-24), *En lesbisk kvinna* (M71-78). On ilmeistä, että vastaajia on ohjannut nimessä esiintyvä *sisko*-sana. Hyvin moni vastaajista on maininnutkin, että heille on tullut mieleen naisen nimi *Sisko*: *– – ehkä nimeltään Sisko* (N98-24); *– – Sisko voisi viitata nimeen Sisko.* (M95-30), *Sisko on 60-vuotias mummo, koska oman mummoni nimi on Sisko.* (M95-33); *”Sisko” kuulostaa vanhemman naisen nimeltä – –* (M83-35); *Ajattelen, että ”Sisko” voisi viitata etunimeen ennemmin kuin sisareen, koska muuten nimi kuulostaa liian erikoiselta – –* (N91-62).

Ne informantit, jotka ovat nähneet Siskon eurosysteemit -yrityksen perustajan naisena, ovat maininneet myös naisperustajan oletetun iän: *Vanhempi nainen.* (M94-11), *keski-ikäinen nainen* (N64-9); *Alle 30-vuotias vastavalmistunut nainen* (N92-25); *Vanhempi suomalainen nainen* (M95-30), *Noin 40v nainen* (N92-56); *nuori nainen – –* (N98-85). Perustajan oletettu ikähaarukka on laaja, koska toiset näkevät perustajana nuoren naisen ja toiset taas keski-ikäisen tai vanhemman naisen.

Osa vastaajista kuvailee oletettua perustajaa tekijä-sanoilla tai adjektiiveilla: *Kansainvälisesti suuntautunut, kielitaitoinen asiantuntija.* (M69-81), *Ei tiedä mitä tekee, sinnikäs, stressaantunut* (M79-77), *Nuori, juuri valmistunut saksan osaaja* (N76-40), *Huumorintajuinen, rempseä ja lingvistisesti taitava.* (N94-48). He eivät mainitse perustajan sukupuolta, vaan neutraalisti puhuvat perustajasta persoonana.

Kuten jo monesti on käynyt ilmi, informanttien on ollut vaikea päätellä *Siskon eurosysteemit* -nimen perusteella yrityksen toimialaa. Tämä heijastui myös toisen kysymyksen kommentteissa, koska osa on haukkunut perustajaa nimen epätoimivuudesta: *eivät osaa valita iskevää nimeä, useampi perustaja?* (N97-16); *Että hän ei tiedä miten keksiä napakka ja informatiivinen yritysnimi. Mutta hei, ehkä en ole hänen kohderyhmäänsä.* (N84-18); *Epäselvä, epätarkka. Yrityksen nimen pitäisi kuvata toimintaa.* (N95-20); *Yrityksen nimi on niin ontuva, etten ajattele yrityksen omistajaa tai perustajaa kovinkaan osaavaksi.* (N86-53). Joidenkuiden informanttien mielestä *Siskon eurosysteemit* -nimisen yrityksen perustaja on kuitenkin kekseliäs: *Avarakatseinen ja moderni. Eurosentriinen.* (N91-26); *Perustaja haluaa osoittaa, että kyseessä on jotain naisellista. Silti, nimi on asiallinen ja se antaa kuvan naisesta, joka osaa markkinoida yritystään.* (M97-27); *Huumorintajuinen, rempseä ja lingvistisesti taitava.* (N94-48).

Kolmannessa kysymyksessä informanttien piti kuvailla, millaisena he näkevät *Siskon eurosysteemit* -yrityksen tyypillisen asiakkaan. Jos Pelinainen-yrityksen kohdalla moni informantti mainitsi, että se olisi erikoistunut palvelemaan nimenomaan naisasiakkaita, niin tässä tapauksessa vastaajat eivät katsooneet *Siskon eurosysteemit* -yrityksen keskittyneen naisasiakkaiden palveluun, mutta he ovat kuitenkin rajoittaneet asiakaskuntaa naispainotteiseksi (12 informanttia): *Tuolla nimellä ei voi houkutella muita kuin keski-ikäisiä naisia* (N64-9); *Nuoria korkeasti koulutettuja naisia* (N76-13); – *tyypillinen asiakas voisi olla nainen, johon naistenvälinen solidaarisuus vetoaa.* – – (M91-29); *Palvelu vaikuttaa naisille kohdennetulta, joten varmaankin nainen.* (N97-58). Joidenkin vastaajien mielestä nimessä esiintyvä *sisko*-sana ei karkota miesasiakkaita: *Moniin voi perustua naisellisuus jota sana sisko" esittää, mutta nimi tuskin karkottaa miehiä täysin pois,* (M97-27); *Nuoret 18-25-vuotiaat naiset ja miehet* (N81-52).

Osalle vastaajista on muodostunut konkreettinen näkemys *Siskon eurosysteemit* -yrityksen asiakasryhmästä: *Korkeasti koulutettu henkilö, joka tarvitsee kyseistä palvelua.* (N93-5); *Suomalaiset taiteilijat, joita ei vielä tunneta niin hyvin.* (N97-6); *Viihdejulkkis, esim. TIS-sinkku.* (N93-43). Tämän informantin käyttämä lyhenne TIS tarkoittanee Temptation Island Suomi -viihdeohjelmaa, joka Nelosen verkkosivun mukaan on "kiimaisen somesuosion saavuttanut huippureality". Kuten vastauksista voi huomata, niissä ei ole yhtenäistä piirrettä siitä, millaiset asiakkaat hakeutuvat tämän

yrityksen asiakkaiksi. Moni on väittänyt, että yritys tarjoaa halpaa palvelua: *Henkilö, jolla ei ole varaa parempaan.* (N91-39), *Tyypillinen asiakas varmaan on halvan hinnan perässä.* (N86-53).

4.1.6. *Tunturin tyttö*

Tunturin tyttö -yrityksen toimiala oli mattojen valmistus, jonka toimialakuvauksiin kuuluvat myös käsitöiden suunnittelu ja valmistus; erilaisten käsityökurssien järjestäminen ja pito; majoitusta ja siihen liittyviä palveluja (ruoka, retket). Y-tunnus on tullut voimaan 20.05.2005 ja yritys on lakkauttanut toimintansa. (Kauppalehti.) Yhtiön oman toimialan lisäksi vaihtoehtoisina toimialoina kyselyssäni olivat valokuvaamot ja muu kuvaustoiminta, taiteellinen toiminta sekä eläinten hoito.

Ensimmäisessä kysymyksessä eniten ääniä (37) saanut toimiala on taiteellinen toiminta, koska hyvin monien informanttien korvaan *Tunturin tyttö* - - kuulostaa ihan jonkun taualun nimeltä ja viittaa taiteeseen (N98-24); *Kuulostaa taiteelliselta* (N91-26); *Tunturi viittaa luontoon --> taiteeseen* (M95-30); *nimimerkki mahdollistaa monenlaisen toiminnan kulttuuri- ja taidealalla* (N82-76). Tämän toimialan valinneista informanteista ainoastaan yksi on kiinnittänyt huomiota nimen *tyttö*-osaan: *tyttö ei ole kovin vastuullinen ja luotettava toimija* (N91-39). Ilmeisesti N91-39 tarkoitti, että annetuista toimialavaihtoehdoista taiteellinen toiminta vaatii vähiten vastuullisuutta, minkä takia hän onkin valinnut juuri sen *Tunturin tytön* toimialaksi.

Osalle informanteista *Tunturin tyttö* -nimi on tuonut konkreettisia asioita mieleen, esimerkiksi yhdelle on tullut mieleen kahvimainos: *Tulee luultavasti siitä kahvimainoksesta, jossa tyttö tekee käsityönä koruja.* (N92-2). Toiselle on tullut mieleen Tunturi-polkupyörä: *Tästä tulee mieleen Lapissa oleva kahvila, mutta oikeasti tämä voisi olla ihan mikä vain, toki Tunturi-pyöriinkin liittyvä, mutta luultavasti kertoisi vain yrittäjästä tai siitä, mikä mielikuva yrityksestä halutaan antaa.* (N80-70).

Ensimmäisen kysymyksen toimialavaihtoehdoista toiseksi suosituin oli eläinten hoito, joka sai 20 ääntä. *Tunturin tyttö* -nimi on informanttien mielestä luonnonläheinen, ja *tunturi*-sanasta heille on tullut assosiaatio porosta: *tunturista tulee mieleen poro* (N94-3); *Naispuolinen poronhoitaja haluaa erottua nimellään* (N82-4); *Poronhoidon lomittaja* (M77-69). N82-4-informantti tarkoittanee *Tunturin tytön* yrittäjän korostaneen sukupuoltansa yrityksen nimessä, koska stereotyyppisesti ajatellaan, että poronhoitajina toimivat yleensä miehet. Tämä yrittäjä on halunnut erottua muiden poronhoitajien joukosta ja korostaa, että hän ei olekaan mies, vaan nainen.

Muutamit muutkin eläinten hoito -toimialan valinneista ovat kiinnittäneet huomiota yritysnimen *tyttö*-osaan. Esimerkiksi N93-86-informantille *Tunturin tyttö* -nimestä on tullut mieleen *maanläheinen, luonnonläheinen kuvaus (kasvanut luonnossa, tunturien läheisyydessä), Pocahontas, Ronja Ryövärintytär* (N93-86). Niin Disney-elokuvan hahmo Pocahontas kuin lastenkirjan hahmo

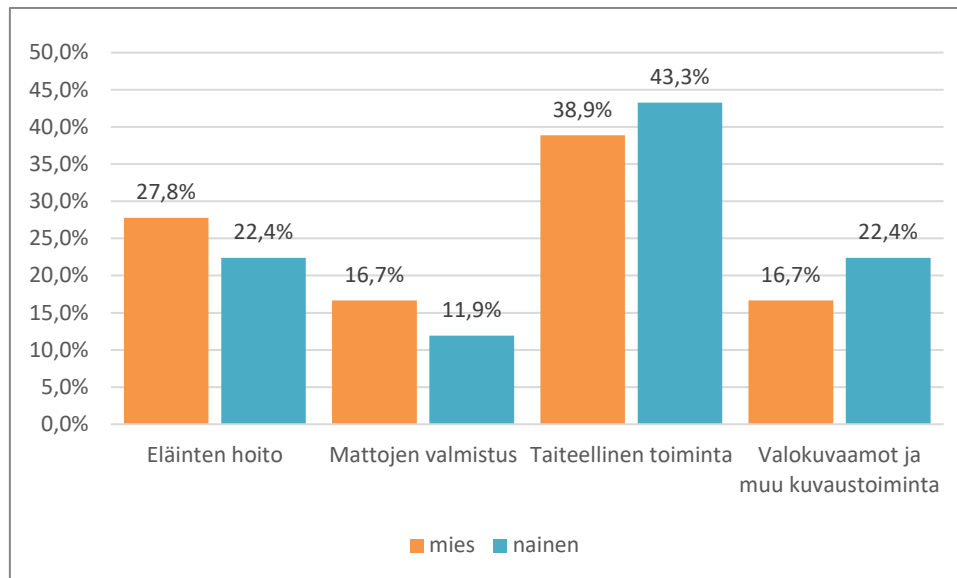
Ronja Ryövärintytärkin ovat luonnon- ja maanläheisiä, rohkeita tyttöhahmoja. Ilmeisesti *Tunturin tyttö* -nimestä N93-86-informantille on tullut vastaavanlainen assosiaatio eläinhoitajayrittäjästä, joka rohkeasti tuo esiin sukupuolensa yrityksen nimessä. Myös N94-48-informantti on huomionnut nimen *tyttö*-osan: *Tunturilla hoidetaan eläimiä ja tyttö se vasta hoivaava "onkin"*. N94-48 on laittanut *onkin*-sanan lainausmerkkeihin, mutta ei selventänyt niiden käytön merkitystä. Kyse ei kuitenkaan voi olla suorasta lainauksesta, eli luultavasti tässä yhteydessä *onkin*-sana on tulkittavissa poikkeavassa merkityksessä: joko informantti on halunnut osoittaa epäilystään väittämänsä asiaa kohtaan tai vain korostaa kyseistä sanaa lauseessa.

Valokuvaamot ja muu kuvaustoiminta -toimialan on valinnut 18 informanttia. He olivat lähestulkoon yksimielisiä siitä, että *Tunturin tyttö* -nimestä tulee mieleen luontokuvaus: *Kuvia Lapin luonnosta*. (N93-1), *Koska tunturi on maisemointia, ja siten kuulostaa valokuvausasemalta*. (N96-19). Informanttien mukaan *Tunturin tyttö* -nimi on toimiva ja taiteellinen: *mystisyys ja persoonallinen nimi voisi vedota kuluttajiin* (N94-32), *ehkä nimi viittaa luovuuteen*. (N86-53). M95-46-informantin mielestä *Tunturin tyttö* -nimi *Vaikuttaa tietoiselta henkilöbrändämiseltä*. (M95-46). Hänen toimialavalintaansa nojaten voisi päätellä, että M95-46 on nähnyt *Tunturin tyttö* -yrityksen takana mallityön, joka haluaa erottua kovassa kilpailussa markkinoimalla itseään luonnon- ja maanläheiseksi.

Mattojen valmistus -toimiala on kerännyt kaikista vähiten ääniä (11), vaikka tämä on oikea yrityksen toimiala. *Tunturin tyttö* -nimestä heille on tullut mieleen saamelaisuus ja lappalaisuus yhdessä perinteiden ja käsityön kanssa: *Mieleen tulee käsityöt* (N95-20); *Jotain tunturimattoja valmistetaan* (M95-33); *Saamelaisperinnettä?* (M96-64). Osa informanteissa on päätenyt valitsemaan yrityksen toimialaksi mattojen valmistuksen sattumanvaraisesti, koska *Tunturin tyttö* -nimi heidän mielestään voisi sopia mihin vaan toimialaan: *Nimi on hyvin geneerinen, ei oikein anna minkäänlaista vinkkiä tai miellelyhtymää. Siksi villi arvaus*. (M92-50), *en tiedä miksi* (N81-83).

Oli mielenkiintoista huomata, että melkein jokaisen toimialan valinneiden joukossa oli jonkin verran matkailualaa aistineita. Kauppalehden mukaan *Tunturin tyttö* -yrityksen toimintaan kuuluukin majoitusta ja siihen liittyviä palveluja (ruoka, retket). Valokuvaamot ja muu kuvaustoiminta -toimialan valinnut M91-29 kirjoittaa näin: *Nimi olisi mielestäni sopinut parhaiten esim. matkailualan yritykselle, mutta sopisi esimerkiksi lappilaiselle valokuvaamolle*. (M91-29). Eläinten hoito -toimialan valinnut M69-81 on nähnyt eläinhoitolan toimivan yhdessä matkailualan kanssa: *Tämä ehkä liitettyä matkailutoimintaan*. (M69-81). Taiteellinen toiminta -toimialan valinneet ovat kuvanneet valintaansa muun muassa seuraavasti: *Matkamuistoja turisteille mm.* (N79-65), *Runollinen nimi, ensinnä veikkaisin matkailualaa mutta ellei niin tämä kai* (M83-35). On

hyvin todennäköisestä, että informantit ovat yhdistäneet Tunturin tyttö -yrityksen toiminnan matkailualaan *tunturi*-sanan vuoksi. He ovat siis assosioineet tunturin maisemalliseen matkustuskohteeseen, joka houkuttelee turisteja luokseen. Heidän mielestään tämä yritys vaikuttaa ensisijaisesti toimivan matkailuyrityksenä, ja kaikki muu toiminta on sivubisnestä. Yksikään näistä informanteista ei ole kommentoinut, miten nimen *tyttö*-osa liittyisi matkailualaan.



Kuvio 7: Sukupuolijakauma toimialavalinnoissa, *Tunturin tyttö*

Kuten kuviosta 7 on nähtävissä, toimialavalinnoissa sukupuolten välillä ei ole kovin isoja eroja, ja jokainen toimiala on saanut melko tasapuolisesti ääniä niin nais- kuin miesvastaajiltakin. Kummankin sukupuolen enemmistö on ollut sitä mieltä, että taiteellinen toiminta voisi olla *Tunturin tyttö* -yrityksen oikea toimiala. Ani harva on yhdistänyt *Tunturin tyttö* -nimen mattojen valmistukseen, vaikka se on tämän yrityksen oikea toimiala.

Kyselyni toisessa kysymyksessä 57 informanttia on nähnyt *Tunturin tyttö* -yrityksen perustajana naisen. Kukaan heistä ei kuitenkaan ole maininnut, että olisi poissulkenut kokonaan miesperustajan nimessä esiintyvän *tyttö*-sanan vuoksi. Jäljelle jääneet muut informantit eivät maininneet perustajan sukupuolta lainkaan, vaan puhuivat yleisesti mm. *yrittäjästä*, *lappilaisesta* tai *taiteilijasta*. Yhdistävänä tekijänä vastaajien kommentteissa oli, että perustaja on *nuori*, *Lapista kotoisin* tai *sinne muuttanut henkilö*: Hän on lappilainen profoteministi-porinhoitaja (N82-4); Nuori Nainen, pohjois-Suomesta, luonnossaliikkuja, luova, taiteellinen, ekologiset arvot, vähän hippy (N82-12); Joku lappilainen tyty. (M95-33).

