


Yrittäjäjyhteisön taika

Yrittäjyyden muotoutuminen korkeakoulujen yrittäjyystoiminnassa



Yrittäjyystoiminta nivoo korkeakoulutuksen osaksi kilpailukyky-yhteiskuntaa, jonka lähtökohtia ovat innovatiivisuus ja yrittäjämäisyys. Yrittäjyystoiminta näyttäytyy osana korkeakoulujen yhteiskunnallista vaikuttamista ja palvelua. Se lietsoo tulemaan intohimoiseksi ja yhteisölliseksi yrittäjäksi.

 SUOMALAISTA YHTEISKUNTAA läpileikkävassa kilpailukykypuheessa toistuu innovaatioiden ja osaamisen merkitys Suomen menestykselle (Julkunen 2008a; Kantola 2006; Pyykkönen 2014, 32–33). Suomen keskeiseksi valtiksi kansainvälisessä kilpailussa on jälkiteollisena aikana nähty työvoiman korkea osaaminen ja tuottavuus vastapainona pienempien työvoimakustannuksien maille (Kananen & Kantola 2017, 13), ja puhe 'huippuosaamisesta' on 2000-luvulla korostunut entisestään.

Innovaatiopolitiikkaan on Suomessa päädytty 1970-luvun tiede- ja teknologiapolitiikasta, kun 1980-luvun kuluessa tieteellisen ja teknologisen osaamisen merkitys taloudelle sai yhä vahvemman

painoarvon. Kilpailuvaltiksi nousivat innovaatiot, joiden syntyminen katsotaan ensiarvoisen tärkeäksi. (Kankaanpää 2013, 45; Kauppinen & Kaidesoja 2014, 32–36; Kettunen 2008, 121–126.)

Hyvinvointivaltion muutokseen perehtyneet Johannes Kananen ja Anu Kantola (2017) ovat kuvanneet tätä kehitystä kilpailuvaltioksi. Kilpailuvaltiota luonnehtivat kilpailukyvyyn lisäksi ajatus markkinoiden kaikkivoipaisuudesta ja julkisen sektorin kulukuri. Kilpailukyky-yhteiskunta korostaa menestystä ja tarvitsee huippuosaajia kasvattaakseen kilpailukykyään ja pysyäkseen mukana globaalissa toimintaympäristössä (Julkunen 2008a). Huippuosaajia tuottaa koulutusjärjestelmä, ja korkea koulutustaso on kilpailukyvyyn ehdoton edellytys.

KILPAILUVALTIOON KUULUVAT KILPAILUKYVYN LISÄKSI MARKKINOIDEN KAIKKIVOIPAISSUUS JA JULKISEN SEKTORIN KULUKURI.

Suomalaista korkeakoulutusjärjestelmää ovat 1980-luvun lopulta lähtien määrittäneet vahvasti kilpailun, tehokkuuden ja tulosjohtamisen kaltaiset käsitteet. Korkeakoulutusta pidetään yhä enemmän talous- ja elinkeinoelämän ja kansallisen kilpailukyvyyn edistäjänä, ja koulutus saa merkityksensä enenevässä määrin tämän yhteiskunnallista etua painottavan ajattelun kautta. (Björn, Saarti & Pöllänen 2017; Rinne, Jauhiainen & Kankaanpää 2014.)

Innovaatioiden luomisen merkittäväksi keinoksi onkin määrittynyt paitsi koulutus sinänsä, myös korkeakoulujen, valtion ja elinkeinoelämän tiivistyvä yhteistyö (Kankaanpää 2013, 46). Vähentynyt suora julkinen rahoitus on ajanut koulutusinstituutiot kehystämään omaa toimintaansa elinkeinoelämän ja kilpailukyvyyn palvelemisen kautta ja omaksumaan yritystoiminnasta tuttuja termejä ja toimintatapoja (Kauppinen & Kaidesoja 2014, 36; Koivula, Rinne & Niukko 2009; Pyykkönen 2014). Käytännössä tämä on tarkoittanut esimerkiksi erilaisten väliorganisaatioiden – tiedepuistojen, osaamis- ja tutkimuskeskusten ja yrityshautomoiden – luomista, joiden tehtäviin kuuluu muun muassa tutkimustiedon kaupallistaminen ja julkisen ja yksityisen sektorin välisen yhteistyön edistäminen. Näin yksityisten ja julkisten toimijoiden välinen raja hälvenee. (Kauppinen & Kaidesoja 2014; Mars, Slaughter & Rhoades 2008; Rinne ym. 2014.)

Korkeakoulujen muutosta on nimitetty yritysmaistymiseksi (Kankaanpää 2013). Kiinnostavaa on, että yhdeksi toimintaa läpileikkaavaksi ja yhdistäväksi käsitteeksi muodostuu yrittäjyys. Se on 2000-lukua lähestyttäessä murtautunut irti talouden diskursista ja saanut laajempia itseymmärryksen sävyjä (esim. Bröckling 2016; Harni & Pyykkönen 2018).

Yrittäjyyttä voidaan nykyään pitää jopa yhteiskuntatieteilijöitä Ernesto Laclauta ja Chantal Mouffea mukailien ”tyhjänä käsitteenä” (*empty signifier*), joka mukautuu vaivattomasti erilaisiin konteksteihin ja jota voidaan käyttää keskenään erilaisten tavoitteiden ajamiseen (Laalo, Kinnari & Silvennoinen 2019).

Korkeakoulujen yrittäjyystoiminnassa yrittäjyyttä voidaankin pitää paitsi pyrkimyksenä myös vertauskuvallisena käsitteenä, joka suuntaa ja kehystää toimintaa. Esimerkiksi Aalto-yliopiston start-up-toiminta, kuten vuonna 2008 aloitettu Aaltoes-toiminta, on moneen otteeseen nostettu esimerkiksi idealisista koulutuksesta, jota 2010-luvun yrittäjähenkisille opiskelijoille tulee tarjota. Start-up-yrittäjyys on niin ikään kirjattu jo yliopiston perustamisstrategiaan. (Mannevuori 2015, 112–113.)

Korkeakoulujen yrittäjyystoiminta kiinnostaa minua kahdesta syystä. Ensinnäkin katson, että toiminta niveltyy osaksi 2000-luvulla yhä tärkeämmäksi nousutta käsitystä korkeakoulutuksesta yhteiskunnan palvelijana. Yliopistojen yhteydessä puhutaan niin sanotusta kolmannesta tehtävästä, joka tiivistyy ajatuksen koulutuksen ja tutkimuksen yhteiskunnallisesta vaikuttavuudesta. (Kankaanpää 2013; Kauppinen & Kaidesoja 2014, 30; Rinne ym. 2014.) Kolmas tehtävä on kilpailuvaltion kehityksessä määrittynyt pitkälti talouden ehdoilla. Näkemystä on kritisoitu yksipuolisuudesta, sillä yhteiskunnallinen vaikuttaminen on aina kuulunut erityisesti yliopiston tehtäviin. Tieteellisen, valtiota ja ihmisten arkielämää hyödyttävän tiedon ja ammattilaisten tuotanto on alusta asti ollut korkeakoulutuksen alaa, ja kolmas tehtävä voidaankin lukea korkeakoulutuksen perustehtäviin. (Kankaanpää 2013, 53–54; Karvonen 2014.) Yhtä kaikki, ajatus korkeakouluista osana tiedontuotannon verkostoa ja siten kansallisen kilpailukyvyyn tukemista on lisännyt elinkeinoelämän vaikutusta korkeakouluun (Karvonen 2014, 63–64; Muhonen & Puuska 2014, 12–13).

Korkeakoulujen yrittäjyyteen kiinnittyvä toiminta on monimuotoista. Korkeakoulujen yhteydessä tai yhteistyössä niiden kanssa toimii esimerkiksi yrityshautomotit ja -kiihdyttämöt, joiden tehtävänä on jalostaa, kehittää ja mahdollisesti kansainvälistää yrityksiä tai yritysideoita. Samoin moniin korkeakouluun

on perustettu yrittäjyyspalvelukeskuksia tukemaan henkilökunnan ja opiskelijoiden yrittäjyyttä. Oma lukunsa ovat opiskelijavetoiset niin sanotut *Entrepreneurship Society* - eli ES-yhteisöt. Ne ovat opiskelijoiden perustamia ja ylläpitämiä yhdistyksiä, joiden tavoite on edistää opiskelijoiden yrittäjyyttä ja tietoutta yrittäjyydestä. Ilmiön juuret ovat Yhdysvalloissa, mutta se on 1970-luvulta lähtien levinnyt ympäri maailmaa. (Pittaway, Rodriguez-Falcon, Aiyegbayo & King 2010). Suomessakin ES-yhteisöjä on perustettu korkeakoulujen yhteyteen, ja pioneerina voidaan pitää juuri Aalto-yliopiston Aaltoes-yhteisöä.

