

Lectio Praecursoria: Tietoteollisuuden yrittäjiä, naisyrittäjiä ja voimanasia

Tarja Pietiläinen

Kun yrittämistä kuvaillaan ja siitä kerrotaan naisalkuisilla sanoilla ja naisiin viittaavalla sanastolla, jotakin kummallista ja hämmentävää tapahtuu. Aiemmin yleisinhimilliseltä tuntuneesta toiminnasta tulee yhtäkkiä sukupuolierityistä tekemistä. Se, mikä näyttäytyi sukupuolineutraalilta, muuttuu ilmeisen ja ymmärrettävän sukupuolistuneeksi. Tämä merkityskäännös ei sinällään tunnu kummalliselta: on pikemminkin luontevaa ajatella, että on yrittäjyyttä ja naisten yrittäjyyttä. Näinhän maailma näyttäisi ainakin päältäpäin katsoen makaavan.

Merkityskäännöksellä sukupuolineutraalista yrittäjyydestä naisyrittäjyydeksi on kuitenkin hämmentäviä ja yllättäviä seurauksia. Muun muassa yrittäjät itse eivät ole välttämättä lainakaan tyytyväisiä naisnimitykseen oman liiketoimintansa yhteydessä. Esimerkiksi Helsingin Sanomissa syyskuussa 2002 haastateltu vaatetusteollisen yrityksen yrittäjä-johtaja puuskahtaa toimittajan esille nostamaan kysymykseen naisyrittäjyyden käsitteestä, että "Minä inhoan sitä naisliikettä siinä, sillä naisyrittäjyydestä tulee heti sellainen leima. Minä en koe eroa siinä, olenko nainen vai mies."

Tunnistan yrittäjän harmistuneet ja hämmentyneet tunnot hyvin tutkijana. Myös minä olen tuntenut epävarmuutta oman naistekemiseni suhteen. Olen kiemurrellut monessa yrittäjyystutkimuksen seminaaritalanteessa tutkimusaiheeni kanssa ja etsiskellyt tapoja puhua tutkimusaiheestani niin, ettei sen naissisältö vain pelästyttä ketään läsnäolevaa. Kokemukseni mukaan pelästymisestä nimittäin seurasi se, että minä määrityin jotenkin erilaiseksi kuin muut jatko-opiskelijat ja tuon erilaistumisen perusteena tuntui olevan juuri oma sukupuoleni yhdistyneenä tutkimukseni naisaiheeseen ja naisnäkökulmaan. Erilaisuuteni kytkeytyi myös jollakin epämääräisellä tavalla huonommuuteen. Minulle tuli tunne, että kaikkien muiden jatko-opiskelijoiden yrittäjyudentutkimusaiheet olivat kiinnostavampia ja parempia kuin omani. Omaa tutkijapätevyyttään rakenta-

valle jatko-opiskelijalle kokemus erilaistumisesta oli toisinaan puuskahtusten väärsti.

Tunnistan myös yllä mainitsemani yrittäjän toiveen olla samanlainen ja häivyttää sukupuoli-ero. Sukupuolierityisyyden poisraivistelu tuntuisi palkitsevan ruhtinaallisesti: vihdoinkin avautuisi vapaus toimia omana itsenä ilman rasittavia naisleimoja. Tällöin saisi olla yrittäjä muiden yrittäjien joukossa tai analogisesti yrittäjyystutkija muiden yrittäjyystutkijoiden joukossa. Pohjoismainen todellisuus kuitenkin osoittaa, ettei samanlaisuuden tiekään oikein tahdo luonnistua sukupuolen ollessa kyseessä. Tasa-arvoisuus samanlaisuuden mielessä on hankalaksi osoittautunut tavoite.

Työni tärkeimpiä innoittajia on ollut pääsemisen irti tällaisesta sukupuolten erilaisuuden ja samanlaisuuden pohdinnasta. Tutkimukseni kotipesä on naisyrittäjyystutkimus, joka on lyhyen historiansa aikana pohtinut pääasiassa nais- ja miesyrittäjien ja heidän yritystoimintansa samanlaisuutta ja erilaisuutta. Tulokset ovat olleet yhtä hämmentäviä kuin yrittäjän naisten kokemuksetkin: toisinaan eroja on saatu esille ja toisinaan samanlaisuudet ovat korostuneet.