Ominaisuuksiltaan perustaja vastaajien mielestä on ainakin reipas ja taiteellinen: *Nuori, naispuolinen, herkkä, taiteellinen, lappalainen* (N96-14); *Nuorekas ja pirteä kuitenkin, koska yrityksen nimessä on "tyttö"*. (N91-26); *Perustaja on nuori, energinen tyttö, joka tykkää luonnosta. Tulee hyvin toimeen*

kaikken kanssa. (M97-27.); *Pohjoissuomalainen riuska lomittajanainen.* (M77-69). Informanttien kommentteista huomaa, että heidän ajatuksiinsa on vaikuttanut yritysnimen *tyttö*-osa, he usein kuvaavat perustajaa nuoreksi, luonnonläheiseksi ja topakaksi. Informanttien mielestä Tunturin tyttö -yrityksen *tyttö*-osa kuvaa enemmän itse perustajaa kuin odotettua asiakaskuntaa, perustaja ikään kuin mainostaa itseään yrityksen nimessä: *Itsensä eksoottiseksi Lapin tytöksi brändännyt nuori nainen, joka on muuttanut Lappiin valmistuttuaan valokuvaajaksi. Jos olisi alunperin Lapista, ei kokisi niin suurta tarvetta brändätä itseään tunturiin.* (N93-1.)

Kolmannessa kysymyksessä informanttien mielestä Tunturin tyttö -yrityksen tyypillinen asiakas on luontoa rakastava ja taiteellinen: *ihminen joka kaipaa pohjoisen elämyksiä* (N97-16), *Taiteen ostaja.* (N91-39). Informanteista 15 koki, että tämän yrityksen asiakas on todennäköisesti naispuolinen: *Korkeakoulutetut 25-60-vuotiaat naiset. Suomalaista suunnittelua, samantyylinen yritys kuin Marimekko tai Ivana Helsinki.* (N93-43.), *Varmaan naiset, mutta tällä kertaa saattaisi olla mikä ikäryhmä tahansa.* (M89-80). Viisi vastaajaa mainitsi, että asiakkaana voisi olla niin nainen kuin mies: *Joku tunturin tyttöä säälivä vanhempi nainen tai mies.* (N86-10), *Sellinen, joka hakee taidetta ja taiteellisuutta elämäänsä. Hipihtävä mies tai nainen, tai rikkaampi naishenkilö.* (N91-26.) Suurin osa informanteista oli sitä mieltä, että asiakkaana voi olla kuka tahansa. He kuvailivat *Tunturin tytön* tyypillistä asiakasta *kaupunkilaiseksi, turistiksi, sisustajaksi, taiteelliseksi, design-tietoiseksi, luonnonläheiseksi ihmiseksi.*

4.2. Maskuliinisia ilmauksia sisältävät yritysnimet

4.2.1. *Boyvisio*

Boyvisio-yrityksen toimiala on valokuvaamot ja muu kuvaustoiminta ja sen y-tunnus on tullut voimaan 24.11.1999. Yrityksen tila on aktiivinen. Boyvisio-yrityksen toimintaan kuuluu myös mainosten, painotuotteiden ja yritysgrafiikan suunnittelu ja tulostaminen sekä yrityskuvamuokkaus. (Kauppalehti.) Yhtiön oman toimialan lisäksi vaihtoehtoisina toimialoina kyselyssäni olivat parturit ja kampaamot, urheilu- ja liikuntakoulutus sekä vaatteiden, sisustus- ja käyttöesineiden sekä huonekalujen vähittäismyynti.

Kyselyssäni informanttien suosiossa olivat kaksi toimialaa, parturit ja kampaamot, jonka valitsi 39 informanttia, ja valokuvaamot ja muu kuvaustoiminta, joka sai 33 ääntä. *Boyvisio*-nimi on tuonut informanttien mieleen parturi-kampaamon mm. seuraavista syistä: *"Visio" viittaa johonkin ulkoiseen ja silmillä havaittavaan. Kulissi.* (N92-25); *Boy:sta tulee mieleen joku ei-niin-miesten ala, kuten*

parturikampaaja (M95-33); *boy* kuulostaa vähän gayltä valinnalta, joten tätähän siis pitää joku homppeli tyyppi, koska miehiset miehethän ei voi alkaa parturi-kampaajiksi (N86-73). Kuten kommenteista huomaa, *boy* ja *visio* -sanojen yhdistelmä on vaikuttanut informanttien toimialavalintaan. Parturi-kampaamo-vastaajien mielestä ei ole miehinen ala, ja heidän perusteluistaan tuli vaikutelma, että stereotyyppisesti alan miespuolisia työntekijöitä yleensä pidetään homoseksuaaleina: *Tyylikkääät nuoret (homoseksuaalit) miehet ekana mieleen.* (N76-13), *nimi viittaa mielestäni homoseksuaalin yksilön yritykseen ja stereotyyppisesti ajateltuna kampaamoala tuntuu sopivan tähän genreen.* (N72-49).

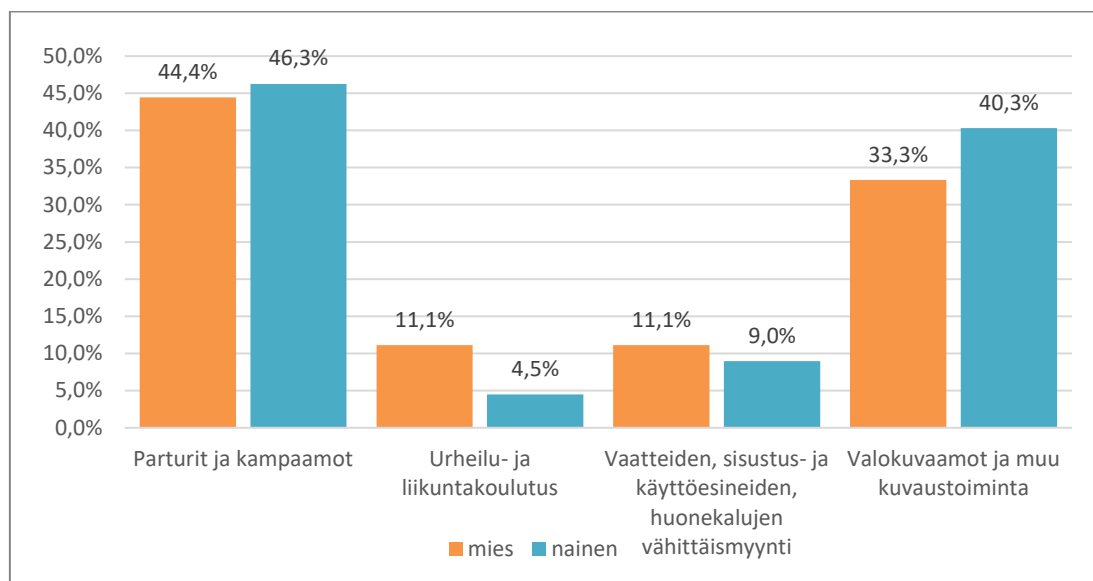
Parturi-kampaamo-toimialan valinneet olivat eri mieltä nimen toimivuudesta, toiset näkivät nimen houkuttelevana: *nuorekas, raflaava nimi* (N81-83), kun taas toiset eivät pitäneet nimestä: *Kamalia nimiä löytyy muitakin* (N79-65), *Kämäinen muotiparturinimi.* – – (M93-82). Informanttien kommenteista huomaa ajatuksen siitä, että parturi-kampaamoilla on yleensä epätoimivat ja enemmän muoti-ilmiölliset nimet. Informanttien mielestä *Boyvisio*-nimi on puhutteleva, ja *boy* ja *visio* sanojen yhdistelmä ei ole yhteen sopivia, mutta parturi-kampaamo-alalle vastaava nimi käy.

Valokuvaamot ja muu kuvaustoiminta -toimialaa valinneita informantteja on ohjannut nimen *visio*-sana: *"Visiosta" tulee media-ala mieleen...* (M83-35), *Visio viittaa johonkin visuaaliseen.* (N86-53). Näistä informanteista vain kolme on kiinnittänyt huomionsa *Boyvisio*-nimen maskuliiniseen ilmaukseen *boy*: *Trendikäs ja vetävä nimi. Miesten kuvauksiin erikoistunut.* (N93-1); *Nimi vaikuttaisi olevan yhdistelmä sanoista boy ja visio, mistä tulee mieleen televisio, mistä taas tulee mieleen viedokuvaaminen.* (M91-29); *Nuorten miesten televisio- tai kamerakauppa.* (N80-70). Tämän toimialan valinneista informanteista vain yhden mielestä *Boyvisio*-yritys on erikoistunut miesten kuvaamiseen, toisten mieleen on tullut itse kameran takana oleva mies, joka kuvaa videoita tai myy kuvausvälineitä. Tästä voisi päätellä, että informanttien mielestä mies on harvoin kuvattavana: hän on yleensä itse kuvaamassa tai myymässä kameroita.

Vaatteiden, sisustus- ja käyttöesineiden, huonekalujen vähittäismyynti -toimiala ei ollut kovassa suosiossa eli sen on valinnut vain yhdeksän informanttia. Näillekin informanteille on osunut silmään *Boyvisio*-nimen *visio*-osa: *Koska visio luo mielikuvan sisustuksesta* (N96-19), *"-visio" tässä tapauksessa saattaisi viitata näkemykseen, "silmiin", ja näissä kaikissa sellaista tarvitaan eritoten.* (M92-50). Kaksi on kiinnittänyt huomionsa nimen *boy*-osaan: *Boyvisio voisi olla nuorille miehille tarkoitettu sisustuskauppa* (M97-27), *vaikuttaa samalta kuin dressman jack & jones yms* (N93-60). Informanttien mielestä nimen *boy*-osa viittaisi siihen, että yritys on erikoistunut palvelemaan nimenomaan miehiä, sillä suurin osa vaate- ja sisustuskaupoista on suunnattu naisille, joten siinä on markkina-aukko. Tämän toimialan valinneet informantit eivät moittineet *Boyvisio*-nimeä

epätoimivaksi: *Tämä kuulostaa ennalta-arvaamattomimmalta* (N91-26), *nimi kuulostaa nuorekkaalta ja trendikkäältä* (N91-62).

Urheilu- ja liikuntakoulutus on saanut ainoastaan viisi ääntä. *Tuli Boyvisiosta mieleen jonkinlainen elektroniikka-/ peliyritys, tämä nyt lähinnä mielikuvaani* – kuvailee N98-42, eli nimestä hänelle on tullut mieleen nykyaikaiset laitteet, jotka mittaavat urheilusuorituksia. Toisen informantin mukaan *Boyvisio Muistuttaa sanaa body.* (M94-11), hän on nähnyt nimen *boy*-osassa kätketyn *body*-sanan, joka yhdistettynä nimen on tuonut informanteille mielleyhtymän urheilullisesta alasta. Muutkin informantit ovat nojanneet intuitioon: *Tämä valinta on ensivaikutelman mukaan.* (N49-54), *Namnet* (M71-78).



Kuvio 8: Sukupuolijakauma toimialavalinnoissa, *Boyvisio*

Kuviosta 8 on huomattavissa, että *Boyvisio*-yrityksen toimialavalinnoissa sukupuolten välillä ei ollut merkittäviä eroja. Parturit ja kampaamot sekä vaatteiden, sisustus- ja käyttöesineiden sekä huonekalujen vähittäismyynti -toimialan valinneiden keskuudessa sukupuolten välillä on hyvin pieni ero. Ani harva naisvastaaja on valinnut *Boyvisio*-yrityksen toimialaksi urheilu- ja liikuntakoulutuksen, kun taas miehistä 11 prosenttia on valinnut tämän alan. Valokuvaamot ja muu kuvaustoiminta on saanut enemmän ääniä nais- kuin miesinformanteilta.

Informanteista 45 on nähnyt *Boyvisio*-yrityksen perustajan miehenä, kolme naisena ja toiset kolme joko miehenä tai naisena. Jäljelle jääneet muut informantit eivät ole takertuneet perustajan sukupuoleen, vaan ovat kertoneet hänestä yleisillä kuvauksilla. *Boyvisio*-yrityksen perustajasta enemmistölle informanteista on muodostunut kuva nuoresta ja ulkonäkökeskeisestä miehestä, joka on todennäköisesti homoseksuaali: *mies, ei kovin vanha ja melko tyylitajuinen ja muodikas* (N98-24); *boy kuulostaa vähän gayltä valinnalta, joten tätähän siis pitää joku homppeli tyyppi* – (N86-73);

Homoseksuaalinen n. 20-vuotias hyvännäköinen mies. Siististi pukeutuva, mutta omaperäinen tyyli. (M93-82).

Perustajan naisena nähneet informantit ovat perustelleet valintansa näin: *Nainen, joka haluaa tarjota miehille ja pojille erikoisia vaatteita tai sisustuselementtejä* – – (N94-3), *Parturi-kampaaja naisia* (N97-6). N94-3-informantin kommentin perusteella voisi päätellä, että vaate- ja sisustuselementit eivät ole miesten vahvimpia aloja, eli naiset ymmärtävät niistä enemmän ja voivat tarjota miehille kokemukseen perustuvaa ammattitaitoa. Seuraavan informantin ajatukset perustajasta vahvistavat tulkintaani:

Moderni, nuorehko mieshenkilö, joka haluaa tukea alan miesten työtä ja vallata markkinapaikkaa naisilta sekä rikkoa stereotyyppiä siitä ettei mies voisi olla kiinnostunut vaatteista tai sisustuksesta. Rajoja rikkova visionääri. (N91-26).

Informanttien mielestä yrityksen nimen sukupuoliviittaus ei ole satunnainen, sillä on aina jonkinlainen merkitys, tässä tapauksessa miehille tarjottavaan palveluun erikoistunut yritys.

Boyvisio-yrityksen tyypillistä asiakasta informantit ovat kuvailleet *tyyli- ja muotitietoiseksi, varakkaaksi, nuoreksi mieheksi*. 42 informanttia mainitsi *Boyvisio*-yrityksen asiakkaaksi pelkästään miehiä: *Malliksi haluava mies, joka kävisi otattamassa portfolio-kansioonsa kuvat*. (N93-1); *Nuori itsestään huolta pitävä mieshenkilö* (N94-8); *Luultavasti 15-25 vuotiaita miehiä*. (M97-27); *Homoseksuaali trendien perässä juokseva urbaani nuori mieshenkilö tai ns. miesoletettu*. (M77-69). Ainoastaan yksi informantti koki, että *Boyvisio*-yrityksen tyypilliseen asiakaskuntaan kuuluvat naiset: *Uutta visiota kaipaavat naiset*. (N72-49). Sama informantti sanoi yrityksen perustajasta näin: *Homoseksuaali kampaamoalan yrittäjä*. Ilmeisesti N72-49 näki, että *Boyvisio*-yritys tarjoaa naisille uudenlaista näkemystä hiustyylistä, jota ei saa muista kampaamoista. Muut informantit ovat nähneet *Boyvisio*-yrityksen asiakkaan niin naisena kuin miehenä tai he eivät maininneet kommentissaan asiakkaan sukupuolta ollenkaan: *Teini-ikäinen poika tai tyttö, tykkää seurata blogeja* (N82-12), *Nuori, sukupuolella ei väliä, kenties hyvätuloinen* (N96-14), *Nuoret aikuiset sekä yleisesti muotitietoiset ihmiset*. (M92-50). Kuten voi huomata, hyvin monessa kommentissa on mainittu, että yrityksen tyypillinen asiakas on *nuori*. Tämä johtunee *Boyvisio*-nimen *boy*-sanasta, joka tarkoittaa englanniksi 'poikaa, nuorta miestä'.

Tämän yrityksen kohdalla moni informantti mainitsi, että sen tyypillisin asiakas on joko *homoseksuaali* tai *epämiehekäs: homot/lesbot, jotka tuntevat syrjintää tavallisissa kampaamoissa* (N79-66); *Homoseksuaali trendien perässä juokseva urbaani nuori mieshenkilö tai ns. miesoletettu*. (M77-69); *Nuori mahdollisesti homoseksuaalinen mies tai teini. Ei miehekäs, mutta muotitietoinen*. (M93-82). Näille informanteille yhdistävänä tekijänä oli, että melkein kaikki heistä oli valinnut

yrityksen toimialaksi parturit ja kampaamot, ainoastaan yksi oli valinnut valokuvaamot ja muu kuvaustoiminta. Tästä voisi päätellä, että informantit ajattelevat parturi-kampaamoiden asiakkaiksi yleensä ulkonäöstään huolehtivia miehiä, mitä ei pidetä kovin maskuliinisena piirteenä miehessä. Epämaskuliinisuus ja muotitietoisuus kuuluvat informanttien mielestä stereotyyppisesti homoseksuaalien ihmisten ominaisuuksiin.