Korkeakoulujen yrittäjyystoimintaa suunnataan näin opiskelijoille, joita houkutellessa esimerkiksi osallistumaan tapahtumiin tai perustamaan omia yrityksiä. Yrittäjyystoiminta voidaan siten mieltää osaksi yrittäjyyskasvatusta. Yrittäjyyskasvatus on nykyisin kiinteä osa suomalaisen koulutuspolitiikan agenda, ja 1990-luvulta lähtien sitä on vakiinnutettu Suomessa jokaiselle koulutusasteelle. Ilmiö on toki paljon Suomea laajempi. Yrittäjyyskasvatus voidaan ymmärtää ylikansalliseksi koulutuspoliittiseksi projektiksi, jonka ajamiseen osallistuvat kansainväliset toimijat, kuten Euroopan unioni ja taloudellisen yhteistyön ja kehityksen järjestö OECD. (Harni & Pyykkönen 2018, 287–289; Keskitalo-Foley, Komulainen & Naskali 2010; Korhonen 2012; Laalo & Heinonen 2016.)

Korkeakoulujen yrittäjyystoimintaa voidaan pitää osana sekä korkeakouluinstituutioiden yritysmaistymistä että yrittäjyyskasvatusta. Yrittäjyys toisin sanoen ulottuu sekä korkeakoulutuksen institutionaalille että pedagogiselle alueelle. Tärkeäksi korkeakoulujen monimuotoisessa yrittäjyystoiminnassa nousee kysymys siitä, mitä 'yrittäjyydellä' tarkoitetaan. Tarkastelen artikkelissa, millaista yrittäjyyttä korkeakoulujen yrittäjyystoiminnassa konstruoidaan ja millaisia merkityksiä yrittäjyys saa. Tutkimuskysymykseni ovat,

1. millaista subjektiviteettia korkeakoulujen yrittäjyystoiminnassa konstruoidaan
2. miten vastaanottajia houkutellessa yrittäjyyden pariin?

Tutkimuksen empiirinen aineisto koostuu 14 suomalaisen korkeakoulun erilaisten yrittäjyystoimintojen internet-sivuista.

YRITTÄJÄ JÄLKITEOLLISENA IHANNESUBJEKTINA

Yrittäjyyskasvatus voidaan paikantaa osaksi korkeakoulujen kilpailua ja markkinoita korostavaa yhteiskunnallista kehitystä. Yhteiskuntatieteilijä Wendy Brownin (2015) mukaan korkeakoulu on käynyt läpi paradigmaattisen muutoksen: sen tehtävä on muuttunut sivistyksestä ja kansalaisyhteiskunnan valituneiden jäsenten koulumisesta inhimillisen pääoman kultivoimiseen ja talouden palvelukseen sopivien subjektien kasvattamiseen. Vastaavaa keskustelua on käyty Suomessakin (ks. Kankaanpää 2013; Patomäki 2005; Pyykkönen 2014; Rinne ym. 2014). Yrittäjyyskasvatuksen tehtävänä on nimenomaan pidetty työelämään sopivien subjektien kasvattamista. Laajemmassa katsannossa yrittäjyys on jälkiteollisen kansalaisen keskeinen ominaisuus. Esimerkiksi Euroopan komissio on määritellyt yrittäjyyden yhdeksi kansalaisuuden pääpiirteeksi. Yrittäjää voidaan näin pitää jälkiteollisena ihannesubjektina ja yrittäjyyttä yleispäteväenä elämän jäsentämisen mallina. (Bröckling 2016; Harni & Pyykkönen 2018.)

Yrittäjyyskasvatuksessa rakentuvan subjektin tutkimus on ankkuroitunut hallinnan analytiikkaan ja eritoten yhteiskuntatieteilijä Peter Millerin ja sosiologi Nikolas Rosen (1989) teoretisointiin 'yrittäjämistä' (*entrepreneurial self*). Tämän ajattelun mukaan jälkimodernin ja -teollisen yhteiskunnan ihanteellista subjektia rakennetaan vapauden ja valinnan käsitteiden kautta. Metaforana toimii itseään alati tarkkaileva ja muokkava yrittäjä. (Bröckling 2016; Keskitalo-Foley ym. 2010; Komulainen ym. 2010; Miller & Rose 1989.) Taustalla on Foucault'lainen ymmärrys hallinnan luonteesta historiallisesti erityisten diskursiivisten muodostelmien kudelman, joka elää ja muuttuu (Foucault 1991; Korhonen 2012, 22–26).

Yrittäjyyskasvatuksen myötä koulutuksessa rakentuva yrittäjämäinen ihannesubjekti käsitetään muun muassa itsenäiseksi, itseään tarkkailevaksi, joustavaksi ja oma-aloitteiseksi. Taustalla on ymmärrys jälkiteollisesta taloudesta, jossa tieto ja osaaminen määrittävät keskeisiksi tuotantotekijöiksi ja talouskasvun lähteiksi. (Harni & Pyykkönen 2018; Julkunen 2008b; Kauppinen & Kaidesoja 2014; Keskitalo-Foley ym. 2010; Kettunen 2008; Laalo & Heinonen 2016.)

YRITTÄJÄ ON JÄLKITEOLLINEN IHANNESUBJEKTI.

Korkeakoulut määrittävätkin kansallisen kilpailukyvyyn kannalta entistä tärkeämmiksi, koska niiden tehtävänä pidetään itsenäisten, osaavien ja luovien – yrittäjämäisten – subjektien tuottamista jälkiteollisen yhteiskunnan tarpeisiin.

Yrittäjyyskasvatuksessa yrittäjyys ja yrittäjämäiset kompetenssit samaistuvat helposti yksilopsykologisiin ominaisuuksiin, ja synnynnäiset ominaisuudet sekoittuvat hankittaviin kykyihin ja taitoihin (Naskali 2010). Yrittäjyyskasvatuksessa yrittäjyyttä leimaa diskursiivinen eronteko yrittäjyyden eli työmarkkina-aseman ja yrittäjämäisyyden eli yrittäjämäisten kompetenssien välillä (Naskali 2010; vrt. Harni & Pyykkönen 2018, 282).

Opiskelijoita ei toisin sanoen kannusteta sinänsä perustamaan uusia yrityksiä, vaan tavoitteena on ohjata heidät omaksumaan yrittäjämäinen asenne, jota voi hyödyntää myöhemässä työelämässä. Korkeakoulujen yrittäjyystoiminta on kuitenkin omiaan häivyttämään eroa teorian ja käytännön välillä, kun opiskelijoita kannustetaan konkreettisesti yrittämään omien yritysten perustamisen tai erilaisten oikeille asiakkaille tehtyjen projektien avulla. Toiminnassa ei ole mukana pelkästään opiskelijoita tai korkeakoulujen henkilökuntaa vaan myös koulutuksen ulkopuolelta tulevia asiantuntijoita ja yrittäjiä.

Korkeakoulujen yrittäjyystoiminnan ytimessä on erityinen ihannesubjekti, joka sopii yhteen kulttuurintutkija Judith Kohlenbergerin (2015) hahmotteleman 'tietokykykapitalismin eetoksen' kanssa. Kohlenbergerin mukaan innovaatioita ja schumpeterilaisista "luovaa tuhoa" korostava jälkiteollinen kapitalismi on nostanut keskiöön kekseliään ja yrittäjämäisen poikkeusyksilön, joka kyseenalaistaa vallitsevia toimintatapoja, ajattelee tuttuja asioita uudella tavalla ja uskoo järkähtämättömästi omaan visioonsa (2015). Tämä sopii hyvin suomalaisen innovatiivisen huippuosaamisen puhutapaan, joka korostaa kansallista kilpailukykyä ja innovaatioita sen rakennusaineena (Julkunen 2008a; Kantola 2006, 165–171).

Kohlenbergerin 'teknoryttäjäksi' nimeämä ihannesubjekti niveltyy erityisesti 2000-luvulla jalansijaa saaneeseen kasvu- eli start-up-yrittäjyyteen. Monet teknologia- ja start-up-yrittäjät esitetään – ja he esiintyvät mielellään – aikaansa edellä olevina erikoislaatuina visionääreinä (ks. Hyrkäs 2016; Mannevuori 2015, 112–114). Kuvaavia esimerkkejä ovat esimerkiksi Applen Steve Jobs, Facebookin Mark Zuckerberg ja Tesla- ja SpaceX-yritysten Elon Musk. Suomessa tällaiseksi visionääriksi voitaisiin mieltää esimerkiksi Rovion Peter Vesterbacka.

Sosiologi Antti Hyrkäsen (2016) mukaan start-up-kulttuuri on 2000-luvulla valtavirtaistunut, ja sitä voidaan pitää yrittäjyyttä korostavan diskurssin huipentumana. Kasvuyrittäjyyden keskeisiä piirteitä ovat pyrkimys käänteentekevään innovaatioon sekä yrittäjän näyttäytyminen intohimoisena ja aloitekykyisenä visionäärinä. Yrittäjyyden tavoitteita ei tyypillisesti käsitteellistetä ensisijaisesti taloudellisiksi – eli toimeentulona tai voitontavoitteluna – vaan pikemminkin yhteiskunnalliseksi muutokseksi. Subjekti määrittyy siten pikemminkin keksijäksi ja ongelmanratkaisijaksi eikä laskelmoivaksi yrittäjäksi. (Hyrkäs 2016, 64–82, 136; Kohlenberger 2015.)