4.2.2. *Figur & Poika*

Figur & Poika -kommandiittiyhtiön toimiala on liikkeenjohdon konsultointi, toimialakuvauksiin kuuluu myös taloushallintopalveluiden myynti. Yhtiö voi toimintaansa varten omistaa kiinteistöjä ja osakkeita. Y-tunnus on tullut voimaan 07.03.2011 ja yrityksen tila on aktiivinen. (Kauppalehti.) Yhtiön oman toimialan lisäksi vaihtoehtoisina toimialoina kyselyssäni olivat parturit ja kampaamot, rakennuspuusepän asennustyöt sekä urheiluseurojen toiminta.

Rakennuspuusepän asennustyöt -toimiala on saanut yhteensä 39 ääntä. Toimialavalinnan kommentteja tutkiessani totesin, että vastaajien oli helppo valita *Figur & Poika* -yrityksen toimialaksi juuri tämä ala jo pelkän nimen pohjalla. *Poika*-sana viittaa ei aikuiseen mieheen, ja tässä nimessä informantit ovat tulkinneet sen viittavan yrittäjän jälkikasvuun, joka työskentelee isänsä kanssa samassa yrityksessä: *Isän ja pojan yritys*. (N86-10); *Hyvä perheyritys* (M94-11); *Figur on sukunimi ja poika viittaa omistajan poikaan. – – ala on jotain tällaista yleensä*. (N81-52). Toiseksi vastaajat ovat huomanneet, että vastaavanlaisien alojen yritykset tyypillisesti nimetään juuri tällä tavalla: *Tällaiset nimet ovat aika yleisiä esim. seppien yrityksille* (N97-6), *"& poika" kuulostaa jotenkin käsityöalan firmannimen muotilta* (M83-35), *tämän "& Poika"-fraasin olen jostain syystä yhdistänyt rakennusalaan* (N98-42). On todennäköistä, että tällainen nimeämismuoto on syntynyt siitä, että rakennus- ja seppäaloilla työskentelevät yleensä miehet, jotka opettavat taitojaan omille tai läheisille pojilleen, minkä takia tämä ala väkisin on sukupuolittunut. Kolmanneksi monelle vastaajalle nimen *figur*-osa on tuonut mielle yhtymiä sepän töistä: *Figuurit = puufiguurit = puuseppä* (M95-33), *Figur viittaa muotoon, ja muotoilu on osa puusepän työtä* (N86-53). He eivät ole kommentoineet nimen *poika*-osaa.

Figur & Poika -yrityksen nimi on vastaajien mielestä looginen ja sopiva nimi rakennuspuusepän asennustöihin, joka on kommenttien perusteella sukupuolittunut toimiala. *Figur & Poika* -nimi on vastaajien mielestä *Perinteinen ja miehekäs nimen muoto* (N84-18), minkä takia nimi ei ole herättänyt ihmetystä tai epäilyä.

Parturit ja kampaamot -toimialan on valinnut 24 informanttia. Heidän mielestään *Figur & Poika* -nimi on looginen parturi-kampaamolle, koska nimen *figur*-osa viittaa muotoiluun: *Figur voi tarkoittaa*

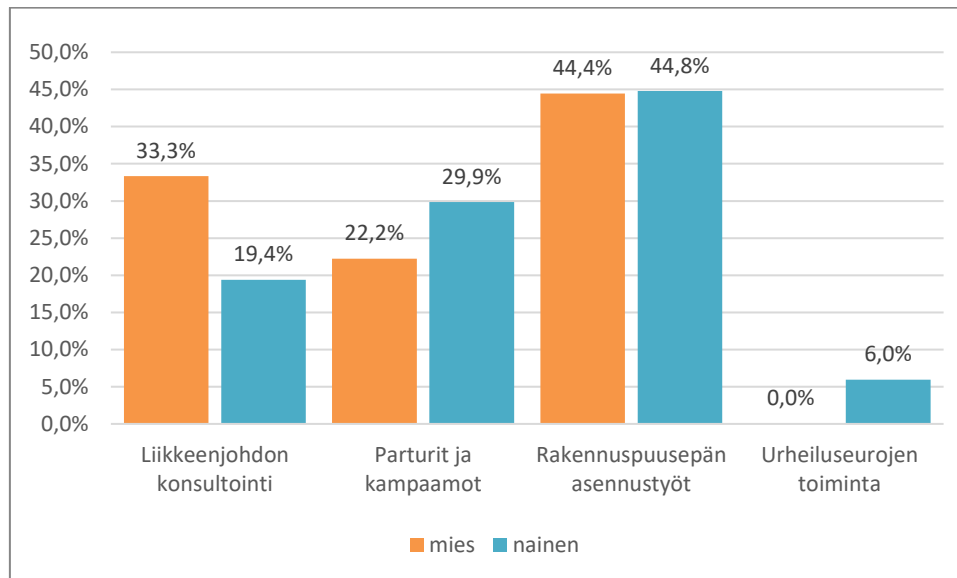
hiusten muotoilu. (N93-1), *Figur viittaa muotoon ja muotoiluun --> hiusten muotoilu* (M95-30). Joidenkin vastaajien mielestä *Figur & Poika* -nimen muoto on tyypillinen parturi-kampaamo-alalle: *Partureissa on kai useinkin mestari-kisälli -tyyppistä asetelmaa* (N82-12), *Olen nähnyt samantyyllisiä parturikampaamoja* (M97-27), *Sana figur ja &-merkin käyttö ohjaa tähän tulkintaan.* (M91-29). N82-12-informantti on kokenut, että kyseessä olisi nimenomaan parturista, mutta muut informantit eivät ole nähneet tarpeelliseksi rajoittaa yrityksen toimintaa vain parturiliikkeisiin. Tulkintaan on voinut vaikuttaa *figur*-sanana merkitys, joka esimerkiksi N92-63:n mielestä viittaa naisen kampauksen muotoon: – – *Figur voisi viitata kampauksen muotoon ja poika taas parturipalveluihin.*

Kolmanneksi valituin toimiala oli liikkeenjohdon konsultointi, jota äänesti 19 informanttia. Vastaajien mielestä tässä nimessä on kansainvälistä tunnelmaa, koska yrittäjä matkii ulkomaalaisia yritysnimiä: *jos 'poika' vastaa englannin kielen versiota &Son* (N94-7), *jotenkin yritysmaailmaan, kansainvälinen sävy tällaisissa "nimi+poika"-rakenteisissa yritysnimissä* (N93-86). Informanttien kommentteissa ei ollut mainintaa siitä, että liikkeenjohdon konsultointi olisi sukupuolittunut toimiala, *poika*-sana tässä tapauksessa viittaa heidän mukaansa perheyritykseen: *Perheyryitys, asiallinen, jos nimi olisi Figur.* (M93-82). Osa on tulkinnut nimen *figur*-osaa englannin kielen 'figure'-sanana merkityksen kautta: *figur sattaa viitata numeroihin ja usein yhdysvaltalaisen lakifirmojen nimissä on sons -liite* (N94-32). Jotkut ovat kokeneet *Figur & Poika* -nimen hienostuneeksi ja moderniksi, minkä takia heidän valintansa onkin osunut liikkeenjohdon konsultointiin: *& -merkki vaikuttaa konsulttifirmalta* (M95-46); – – *Kuulostaa modernimmalta nimeltä tässä tapauksessa liikkeenjohdon konsultoinnin toimistolle.* (M92-50); *koska nimessä on et, sen täytyy olla jotakin hienoa* (N86-73). Joukosta löytyi myös niitä, joiden mielestä tämä nimi ei ole kovin toimiva: *Nimi plus yrityksen jatkaja, joka on tullut mukaan opinnot tehtyään. Nimessä ei omaperäisyyttä.* (N72-49), *Idiotiskt* (M71-78). *Figur & Poika* -nimi heidän mielestään ei kerro yrityksen toimialasta mitään, eikä se ole kekseliäs.

Urheiluseurojen toiminnan valitsi neljä naisinformanttia. *Figur & Poika* -nimestä heille on tullut mieleen urheilu ja luistelu: *figurista tulee mieleen luistelu* (N94-3); *Urheiluun viittaava nimi* (N91-17); *Figur viittaa esimerkiksi luisteluun* (N94-38). Yksi on tulkinnut *figur*-sanaa merkityksessä 'vartalo': *Figur viittaa vartaloon (tosin myös lukuun)* (N62-28). Yksikään heistä ei ole tulkinnut nimen *poika*-osaa, joten ei voi tietää, lienevätkö vastaajat päätelleet yrityksen toimialan juuri nimen *poika*-osasta.

Kuvio 9 (ks. sivu 43) esittää, miten toimialavalinnat ovat jakautuneet sukupuolten välillä. Rakennuspuusepän asennustyöt -toimiala on saanut prosentuaalisesti melko saman verran ääniä niin mies- kuin naisinformanteiltakin. Muissa toimialoissa sukupuolten välillä on jonkin verran eroa.

Figur & Poika -yrityksen toimialaksi liikkeenjohdon konsultoinnin ovat kokeneet sopivammaksi miehet kuin naiset: äänestyksessä oli jopa 14 prosentin ero. Parturit ja kampaamot -toimiala on ollut enemmän naisten mieleen, samoin urheiluseurojen toiminta, jota miesvastaajista ei ole valinnut yksikään.



Kuvio 9: Sukupuolijakauma toimialavalinnoissa, *Figur & Poika*

Informanteista 49 on nähnyt *Figur & Poika* -yrityksen perustajan miehenä: *Miespuolinen puuseppä, joka ehkä vapaa-aikana toimii taiteilijana* (N64-9), *Nuorehkoja menestyjämiehiä, eivät oikeasti sukua keskenään* (M90-21). Heistä 21 mainitsi, että perustajina ovat *isä ja poika: Isän ja pojan yritys.* (N93-5); *Vanhempi puuseppä ja tämän puuseppäpoika* (M95-33); *Isä 55v ja poika 25v, maistereita kaupalliselta alalta* (M95-46). Tällaiseen päättelyyn on luultavasti vaikuttanut kaksi tekijää, nimen *poika*-osa sekä *&*-merkki, joka merkitykseltään on sama kuin *ja*-konjunktio.

Ainoastaan kolme informanttia on ollut sitä mieltä, että tämän yrityksen perustajana toimii naispuolinen henkilö: *Vanhempi nainen, joka on perustanut nuorille miehille suunnatun parturin saadakseen markkinaeroa tusinakampaamoihin.* (N93-1); *Hän olisi nainen* (N94-8); *Taiteellinen nainen.* (N94-79). He kaikki ovat valinneet *Figur & Poika* -yritykselle parturit ja kampaamot -toimialaa. N93-1:n mielestä nimen *poika*-osa viittaisi siihen, että tämä oletettu naisperustaja on erikoistunut miesten hiusleikkuuseen, eli hänen mielestään nimessä tarkoituksellisesti korostetaan tiettyä sukupuolta.

Yrityksen perustajaa kuvaillessa informantit mainitsivat muun muassa seuraavia ominaisuuksia: *Kyseessä on vanhempi isämainen hahmo, joka on maskuliininen mies* (M97-27); *Omistaja on*

itsestään ja ulkonäöstään huolehtiva henkilö. (N49-54); *Rikas, arvovaltainen henkilö.* (N96-71); *Noin 45-vuotias mies. Asiallinen, älykäs, määrätietoinen, korkeakoulutettu.* (M93-82). Yhdelle informantille on tullut hyvin konkreettinen mielikuva yrityksen perustajasta: *konservatiisesta kokoomusperheestä tuleva urheilullinen pukumies, joka on aina elänyt onnellista elämää myös läpi kauppakorkeakoulun, koska suvun osinkojen korkotuloilla eläminen on varmistanut, että rahasta ei tarvitse huolehtia* (N86-73). N86-73:n mielestä *Figur & Poika* -yrityksen toimiala on liikkeenjohdon konsultointi. Tämän yrityksen nimestä informantille on ilmeisesti tullut mieleen perheyritys, jossa menestyvä yritys periytyy sukupolvesta toiseen.

Kolmannessa kysymyksessä *Figur & Poika* -yrityksen kohdalla yksikään vastaajista ei ole rajoittanut yrityksen asiakkaiksi vain naishenkilöitä, tosin asiakkaista miehinä näki 17 informanttia: *Poika, jonka vanhempi tuo hiustenleikkuuseen.* (N93-1); *Mies 40v, vähän hipsteri* (N82-12); *Joku mies joka tarvitsee puuseppää* (M95-33). Monen informantin mielestä *Figur & Poika* -yrityksen asiakkaina voivat olla niin naiset kuin miehetkin, myös esimerkiksi pariskunnat: *Keskiluokkainen remonttia tekevä/suunnitteleva mies tai nainen* (N91-26), *Mökiremonttia teettävä keski-ikäinen pariskunta* (M83-35); *Asiakas voi olla mies tai nainen. Vakioasiakkaita paljon.* (N92-63). Kyselyn vastaajat ovat kuvailleet yrityksen tyypillistä asiakasta varakkaaksi henkilöksi, joka arvostaa kotimaista palvelua: *Voisi olla melko rikkaitakin asiakkaita* (N93-34); *Ihminen, joka arvostaa suomalaista työtä eikä osta kaikkea valmispaketteina Ikeasta tai vastaavista* (N91-36); *Uusriikkaat varainhoitoa kaipaavat ihmiset* (M95-46); *Joku rikas henkilö, joka haluaa taloon tai mökkiin hienoja, kotimaisia ja puisia huonekaluja tai esineitä.* (N80-70).

4.2.3. *Joutilas mies*

Joutilas mies -yhtiön toimiala on kirjojen vähittäiskauppa. Y-tunnus on tullut voimaan 18.06.2012 ja yrityksen tila on aktiivinen. (Kauppalehti.) Yhtiön oman toimialan lisäksi vaihtoehtoisina toimialoina kyselyssäni olivat esittävät taiteet, mainostoimistot sekä äänistudion, äänitteiden ja musiikin kustantaminen.

Esittävät taiteet -toimialan on valinnut 26 informanttia. Heidän mielestään *Joutilas mies* kuulostaa taiteelliselta nimeltä, ja se sopii esimerkiksi teatterialalle: *Taiteellinen nimi, joka ei anna hyvää kuvaa perustajastaan* (N92-2), *Outo nimi yritykselle, mut vaikka jollekin teatteriryhmän hyvä nimi.* (M95-33), *Nimi kuulostaa joltain näytelmältä* (N81-52). Informantit ihmettelevät, miksi yrittäjä korostaa omaa toimettomuuttaan yrityksen nimessä. Heidän mielestään tällainen nimi ei sovi kaupalliselle alalle, mutta teatteriesityksessä *Joutilas mies* voi informanttien mielestä kuvastaa jotakin hahmoa: *Outo nimi yritykselle, mut vaikka jollekin teatteriryhmän hyvä nimi.* (M95-33); *Tulee mieleen mies istumassa jossain, kaippa esittävien taiteiden parissa joutilastakin saatetaan näytellä*

tms (N98-42); *Joutilas* kuvaa melkein laiskaa henkilöä, jonka vuoksi luulen, että kovin moni firma ei haluaisi sellaista nimeä, mutta taiteessa se voisi olla hyvä kuvaus jostakusta. (N80-70); nimi viittaa roolihahmoon (N68-84).

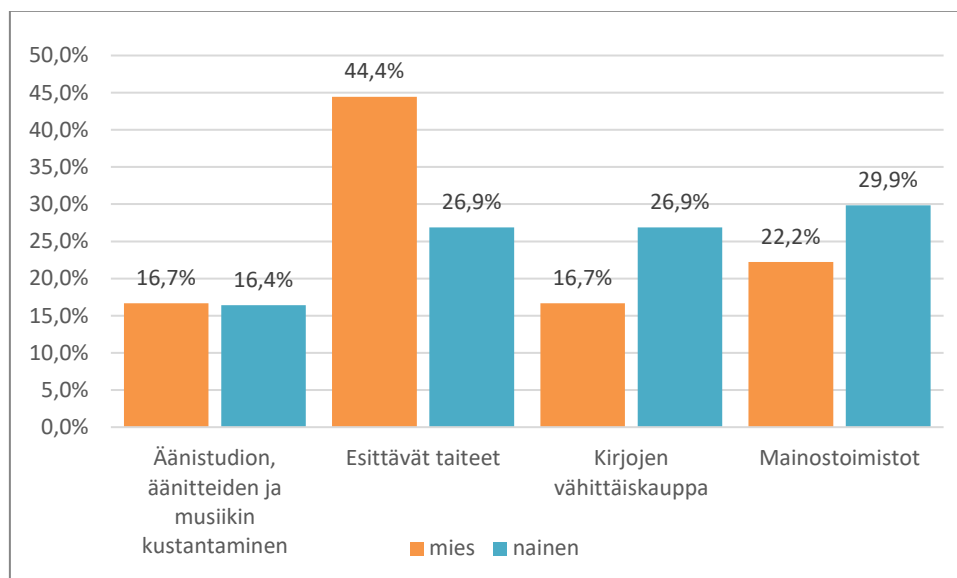
Kyselyyn osallistuneista 25 ajatteli, että *Joutilas* mies -yrityksen toimiala on mainostoimisto: *Rento* nimi viittaa mainosalaan (N94-8), *Veijarimainen* nimi, joka jotenkin heti vei ajatukset juuri mainostoimistoon (M83-35). Näiden informanttien mielestä *Joutilas* mies on rento, hauska ja itseironinen yrityksen nimi, joka soveltuu hyvin mainosalalle: *Hauska* nimi, mainontaa pidetään joskus turhana alana. (N93-43), *nimi on niin hauska ja itseironinen, että se voisi sopia mainostoimistolle* (N91-62). *Joutilas*-sanan vastaajat ovat yhdistäneet mainostoimistoon muun muassa seuraavasti: *Mainokset luetaan huomaamatta/tiedostamatta --> joutilas* (M95-30), *mahdollistaa asiakkaan joutilaisuuden (toisin kuin muut vaihtoehdot)* (N82-76). Toisin sanoen informantit eivät välttämättä katso yrityksen nimen kuvaavan itse yrittäjää, vaan se voi kuvastaa myös potentiaalista asiakasta. Toimialavalinnan perusteluissa nämä vastaajat eivät ole kommentoineet nimen *mies*-osaa.

Informanteista 21 ajatteli, että *Joutilas* mies -yrityksen toimiala on kirjojen vähittäiskauppa. *Joutilas*-sana on tuonut heille mieleen henkilön, jolla on runsaasti vapaa-aikaa, ja joka ehtii lukea paljon: *joutilaalla miehellä on aikaa lukea* (N94-3), *Joutilas* viittaa paljon vapaa-aikaan (lukea) (N86-53). Lähes kaikkien näiden informanttien toimialavalintaan on vaikuttanut mielikuva kirjojen nautinnollisesta ja kiireettömästä lukemishetkestä: *joutilasta lukemista* (M90-21); *Joutilaana on paras lukea.* (N94-48); *Nautinnolliseen hetkeen viittava nimi, vain kirja ja rauhallinen hetki sen ääressä.* (N72-49); *Kirjat ovat nautinto, joten lukeminen ehkä joutilasta toimintaa?* (N91-67). Yksikään heistä ei ole selittänyt, miten yritysnimen *mies*-osa liittyy tähän toimialaan. Vain murto-osa on nähnyt *Joutilas* mies -nimen viittaavan itse kirjakauppiaseen: *Sillä on aikaa lukea kirjaa sillä aikaa kun odottaa päivän ekaa asiakasta.* (N86-10), – – *Divarien pitäjille yleensä ei ole valtavasi asiakkaita eikä ehkä paljon kiirettä.* (M91-29). Yksi informantti on tunnistanut kirjailijan nimen: *Haanpää* (N82-4). N82-4 viitanee Pentti Haanpään ja tämän novelliin *Joutilas* mies ja kylä järven rannalla tai oopperaesitykseen *Joutilas* mies, joka kertoi Haanpään elämästä (Yle Uutiset 2008).

Äänistudion, äänitteiden ja musiikin kustantamisen *Joutilas* mies -yrityksen toimialaksi ajatteli 14 informanttia. He ovat nähneet tämän nimen takana boheemin muusikon, jonka elämä vaikuttaa seesteiseltä ja kiireettömältä: *vaikuttaa hyvin boheemilta* (M95-46), *no eikös ne musiikkialan tyypit oo jotain joutavia hippejä... jos eivät ole hevimihiä.* – – (N86-73). Informanttien mukaan *Joutilas* mies -nimi on rento ja hauska, joka ilmeisesti heidän mielestään sopii juuri musiikkialalle: *Rento* nimi

(N95-20); *Paljon aikaa, sarkasmi* (N76-40); *Musiikin pienyrittäjät käyttävät paljon vitsikkyyttä ja laiskuus on yleinen teema.* (M93-82).

Yksi informantti on yhdistänyt *Joutilas mies* -nimen musiikkialaan, koska hänen mielestään siinä ei voi olla kyse ”oikeista töistä”: *Joko tämä tai kirjojen vähittäiskauppa. Koska niitä ei yhteiskunnassamme pidetä "oikeina töinä" joten nimi voisi leikkiä sillä.* (N84-18). Oikeina töinä hän tarkoittanee kokopäiväistä työtä, jota tehdään viisi kertaa viikossa. Tällainen tarkkaan säädetty työrutiini luo mielikuvan kiireellisestä elämästä, jossa ei ole tilaa olla joutilas. Musiikkiala on vähemmän paikka- ja aikasidonnainen, minkä takia stereotyyppisesti ajatellaan, että muusikoilla on vähemmän kiireinen elämä verrattuna täyspäiväisiin työntekijöihin. Todennäköisesti tämän ja *Joutilas mies* -nimestä muodostuvan mielikuvan vuoksi N84-18:n toimialavalinta on osunut musiikkialalle.



Kuvio 10: Sukupuolijakauma toimialavalinnoissa, *Joutilas mies*

Kuten kuvio 10 esittää, miesinformanteista miltei puolet on valinnut *Joutilas mies* -yrityksen toimialaksi esittävät taiteet. Muissa toimialoissa miesten äänet ovat jakautuneet tasaisemmin. Naisinformanttien äänet ovat jakautuneet melko tasaisesti kaikkien toimialojen kesken.

Kyselyn kolmannessa kysymyksessä vastaajat eivät ole muutamaa poikkeusta lukuun ottamatta rajoittaneet *Joutilas mies* -yrityksen asiakkaan sukupuolta: *Luova taidekoulusta valmistunut Mies, joka on valmis kokeilemaan eri juttuja* (N82-12), *Boheemi muusikkomies, 35v.* (M95-46). Yksikään kyselyyn osallistunut ei ollut sitä mieltä, että perustaja voisi olla yksinään nainen. Ainoastaan yksi vastaaja on kokenut, että *Joutilas mies* -yrityksen perustaja voisi olla joko nainen tai mies: *Taiteellisen taustan omaava(t), sanasta "mies" huolimatta tässä tapauksessa voi kyseessä olla kumpikin sukupuoli.* (M92-50). *Joutilas mies* -nimestä informanteille on muodostunut mielikuva

huumorintajuisesta, keski-ikäisestä, taiteellisesta, hipistä, huolettomasta perustajasta: Boheemi teatterialan ammattilainen. Mies, jolla pitkä tukka ja baskeri päässä. Ikää 45, kokee olevansa edelleen 30-v. (N81-52); Vaikka persoonallinen ja rento esiintyjä, näyttelijä tai vaikka humoristinen stand up -koomikko. (N80-70); Noin 30 v. Laiska, rento ja hieman epäluotettava. Oikea vitsiniekka, joka rakastaa ammattiaan enemmän kuin rahaa. (M93-82).

Kyselyn kolmannessa kysymyksessä Joutilas mies -yrityksen asiakkaan muutamaa poikkeusta lukuun ottamatta vastaajat eivät ole rajoittaneet sukupuolen mukaan: *Kuka vain, joka lukee. (N93-5); Kaupunkilainen yrittäjä (M83-35); Tyypillinen asiakas voisi olla lupsakkuutta ja rentoa otetta arvostava taho. (N91-62).* Vastaajista vain 7 on nähnyt yrityksen asiakkaana miespuolisia henkilöitä: *30v tai vanhempi hipstermies (N84-55); Miehiä jotka käy teatterissa. (M95-33); Nuorehko, miespuolinen firman omistaja (N79-65).* Yksi informantti on todennut tämän yrityksen asiakkaaksi naisen: *Wanna be laulajatyttö, joka ei päässyt Idolsiin (N76-40).* Yleisesti Joutilas mies -yrityksen tyypillistä asiakasta kuvailtiin *nuoreksi, hipsteriksi, pihiksi ja lueskelijaksi, esimerkiksi: nuorehko (N64-9); mökkilueskelija (M90-21); Hemmaboende 30-åringar (M71-78); Intohimoinen harrastaja. Yritys mahdollisesti löydetty tuttujen kautta. Rento, pihi (M93-82).*

4.2.4. Kolmas mies

Kolmas mies -yrityksen toimiala on liikkeenjohdon konsultointi ja sen toimitusjohtajana toimii miespuolinen henkilö. Y-tunnus on tullut voimaan 20.5.2005 ja yrityksen tila on aktiivinen. (Kauppalehti.) Yhtiön oman toimialan lisäksi vaihtoehtoisina toimialoina kyselyssäni olivat rakennuspuusepän asennustyöt, kahvila-ravintolat sekä arvopaperien ja raaka-ainesopimusten välittäminen.

Eniten ääniä saanut toimiala oli arvopaperien ja raaka-ainesopimusten välittäminen: sen valitsi 29 informanttia. Monelle heistä *Kolmas mies* -nimi on tuonut mieleen ikään kuin ulkopuolisen kolmannen osapuolen, joka hoitaa kahden osapuolen väliset sopimusasiat: *Jotenkin tulee mieleen 2 ihmisen välillä tehtävä sopimus, jonka kolmas vahvistaa. (N86-10); Sopii nimi jotenkin tällaiseen ”kolmanteen osapuoleen” (N96-14); Kaksi osapuolta on jo valmiina ja kolmas hoitaa välitystyön. (M96-64).* Yksi informantti kyseenalaistaa yrityksen oletettua toimintaa, hänen mielestään tämä on piilevä nimi pimeälle työlle: *kolmas mies kuulostaa vähän siltä kuin se olisi tyyppi, jota ei oikeasti ole edes olemassa, mutta joka auttaa sinua kiertämään verosi tai tekemään jotakin muuta, mikä ei oikein kestä päivänvaloa (N86-73).* Yhdelle informantille yksinomaan *mies*-sana on tuonut mieleen asiantuntijan työtä: – – *jotenkin mies-sanasta tulee mieleen asiantuntijatyö (N92-44).* Tämä informantti ei avaa ajatustaan, mutta ohjenuorana tällaiseen päättelyyn on voinut olla se, että monesti

asiantuntijatehtävissä oletetaan toimivan nimenomaan miehiä eikä naisia, minkä takia tämäkin toimiala oli ilmeisesti helposti liitettävissä mieheen.

Yksi arvopaperien ja raaka-ainesopimusten välittäminen -toimialan valinnut informantti on pohtinut, ketkä yritysnimen kolme miestä voisivat olla tarpeellisia naisen elämässä: *Jos eka on puoliso, toinen se, joka huolehtii talosta miehen poissa ollessa niin kolmas on sitten se joka hoitaa työjutut naisen puolesta* (N82-76). Informantti on nähnyt Kolmas mies -yrityksen takana naisen, joka tarvitsee elämässään kolmea miestä, joista tämä *kolmas* auttaa häntä työasioissa, kun tämän omat kädet ovat täynnä töitä, eikä hän ehdi enää hoitaa kaikkia asioita. Tämän informantin mielestä *Kolmas mies* -yrityksen tyypillinen asiakas onkin *Kiireinen bisnesnainen, joka ei ehdi itse hoitaa sopimusasioita*. (N82-76). Informantti kokee tämän yrityksen naisille suunnattuna, koska nainen voisi tarpeen vaatiessa kääntyä kyseisen yrityksen puoleen.

Rakennuspuusepän asennustyöt -toimialan on valinnut 21 informanttia, ja he ovat nähneet nimessä alan ammattilaisen: *Raksa tuli automaattisesti mieleen*. (N76-13); *Putkimies, sähkömies, puuseppä*. (N94-48); *Yrkerskunnig* (M71-78); *tarjoaa ammattilaisen apua kodin tukaliin tilanteisiin* (N68-84). Kolmannen miehen osa on nähnyt tilanteessa, jossa kaksi eivät pärjää ilman tätä kolmatta, eli tämä ammattitaitoinen kolmas tulee avuksi: *Kolmas mies voisi viitata siihen että kun kaksi ei riitä, tarvitaan avuksi kolmas mies esim. asennustöihin*. (X95-61); *Oman miehen ja talonmiehen lisäksi kolmas* (M95-46). Tämäkin ala nähtiin sukupuolittuneena: *sukupuolen korostamisella ei muissa vaihtoehdoissa järkeä* (N97-16); *Nimi tuntui tähän alaan sopivalta*. (N49-54); *miespainotteinen ala, neutraali nimi* (N81-83).

Kolmas mies -yrityksen toimialaksi liikkeenjohdon konsultoinnin on valinnut 20 informanttia. Tämän toimialan valinneet perustelivat valintansa muun muassa näin: *Kolmas mies on hieman ulkopuolisen kuuloinen, ja konsultit eivät ole kiinteä osa yrityksen johtoa, vaan hieman ns. ulkopuolisia ja objektiivisia*. (N93-1); *Nimi sopisi mielestäni hyvin liike-elämään*. (N91-17); *Nimi on mitänsanomaton, ja niin on luultavasti toimenkuvakin*. (M95-22).

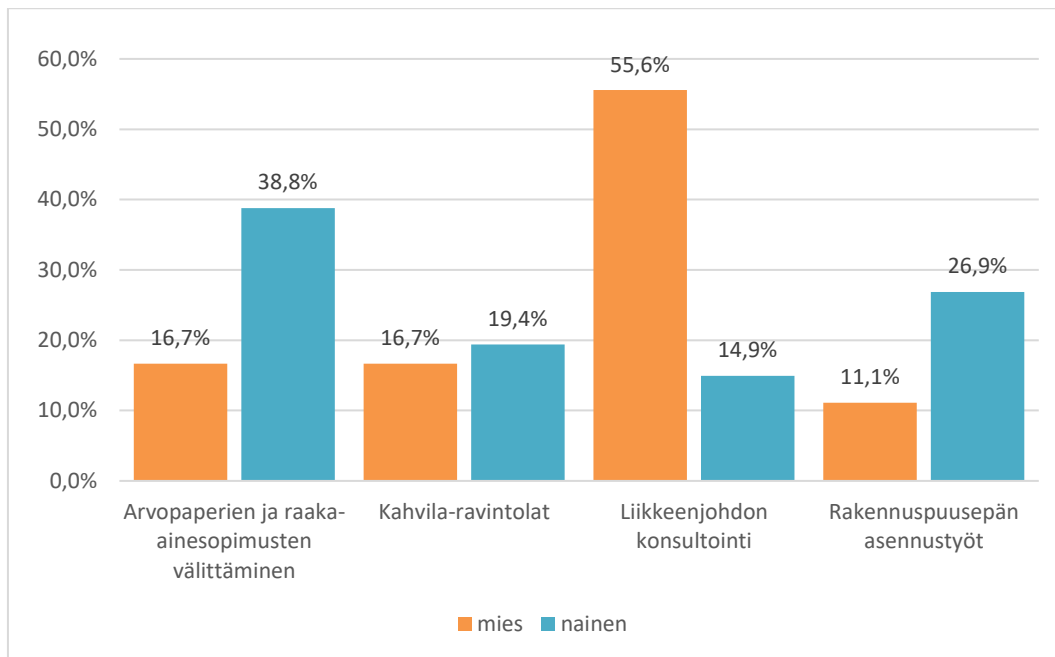
Joissakin informanteissa *Kolmas mies* -nimi on herättänyt epäilyttäviä ajatuksia yrityksen toiminnasta: *Kolmannella miehellä on vähän samanlainen kaiku kuin harmaalla eminenssillä*. (N80-15), *Jos kolmas mies viittaa "taustapiruun"* (M90-21). *Harmaa eminenssi* Urbanisanakirjan mukaan on "vaikutusvaltainen poliittinen neuvonantajaa tai tukijaa, joka toimii poliitikon tai poliittisen liikkeen yhteydessä salaa." *Taustapiru* on joko 1. 'korttipeliä toisen takaa seuraavasta henkilöstä' tai 2. 'asioihin taustalla vaikuttavasta henkilöstä.' (KS.) Toisin sanoen näille informantille *Kolmas mies* -nimi on herättänyt kyseenalaisia ajatuksia, he eivät kokeneet tätä nimeä kovin luotettavaksi. Ylempänä jo esitin, että vastaavia epäilyksiä tämän yrityksen toiminnasta oli myös muita toimialoja valinneiden keskuudessa.

Liikkeenjohdon konsultoinnin valinneista osa on löytänyt yhteyden yrityksen toimialaan kolmannen miehen kautta, joka pelastaa pulassa tai riidassa olevat kaksi muuta: *Kolmas mies kuulostaa ryhmään ulkopuolelta tulevalta henkilöltä, ts. konsultilta.* (M91-29); *ehkä nimi antaa kuvan siitä, että paikalla on kahden pomon lisäksi kolmas, ulkopuolinen mielipide* (N91-39); *Konsultti tulee toiseen yritykseen paikalle ikään kuin "ylimääräisenä" toimijana.* (N86-45). Liikkeenjohdon konsultoinnin valinneista osa on maininnut, että se on miesvaltainen ala: *Koska nimessä on mies.* (M94-11); *En tiedä, kuulostaa vain miesten hommalta* (M95-33); *Sopisi miestäyhteisiin johtohuoneisiin ja olisi itseironinen nimi* (N84-55). Informanttien tällaisesta päättelystä tulee vaikutelma, että vaikka olisi jo tiedossa, että kyseinen toimiala on miespainotteinen, niin yrittäjät silti korostavat yrityksen nimessä toimijan sukupuolta, ikään kuin korostaakseen, että yrityksen toimija todella on mies.