Huomionarvoista on se, että yrittäjäsубjekti rakentuu usein sukupuolen ja luokan suhteen neutraalina. Yrittäjämäiset ominaisuudet katsotaan universaaleiksi, ja ne ovat kaikkien saatavilla ja tavoitettavissa. Yrittäjyyden diskurssi on kuitenkin vahvasti maskuliinisesti määrittynyt (esim. Komulainen ym. 2009). Samoin start-up-kulttuuri korostaa ominaisuuksia, kuten riskinottoa, päättäväisyyttä ja paineensietokykyä, jotka yleisesti on käsitetty maskuliiniseksi (ks. Hyrkäs 2016).

Asetun artikkelissa vuoropuheluun koulutuksen ja jälkiteollisen työn yrittäjämäistä ihannesubjektia koskevien keskustelujen kanssa. Analyysini osoittaa, että korkeakoulujen yrittäjyystoiminnassa rakentuva yrittäjyys saa merkityksensä kasvu- ja teknoryttäjyyden kautta. Siinä korostuu intohimoisen yrittäjän ja häntä tukevan yrittäjämäisen yhteisön vuorovaikutus. Yhteisöllisyys ja sen tuottaminen ovat 2010-luvun huippuosaajayrittäjän konstruktiivinen olennainen osa.

Tyyppi	Nimi	Paikkakunta	Korkeakoulu
Kiihdyttämö	xEdu	Helsinki	Helsingin yliopisto, OAMK, Aalto yliopisto
	Yrityskiihdyttämö SAMK	Pori	SAMK
Hautomo	Creve	Turku	Humak
	Hanken New Ventures	Vaasa	Svenska Handelshögskolan
	OAMK Labs	Oulu	OAMK
	Spinno	Espoo	Laurea
	Startup School	Helsinki	Haaga-Helia
Yhteisö	A Grid	Espoo	Aalto yliopisto
	Aaltoes	Espoo	Aalto yliopisto
	Boost Turku	Turku	Turun yliopisto, Turun AMK
	Jyväskylän Entrepreneurship Society (JES)	Jyväskylä	Jyväskylän yliopisto, JAMK
	Startup Lapland	Rovaniemi	LAMK, Lapin yliopisto
	Vaasa Entrepreneurship Society (VES)	Vaasa	Vaasan yliopisto, VAMK
	Y-kampus	Tampere	Tampereen yliopisto, TAMK, TTY

Taulukko 1. Tutkimusaineisto toimijan tyyhin mukaan.

TUTKIMUKSEN AINEISTO JA LUKUTAPA

Yrittäjyys paikantuu korkeakouluissa monenlaisen toimintaan. Se näyttäytyy esimerkiksi yrityshautomo- ja kiihdyttämötoimintana, palvelukeskuksina ja yhteisötiloina opiskelijoille, tutkijoille ja yrittäjille. Nimitän tällaista monenlaisen toiminnan kirjoa yrittäjyystoiminnaksi. Sitä voidaan pitää korkeakoulujen ”kvasisisäisenä” (*quasi-internal*) toimintana, joka paikantuu korkeakoulun ja ympäröivän yhteiskunnan väliselle rajapinnalle (Markman, Siegel & Wright 2008, 1406; vrt. Mars ym. 2008).

Tutkimuksen aineisto valikoitiin kolmen kriteerin mukaan. Ensinnäkin toimija sijaitsee yliopisto- tai ammattikorkeakoulupaikkakunnalla. Toiseksi toiminta sijoittuu joko paikallisen korkeakoulun suoraan yhteyteen tai alaisuuteen tai korkeakoulu on määritelty toimijan keskeiseksi kumppaniksi. Kolmanneksi toiminnalla on oltava omat internet-sivut, eikä pelkästään sosiaalisen median alusta, kuten Facebook-sivut. Näillä kriteerein aineistoksi valikoitui 14 internet-sivut (**taulukko 1**).

Tyypittelen aineiston hautomoihin, kiihdyttämöihin ja yhteisöihin. 'Hautomolla' viitataan alkuvaiheen

yritysten tai yritysideoiden kehittämistoimintaan, 'kiihdyttämöllä' puolestaan jo pidemmällä olevien yritysten edistämiseen ja mahdolliseen kansainvälistämiseen. 'Yhteisö' taas viittaa organisaatioon, jolla ei ole välttämättä omaa hautomo- tai kiihdyttämötoimintaa, mutta joka pyrkii edistämään paikallista yrittäjyyttä esimerkiksi tapahtumien, tilavuokrauksen ja verkostoitumistilaisuuksien avulla.

Osa aineiston yhteisöistä on opiskelijavetoisia ES-yhteisöjä, joiden toiminta on suunnattu puhtaasti toisille opiskelijoille. ES-yhteisöjä on pidetty muodollista yrittäjyyskasvatusta täydentävänä elementtinä, sillä ne painottavat paitsi toiminnallisuutta ja opiskelijoiden oma-aloitteisuutta, myös sosiaalisia taitoja, joita niin ikään on pidetty yrittäjydessä tärkeinä (Pittaway ym. 2010). ES-yhteisöt venyttävät osaltaan yrittäjyyskasvatuksen määritelmää, joten niitä on perusteltua tutkia osana korkeakouluinsti-tuutioiden yrittäjämäistymistä ja yritysmaistymistä.

Tyypittely ei ole yksiselitteistä tai ulossulkevaa. Likipitään kaikilla aineiston toimijoilla on sekä hautomo- että kiihdyttämötoimintaa, ja ne järjestävät erilaisia yrittäjyysaiheisia tapahtumia ja kokoontumisia. Tyypittely perustuu toimijan itsensä sivuillaan

antamaan suoraan määritelmään tai omaan tulkin- taani. Pidän tyyppittelyä analyysia ohjaavana kehik- kona, jonka läpi tulkitsen aineistoa.

Aineisto on tyyppitely lisäksi sen mukaan, millaisessa asemassa korkeakoulu on toiminnassa (**taulukko 2**). Monessa tapauksessa toimija on itsenäinen, ja korkea- koulu tekee sen kanssa yhteistyötä – yhteistyön laatua harvoin määritellään suoraan. Usein toimija on sekä paikallisen yliopiston että ammattikorkeakoulun yhteishanke. Mukana voi olla muitakin toimijoita, tyy- pillisesti aluekehitysyhtiöitä tai niihin vertautuvia toi- mijoita. Yrittäjyystoimintaa leimaavatkin hybridisyys ja moni-intressisyys, ja yksiselitteistä määritelmää pa- keneva luonne on aineiston olennainen piirre. Ylirajai- suudesta ja pyrkimyksestä kansainvälisyyteen kertoo myös aineiston kieli: 14 internet-sivuista seitsemän on ainoastaan englanniksi. Aineisto piirtää monisärmäi- sen kuvan yrittäjyystoiminnasta, johon suomalaiset korkeakoulut ovat tavalla tai toisella sitoutuneet.

Kaikilla aineiston toimijoilla ei ole suoranaista ope- tusta, vaan ne ovat suuntautuneet toimimaan ensisijai- sesti yrityshautomoina ja -kiihdyttämöinä. Ainoastaan neljä aineiston toimijaa tarjoaa kurssimuotoista, opin- topisteitä kerryttävää opetusta. Kaikkien toimintaa ei ole suoranaisesti suunnattu opiskelijoille vaan myös yrittäjille ja yrityksille. Kuitenkin suoraan korkea- koulujen alaisuudessa olevat toimijat hyödyntävät samaa retoriikkaa kuin itsenäiset, erilliset toimijat, mikä havainnollistaa elinkeinoelämästä tuttujen käsittei- den voimistumista korkeakouluissa (Björn ym. 2017; Pyykkönen 2014, 82–92). Lisäksi se on osoitus siitä,

miten korkeakouluinstitutiot joutuvat jälkiteollisessa toimintaympäristössä avautumaan. Koulutukseen voi- vat osallistua muutkin tahot kuin korkeakoulut.

Metodologisesti tutkimus kiinnittyy diskurssi- nanalyttiseen perinteeseen ja ammentaa kriittises- tä diskursianalyysistä (esim. Fairclough 2010). Tul- kitsen tutkimusaineistoa teksteinä, puolipysyvinä (*semi-permanent*) sosiaalisten käytäntöjen tuotteina, joilla on laatijansa ja kohdeyleisönsä. Tämä mahdol- listaa tekstien taustalla olevien merkityksenantojen, järjestyksien ja arvojen analysoinnin. Tekstit luovat todellisuutta ja rakentavat käsitystä siitä, mikä on normaalia, oikeaa ja hyväksyttävää. Jotkin merkityk- set luonnollistetaan itsestäänselvyyksiksi ja toiset häivytetään. (Fairclough 2003; Harni & Pyykkönen 2018, 283; Perren & Jennings 2005, 174–175.)

Kiinnitän huomiota internet-sivuilla käytettyyn sanastoon ja kuvastoon sekä audiovisuaaliseen ma- teriaaliin. En ole kuitenkaan tehnyt systemaattista visuaalista analyysia, vaan keskityn kuvien ja tekstin yhteispeliin. Opinnoissa keskityn opintosisältöjen ja pedagogiikan sijaan siihen, miten opintoja ja oppi- mista laajemmin kuvaillaan ja artikuloidaan.