Kahvila-ravintola -toimialan on valinnut 16 informanttia. He ovat perustelleet valintansa muun muassa seuraavasti: *Koska tämä on selvästi joku taiteellinen viittaus johonkin runoon tai lauluun, ja kahvilat ovat nykyään kovin chic.* (N84-18); *Kenties soittoravintola, Kolmas nainen-yhtyeettä mukailleen.* (M92-50); *Tulee mieleen kolme kaveria -jäätelöt, jonka perustajat miehiä.* (N91-67). *Kolmas mies* -nimi on tuonut näille informanteille assosiaatiota muista erisnimistä, kuten *Kolmas nainen* -yhtyeestä (*Kolmas nainen*) ja *Kolme kaveria* -jäätelöstä (3 kaveria), ja he ovat kokeneet, että *Kolmas mies* -nimi olisi vain muunneltu versio niistä. Informanttien mielestä tuotenimen valmis brändi ja helppo tunnistettavuus voi sopia hyvin paikallisen kahvilan nimeksi: *Voisin hyvin nähdä tämän jonkun paikalliskapakan nimenä.* (N97-6), *Tulee jokin lähiökuppila mieleen* (M83-35).

Moni tämän toimialan valinneista vastaajista on kokenut nimen leikkisäksi, ja *kolmas mies* -sanapari on muodostanut mielikuvan rennosti toimialasta: *Nimi on leikkisä, joten kuulunee tähän kastiin ennen kuin otsaryppybusineeseen.* (N64-9); *voisi olla toimiva kyseiseen toimialaan* (M95-30); *Nimi on leikkisä ja sopisi mielestäni esim. kulmabaarin nimeksi. Nimi perustuisi leikkisästi seuranlöytämisen varmuuteen.* (N92-63).

Kuten kuvio 11 (ks. s. 50) esittää, kaikki toimialat ovat saaneet ääniä kummaltakin sukupuolelta. Yli puolet miesvastaajista on valinnut yrityksen toimialaksi liikkeenjohdon konsultoinnin, kun taas naisista tämän alan on valinnut ainoastaan noin 15 prosenttia. Enemmistö (29) naisvastaajista on ollut sitä mieltä, että *Kolmas mies* -yrityksen toimiala voisi olla arvopaperien ja raaka-ainesopimusten välittäminen, kun taas miehistä vain noin 17 prosenttia on valinnut kyseisen alan. Rakennuspuusepän asennustyöt -toimiala oli suosituimpi naisten kuin miesten keskuudessa. Kahvila-ravintolat sai melkein saman verran ääniä niin nais- kuin miesinformanteiltakin.



Kuvio 11: Sukupuolijakauma toimialavalinnoissa, *Kolmas mies*

Kyselyn toisessa kysymyksessä 32 informanttia ovat kuvitelleet yrityksen perustajan mieheksi. He ovat perustelleet ajatuksensa muun muassa seuraavasti: – – *Perustaja olisi ehdottomasti mies, koska olisi omituista, jos se olisi nainen, kun nimessä on mies.* (N93-1); *Ajattelen, että hän on mies ja pitää mieheyttä aivan tavallisena asiana, josta ei synny miesmielikuvaa.* (N82-4); *Mielestäni nimi implikoi kahta muuta miestä, kolme liikkeenjohdollisessa tilanteessa olevaa henkilöä olisivat näin siis kaikki miehiä.* (M91-29); *No tietysti, että kyse on miehestä.* (N81-52); *Itseään nokkelana pitävä keskiikäinen mies* (X95-61). Informantit ovat vahvistaneet ajatustaan miesperustajasta sanoilla *ehdottomasti* ja *tietysti*, eli he olivat hyvin varmoja päättelyssään. Informanttien mielestä *mies*-sanan sisältävä yritysnimi on miehen keksimä, ja siten yritys on myös miehen perustama. Yksikään informanteista ei ollut sitä mieltä, että *Kolmas mies* -yritys olisi yksinomaan naisen perustama, ja ainoastaan neljä vastaajaa on maininnut, että perustaja voi olla niin mies kuin nainen: *Kyseessä voi olla mies tai nainen. Hänellä saattaa olla huumorintajua, sillä nimi lienee vastine Kolmas nainen -bändille.* (N64-9); – – *ehkä rautainen ja kylmä bisnesmies/nainen* – – (N84-18); *Viisikymppinen pyylevä mies tai nainen* (M83-35).

Perustajan oletetun iän on maininnut muutama informantti, ja heidän ajatuksensa olivat eriäviä: *Salskea 20-v mies.* (M95-33); *Viisikymppinen pyylevä mies tai nainen* (M83-35), *Kolmekymppinen rakennusalataustainen talonmies* (M95-46). Informantit ovat nähneet perustajassa vanhanaikaisia piirteitä: – – *Hän liikkuu ehkä hieman vanhanaikaisissa piireissä mutta seuraa aikaansa, onhan nimi suomenkielinen ja skanditon.* (N82-4), *Nimen perusteella omistajan/perustajan maailmankuva vaikuttaisi hyvin vanhakantaiselta.* (M91-29); *Kyseessä yksityisyrittäjä mies, ehkä hieman vanhempaa sukupolvea, sillä mies-sanan lisääminen nimeen tuntuu hieman vanhanaikaiselta.*

(N93-60). Näiden vastaajien mielestä sukupuolen mainitseminen yrityksen nimessä vaikuttaa vanhanaikaiselta, mistä voisi päätellä, että heidän mielestään nuorempi sukupolvi ei välttämättä enää korostaisi yrityksen nimessä omaa sukupuoltaan.

Kolmas mies -yrityksen perustajasta informanteille on tullut mieleen seuraavia asioita: *Käytännönläheinen.* (N93-5); *ekstrovertti pukumies* (M90-21); – – *humoristinen ja mielikuvituksellinen mies.* (M95-30); *Vetää kaljaa yhdessä asiakkaidensa kanssa ja diggaa karaokesta* (N92-59); *Rehti, vitsikäs, yrittäjähenkkinen.* (M93-82). Informanttien kommentteissa selkeästi dominoivat positiiviset perustajaa kuvaavat ominaispiirteet, ani harva on haukkunut perustajaa yrityksen nimen perusteella: *Herättää lievästi ajatusta siitä, että sopimukset tai työt yleisesti tehdään ”miehissä”.* *Ei anna positiivista kuvaa yrityksestä tämäkään.* (N86-10); *Mies, mielikuvitukseton tai sitten humoristi, en osaa sanoa* (N82-12). Yhdelle informantille on tullut mieleen jopa oikea henkilö *Björn wahlroos* (N76-40). Ilmeisesti N76-40:lle *Kolmas mies* -yritysnimi on tuonut mieleen Björn Wahlroosin persoonan, eli hänenlaisensa bisnesmies voisi perustaa kyseisen kaltaisen yrityksen.

Kyselyn kolmannessa kysymyksessä suurinta osaa informanteista on todennäköisesti johdatellut nimen *mies*-osa, sillä he ovat mieltäneet *Kolmas mies* -yrityksen asiakkaiksi miehen (19 informanttia) tai toisen yrityksen: *Mies, joka luottaa miehisyyteen.* (N92-2); *Keski-ikäinen suomalainen mies.* (M95-30); *40+-vuotias mies* (N91-39); *Yritysassiakas.* (N96-71). Informanteille muodostunut kuva asiakkaasta ei ole kovin positiivinen. Vertaillen informanttien vastauksia voisi sanoa, että informantit näkevät asiakkaan keski-ikäisenä tai vanhempana miehenä, joka on vanhanaikainen eikä osaa arvostaa tasa-arvoa. Jotkut informantit ovat nähneet tässä yritysnimessä *hyvä veli* -suhdetta: *Hieman hyväveliverkostoihin kallellaan oleva miesasiakas.* – – (N93-60), *joku hyväveli, jolla on vähän kaljamahaa* (N86-73).

Vaikuttaa siltä, että erityisesti naisinformantit eivät pitäneet *Kolmas mies* -yritysnimestä, ja se heijastuu heidän kommentteissaan, joissa he kuvaavat yrityksen potentiaalista asiakasta: *Ihmiset, jotka eivät koe mies-sanan ilmaisevan sukupuolta* (N82-4); *Mies, jota typerä nimi ei häiritse.* (N91-36). Todennäköisesti nämä informantit eivät menisi itse asioimaan kyseisellä tavalla nimetyssä yrityksessä. Naisvastaajat ovatkin nähneet tämän yrityksen tyypillisen asiakkaan miespuolisena: *Mies, joka luottaa miehisyyteen.* (N92-2), *Mies, joka haluaa edetä urallaan ja saada uusia yhteiskumppaneita liike-elämässä.* (N91-17). Muutama *Kolmas mies* -yritykselle kahvila-ravintolatoimialan valinnut nainen on maininnut kommentissaan, että yrityksen asiakkaana ovat *Paikalliskapakan kanta-asiakkaat.* (N97-6); *Keski-ikäinen henkilö, joka viihtyy baarissa/ravintolassa.* (N64-9); *Kolmannella linjalla asuva helsinkiläinen baarikärpänen tai hipsteri, en oikein tiedä* (N87-31); *Vetää kaljaa ja laulaa samalla karaokea* (N92-59). Tästä voisi

päätellä, että naiset näkevät *Kolmas mies* -yrityksen asiakkaana baarissa viihtyvän, mahdollisesti alkoholisoituneen henkilön. Osa naisvastaajista on kuitenkin suhtautunut huumorilla *Kolmas mies* -nimeen: *Lattea lipittävä Punavuorelainen*. :D (N84-18), *Huumorintajuinen ja sanaleikeistä pitävä asiakas*. (N94-32).

4.2.5. Pappaboy

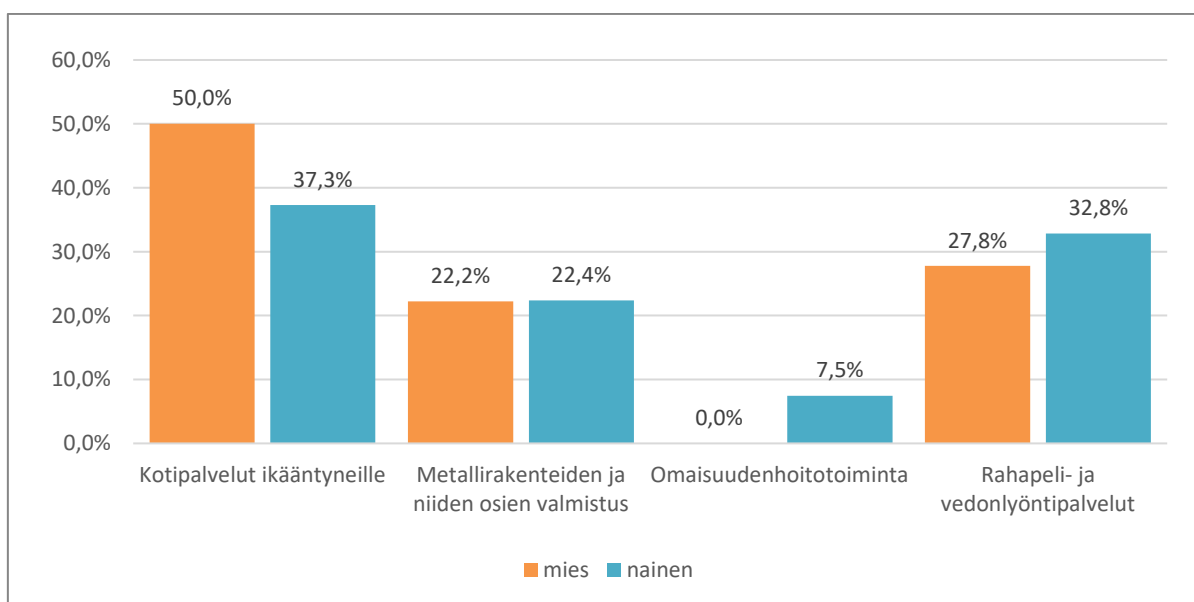
Pappaboy-yhtiön toimiala on metallirakenteiden ja niiden osien valmistus. Kauppalehdessä yrityksen postiosoite-kohdassa on mainittu nimi miehen nimi, joten yrityksen perustaja voisi olla miespuolinen. Yrityksen y-tunnus on tullut voimaan 11.06.1997 ja sen tila on aktiivinen (Kauppalehti.) Yrityksen oman toimialan lisäksi vaihtoehtoisina toimialoina kyselyssäni olivat omaisuudenhoitotoiminta, kotipalvelut ikääntyneille sekä rahapeli- ja vedonlyöntipalvelut.

Eniten ääniä (34) on saanut kotipalvelut ikääntyneille -toimiala. Suurin osa näistä informanteista on perustellut valintansa sanoilla *pappa*, joka viittaa ikääntyneisiin ihmisiin, ja *boy*, joka viittaa tätä pappaa hoitavaan nuorisoon: *Pappa = vanhukset, boy = nuoret. Kotipalvelut siis* (M95-33); *Pappoja autteleva poitsu*. (N94-48); *Sanat "pappa" ja "boy" (eli "poika") viittaisivat palveluyritykseen*. (M92-50). Osa informanteista on ihmetellyt *Pappaboy*-nimeä: *Hämmentävä nimi, en osaa perustella*. (M95-46); *Pappa-sanasta tulee tietenkin ikääntyneet mieleen, mutta Pappaboy kuulostaa aika älyttömältä*. (N80-70); *en tiedä, epäilyttävä nimi* (M79-77). He ovat kuitenkin luottaneet intuitioonsa ja *pappa*-sanan perusteella valinneet yrityksen toimialaksi kotipalvelut ikääntyneille.

Rahapeli- ja vedonlyöntipalvelut -toimialan on valinnut 27 informanttia. Suurin osa heistä on luottanut intuitioonsa eikä osannut perustella, miksi heidän valintansa on osunut juuri tähän alaan: *Tätä oli vaikea arvata. Nimi hämmentää*. (N93-5); *Lyö tyhjää* (M83-35); *Leikillinen nimi, ei vakava*. (N93-43). Osa informanteista on nähnyt *Pappaboy*-nimen viittaavan alan tyyppillisiin asiakkaisiin: *Jotain nettipokeriin liittyvää* (M90-21); *koska pappa betalar* (N91-39); *Tulee mieleen ne vanhat papat, jotka pelaavat rahapelejä* (N92-44). Jotkut informantit ovat huomanneet *Pappaboy*-nimessä humoristisia vivahteita: *Nimi vaikuttaa muihin vaihtoehtoisin nähden koomiselta*. (N76-13); *kuulostaa liian humoristiselta muihin aloihin* (N97-16); *Omituinen ja humoristinen nimi viittaa*. (M95-30). Osa on kokenut *Pappaboy*-nimen epäilyttävänä: – – *ehkä tästä tulee enemmän gigolo tai seuranhakupalvelu vanhemmille miehille* (N93-86). Ilmeisesti N93-86-informantille sanojen *pappa* ja *boy* yhdistelmä on tuottanut mielikuvan itsensä nuorekkaaksi kokevasta vanhemmasta miehestä, joka on naamioinut yrityksensä rahapeli- ja vedonlyöntipalveluihin, mutta joka todellisuudessa harjoittaa seuranhakupalveluja.

Metallirakenteiden ja niiden osien valmistus -toimiala on saanut 20 informantin ääntä. Osalla heistä on ollut hankaluuksia valinnan kanssa: *En tiedä. Kamala nimi. Ei sovi näistä kelleen.* (N86-10), *Outo sanayhdistelmä* (M95-22), *Ei perustelua, intuitio sanoi että tämä sopii näistä parhaiten* (N94-38). Joillekin informanteille *Pappaboy*-nimestä on tullut mieleen *Pappaskootteri...* (N91-17) ja *Mopofirma* (M77-69). Nähtävästi heidän mielestään tämä nimi viittaa yrittäjätöiden harrastukseen, eli vanhojen mopojen (kuten Pappa-Tunturin) ja skootterien keräilyyn ja kunnostamiseen. Osa kyselyyn osallistuneista on arvellut, että *Pappaboy*-nimen takana täytyy olla miesvaltainen toimiala, minkä takia heidän toimialavalintansa onkin osunut juuri metallirakenteiden ja niiden osien valmistukseen: *Boy-sana vetoaa nuoriin miehiin* (M97-27); *Mieleen tulee miesvaltainen ala ja yritys, joka on kulkeutunut isoisältä pojalle.* (N92-63); *Nimi kuulostaa miespainotteisen alan yritykseltä.* (N96-71),

Omaisuuksienhoitotoiminta on saanut vain viisi ääntä, ja nekin kaikki naisinformanteilta. Osa heistä ei ollut varma valinnastaan: *En osaa perustella valintaani.* (N95-23). Toiset ovat argumentoineet valintansa *Pappaboy*-nimestä tulevilla mielleyhtymillä: *Konkari pappa* (N76-40), *Hoitaa isien ja poikien omaisuuden* (N49-54). N76-40:n mielestä yrityksessä on kyse kokeneesta yrittäjästä, joka pystyy auttamaan hankalissakin tilanteissa. N49-54:n mielestä *Pappaboy*-yritys hoitaa isien ja poikien varat, jotta heidän välilleen ei syntyisi ristiriitoja.