Rajaan aineiston ulkopuolelle toimijoiden sosi- aalisen median päivitykset ja blogit. Päähuomioni on teksteissä, jotka esittelevät toimintaa, tapahtumia, palveluita ja ihmisiä. Usealla aineiston toimijalla ei välttämättä ole aktiivista toimintaa tätä kirjoitettaes- sa. Analyysin kannalta se ei kuitenkaan ole oleellista, sillä tekstit ovat olemassa ja rakentavat todellisuutta ajasta riippumatta.

Korkeakoulun opinto-ohjelma	Korkeakoulun yrittäjyyspalvelukeskus	Korkeakoulun omistama	Korkeakoulu yhteistyökumppanina	
			opiskelijavetoinen ES-yhteisö	itsenäisen toimija
Hanken New Ventures	Startup Lapland	Creve	Aaltoes	A Grid
OAMK Labs	Startup School		Boost Turku	xEdu
Yrityskiihdyttämö SAMK	Spinno		Jyväskylä Entrepre- neurship Society (JES)	
	Y-kampus		Vaasa Entrepreneur- ship Society (VES)	

Taulukko 2. Aineisto korkeakoulusuhteen mukaan.

AINEISTOSTA VÄLITTYY VOIMAKAS YKSILÖN JA YHTEISÖN TEMATIikka.

Analyysi alkoi aineiston perusteellisella seulonnalla, jossa keskityin yhtäältä toistuvuuksiin ja säännönmukaisuuksiin ja toisaalta poikkeuksiin ja ristiiriitoihin. Havaitsin, että aineistosta välittyy voimakas yksilön ja yhteisön tematiikka, minkä jälkeen kävin aineiston systemaattisesti läpi tästä näkökulmasta. Luentani punaiseksi langaksi muodostui intohimoinen, itseään toteuttavan yrittäjän konstruktio, jota tukee samanhenkinen yhteisö.

Esitän analyysini tulokset kahdessa osassa. Ensiksi tarkastelen aineistossa esiintyvää yrittäjämäistä yksilöllisyyttä ja suhteutan havaintoni edellä hahmottelemani teoretisointiin yrittäjästä poikkeusyksilönä. Toiseksi keskityn yhteisön muodostumiseen. Tarkastelen kummassakin tapauksessa, millä tavalla yrittäjyyttä ja siihen liittyviä taitoja yritetään välittämään.

ONGELMIA RATKOVA JA ITSEÄN TOTEUTTAVA YRITTÄJÄ

Aineistosta hahmottuva subjekti on unelmiaan toteuttava, intohimoinen ja päämäärätietoinen yrittäjä. Vastaanottajaa puhutellaan innostuneena yksilönä, joka kutsutaan mukaan löytämään intohimonsa ja toteuttamaan unelmansa. Toimintaa kuvaillaan ”yrittäjäyhteisönä, joka rohkaisee nuoria opiskelijoita ja yrittäjiä tekemään unelmistaan totta (Boost Turku)”, ja vastaanottajia kehoitetaan ”tulemaan muutoksen tekijäksi (OAMK Labs)”.

Yrittäjyyttä kuvataan ”unelmien mahdollistajaksi (Y-kampus)”. Tietokykykapitalismin ihannesubjekti, teknoyrittäjä, esitetään useimmiten keksijänä ja innovoijana, ei niinkään laskelmoivana, talousorientuneena yrittäjätyyppinä. Keskeistä on oman idean toteuttaminen ja järkähtämätön, vastustuksesta välittämätön usko omaan työhön. Yrittäjä esitetään intohimoinena visionäärinä ja poikkeusyksilönä. (Kohlenberger 2015, 224, 266–270.)

Yrittäjyystoiminta kiinnittyy poikkeusyksilöretoriikkaan ja kutsuu vastaanottajaa mukaan toteuttamaan itseään huippujen seuraan. Esimerkiksi A Grid -yhteisö toteaa, että ”[e]mme usko benchmarkingiin, koska luotamme siihen, keitä olemme ja mitä meillä on – uskomme ainutlaatuisuuteemme [-]”. Viestiä täydentää yhteisön visuaalinen ilme, jota sävyttävät sateenkaaret, kosmos ja yksisarviset. Yksisarvista voi pitää A Gridin maskottina. Se toimii monella tasolla: start-up-termistössä yksisarvinen on nimitys listamattomalle yritykselle, jonka arvo ylittää miljardi dollaria (Helaniemi ym. 2018, 84; Hyrkäs 2016, 125). Lisäksi se herättää mielikuvia ainutkertaisuudesta, poikkeuksellisuudesta ja harvinaisuudesta.

Suoranaisen rahallisen menestyksen tavoittelemisen on toissijaista, vaan enemmän tavoitellaan menestystä oman idean toteuttamisen ja unelmien saavuttamisen merkityksessä (vrt. Hyrkäs 2016, 136; Mannevuoli 2015, 115–117). Tavoitteeksi määrittäytyy myös yhteiskunnallisten – niin paikallisten kuin globaalienkin – ongelmien ratkaiseminen, johon sopivan keinon tarjoaa yrittäjyys. Esimerkiksi Euroopan komissio on pyrkinyt kehystämään yrittäjyyden keskeiseksi sosiaalisten ongelmien ratkaisukeinoksi, ja talous ja voitontavoittelu jäävät taustalle (Laalo ym. 2019). Tätä havainnollistaa hyvin OAMK Labs, joka DevLab-ohjelmassaan nimeää opetusohjelmansa pedagogiseksi ohjenuoraksi ”2000-luvun itsestään tietoisien tulevaisuuden ammattilaisen” luomisen. Tulevaisuuden ammattilainen on itsevarma henkilö, itseohjautuva oppija, aktiivinen professionaali ja huolestunut kansalainen.

Itsensä toteuttamisessa olennaista on intohimo. Se on yrittäjäsubjektin ennakkovaatimus, ja toiminnassa intohimoon kiinnitetään paljon huomiota esimerkiksi lupaamalla ”tukea intohimon löytämiseen (Startup School)”. Intohimo on toki aina liitetty yrittäjyyteen (Hyrkäs 2016, 113), mutta sen korostuminen aineistossa voidaan tulkita Eeva Jokisen (2015) ’tohkeisuuden’ käsitteen avulla. Jokisen mukaan jälkiteollinen tietokykykapitalismi tarvitsee tohkeisia subjekteja: sosiaalisuus, energisyys, kyky heittäytyä ja alttius innostua ovat uusia työelämän hyveitä (2015, 31–40; vrt. Jakonen 2016).

Yrittäjä ei siis suhtaudu työhönsä välinpitämättömästi vaan intohimoisesti ja innostuneesti. Intohimo

on kuitenkin käyttökelpoista vain, kun se sopii yrittäjyyden lainalaisuuksiin. Intohimon on suuntauduttava siten, että se voidaan jalostaa tuotteiksi, kuten palveluiksi tai mobiilisovelluksiksi. Kapitalismin logiikka sanelee intohimon hyödyntämisen ehdot ja jäsentää muutkin kuin taloudelliset ambitiot taloudellisiksi. (McGuigan 2009, 147.) Yrittäjyystoiminnassa opiskelijoiden intohimot tuodaan talouden piiriin, mutta taloutta liiaksi korostamatta.

Yrittäjän intohimo artikuloituu haluksi tehdä jotakin yhteiskuntaa mullistavaa, minkä saavuttamisessa aineiston toimijat auttavat. Esimerkiksi A Grid kuvailee olevansa yhteisö ”meille, jotka yritämme jättää jälkemme tähän maailmaan”. Virke rakentaa yhteyden Applen perustaja Steve Jobsin kuuluisaan lauseeseen jäljen jättämisestä universumiin (*“make a dent in the universe”*), joka kuvastaa eritoten startup- ja teknologiayrittäjyyteen liitettyä ajatusta visionäärimäisyydestä ja mahdolloman saavuttamisesta (Kohlenberger 2015, 257; Hyrkäs 2016).

Suurien tavoitteiden hengessä olennaisiksi yrittäjyyden hyveiksi määrittyvät rohkeus ja hetkeen tarttuminen. Esimerkiksi Startup Lapland -yhteisön mottolause ”Epäily tappaa enemmän unelmia kuin epäonnistuminen koskaan” kutsuu esiin heittäytyvää ja itseensä uskovaa yrittäjäsubjektia, jonka on uskallettava ottaa riski toteuttaakseen unelmansa. Ilman riskiä ja rohkeutta ei ole menestystä. Yrittäjäsubjekti onkin päämäärätietoinen ja omistautunut tavoitteilleen. Tärkeää on myös kova työ: Aaltoes kuvailee järjestävänsä opiskelijoita yhteen tuovia tapahtumia, jotka inspiroivat tavoittelemaan suuria ja saavat ymmärtämään, että menestyksen saavuttaa vain, jos työskentelee kovemmin kuin kilpailijat.