Kuvio 12: Sukupuolijakauma toimialavalinnoissa, *Pappaboy*

Pappaboy-nimi on aiheuttanut hankaluuksia toimialavalinnassa, mikä heijastui informanttien kommentteissa. Valituin toimiala niin nais- kuin miesinformanttien keskuudessa oli kotipalvelut ikääntyneille. Miesvastaajista puolet oli valinnut tämän toimialan. Toiseksi suosituin toimiala oli rahapeli- ja vedonlyöntipalvelut, joka on saanut prosentuaalisesti melko saman verran ääniä molemmilta sukupuolilta. Samoin on käynyt metallirakenteiden ja niiden osien

valmistus -toimialassa, kun taas omaisuudenhoitotoimina ei saanut yhtäkään ääntä miesvastaajalta, mutta naisvastaajista 7 prosenttia on kääntynyt tämän toimialan puolelle.

Kyselyn toisessa kysymyksessä 35 informanttia on nähnyt Pappaboy-yrityksen perustajan miehenä: *Vanhempi mieshenkilö* (N94-8); *liian siististi tai limaisesti pukeutunut 30-40v. mies* (M90-21); *50-60-vuotias mies, joka on ikänsä pyörittänyt liiketoimintaa. Ammattikoulutasoinen koulutus.* (N92-25). Kuten esimerkeistä huomaa, joidenkin informanttien mielestä perustaja on keski-ikäinen, mutta oli niitäkin, jotka näkivät Pappaboy'n perustajaa nuorena: *Miellynyt vintageen, nuori mies.* (N92-2), *Mies, huumorintajuinen, nuori mutta parrakas, omistaa pappa-tunturin* (N82-12); *Nuori, sosiaalinen ja työteliäs.* (M69-81). Vain kaksi informanttia olivat sitä mieltä, että Pappaboy'n perustaja voi olla nainen tai mies ja nainen: *Nainen, joka haluaa tehdä ammatistaan mediaseksikkään.* (N94-79), *Innovatiivinen, alaa uudistava henkilö, joko mies tai nainen.* (N97-58). Jäljelle jääneet muut informantit eivät viitanneet perustajan sukupuoleen.

Tärkeimpänä perustajan ominaisuutena informantit pitivät hänen humoristisuuttaan: *Iloinen vanhusten auttaja, ehkä juuri mies miehelle- palveluja (raskaampia kotitöitä esim.)* (N62-28); *Humoristinen nuorempi mieshenkilö.* (M95-30); *Ehkä vähän hassu. Menestynyt hassuudellaan.* (N93-43.) Osa informanteista ei pitänyt tästä nimestä, mikä heijastui heidän kuvauksissaan perustajasta: *Joku joka ei ole jaksanut mieltä ihan hirveästi.* (N86-10); *Ajattelen, että häneltä puuttuu mielikuvitusta.* (N86-53); *Luulee olevansa hauska* (N79-65). Pappaboy-nimestä joillekin informanteille on muodostunut epäluotettava ja epäilyttäväkin mielikuva yrittäjästä: *Vähän outo, sillä nimessä on pieni pedofiilinen meininki* (N64-9), – – *Varmaan caymansaarelainen omaisuudenhoitoyhtiö, joka on kaivanut sanakirjasta suomalaiselle rahanpesubulvaanille sopivan nimen.* (M83-35).

Kyselyn kolmannessa kysymyksessä 38 informanttia on kokenut Pappaboy-yrityksen asiakkaan miespuoliseksi: *Eriikäiset miehet* (N94-3); *Pappa.* (M94-11); *jännitystä elämään etsivä rikas mies* (N98-24). Ainoastaan kaksi informanttia ovat nähneet Pappaboy'n asiakkaana kumpaakin sukupuolta: *Mies tai nainen, haluaa ehkä jotain erilaista. Luultavasti trendikäs itekin.* (N92-2), *varttunut, huolenpitoa tarvitseva henkilö (mies) / pariskunta* (N68-84). Muiden informanttien mielikuva tyypillisestä asiakkaasta on ollut kutakuinkin seuraavanlainen: *vanhus, humoristinen, varakas: Yrittäjä, mies, johon huumori vetoaa* (N82-12); *Keski-ikäinen tai eläkeläinen mies, jolla on liikaa aikaa ja hieman ylimääräistä rahaa käytössään.* (N91-26); *Vanhempi mies* (M95-33).

Naisvastaajat ovat suhtautuneet varauksellisesti tähän yritykseen, tyypillisestä asiakkaasta heille on muodostunut seuraavanlaisia mielikuvia: *Pervot vanhat miehet* (N91-36); *Yrityksestä riippuen joko ne ikääntyneet tai (erikoisesta) seksistä kiinnostuneet.* (N80-70); *Vanha mies, jonka ainut ilo on enää*

vain ihailta nuorta naista ja lausua hänelle muutamia kohteliaisuuksia. (N94-79). Yksi vastaaja sanoo, että *Tuolla nimellä tuskin kukaan uskaltautuu asiakkaaksi* (N64-9), eli *Pappaboy*-nimi on herättänyt epäilyttäviä ajatuksia naisissa. He usein myös mainitsivat, että *Pappaboy*n tyypillinen asiakas ei välitä yrityksen nimestä: *Metallirakenteita tarvitsevan yrityksen hankkija, jota ei todellakaan kiinnosta, minkä nimiseltä yritykseltä tilaa.* (N93-1), *ei huomioi nimeä* (N97-16).

4.2.6. *VoiVeljet!*

VoiVeljet!-yhtiö harjoittaa ravintolatoimintaa, ja sen y-tunnus on tullut voimaan 27.3.2008. Yrityksen tila on aktiivinen. Kauppalehdessä yrityksen toimitusjohtajaksi on mainittu mies (Kauppalehti.) Yhtiön oman toimialan lisäksi vaihtoehtoisina toimialoina kyselyssäni olivat kirjojen vähittäiskauppa, sisustusliike sekä urheilu- ja liikuntapalvelut.

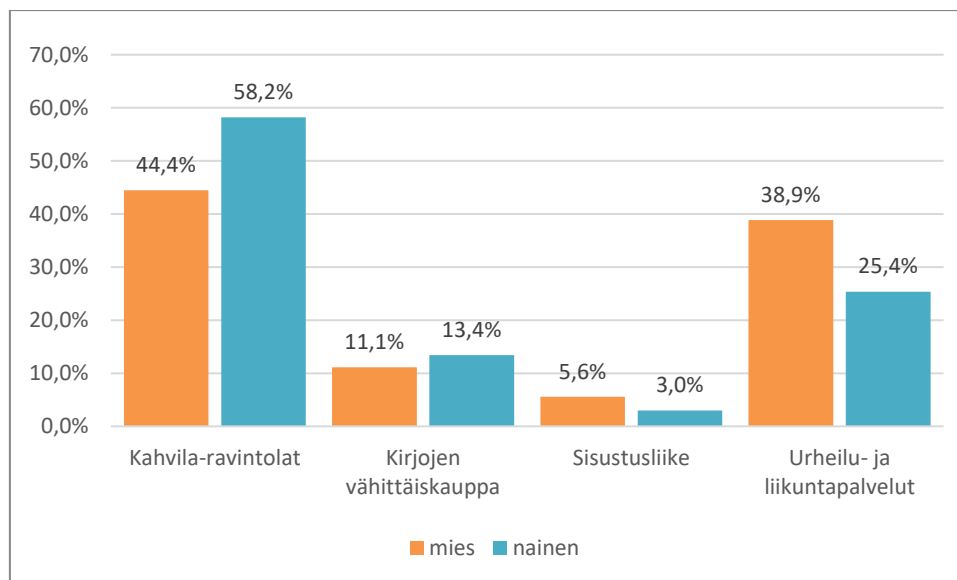
Yli puolet (47) vastaajista arvasi yrityksen toimialan oikein, ja suurin osa heistä on perustellut valintansa toiminimen sisältävän *voi*-sanalla: *"voi" voi viitata voihin, jota käytetään leivonnassa* (N94-3); *Hauska perinnereseptilohkaisua? Leivotaan voilla?* (N84-18); *koska sanassa mainitaan voi* (N94-32); *Sanaleikki huudahduksesta, josta sana "voi" viittaa ruokaan.* (M92-50). Yrityksen nimen toinen osa *veljet* joidenkin informanttien mielestä viittaa perheyritykseen: *Sanan "voi" vuoksi. Kyseessä saattaisi olla perheyritys leipomo.* (N92-25), *Vain siinä tapauksessa, että kyseessä on perheyritys.* (N86-53). Enemmistö tämän toimialan valinneista on kuitenkin jättänyt kommentoimatta yrityksen *veljet*-osaa. Viisi informanttia on tunnistanut *VoiVeljet!*-yrityksen (*VoiVeljet*), vaikka yrityksellä ei ole juuri *VoiVeljet!*-nimistä ravintolaa: *Tämä on olemassa olevan ravintolaketjun nimi* (N82-4); *Tämä on tuttu firma.* (M69-81); *tiedän tämän Turussa toimivan firman* (N86-73).

Toiseksi eniten ääniä (25) saanut toimiala oli urheilu- ja liikuntapalvelut. Vastaajat ovat perustelleet valintansa *voi*-interjektion ja *veli*-substantiivin sanaliitolla *voi veljet!*, joka ilmaisee `hämmästyä, ihastelua` (Urbaanisanakirja): *Huudahdus sopii urheiluun.* (M94-11), *Kuulostaa jääkiekkoselostajan huudahdukselta.* (N76-13), *Eksklamaatio kehottaa liikkeelle, kuten myös veljet-sana.* (M93-82). Osa miesinformanteista on kokenut urheilu- ja liikuntapalvelut miehisenä alana: *Miehinen ala* (M95-30), *Urheilu on miesten hommaa.* (M95-33). Monen tämän toimialan valinneen informantin mielestä *VoiVeljet!* on voimaannuttava, tsemppaava, ja siksi tähän alaan sopiva nimi: *Kannustushuutomainen nimi* (N91-17), *Dynaaminen nimi* (M90-21), *Nimi herättää aktiivisuutta joten siitä tulee liikunta mieleen* (M97-27).

Informanteista 11 on valinnut *VoiVeljet!*-yrityksen toimialaksi kirjojen vähittäiskaupan. Erikoisasunsa ja huutomerkkin vuoksi vastaajat ovat yhdistäneet yrityksen kirjallisuuteen: *Sanonta viittaisi kirjallisuuteen.* (N81-52), *huudahdus voisi viitata kaunokirjallisuuteen* (N91-62). Yhdelle

informantille *VoiVeljet!*-nimi on muistuttanut Aleksis Kiven kirjaa: *Mieleen tulee Seitsämän Veljestäteos ja huutomerkistä tulee mieleen kirjallisuus*. (N92-63). Joillekin informanteille on tullut mieleen konkreettinen tilanne kirjakaupassa tai kirjaa lukiessa: *Näin kirjoja lukiessa huudahdetaan!* (N94-48), *Huudahdus, kun tekee kirjojen joukosta todellisen löydön*. (N72-49).

Sisustusliikkeen *VoiVeljet!*-yrityksen toimialaksi valitsi ainoastaan kolme informanttia. He ovat perustelleet valintaansa seuraavasti: *Tuli mieleen heräteostokset, enemmän vaatekauppaa mietin mutta kai sisustusliikekin sopii* (N98-42); *Voi veljet minkä idean sait! Sanontaan perustuva, sisustus luovaa, joten sopii tähän* (N95-51); *Trendipuoti* (M77-69). Näiden kommenttien perusteella voisi sanoa, että tässäkin tapauksessa informantit ovat miettineet *VoiVeljet!*-yritystä nimenomaan *voi veljet!* -sanaliitolla. Ostoksilla asiakkaat hämmästelevät ja ihailevat jotakin, minkä takia heille tuleekin suunnittelemattomia heräteostoksia. Toisaalta sisustusliikkeissä voi saada myös inspiraatiota ja ideoita sisustamiseen, kuten N95-51 mainitseekin kommentissaan.



Kuvio 13: Sukupuolijakauma toimialavalinnoissa, *VoiVeljet!*

Annetuista toimialavaihtoehdoista kaksi nousi yli muiden (ks. Kuvio 13), kahvila-ravintolat ja urheilu- ja liikuntapalvelut. Naisinformanteista yli puolet valitsi *VoiVeljet!*-yrityksen toimialaksi kahvila-ravintolat, myös suurin osa miesinformanteista on kääntynyt tämän toimialan puolelle. Urheilu- ja liikuntapalvelut oli toiseksi äänestetyin toimiala, joka sai enemmän ääniä mies- kuin naisinformanteilta. Kirjojen vähittäiskauppa sai yli 10 prosenttia kummaltakin sukupuolelta. Kaikista vähiten ääniä on saanut sisustusliike, joka on saanut yhden äänen mieheltä ja kaksi ääntä naiselta.

Kyselyni toisessa kysymyksessä 37 informanttia on nähnyt *Voi Veljet!*-yrityksen perustajan miehenä: *Nuorempi liikunta-alan ammattilaismies*. (M95-30); *Miespuolinen, energinen, ulospäinsuuntautunut*. (N86-45); *Kaksi nuorta miestä, jotka tykkäävät kokkaamisesta* (N98-85). Yli puolet näistä vastaajista

on myös maininnut, että perustajina ovat veljekset tai kaverukset. Tällaiseen päättelyyn on todennäköisesti vaikuttanut nimen *veljet*-osan monikkomuoto: *Joku voisilmäpulla tosta tulee mieleen. Ehkä jotkut leipuriveljekset.* (N86-10), *Omistajat saattaisivat olla esimerkiksi kaksi veljestä!* (M91-29), *Pari-kolmekymppiset miespuoliset kondiittorikaverukset varmaan asialla* (M83-35). Ainoastaan yksi informantti koki, että tämän yrityksen on perustanut nainen: *Keski-ään ylittänyt nainen, jonka leipomo-kahvila sijaitsee maantien varrella.* (N94-79). Vain pari vastaajaa sanoi, että yrityksen perustajan sukupuolella ei ole väliä: *joku urheilullinen, muttei kekseliäs, yhtä hyvin mies kuin nainenkin* (M90-21), *Sopisi paremmin teatterialalle nimeksi...mutta yrittäjä on yksin yrittävä mies tai nainen.* (N72-49).

Jäljelle jääneet muut informantit eivät ole maininneet yrityksen perustajan sukupuolta, vaan ovat kuvailleet hänet yleisesti: *rempseä ja iloinen* (N97-16), *Iloinen, positiivinen, reipas* (N95-20), *perheellinen, 30-40 -vuotias* (X95-61). Ne, joille tämä yritys oli tuttu, ovat kommentoineet toiseen kysymykseen mm. näin: *no muistaakseni ne on sellaisia nuorehkoja miehiä, jotka on viimeisen kymmenen vuoden aikana rakentaneet ravintolaimperiumiaan turussa* (N86-73), *Yritteliäitä oman alansa asiantuntijoita.* (M69-81). Ilmeisesti yksi informanteista jopa tuntee yrittäjän: *Hän on ihan mukava tyyppi mutta ravintoloitsijalle tyypillisesti stressaa liikaa* (N82-4). Tämä informantti puhuu yrittäjästä yksikössä (hän), vaikka ravintolan omien nettisivujen mukaan yrityksellä on kuitenkin neljä yrittäjää. Todennäköisesti tämä informantti tuntee yhden heistä.

Kyselyn kolmannessa kysymyksessä 15 informanttia on päättellyt *VoiVeljet!*-nimestä, että yrityksen tyypillinen asiakas on miespuolinen henkilö: *Urheileva keski-ikäinen mies* (N94-8), *Kansallishenkkinen ja urheilua rakastava mies.* -- (M93-82). Pääosin nämä informantit ovat valinneet yrityksen toimialaksi urheilu- ja liikuntapalvelut, mutta joukossa oli myös muita toimialavalintoja, esimerkiksi kirjojen vähittäiskauppa: *Nimi kuulostaa perinteisen miesvaltaisella alalla olevalta yritykseltä, joten oletan myös asiakkaiden olevan pääasiassa miehiä.* (N91-62). Tämä informantti tarkoittanee, että perinteisesti miesvaltaisilla aloilla yritysnimissä koreilee maskuliiniset ilmaukset, jotka puolestaan houkuttelevat juuri odotettuja miesasiakkaita. Tässä tapauksessa antamistani toimialavaihtoehtoista tämän informantin mukaan kirjojen vähittäiskauppa olisi miesvaltainen.