Tapahtumat määrittyvätkin aineistossa keskeiseksi intohimon synnyttämisen keinoksi. Ne noudattelevat toistuvaa kaavaa, jossa kokenut yrittäjä tai yrittäjyyden asiantuntija kertoo kokemuksistaan, ja osallistuja kutsutaan mukaan innoittumaan. Tapahtumissa ”rento ilmapiiri kohtaa innostavan oppimisen”, kun ”henkilöt eri aloilta kertovat tarinoita oman yrityksensä takaa sekä jakavat tunteitaan ja kokemuksiaan [--] (JES).”

Tapahtumien osallistujia kehoitetaan inspiroitumaan kokeneen yrittäjän kuuntelemisesta (Boost

Turku). Kokenutta tekijää kuunnellessa saa paitsi käytännöllisiä vinkkejä myös kipinän yrittäjyyteen. Inspiraatiota ja intohimoa ei välttämättä löydy perinteiseksi ymmärretystä opiskelusta: ”Kaikkea ei voi oppia luokassa. Siksi Vaasa Entrepreneurship Society järjestää kaikenlaisia tapahtumia kouluttaakseen, verkottaakseen ja rohkaistakseen opiskelijoita tulemaan yrittäjiksi [--]”.

Tapahtumien puhujat rakentavat kuvaa siitä, millainen asiantuntijuus on legitiimiä intohimoiselle yrittäjäsubjektille. Esimerkiksi Jyväskylä Entrepreneurship Society kertoo, että heidän tapahtumissaan on ollut puhumassa muun muassa Yhdysvaltain entinen suurlähettiläs Bruce Oreck. Puhujat eivät yleensä tule akateemisesta tai koulutusmaailmasta, mikä kuvastaa aineiston toimijoiden ”väliorganisaatiomaisuutta” (Mars ym. 2008; Kauppinen & Kaidesoja 2014) ja korkeakouluinstituutioiden avautumista yksityisille toimijoille jälkiteollisena aikana. Oikeanlainen asiantuntijuus yrittäjyyskasvatuksessa määrittyy helposti kokemukseksi, jota saadaan vain itse yrittäen. Tällöin menestyneitä yrittäjiä glorifoidaan ja nostetaan jallustalle. (Farny, Hedeboe Frederiksen, Hannibal, & Jones 2016, 518–520.) Erityisesti ES-yhteisöissä tavoitteeksi on nähty opiskelijoiden yrittäjyyden edistämisen lisäksi yleisten työelämätaitojen vahvistaminen (Pittaway ym. 2010), mikä osaltaan selittää yrittäjien – eli oikeasti työelämässä olevien ihmisten – painotumista ES-tapahtumien puhujina.

Tapahtumien luonne ei rajoitu pelkkään kuuntelemiseen, vaan tärkeää on osallistavuus. Monet aineiston toimijat järjestävät tai ovat mukana järjestämissä työpajoja, kilpailuja ja *hackathoneja* eli tapahtumia, joissa esimerkiksi pyritään kehittämään ohjelma tai sovellus jonkin ongelman ratkaisemiseksi. Kurssimuotoista opiskelua tärkeämmäksi muodostuu itse tekeminen, joka näyttäytyy parempana keinona oppia kuin perinteinen opiskelu. Judith Kohlenbergerin (2015) mukaan tyypillistä tietokykykapitalismin eetokselle onkin konstruoida ihannesubjekti käytännölliseksi tekijäksi ja keksijäksi, ei akateemisesti koulutetuksi. Korkeakoulutus rakentuu jähmettäväksi elementiksi poikkeusyksilön tavoitteiden kannalta – maailmaa ei muuteta norsunluutornista vaan toimeen tarttumalla ja oman vision määrätietoisella toi-

YHDENMUKAINEN PUKEUTUMINEN KUVAA YKSIMIELISYYTTÄ.

meenpanolla. (2015, 268–269.) Monesti eroa perinteiseen opiskeluun alleviivataan. Esimerkiksi OAMK Labsin esittelyvideolla Labsissa opiskellut nuori toteaa, ettei opiskelu Labsissa tunnu lainkaan opiskelulta, koska siellä tehtyjen oikeiden projektien myötä tehdään enemmän kuin vain opiskellaan.

Opiskelun suhteen toimijat korostavat toimintansa olevan kaikille avointa ja painottavat motivoituneiden opiskelija-asiakkaiden mahdollisuutta valita itselleen kiinnostavimmat opetusaiheet: ”Y-kampus tarjoaa monipuolisen kattauksen opintoja yrittäjyyden eri puolista. Etsitpä sitten perustietoja tai syväluotavaa osaamisen tukea, meiltä löytyy mistä valita [-].”

Opiskelijaa kutsutaan valikoimaan siten, että opinnot parhaiten hyödyttävät häntä itseään. Crevehautomo kertoo alueensa korkeakoulujen yhteisestä Yrittäjyyspassista, jonka avulla opiskelija voi osallistua yrittäjyysaiheisiin tapahtumiin ja kerryttää opinnoista: ”Passi perustuu omaan kiinnostukseesi ja mahdollisuuteesi suunnitella opintojesi suoritusaiheet. Voit itse valita mihin tapahtumiin osallistua.”

Aineistossa rakentuva yrittäjäsubjekti toisintaakin vahvasti yrittäjyyskasvatuksen ihannesubjektiin liittyviä piirteitä, kuten oma-aloitteisuutta, itsen tarkkailua ja valintaa (vrt. Harni & Pyykkönen 2018; Keskitalo-Foley ym. 2010; Korhonen 2012; Laalo & Heinonen 2016). Kuitenkin konstruktio muuttaa hieman muotoaan. Se esiintyy intohimoisen ja yhteiskunnallisesti valveutuneen teknoyrittäjän kaavussa. Konstruktion olennaisin piirre on, että yrittäjän ei oleteta ponnistelevan yksin, vaan häntä auttaa samanhenkinen yhteisö.

YHTEISÖN TAIKAPIIRI

Yhteisöllisyys saa aineistossa erilaisia artikulaatioita, joista tärkeimpiä ovat me-henkisyys ja kohtaamispaikkapuhe. Me-henkisyyttä ilmennetään monikon ensimmäisellä persoonalla: meidän yhteisömme,

meidän start-upimme – me tuemme, me ymmärrämme. Yhteisyyttä tuodaan ilmi esimerkiksi selkälaisilla sanoilla kuin heimo, perhe, koti ja ystävyys: ”[Y-kampus] on yrittäjähenkisen heimon ja kodin sinulle, joka kaipaat ympärillesi uutta inspiraatiota, menestyviä ideoita ja osaavia ihmisiä.” Aineiston kuvakielellä yhteisyyttä ilmentävät esimerkiksi kuvat, joissa nuoret ihmiset poseeraavat toimijan logolla varustetuissa vaatteissa. Hautomoiden, kiihdyttämöiden ja yhteisöjen henkilökuntaa esittelevissä kuvissa henkilökunta – jota useimmiten nimitetään tiimiksi – on tyypillisesti pukeutunut keskenään samanlaisiin, logolla tai nimellä varustettuihin vaatteisiin.

Yhdennäköisen pukeutumisen voidaan tulkita kuvaavan yksimielisyyttä. Me-henkisyys ilmeneekin aineistossa myös yhdistymisenä yhteisen tavoitteen saavuttamiseksi, esimerkiksi ”seuraavan yrittäjäsukupolven rakentamiseksi (Aaltoa)”. Joissakin tapauksissa tavoite muotoillaan suorasanaisesti yhteiskunnalliseksi: ”Olemme osa liikettä kohti innovatiivisempaa, yrittäjyystuottavampaa ja taloudellisesti tervettä Suomea (VES).” Lainauksessa innovaatiot ja yrittäjyys yhdistyvät tavoitteeksi, jolla ei ole ainoastaan Suomea hyödyttävä vaan tervehdyttävä vaikutus. Taustaoletus on, että nyky-Suomi on jotenkin yrittäjävastainen ja siten taloudellisesti epäterve. Yrittäjyyden edistäminen palvelee näin yhteiskunnan kokonaisuutta. Aaltoa toistaa asetelman omaa historiaansa käsittelevässä tekstikatkelmassa:

”Vuonna 2008 helsinkiläinen yliopiston professori kertoi opiskelijoilleen, että yrittäjäksi ryhtyminen on huonoin päätös, jonka kukaan voi tehdä. Tuolloin suomalainen mielenmaisema ei ollut yrittäjämäinen – riskinottoa ja oman idean kokeilemistä ei kunnioitettu. Joukko Aalto yliopiston opiskelijoita päätti, että oli aika paradigmanmuutokselle, ja lähti matkaan, joka ei muovaisi ainoastaan Aalto yliopistoa vaan koko Suomea.”

Aaltoa asemoi täten itsensä Suomea radikaalisti muuttavaksi liikkeeksi. Intohimoisten, samoin ajattelevien yrittäjien on tärkeä kerääntyä yhteen ja muuttaa yhteiskuntaa yhteistuumiin.

Yhteisöllisyys saa näin muotonsa myös kohtaamispaikkana, jossa voi tavata uusia ihmisiä ja solmia

kontakteja: ”[T]arjoamme päämäärätietoisille korkeakouluopiskelijoille ympäristön, jossa voi törmätä uusiin ihmisiin ja ideoihin (JES)”, ”[Y-kampus] on vipuvoimainen kasvualusta tulevaisuuden yrittäjille, jotka hakevat uutta osaamista, tekijöitä ja kumppanuuksia.” Yhteisöllisyyteen liittyy olennaisena ajatus vertaisuudesta ja vertaisjoukosta, joka tarjoaa tukea ja mahdollisuuksia. Esimerkiksi Creve-hautomon tarjoaman ryhmäneuvonnan ”etuna on mm. samassa tilanteissa olevien muiden aloittavien yrittäjien kohtaaminen ja verkostoituminen”. Syntyy kuva vireästä ja kannustavasta ympäristöstä, jonne samanmieliset ihmiset kerääntyvät auttamaan toisiaan ja tekemään yhteistyötä.

Kohtaamispaikkapuhe korostaa myös ihmisten taustojen ja ajatusten erilaisuuden merkitystä. Ideana on, että vaikka toimintaan tulevat ihmiset olisivat taustaltaan ja päämääriltään erilaisia, heitä yhdistää halu saavuttaa ja luoda uutta, olla mukana tekemässä jotain mullistavaa. Erilaiset taustat ovat rikkaus, koska siten voi kehittyä uusia ideoita: ”Monimuotoisuus synnyttää innovaatioita, ja siksi me uskomme, että täytyy oppia hyväksymään monia näkökulmia ja tekemään yhteistyötä toisten kanssa saavuttaakseen haluamansa (Boost Turku).”

Yhteisön ja tiimin merkitys korostuu myös start-up-opaskirjallisuudessa. Mahdollisimman laajaa osaamis- ja näkemyspohjaa ja erilaisista taustoista tulevia tiimiläisiä pidetään oleellisina yrityksen nousulle ja kansainvälisen menestyksen rakentamiselle (ks. esim. Helaniemi ym. 2018, 83–111; Lahti 2017). Yhdistävä tekijä ja lausumaton taustaoletus on tiimiläisten jakama yrittäjämäinen ambitio olla luomassa jotakin ennennäkemätöntä.

Juuri yhteisöllisyyttä voidaan pitää tuottavuuden avaintekijänä uudessa innovaatiotaloudessa. Tuotannon ytimessä ovat uudet ajatukset, ideat, tuotteet ja konseptit, joita luovat viime kädessä ihmiset yhdessä, vuorovaikutuksessa. Siksi eri osaamistaitaisten ihmisten on tärkeää tulla yhteen vaihtamaan ajatuksiaan. Tällaisen jälkiteollisen aivomyrskyn näyttämöinä toimivat hautomot, yhteisöt ja jaetut työtilat. (Jakonen 2016; ks. myös Mannevuori 2015.) Aineiston toimijat korostavatkin toistuvasti olevansa kaikille avoimia – lausumattomana ennako-

oletuksena nähdään toki kiinnostus ja halu yrittäjyyteen.

Aineiston kuvasto alleviivaa monimuotoisuutta ja avoimuutta: kuvissa esiintyy taajaan sekä miehiä että naisia. Kuvastoa hallitsevat nuoret ihmiset, jotka lähes yksinomaan esiintyvät hymyillen, nauraen iloisina ja ”hullutellen.” Toimintaa esittelevissä kuvissa on poikkeuksetta monta ihmistä, ja kuvastoa sävyttää ilo ja toverillisuus. Toimijat luovat kuvaa yhteisestä, kivasta porukasta, jossa tapahtuu jatkuvasti kaikkea kiinnostavaa. Viesti on, että meillä on kivaa, me olemme innoissamme, me emme pönötä (vrt. Jokinen 2015). Leikkisyys ja rentous ovat start-up-kulttuurin olennaisia aineksia, ja rento, rohkaiseva ja samanhenkinen ympäristö on innovaatioiden ja uusien ideoiden kehittelyn elinehto (Hyrkäs 2016, 102–109).

Epämuodollisuus ja myönteiset tunteet ovat muodostuneet jälkiteollisen talouden olennaiseksi osaksi. Jälkiteollinen tuotanto korostaa madaltuneine hierarkioineen ja joustavuuspyrkimyksineen uudella tavalla vertaisuutta ja yhteisöllisyyttä (Davies 2015; Kantola 2014; Illou 2008). Yhteiskuntatieteilijä Mikko Jakosen mukaan yhteisö voidaan mieltää ”välineellisenä tuotantovoimana” (2016, 152): yhteisö välineellistyy tuotannon ehdoksi ja tuottaa näin avoimuuden, leikkisyyden ja sosiaalisuuden normatiivisina luonteenpiirteinä. Nämä kaiut toistuvat aineiston yhteisöllisyyden kuvauksissa. Luovien, yrittäjämäisten yksilöiden saattaminen yhteen näyttää itseisarvoisen tärkeinä: ”Tähtäämme vain yhteisön taian tukemiseen ja fasilitoimiseen (A Grid)”. Kuitenkin subjekti oletetaan tietyllä tavalla yhteisölliseksi. Se on innostunut, intohimoinen ja tohkeinen. Samoin toimijoiden järjestämät osallistavat tapahtumat, kuten työpajat ja hackathonit, voidaan ajatella kasvattamisena yrittäjämäiseen tiimityöhön.

Yrittäjyyden kasvatuksen yhtenä osa-alueena on pidetty toimimista yrittäjämäisessä ympäristössä, sillä siellä syntyvän toiminnallisen ja kokemuksellisen oppimistavan katsotaan edistävän yrittäjämäisen katsomuksen omaksumista. Yrittäjämäisten oppimisympäristöjen ja ”yrittäjämäisen kulttuurin” luomista onkin pidetty korkeakoulujen keskeisenä haasteena. (Kyrö & Ripatti 2006, 20–25.) On syytä kysyä, millaista ympäristöissä luotu yhteisöllisyys on.

YRITTÄJYYS ON LEIKKIMIELISTÄ YHDESSÄOLOA VAKAVIN TAVOITTEIN.

Yrittäjyyskasvatus saattaa helposti luoda kulttimaisen ilmapiiirin, jossa yrittäjyys määrittyy yleispäteväksi elämäntarkoituksiksi ja yksilölliseksi emansipaatioksi. Näin muunlaisille tavoille mieltää yrittäjyys ei jää tilaa. (Farny ym. 2016.)

Tätä taustaa vasten aineiston luoma yrittäjämäinen yhteisö näyttäytyy taikapiiirinä, joka sulkee sisäänsä innostuneet tekijät, jotka jakavat saman oletetun yrittäjämäisen arvomaailman ja motivaation. Yhteisön samanhenkisyyttä tiivistyy tarkemmin jäsenymättömäksi yrittäjyysmyönteisyydeksi. Esimerkiksi Y-kampus kuvailee, miten heidän mentorinsa tulevat monilta eri aloilta, mutta ”yhteistä heille kaikille on intohimoinen palo yrittämiseen” ja he ”tietävät, mistä puhuvat – ja ovat siksi valmiina tukemaan ja sparraamaan kaikkia samaan asiaan syntyneitä”.

Kaikki toimijat eivät kuitenkaan korosta suoraan yhteisöllisyyttä. Erityisesti näin on kiihdyttämöiksi ja hautomoiksi mieltävien toimijoiden laita. Yrityshautomo SAMK ei esimerkiksi mainitse yhteisöllisyyden merkitystä lainkaan, samoin Creve painottaa enemmän asiakkuutta ja yleisölle – opiskelijoille, yrittäjille – tarjottujen palveluiden laatua. Kohtaamispaikkapuhe kiinnittyy hautomoissa ja kiihdyttämöissä yksilön näkökulmaan, jonka kannalta tärkeää on tarjota mahdollisuuksia saada hyödyllisiä kontakteja.

Aineistosta voidaankin tunnistaa päämäärätietoista yksilöllisyyttä korostava asiakkuuspuhe. Osaltaan se toki palautuu aineiston luonteeseen: verkkosivuja voidaan pitää esittely- ja markkinointimateriaalina, jossa esitellään tarjottuja tuotteita ja palveluita potentiaalisille asiakkaille. Erityisesti näin on hautomoissa ja kiihdyttämöissä, joiden luoma ’meisyyt’ piirtyy enemmänkin yhteistyömahdollisuuksiksi sisäisten että ulkoisten toimijoiden kanssa. Yhteisöllisyyspuhe korostuu yrittäjyysyhteisöissä ja erityisen voimakkaasti ES-yhteisöissä.

POHDINTA

Yrittäjyys rakentuu aineistossa kasvu- ja teknoyrittäjyyteen liittyvien merkitysten kautta. Poikkeusyksilöyttä ja intohimoa korostava retoriikka luo yrittäjästä unelmiaan toteuttavan innostujan ja yhteiskunnallisen ongelmanratkaisijan, jonka päämäärä ei ole taloudellinen menestys vaan maailman muuttaminen. Piirteet peilaavat tietokykykapitalismin ihannesubjektiin liitettyjä merkityksiä (Hyrkäs 2016; Kohlenberger 2015; Mannevuola 2015). Aineistossa rakentuvaan yrittäjyyteen piirtyykin kiinnostava ristiriita: yhtäältä kannustetaan ratkaisemaan yhteiskunnan ja organisaatioiden ongelmia ja vaikuttamaan maailman tilanteeseen, toisaalta taas toimintaa sävyttävät positiivisuus, leikkisyys ja epämuodollisuus. Yrittäjyys on leikkimielistä yhdessäoloa vakavin tavoittein.