Jäljelle jääneet muut informantit eivät ole maininneet tyypillisen asiakkaan sukupuolta. He kuvailivat asiakasta yleisellä tasolla: *taiteelliset älyköt* (N64-9); *muotitietoiset välineurheilijat* (M90-21); *Keski-ästä ylöspäin. Myös paljon lapsiperheitä.* (N92-25); *Mielestäni asiakas voi olla kuka vain. Nimi ei herätä erityistä mielikuvaa asiakkaasta.* (M91-29). Niille, jotka tunsivat tämän yrityksen ennestään, on tullut tällaisia ajatuksia yrityksen tyypillisestä asiakkaasta: *Hänen ravintoloissaan käyvät lapsiperheet päivisin ja fiinit ihmiset kokousten yhteydessä* (N82-4); *Monenlaisia asiakkaita*

(N79-65); *En osaa sanoa.* (N91-67). Yksi heistä on nähnyt itsensä ravintolan potentiaalisena asiakkaana:

minä, joskaan mikään voiveljien ravintoloista ei kulje tuolla nimellä; tosin voiveljet on niin hauska nimi, että joskus teki mieli tilata heiltä catering ihan puoliksi jo sen vuoksi (toinen puoli totuudesta on tietysti hyvä ruoka) (N86-73).

5. Lopuksi

Tutkielmani tavoitteena oli selvittää, miten korkeakoulutetut nuoret tulkitsevat sukupuolisia ilmauksia sisältäviä yritysnimiä. Kuten totesin luvussa 3.1, kieli ei ole vain viestinnän väline, vaan se myös peilaa yhteiskunnan luomia näkemyksiä ja arvoja. Tämän johdosta valitsin tutkimuskohteekseni sukupuolisia ilmauksia sisältäviä yritysnimiä. Kyselyyni vastasi 86 informanttia, joista 18 oli miespuolisia ja yksi on ilmoittanut sukupuolekseen merkin X. Jäljelle jääneet 67 informanttia olivat naisia. Tarkoituksena oli tutkia nimenomaan nuorten korkeakoulutettavien tai -koulutettujen mielipiteitä aiheesta, mutta kyselyyni osallistui myös muutama 40- ja 60-luvulla syntynyt. Otin heidän vastauksensa mukaan analyysiini, koska heitä oli vain muutama. Kyselyssäni heidän vastauksensa eivät luoneet kontrastia verrokkeihinsa.

Tutkimuskyselyni informanttien vastauksissa ilmeni, että sukupuolisia ilmauksia sisältävät yritysnimet herättävät tietynlaisia odotuksia ja mielikuvia yrityksen toimialasta, sen perustajasta sekä oletetuista asiakkaista. Informanttien toimialavalintoihin ja yrittäjän sekä tyypillisen asiakkaan kuvauksiin vaikutti monesti itse yritysnimessä esiintyvä sukupuolinen ilmaus. Kun yrityksen nimi oli feminiininen, vastaaja tyypillisesti valitsi yrityksen perustajaksi ja asiakkaaksi naisen. Vastaava sukupuolinen jaottelu toistui maskuliinisessa nimessä, jolloin perustaja ja asiakas ajateltiin mieheksi.

Tarkasteltaessa yleisesti tutkimuskyselyyni vastanneiden kommentteja yritysnimistä voi sanoa, että informanttien mielestä jotkut alat ovat selkeästi sukupuolittuneita. Muun muassa seuraavien kyselyni vaihtoehtoisten yritysten toimialojen kohdalla jotkut informantit mainitsivat, että ne olisivat miesvaltaisia aloja: liikkeenjohdonkonsultointi, rakennuspuusepän asennustyöt, metallirakenteiden ja niiden osien valmistus, urheilu- ja liikuntapalvelut sekä arvopaperien ja raaka-ainesopimusten välittäminen. Informanttien mielestä nimen maskuliinisella viittauksella korostetaan jo miesvaltaisena tunnettua tai oletettua toimialaa, kun taas feminiinisen ilmauksen sisältävällä yritysnimellä halutaan painottaa naisille suunnattua palvelua miesvaltaisella alalla (esimerkiksi Pelinainen-yritys). Nämä vastaukset kertovat, että Korvajärven (2010) esittämä tutkimustulos alojen sukupuolittuneisuudesta pitää paikkansa, ja että nuorten korkeakoulutettujen suomalaisten mentaliteettiin on juurtunut ajatus naisten ja miesten toimialoista.

Tutkimuskyselyni ensimmäisen kysymyksen tavoitteena oli selvittää, millaisia ajatuksia nostattavat sukupuolisia ilmauksia sisältävät yritysnimet, ja vaikuttaako siihen yrityksen oletettu toimiala. Tässä kysymyksessä informanttien piti valita 12:lle yritykselle neljästä annetusta toimialavaihtoehdosta heidän mielestään yritysnimelle sopivin. Vastaajien piti myös perustella omat toimialavalintansa.

Puolet tai yli puolet informanteista ovat osanneet valita oikean toimialan viidelle yritykselle, jotka olivat *Coconainen*, *Mummoparkki*, *Pelinainen*, *Siskon Eurosysteemit* ja *VoiVeljet!*. Neljä näistä yritysnimistä on feminiinisen ilmauksen sisältäviä, mistä voisi päätellä, että informantit olivat enemmän samaa mieltä feminiinisten ilmausten sisältävien yritysnimien toimialoista. Pelinainen-yritykselle 57 informanttia on valinnut rahapeli- ja vedonlyöntipalvelut. Mummoparkki-yrityksen toimialaksi 53 informanttia on valinnut kahvilat-ravintolat. 47 vastaajaa on todennut, että Coconainen-yrityksen toimialaksi sopisi kosmetiikka- ja hygieniatuotteiden vähittäiskuppa. Siskon eurosysteemit -yritykselle 43 informanttia on katsonut sopivaksi ohjelmatoimistot ja manageripalvelut -toimialan. Myös Kuningatarideat-yrityksen kohdalla miltei puolet (42) informanteista on päätenyt samaan toimialavaihtoehtoon eli ohjelmatoimistot ja manageripalveluihin. Toisin sanoen naissukupuoleen viittaavat yritysnimet ovat toimialansa puolesta informanttien enemmistön mielestä selkeämpiä kuin miesilmauksen sisältävät yritysnimet.

Toimialavalintojen hajontaa ja empimistä ilmeni seitsemän yritysnimen tulkinnoissa: *Kuningatarideat*, *Tunturin tyttö*, *Boyvisio*, *Figur&Poika*, *Joutilas mies*, *Kolmas mies* ja *Pappaboy*. On havaittavissa, että toimialavalinnassa on ollut enemmän hajontaa nimenomaan maskuliinisia ilmauksia sisältävissä yritysnimissä: niistä ainoastaan *VoiVeljet!*-yrityksen toimialasta on ollut samaa mieltä 47 informanttia. Kaikista eniten hajontaa ja epävarmuutta yrityksen toimialasta on aiheuttanut *Joutilas mies* -nimi. Miltei kaikki sen toimialavaihtoehtoista on saanut saman verran ääniä: esittävät taiteet on valinnut 26, mainostoimiston 25, kirjojen vähittäiskaupan 21 sekä äänistudion, äänitteiden ja musiikin kustantamisen 14 informanttia. Miespuolisen ilmauksen sisältävien yritysnimien hajanaiseen toimialavalintaan on voinut vaikuttaa informanttien yleinen mielikuva ja näkemys yritysmaailmasta. Yrittäjän saappaissa oletetaan olevan enemmän mies- kuin naispuoleinen yrittäjä, minkä takia informanttien on helpompi kuvitella miesilmauksia sisältäville yrityksille monipuolisempia toimialoja. Vastaajien toimialavalinnoista tulee vaikutelma, että informantit näkevät naisyrittäjiä enemmän samantyyppisten toimialojen toimijoina, esimerkiksi parturikampaamon tai ravintola-alan.

Toimialavalintakysymyksessä vain kahden yrityksen kohdalla enemmistö vastaajista valitsi oikean toimialan. Ne olivat Mummoparkki ja VoiVeljet!. Kummankin yrityksen toimiala on kahvila- ja ravintolatoiminta. Informanttien valintaperustelujen pohjalta nämä nimet ovat leikkisiä ja hauskoja, ja heidän mukaansa kahviloita nimetään juuri vastaavanlaisilla mieleenpainuvilla ja vitsikkäillä propreilla. *Mummoparkki*-nimi on tuonut mielikuvan kahviloissa aikaansa viettävistä mummoista, ja *VoiVeljet!*-yritysnimen informantit ovat yhdistäneet voihin eli ravintorasvaan, jota käytetään paljon ruoanlaitossa. Tällaisten mielleyhtymien perusteella informantit ovat valinneet näille yrityksille kahvila-ravintolat-toimialan.

Ensimmäisessä kysymyksessä informantit eivät ole kovin usein kiinnittäneet huomiota yritysnimen sukupuoliseen ilmaisuun, mutta joissakin tapauksissa sukupuolinen ilmaisu on vaikuttanut toimialavalintaan. Esimerkiksi jotkut vastaajat ovat kokeneet *Kolmas mies* -yritysnimen harjoittavan liikkeenjohdon konsultointia, joka on heidän mielestään miesvaltaisena tunnettu ala. He ovat myös sanoneet, että nimen *mies*-osa on ohjannut heidän ajatteluaan. Joidenkin informanttien mielestä yrityksen nimessä ei viitata sukupuoleen turhaan, ja he ovat pohtineet tätä valitessaan yritykselle toimialaa. Heidän mielestään vastaavanlaisella nimellä yrittäjä on halunnut tavoitella jotakin tai korostaa yrityksen toimintaperiaatetta, esimerkiksi omistajan identiteettisiä ominaisuuksia kuten feministisyyttä, toimialan mies- tai naisvaltaisuutta, tai jommallekummalle sukupuolelle tarjoavaan palveluun erikoistunutta yritystä. Esimerkiksi jotkut vastaajat ovat kokeneet, että Coconainen, Pelinainen tai Tunturin tyttö -yritykset olisivat suunnattuja nimenomaan naisille, tai että Boyvisio-yrityksen takana olisi homoseksuaali mies, joka toimii parturi-kampaamo-alalla.

Maskuliinisen ilmauksen sisältävät yritysnimet ovat herättäneet joissakin informanteissa epäluottamusta. Heidän mielestään maskuliinisella ilmauksella viitataan esimerkiksi hyvä veli -verkostoon Kolmas mies -yrityksessä ja laittomaan toimintaan eli rahanpesuun Pappaboy-yrityksessä. Vastaajissa vastaavanlaista epäluottamusta yrityksen toimintaa kohtaan pelkän nimen perusteella ei ole herättänyt yksikään feminiinisen ilmauksen sisältävä yritys.

Kyselyssäni koin tärkeäksi kysyä vastaajien sukupuolta, koska halusin tutkimuksessani tuoda esiin sukupuolten välisiä eroavaisuuksia niiden tullessa esiin. Sukupuolten välisiä eroavaisuuksia olen havainnollistanut taulukoissa jokaisen yrityksen kohdalla. Sukupuolten toimialavalinnat eivät erottuneet suuresti toisistaan. Yritysten joukossa oli sellaisia, joiden neljästä toimialavaihtoehdosta yksi ei ole saanut yhtäkään ääntä miesinformanteilta. Tällaisia ovat esimerkiksi Kuningatarideat-yrityksen valokuvaamot ja muu kuvaustoiminta sekä Figur & Poika -yrityksen urheiluseurojen toiminta. Miesinformantteja oli yhteensä vain 18, eikä tästä voi vielä päätellä, johtuiko se miesten samanlaisesta ajattelutavasta.

Kyselyni toisessa kysymyksessä pyysin informantteja kuvailemaan, mitä he ajattelevat yrityksen omistajasta tai perustajasta nimen perusteella. Nähtävästi kyselyssäni annettujen nimien kokonaisuus ja kysymysasetelma ovat ohjanneet informanttien ajattelua, koska hyvin monesti he ovat kokeneet, että esimerkiksi feminiinisen ilmauksen nimessään sisältävän yrityksen on perustanut nainen ja maskuliinisen ilmauksen sisältävän on perustanut mies. Ani harvassa olivat ne, jotka mainitsivat feminiinisen ilmauksen sisältävän yrityksen olevan miehen perustama ja toisinpäin. Vain muutamat näkivät perustajan niin miehenä kuin naisena yritysnimestä riippumatta. Informanttien vastausten perusteella yritysnimien sukupuolinen ilmaus vaikuttaa mielikuvaan oletetun perustajan

sukupuolesta. Taulukosta 1 nähdään, miten informantit ovat puhuneet yritysnimen perusteella sen yrittäjän sukupuolesta.

Yrityksen nimi	Nainen	Mies	Nainen tai mies
Coconainen	50	1	3
Kuningatarideat	51	0	3
Mummoparkki	18	4	0
Pelinainen	39	3	0
Siskon eurosysteemit	44	0	1
Tunturin tyttö	57	0	0
Boyvisio	3	45	3
Figur & Poika	3	49	0
Joutilas mies	0	56	1
Kolmas mies	0	32	4
Pappaboy	1	35	1
VoiVeljet!	1	37	2

Taulukko 1. Yrityksen perustajan sukupuoli informanttien vastauksissa

Kuudesta feminiinisen ilmauksen sisältävän yrityksen nimestä neljän yrityksen kohdalla yli puolet informanteista oli sitä mieltä, että niiden omistaja on nainen. Ne olivat Tunturin tyttö, Kuningatarideat, Coconainen ja Siskon eurosysteemi (ks. taulukko 1). Myös Pelinainen-yrityksen perustajan on nähnyt naisena vain hieman alle puolet informanteista. Mummoparkki on aiheuttanut eniten hajontaa, sillä ainoastaan 18 kyselyyn osallistunutta on maininnut, että yrityksen omistaja olisi nainen.

Feminiinisen ilmauksen sisältävien yritysnimien joukosta kolmen kohdalla muutama informantti on kokenut, että niiden perustaja on mies (ks. Taulukko 1). Kuningatarideat, Siskon eurosysteemit ja Tunturin tyttö -yrityksissä informantit eivät ole kokeneet perustajan voivan olla miespuolinen. Siihen ovat voineet vaikuttaa lingvistiset seikat nivoutuneina maailmankatsomuksellisiin alitajuntaisiin oletuksiin. Esimerkiksi *Kuningatarideat*-nimi sisältää feminiinijohtimen *-tar*, joka osoittaa henkilön olevan nainen, ja koska se on jo kerran merkitty yleisestä (tässä tapauksessa kuningas) erotettavalla feminiinisellä symbolilla eli johtimella, niin se on helppo yhdistää naissukupuoleen. *Siskon eurosysteemit* -yritysnimen *sisko*-osa on tulkittavissa naisen erisnimenä, samoin *Tunturin tyttö* -nimen *tyttö*-osa viittaa naissukupuoleen ennen aikuisikää, minkä takia informanttien on voinut olla vaikeaa kuvitella näiden yritysten perustajaksi miestä. Yllä esitetyt seikat ovat voineet vaikuttaa kyselyyn osallistuneisiin alitajuntaisesti, ja ne voivat olla syynä sille, miksi yksikään 86:sta informantista ei ole valinnut näiden yritysten perustajaksi miestä.

Maskuliinisen ilmauksen sisältävistä yritysnimistä kolmen kohdalla yli puolet informanteista on vastannut yrittäjäksi miehen. Ne ovat *Joutilas mies*, *Figur & Poika* ja *Boyvisio* (ks. Taulukko 1).

Kolmessa muussa yrityksessä perustajan on nähnyt miehenä alle puolet informanteista. Kyseiset yritykset ovat *VoiVeljet!*, *Pappaboy* ja *Kolmas mies*. Vain muutama informantti koki, että maskuliinisia ilmauksia sisältävän neljän yrityksen perustajana voisi olla nainen: *Boyvisio*, *Figur & Poika*, *Pappaboy* ja *VoiVeljet!*. Joutilas mies ja Kolmas mies -yritysten perustajia yksikään informanteista ei ole nähnyt naisena. Tuskin on sattuma, että juuri näissä nimissä on sana *mies*. Ilmeisesti informanttien on ollut vaikeaa nähdä *mies*-sanan sisältävien yritysnimien perustajina naisia.

Toisessa kysymyksessä informantit ovat kuvailleet yritysten perustajia myös yleisellä tasolla persoonina ja henkilöinä eriyttämättä sukupuolta. Annettujen yritysten oletettujen omistajien kuvaukset olivat joissakin tapauksissa hyvinkin konkreettisia, mistä voisi päätellä, että yritysnimet tosiaan herättävät ihmisissä tietynlaisia mielikuvia ja ajatuksia perustajasta. Kuvauksissa ilmenivät sukupuolen lisäksi usein yrityksen perustajan ikä, koulutus, luonteenpiirteet ja ulkonäölliset seikat. Yritysnimet olivat joidenkin informanttien mielestä epätoimivia ja mielikuvituksettomia, kun taas toisten mielestä samat nimet olivat humoristisia, ja ne ovat herättäneet hilpeyttä informanteissa. Yritysnimen ensivaikutelma on herättänyt vastaavanlaisen mielipiteen myös itse yrittäjistä. Jos informantin mielestä nimi oli epätoimiva, niin yrityksen omistajaakin haukuttiin ylimieliseksi, joka pitää itseään nokkelana ja hauskana (esimerkiksi *Coconainen*). Jos yritysnimi oli informantin mieleen, kehui hän yleensä yrityksen perustajaakin idearikkaaksi, huumori-ihmiseksi, rennoksi ja menestyväksi.