Vaikka aineiston hautomot, kiihdyttämöt ja yhteisöt ovat tavoitteiltaan, organisaatioiltaan ja toimintatavoiltaan keskenään erilaisia, on niissä käytetty retoriikka hyvin samanlaista. On syytä puhua nyanssieroista perustavanlaatuisen eroavaisuuden sijaan. Kaikki kiinnittyvät poikkeusyksilöretoriikkaan ja konstruoivat yrittäjäsubjektin intohimoisena, unelmiaan toteuttavana osajana.

Osaaminen on kilpailuyhteiskunnassa määrittynyt kyvyksi luoda jotain uutta (Julkunen 2008a, 26–27). Aineistossa piirtyvä intohimoinen yrittäjä näyttäytyy ihanteellisena osajana, koska hän näkee kaikessa potentiaalia. Tarkemmin sanoen hän pyrkii näkemään ongelmat sellaisina, että ne ratkaistaan kehittämällä tuote. Hän tekee tämän kaiken innostuneesti, koska luominen ja innovointi ovat hänen intohimonsa.

Korkeakoulujen yrittäjyystoiminta kutsuu esiin tarmokasta, tohkeista subjektia (Jokinen 2015), joka on valmis innostumaan uudesta. Yrittäjyyden oppimista sävyttävät iloisuus, epämuodollisuus ja rentous, ja siinä korostuvat tapahtumat ja itse tekeminen. Tämä liittyy korkeakoulutuksen palvelu- ja tehokkuusdiskurssiin, jossa kyseenalaistetaan soveltamattoman perustutkimuksen merkitys ja perätään lisääntyvää yhteistyötä yritysten ja elinkeinoelämän kanssa (Björn ym. 2017; Pyykkönen 2014, 82–85).

Aineistossa ”perinteinen” korkeakoulutus luennoilla istumisineen tuotetaan usein sopimattomana aloitekykyiselle yrittäjäsubjektille, mutta samanaikaisesti korkeakoulutus on jälkiteollisena aikana kehitetty yhä tärkeämmäksi sekä yksilön että yhteiskunnan pärjäämisen edellytykseksi. Yrittäjyystoiminnan yrittäjyyskasvatus kiinnittyykin diskurssiin, joka pyrkii määrittelemään uudelleen erityisesti akateemista koulutusta välineellisenä inhimillisen pääoman rakennusaineena, ei itsessään arvokkaana (Brown 2015; Laalo ym. 2019).

Uutta luovan yrittäjän ympärillä on samanhenkinen, yrittäjämäinen yhteisö, joka tukee ja innoittaa. Yhteisö kutsuu mukaan muuttamaan maailmaa joukkoon, jossa työ on rentoa ja hauskaa. Kaikki ovat tervetulleita, sillä ihmisten erilaiset taustat ovat rikkaus. Rikkauden hyödyntäminen kuitenkin edellyttää luovaa ja joustavaa yhteistyötä – tohkeista kykyä innostua yhdessä. Yhteiskuntatieteilijä Raija Julkunen on todennut, että jälkiteolliset ideaalityöntekijät hahmottuvat usein ”yhteistyökykyisenä, kenen tai minkä kanssa – yhtiön, omistajien, johdon, työpaikan, työyhteisön, työn sujumisen, työn asettamisen vaatimusten – sitä ei yleensä täsmennetä (2008b, 293).” Aineiston yrittäjyys voidaan osaltaan tulkitta kasvatuksena jälkiteolliseen työntekijyyteen, joka on yrittäjämäistä, innovatiivista ja yhteistyökykyä painottavaa. Tämänlaisen työn mahdollistavat ja siihen kannustavat aineiston toimijoille tyypilliset yhteisölliset työskentelytilat ja työn tekemisen tavat (Jakonen 2018, 148; Mannevuori 2015, 120–122).

Nimenomaan myönteisiksi käännettävät tunteet ja tunne-elämykset, kuten innostus, intohimoisuus ja tohkeisuus, ovat asettuneet palveluvetoisen jälkiteollisen tuotannon ytimeen (Davies 2015). Intohimoa ja itsensä toteuttamista korostava yrittäjyys voidaan palauttaa tähän ajatukseen. Koska tuotannon keskiössä ovat ihmisten persoonallisuus ja heidän sosiaalisessa vuorovaikutuksessa luomansa innovaatiot, ihmisten innostus muuttuu normatiiviseksi: siitä tulee kapitalismin käyttövoima (Davies 2015, 113–115; 124–128). Aineistossa tuotettu yhteisö rakentuu yrittäjäsubjekteista, joita kutsutaan esiin puhuttelemalla vastaanottajia unelmiaan toteuttavina poikkeusyksilöinä. Yhteisö ei ole kuitenkaan

täysin palautettavissa yksilöihin vaan näyttäytyy itseisarvoisena.

Aineistossa hahmottuu näin keskeinen toimintatapa, jota nimitän ’lietsomiseksi’. Tekstit lietsovat lukijaa näkemään itsensä erinomaisena, intohimoisena poikkeusyksilönä. Samoin toimijoiden tapahtumat lietsovat vastaanottajia tulemaan yrittäjiksi. Yrittäjäksi tullaan muuntautumalla yhteisölliseksi poikkeusyksilöksi, mikä tapahtuu myönteisen innostuksen herättämisen kautta (vrt. Farny ym. 2016). Huolimatta kaikille avoimuuden alleviivamisesta toimijoiden me-yhteisö on kuitenkin suljettu: se päästää sisälleen vain tietynlaisia, yrittäjämäisiä jäseniä – ihmisiä, jotka ovat sitä jo valmiiksi tai alttiita muokkautumaan sellaisiksi. Taustalle jää esimerkiksi se, että yrittäjyys on lähtökohtaisesti maskuliinisesti virittynyt konstruktio. Toimijoiden luomassa yhteisössä on niukasti tilaa nähdä yrittäjämäinen olemisen tapa toisin.

Laajemmassa kilpailuvaltiollisessa kehityksessä korkeakoulut osallistuvat yrittäjätoiminnallaan inhimillisen pääoman pönkittämisspyrkimyksiin kilpailukyky-Suomessa, joka tarvitsee yhä uusia yrittäjämäisiä subjekteja. Analyysini perusteella 2010-luvun suomalainen yrittäjämääryys (Bröckling 2016; Harni & Pyykkönen 2018; Keskitalo-Foley ym. 2010) edellyttää yrittäjämäärän ”perinteisten” hyveiden, kuten joustavuuden, itsenäisyyden ja refleksiivisyyden, lisäksi innovatiivisuutta, intohimoisuutta ja ennen kaikkea tohkeista kykyä innostua yhdessä muiden kanssa. Yrittäjyys ei ole yksinäistä puurtamista vaan inspiroivaa yhteistyötä. Se ei ole vain yksilön asia. Yhteisöllisyyden vaatimus normalisoi tohkeiset ominaisuudet ja positiiviset tunteet oikeanlaisen osaamisen perustaksi.

Olen tarkastellut suomalaisten korkeakoulujen keskinäisesti hajanaista yrittäjyystoimintaa yrittäjyyden subjektiviteetin näkökulmasta. Lähtökohdiana on ollut asemoida yrittäjyystoiminta yhtäältä osaksi korkeakoulutuksen kolmatta tehtävää ja toisaalta yrittäjyyskasvatusta. Yksilön ja yhteisön vuorovaikutuksen tematiikkaa aineistossa olisi mahdollista tarkastella hienojakoisemmin esimerkiksi visuaalisen analyysin keinoin. Täten yrittäjyyskonstruktion konstruointumista ja esimerkiksi sukupuolen

representaatioita voisi eritellä tarkemmin kuin nyt oli mahdollista. Vielä syvällisempi ymmärrys yrittäjyyden ja yrittäjämäisen oppimisympäristön konstruomisesta ja neuvottelusta puolestaan edellyttäneet erilaisten menetelmien, kuten osallistuvan havainnoinnin ja haastattelujen, yhdistämistä.



HENRI KOSKINEN
VTM, tohtorikoulutettava
sosiaalitieteiden laitos
Turun yliopisto

¹Kaikki aineiston muut kuin suomenkieliset sitaatit ovat kirjoittajan kääntämiä [kirjoittajan huomio].

²Benchmarking viittaa käytäntöön, jossa saman alan toimijat, kuten yritykset, järjestöt ja laitokset, asetetaan keskinäiseen paremmuusjärjestykseen joillakin parametreilla, kuten toiminnan tai prosessien tehokkuus, tuottavuus tai laatu. Näin organisaatiot pyrkivät kehittämään toimintaansa [kirjoittajan huomio].

LÄHTEET

- Björn, I., Saarti, J. & Pöllänen, P. (2017). Yliopistot talousvetureiksi. Suomalaiset yliopistot ja yliopistojen tuotama sivistys tehostamistalouden kohteena. Teoksessa Eskelinen, T., Harjunen, H., Hirvonen, H. & Jokinen, E. (toim.) *Tehostamistalous*. SoPhi-sarja 134. Jyväskylä: Jyväskylän yliopisto, 140–162.
- Brown, W. (2015). *Undoing the Demos: Neoliberalism's Stealth Revolution*. New York: Zone Books.
- Bröckling, U. (2016). *The Entrepreneurial Self*. London: Sage.
- Davies, W. (2015). *The Happiness Industry. How the Government and Big Business Sold Us Well-being*. London: Verso.
- Fairclough, N. (2010) [1995]. *Critical Discourse Analysis. The Critical Study of Language*. Harlow: Longman.
- Fairclough, N. (2003). *Analyzing Discourse. Textual Analysis for Social Research*. London: Routledge.
- Farny, S., Hedeboe Frederiksen, S., Hannibal, M. & Jones, S. (2016). A CULTure of Entrepreneurship Education. *Entrepreneurship & Regional Development* 28(7–8), 514–535.
- Foucault, M. (1991). Governmentality. Teoksessa Burchell, G., Gordon, C., & Miller, P. (toim.) *The Foucault Effect. Studies in Governmentality*. London: Harvester Wheatsheaf, 87–104.
- Harni, E. & Pyykkönen, M. (2018). Yrittäjyyskasvatus ja kansalaisuuden eetos. *Sociologia* 55(3), 281–297.
- Helaniemi, K., Kuronen, A. & Väkeväinen, V. (2018). *Kutsuvat sitä pöhinäksi. Tositarinoita kasvuyrittäjyydestä*. Helsinki: Otava.
- Hyrkäs, A. (2016). *Startup Complexity. Tracing the Conceptual Shift Behind Disruptive Entrepreneurship*. Helsinki: Helsingin yliopisto.
- Jakonen, M. (2016). Yhteisö tuotantovoimana. Yhteisölliset työtilat ja prekaarin työvoiman liikkeet. *Tiede & edistys* 41(2), 133–158.
- Jokinen, E. (2015). Tohkeisuus. Teoksessa Jokinen, E. & Venäläinen, J. (toim.) *Prekarisaatio ja affekti*. Jyväskylä: Jyväskylän yliopisto, 31–51.
- Julkunen, R. (2008). Hyvinvointia menestymällä. Teoksessa Lairio, M., Heikkinen H. L. T. & Penttilä, M. (toim.) *Koulutuksen kulttuurit ja hyvinvoinnin politiikat*. Turku: Suomen kasvatustieteellinen seura, 11–42.
- Julkunen, R. (2008). *Uuden työn paradoksit. Keskustelua ja 2000-luvun työprosesseista*. Tampere: Vastapaino.
- Illouz, E. (2008). *Saving the Modern Soul*. Berkeley: University of California Press.
- Kananen, J. & Kantola, A. (2017). Johdanto: Suomen malli. Teoksessa Kananen, J. (toim.) *Kilpailuvaltion kyydissä. Suomen hyvinvointimallin tulevaisuus*. Helsinki: Gaudeamus, 7–29.
- Kankaanpää, J. (2013). *Kohti yrittäjästä hyöty-yliopistoa. Valtiovallan tahto Suomessa vuosina 1985–2006 ja kokemukset kolmessa yliopistossa*. Turku: Turun yliopisto.
- Kantola, A. (2006). Suomea trimmaamassa. Suomalaisen kilpailuvaltion sanastot. Teoksessa Heiskala, R. & Luhtakallio, A. (toim.) *Uusi jako. Miten Suomesta tuli kilpailukyky-yhteiskunta?* Helsinki: Gaudeamus, 156–178.

- Kantola, A. (2014). Emotional Styles of Power: Corporate Leaders in Finnish Business Media. *Media, Culture and Society* 36(5), 578–594.
- Kauppinen, I. & Kaidesoja, T. (2014). A Shift Towards Academic Capitalism in Finland. *Higher Education Policy* 27(1), 23–41.
- Karvonen, E. (2014). Tiede tuottaa todellisuutta – kenen etujen mukaan ja kuinka eettisesti? Teoksessa Muhonen, R & Puuska, H-M. (toim.) *Tutkimuksen kansallinen tehtävä*. Tampere: Vastapaino, 53–86.
- Keskitalo-Foley, S., Komulainen, K. & Naskali, P. (2010). Risto Reipas riskinottaja. Koulutuspolitiikan tavoitteleva ihannekansalainen. Teoksessa Komulainen, K., Keskitalo-Foley, S., Korhonen, M. & Lappalainen, S. (toim.) *Yrittäjyyskasvatus hallintana*. Tampere: Vastapaino, 15–36.
- Kettunen, P. (2008). *Globalisaatio ja kansallinen me. Kansallisen katseen historiallinen kritiikki*. Tampere: Vastapaino.
- Kohlenberger, J. (2015). *The New Formula for Cool. Science, Technology, and the Popular in the American Imagination*. Bielefeld: Transcript.
- Koivula, J., Rinne, R. & Niukko, S. (2009). Yliopistot yrityksinä? Merkkejä ja merkityksiä Suomessa ja Euroopassa. *Kasvatus* 40(1), 7–27.
- Komulainen, K., Korhonen, M. & Rätty, H. (2009). Risk-taking Abilities for Everyone? Finnish Entrepreneurship Education and the Enterprising Selves Imagined by Pupils. *Gender & Education* 21(6), 631–649.
- Korhonen, M. (2012): *Yrittäjyyttä ja yrittäjämäisyyttä kaikille? Uusliberalistinen hallinta, koulutettavuus ja sosiaaliset erot peruskoulun yrittäjyyskasvatuksessa*. Joensuu: Itä-Suomen yliopisto.
- Kyrö, P. & Ripatti, A. (2006). Yrittäjyyden opetuksen uudet tuulet. Teoksessa Kyrö, P. & Ripatti, A. (toim.) *Yrittäjyyskasvatuksen uusia tuulia*. Yrittäjyyskasvatuksen julkaisusarja 4/2006. Tampere: Tampereen yliopiston kaupakorkeakoulu, 10–31.
- Laalo, H. & Heinonen, J. (2016): Governing the Entrepreneurial Mindset: Business Students' Constructions of Entrepreneurial Subjectivity. *European Educational Research Journal* 15(6), 696–713.
- Laalo, H., Kinnari, H. & Silvennoinen, H. (2019). Setting New Standards for Homo Academicus: Entrepreneurial University Graduates on the EU Agenda. *European Education* 51(2), 93–110.
- Lahti, E. (2017): Oman osaamisen tunnistaminen. Teoksessa Nisula, S. & Harju-Myllyaho, A. (toim.) *Startup Lapland: opas lappilaiseen kasvuyrittäjyyteen*. Rovaniemi: Lapin ammattikorkeakoulu, 14–18.
- Mannevuoli, M. (2015). *Affektitehdas. Työn rationalisoinnin historiallisia jatkumia*. Turku: Turun yliopisto.
- Mars, M., Slaughter, S. & Rhoades, G. (2008). The State-Sponsored Student Entrepreneur. *Journal of Higher Education* 79 (6), 638–670.
- Markman, G.D., Siegel, D. S. & Wright, M. (2008). Research and Technology Commercialization. *Journal of Management Studies* 45(8), 1 401–1 423.
- McGuigan, J. (2009). *Cool Capitalism*. Chicago: University of Chicago Press.
- Miller, P. & Rose, N. (1989). Poliittiset rationalisaatiot ja hallintatekniikat. *Politiikka* 31(3), 145–158.
- Muhonen, R. & Puuska, H-M. (2014). Kansallista tiedettä tekemässä. Teoksessa Muhonen, R & Puuska, H-M. (toim.) *Tutkimuksen kansallinen tehtävä*. Tampere: Vastapaino, 11–33.
- Naskali, P. (2010). Toistoa ja vastarintaa. Yliopisto-opiskelijat ja yrittäjyyskasvatus. Teoksessa Komulainen, K., Keskitalo-Foley, S., Korhonen, M. & Lappalainen, S. (toim.) *Yrittäjyyskasvatus hallintana*. Tampere: Vastapaino, 72–99.
- Patomäki, H. (2005). *Yliopisto Oyj*. Helsinki: Gaudeamus.
- Perren, L. & Jennings, P. (2005). Government Discourses on Entrepreneurship: Issues of Legitimization, Subjugation, and Power. *Entrepreneurship Theory and Practice* 29(2), 173–184.
- Pittaway, L, Rodriguez-Falcon, E., Aiyegbayo, O. & King, A. (2010). The Role of Entrepreneurship Clubs and Societies in Entrepreneurial Learning. *International Small Business Journal* 29(1), 37–57.
- Pyykkönen, M. (2014). *Ylistetty yrittäjyys*. SoPhi-sarja 127. Jyväskylä: Jyväskylän yliopisto.
- Rinne, R., Jauhiainen, A. & Kankaanpää, J. (2014). Surviving in the Ruins of the University? Lost Autonomy and Collapsed Dreams in the Finnish Transition of University Policies. *Nordic Studies in Education* 34(3), 213–232.