Kolmannessa kysymyksessä pyydettyäessä kuvailemaan lyhyesti yrityksen tyypillistä asiakasta halusin selvittää, millaisiin asiakkaisiin vastaajien mielestä vetoaa sukupuolisen ilmauksen nimessään sisältävä yritys. Tässäkin kysymyksessä hyvin moni informantti kuvaili asiakasta sukupuolen näkökulmasta. Sukupuolisen ilmauksen sisältävän yrityksen asiakaskuntaa katsottiin yleensä mies- tai naispainotteiseksi yritysnimessä esiintyvän sukupuolen mukaan. Kyselyyn osallistuneet ovat kuitenkin harvemmin kokeneet yrityksen erikoistuneen palvelemaan vain sitä sukupuolta, joka esiintyy yritysnimessä, mutta niitäkin oli (esimerkiksi *Coconainen*, *Pelinainen*, *Figur & Poika* ja *Boyvisio*).

Informantit kuvailivat usein yritysten tyypillisintä asiakasta samoilla ominaispiirteillä kuin omistajaakin. Vastaajat kuvailivat yritysten tyypillisiä asiakkaista usein samanlaiseksi kuin yrityksen perustaja. Tällä tavalla he korostivat samankaltaisuuden tärkeyttä yrittäjässä ja asiakkaassa, joilla on samat arvot ja kiinnostuksen kohteet, ja jotka tulevat hyvin toimeen. Nämä asiat taas olivat ikään kuin perustana asiakkaan ja yrittäjän luottamussuhteelle, eli mitä enemmän asiakas pystyy samaistumaan yrittäjään, sitä helpommin hän hakeutuu yrityksen palveluihin.

Informanttien kommenteissa usein heijastui heidän suhtautumisensa yrityksen nimeen. Jos he ovat pitäneet nimeä esimerkiksi humoristisena ja nokkelana, eikä sen sukupuolinen ilmaus ole haitannut, niin he kuvailivat yrityksen potentiaalista asiakastakin suopeasti: *huumorintajuinen, korkeasti koulutettu, varakas, määrätietoinen, älykäs* ja niin edelleen. Vastakkainen asiakkaan kuvailu toistui niiden vastaajien kommenteissa, jotka eivät pitäneet yritysnimestä, ja sukupuolinen ilmaus on aiheuttanut heissä negatiivisia tunteita. Tällainen oli esimerkiksi Kolmas mies -yritys.

Asiakasta kuvaillessaan kyselyyn osallistuneet usein puhuivat hänen varallisuudestaan. Joidenkin yritysten asiakkaita pidettiin halvan hinnan perässä juoksijoina ja piheinä (esimerkiksi *Joutilas mies, Siskon eurosystemit*) ja joidenkin rikkaina (esimerkiksi *Figur & Poika, Tunturin tyttö*). Hyvin usein informanttien kommenteissa nousi esiin myös oletetun asiakkaan ikä: jos kyselyyn osallistunut koki, että yrityksen nimi on jollain tapaa hienostunut, niin sen asiakas nähtiin useimmiten vanhempana ja/tai varakkaampana henkilönä (esimerkiksi *Kuningatarideat*). Sen sijaan yritysnimen ollessa arkinen ja humoristinen, niin asiakaskunta kuvailtiin neutraalisti.

Joihinkin maskuliinisia ilmauksia sisältäviin yritysnimiin naisinformantit ovat suhtautuneet varauksellisesti ja negatiivisesti. He eivät pitäneet siitä, että yritysnimessä korostetaan maskuliinista sukupuolta. Esimerkiksi Kolmas mies -yrityksen tyypillistä asiakasta he ovat kuvailleet *juopoksi* ja *baarikärpäseksi* ja Pappaboy-yrityksen *pervoksi* ja *vanhaksi mieheksi*. Nimessä ylenpalttinen maskuliinisuuden korostaminen on herättänyt naisissa epäluottamusta. Heidän mielestään maskuliinisuuden korostaminen on turhaa ja tarpeetonta etenkin jo valmiiksi miesvaltaisina tunnetuissa toimialoissa.

Boyvisio-yritysnimi on tuonut informanttien mieleen asiakaskunnan seksuaalisen suuntautumisen. Yrityksen asiakkaita kuvailtiin epämiehekkäiksi, muutitietoisiksi ja oletettiin miehiksi. Näiden kommenttien perusteella maskuliinisen ilmauksen sisältävien yritysnimien odotetaan olevan tietynlaisia, muuten ne koetaan epämaskuliinisiksi ja tietynlaisia asiakkaita luokseen houkutteleviksi. Maskuliininen ilmaus *boy* yhdistettynä sanaan *visio* on informanttien mielestä epämiehekkäs, etenkin jos yrityksen toimiala on parturi-kampaamot tai valokuvaamot ja muu kuvaustoiminta. *Boyvisio*-tyyppisten yritysnimien on vastaajien mielestä tarkoitus houkutella tietynlaisia asiakkaita luokseen, tässä tapauksessa homoseksuaaleja. Tämä mielestäni jälleen kerran todistaa, että yritysnimen sukupuolinen ilmaus vaikuttaa informanttien mielikuvaan sen tyypillisestä asiakkaasta. Vastaavanlaiset yritysnimet voivat olla hyvin toimivia, jos yrittäjän onkin tarkoitus rajoittaa ja valita asiakaskuntaa, muussa tapauksessa se voi pienentää asiakasmääriä ja hankaloittaa liiketoimintaa.

Yllä esitettyjen tulosten perusteella ei voi vielä päätellä, että pelkkä yritysnimi herättäisi informanteissa ajatuksia sen perustajan tai asiakkaan sukupuolesta. Kyselyni yksipuoliset yritysnimet, jotka kaikki sisälsivät sukupuolisen ilmauksen, vaikuttivat informanttien ajatteluun, koska hyvin usein he ovat kommentoineet esimerkiksi yrittäjän tai asiakkaan sukupuolta. Tästä huolimatta tutkimukseni aihe ja informanttien vastaukset olivat hyvin mielenkiintoisia analysoida. Sain kyselyyni vastanneilta paljon käsiteltävää materiaalia, informantit olivat vastanneet rehellisesti ja kertoneet omia mielipiteitään avoimesti. Vastausten määrän ja laadun perusteella voi sanoa, että yritysnimet tosiaan herättävät ajatuksia ja luovat tietynlaisia mielikuvia informanteissa, mutta liittyisivätkö nämä mielipiteet niin paljon sukupuoleen ilman, että yritysnimet sisältäisivät sukupuoleen viittaavia ilmauksia, jää tässä tapauksessa avoimeksi. Tätä tutkimusta voisi jatkaa niin, että lisäisi yritysnimien joukkoon myös sukupuolineutraaleja nimiä, ja katsoisi, miten informantit kuvailevat näitä nimiä yhdessä sukupuolista ilmausta sisältävien yritysnimien kanssa.

Lähteet

Aineslähteet

Kauppalehti [Online.] Yrityshaku [Viitattu 26.02.2019] Saatavissa:

<https://www.kauppalehti.fi/yritykset/yrityshaku>

Patentti- ja rekisterihallitus, Virre-tietopalvelu [Online.] <https://virre.prh.fi/novus/frontPage?execution=e5s1> > Yrityshaku. [Viitattu 7.10.2017.] Saatavissa:

<https://virre.prh.fi/novus/companySearch?execution=e6s1>

Muut lähteet

Aamulehti (16.09.2017) Aamulehti ottaa käyttöön sukupuolineutraalit tittelit – eduskunnan puhemies on jatkossa puheenjohtaja. Pääkirjoitukset. Päivitetty 17.09.2017 [Verkkojulkaisu. Viitattu 13.10.2017] Saatavissa: <https://www.aamulehti.fi/paakirjoitukset/olemme-paattaneet-olla-kaikki-ihmisia-200395971>

Alko [Online.] [Viitattu 26.05.2018] Saatavissa:

https://www.alko.fi/tuotteet/tuotelistaus?SearchTerm=* &PageSize=12 &SortingAttribute=&PageNumber=4 &SearchParameter=%26%40QueryTerm%3D*%26ContextCategoryUUID%3DyW3AqHh4ul0AAAFVIGocppid%26OnlineFlag%3D1

Cameron, Deborah 1996: Sukupuoli ja kieli. Feminismi ja kielen tutkimus. Vastapaino, Tampere.

Cocopanda [Online.] [Viitattu 26.09.2018] Saatavissa: <https://www.cocopanda.fi/>

Engelberg, Mila 2016: *Yleispätevä mies. Suomen kielen geneerinen, piilevä ja kieliopillistuva maskuliinisuus*. Unigrafia, Helsinki.

Freeman, Morgan 2015: Morgan Freeman ja kosmoksen arvoitukset. (Through the Wormhole with Morgan Freeman.) USA, 2015. Dokumenttisarja, kausi 7, osa 3. Esitetty Suomessa kanavalla 6 sunnuntaina 03.09.2017 klo 18:00–19:00. [Viitattu 20.09.2017]

Hakulinen, Auli 2001: Kieli ja kielenkäyttö: onko suomi suku(puoli)neutraali kieli? Teoksessa *Lukemisto. Kirjoituksia kolmelta vuosikymmeneltä*. S. 331–342. SKS, Helsinki.

Heikkinen, Vesa 2017: Tunnekuohua, väärää tietoa, harhakäsityksiä – kieli ja sukupuoli ovat tulenarka yhdistelmä. Aamulehti, mielipiteet, 28.9.2017. [Verkkojulkaisu. Viitattu 13.10.2017] Saatavissa: <https://www.aamulehti.fi/mielipiteet/tunnekuohua-vaaria-tietoja-harhakasityksia-kieli-ja-sukupuoli-ovat-tulenarka-yhdistelma-200422479/>

Holm, Niina 2009: Coco Chanelin itse tehty elämä. 16.11.2009. [Online.] Kallion kirjasto, viimeksi päivitetty 24.1.2017 [Viitattu 26.09.2018] Saatavissa: https://www.helmet.fi/fi-FI/Tapahtumat_ ja_vinkit/Vinkit/Coco_Chanelin_itse_tehty_elama

KS = Kielitoimiston sanakirja 2018 [Online.] <http://kirjasto.utu.fi> > Nelli-portaali > Sanakirjat > MOT sanakirjasto. Kotimaisten kielten keskus ja Kielikone Oy, Helsinki. [Viitattu 14.4.2019.] Saatavissa: <https://mot-kielikone-fi.ezproxy.utu.fi/mot/turkuyo/netmot.exe>

Kolmas nainen [Online.] [Viitattu 16.2.2016.] Saatavissa: <http://www.kolmasnainen.net/>

Korvajärvi, Päivi 2010: Sukupuolistunut ja sukupuolistava työ. Teoksessa *Käsikirja sukupuoleen*. S. 183–196. Toim. Tuija Saaresma, Leena-Maija Rossi ja Kristiina Rolin. Vastapaino, Tampere.

Kyrölä, Katriina 1989: *Feminiinijohdokset suomen kielessä*. Pro gradu -työ. Turun yliopiston suomen kielen laitos.

Nelonen [Online.] [Viitattu 15.2.2019.] Saatavissa: <https://www.nelonen.fi/ohjelmat/temptation-island-suomi>

Pukumies [Online.] [Viitattu 7.1.2019.] Saatavissa: <https://pukumies.fi/yhteystiedot/>

- Pzés 2018 [Online.] [Viitattu 21.08.2018.] Saatavissa: <http://peterzens.fi/historia>
- Rautala, Helena 1988: Jumala siunatkoon sikiötäni kuitenkin! Havaintoja suomen kielen piilogenuksesta. Teoksessa *Isosuinen nainen. Tutkielmia naisesta ja kielestä*. S. 32–40. Toim. Lea Laitinen. Yliopistopaino, Helsinki.
- Ruutu [Online.] [Viitattu 21.12.2018.] Saatavissa: <https://www.ruutu.fi/ohjelmat/kiinteistokuningatar-kaisa>
- Saarela, Taina 1996 : Saisiko olla Nätti-Jussia? Etunimen sisältävät tavaramerkit. Teoksessa *Nimet, aatteet, mielikuvat*. Kieli 11. 1996. S. 239–322. Toim. Eero Kiviniemi, Sari Mustakallio. Hakapaino, Helsinki.
- Sjöblom, Paula 2006: *Toiminimen toimenkuva. Suomalaisen yritysnimistön rakenne ja funktiot*. SKS, Helsinki.
- SKS = Suomalaisen Kirjallisuuden Seura
- Stiller, Ruben 2018: Montako sukupuolta on olemassa? Yle Puhe, radiolähetys maanantailta 28.5.2018. [Viitattu 10.09.2018] Saatavissa: <https://areena.yle.fi/1-4435616>
- Tainio, Liisa 2001: *Puhuvan naisen paikka. Sukupuoli kulttuurisena kategoriana kielenkäytössä*. SKS, Helsinki.
- Vilen, Noora 2017: Nämä käsityksemme sukupuolten eroista eivät pidä paikkaansa. Iltalehti, Ilona, Pinnalla, 9.3.2017. [Viitattu 14.10.2018.] Saatavissa: <https://www.iltalehti.fi/pinnalla/a/201703072200081779>
- VISK = Auli Hakulinen, Maria Vilkuna, Riitta Korhonen, Vesa Koivisto, Tarja Riitta Heinonen ja Irja Alho 2004: Iso suomen kielioppi. [Verkkoversio.] SKS, Helsinki. §192–194. [Viitattu 8.2.2016.] Saatavissa: <http://scripta.kotus.fi/visk>
- VoiVeljet [Online.] [Viitattu 3.10.2018.] Saatavissa: <https://www.voiveljet.fi/>
- Ukkola, Sanna 2017: Sanna Ukkola: Aamulehden sanarovioid. Keskiajalla poltettiin noidat, maailmansotien alla kirjat. Nyt liekkiin heitetään vakiintuneet ammattitermit. Yle Blogit, 18.9.2017 [Viitattu 13.10.2017] Saatavissa: <https://yle.fi/uutiset/3-9837294>
- Urbaanisanakirja. [Online.] [Viitattu 14.2.2017.] Saatavissa: <http://urbanisanakirja.com/>
- Yle Uutiset 2008: Kirjailija Pentti Haanpään raskaat vuodet jylisevät oopperan kertomana. Yle Uutiset, päivitetty 1.11.2008 [Viitattu 23.4.2019.] Saatavissa: <https://yle.fi/uutiset/3-5839074>
- 3 kaveria [Online.] [Viitattu 16.2.2016.] Saatavissa: <https://www.3friends.com/fi/>

LIITE 1: Kyselylomake

Marianna Saarekas
Suomen kieli
16.4.2018

Yritysnimet

Viesti informanteille:

Hyvä vastaanottaja,

opiskelen Turun yliopistossa suomen kielen syventäviä opintoja ja kirjoitan sivuainetutkielmaa, jossa tutkin sukupuolisia ilmauksia sisältäviä yritysten nimiä.

Toivoisin, että voisit auttaa minua osallistumalla alla olevaan kyselyyn (linkki).

Kyselyssä on esitetty 12 yrityksen nimeä, joista jokaisesta on esitetty 3 kysymystä. Tutkimuksessani en pyri selvittämään, vastaatko esitettyihin kysymyksiin oikein tai väärin, ETHÄN siis käytä hakupalvelimia apunasi. Sen sijaan pyytäisin vastaamaan intuitiolla ja kertomaan, millaisia mielikuvia yrityksen nimi tuo sinulle mieleen.

Kysely toteutetaan anonyyminä ja vastauksia käsitellään luottamuksellisesti. Vastaamiseen menee aikaa noin 15–20 minuuttia. Huom! Kyselyssä ei pysty palaamaan edelliseen kysymykseen. Kysely on mahdollista tallentaa ja jatkaa vastaamista myöhemmin (tällöin sähköpostiisi tulee linkki, josta pystyt palaamaan kyselyyn myöhemmin). Kyselyn vastausaika on 22. huhtikuuta 2018 klo 23.55 asti.

Jos tämä kysely herättää kysymyksiä tai vastaaminen sähköisellä lomakkeella ei syystä tai toisesta onnistu, ota yhteyttä minuun sähköpostitse: mariiva@utu.fi.
Alla olevasta linkistä pääset mukaan kyselyyn.

<https://link.webropolsurveys.com/S/CE6CA364AE5402A6>

Kiitos etukäteen!