Erityisen hankalaa työni kannalta on samanlaisuus- ja erilaisuustutkimuksen juuttuminen sukupuolten vertailuun yrittämisessä. Vertailuasetelma nimittäin palauttaa sukupuolen kerta toisensa jälkeen naisten ja miesten väliseksi jaoksi ja vastakkainasetteluksi. Kuitenkaan sukupuolen koettu monimutkainen, sotkuinen ja epämääräinen todellisuus ei tunnu sopivan millään selväpiirteisiin nais- ja miesluokituksiin.

Olen hakenut irtiotta tästä naisyrittäjyystutkimuksen valtavirtaisesta sukupuolijäsennyksestä feministisen tutkimuksen avulla. Feministisen tutkimuksen piirissä sukupuolta on teoretisoitu ja tutkittu monenlaisista lähtökohdista. Teoretisointi on tuottanut sekä uusia tapoja ymmärtää sukupuolten että tietoa eri sukupuolijäsennysten teoreettisista perusolettamuksista. Tutkimukseni kannalta arvokkaita ovat erityisesti kritiikit,

sillä niiden avulla olen pystynyt hahmottamaan ja luokittelemaan naisyrittäjyystutkimuksen eri sukupuoliteoreettisia perinteitä. Tärkeä seuraus luokittelusta oli se, että pystyin jäsentämään naisyrittäjyystutkimuksen samanlaisuus- ja erilaisuustutkimuksen tasa-arvolähtökohdan ja sitä kautta ottamaan välimatkaa kyseiseen tutkimusperinteeseen.

Yhtä tärkeä seuraus luokittelusta oli se, että irtiotto tasa-arvolähtökohdasta mahdollisti työni paikantamisen sukupuolen tekemisen tutkimusperinteeseen, joka on naisyrittäjyystutkimuksessa vielä vähän käytetty näkökulma. Sukupuolen tekeminen on lähtökohta, jossa saatoinkin kiinnittää huomiota yrittämiseen arjen toimintana. Näkyväksi tulivat ne lukemattomat käytännöt, joilla yrittäminen tulee sukupuolistuneeksi toiminnaksi. Teoreettisesti tarkasteltuna sukupuoli jäsentyy tällöin ensinnäkin prosessiksi, jolla ruumiilliset yksilöt tuotetaan naisiksi ja miehiksi ja toiseksi prosessin tulokseksi, sukupuolisiksi yksilöiksi, naisiksi ja miehiksi. Paneutuminen sukupuolen tekemiseen tekee kiinnostavaksi miten-tyyppiset tutkimuskysymykset, joilla luodetaan sitä, miten sukupuolistamisen prosessit tapahtuvat eri tilanteissa ja mitä seurauksia sukupuolistamisella on.

Sukupuoli tekemisenä avaa tutkittavaksi yrittäjyyden sukupuolistavat käytännöt. Tällöin mitä erilaisempia tilanteita voidaan tarkastella yrittämistä sukupuolistavina. Myös sellaisia, joilla ei pintapuolisesti näyttäisi olevan mitään tekemistä yrittämisen ja sukupuolen kanssa. Sukupuolen tuottamisen yrittämiskonteksteja voivat olla esimerkiksi naisyrittäjyyden tutkimustekstit, yrittäjyyden tilastointikäytännöt, elinkeinopolitiikka, televisiosarjat tai yritysten arkipäivän toimet muiden muassa.

Kysyn väitöskirjassani: miten ja millaista yrittämisen tilaa sukupuolistavat käytännöt muodostavat yrittäjänaisille uusmedia-alalla? Olen kiinnostunut luotaamaan kysymyksellä naiseuksien ja mieheuksien rakentumista ja niiden avaamia tai sulkemia yrittämisen mahdollisuuksia naisille.

Tutkimuskysymys kiinnittyy tietoteolliseen uusmediayrittämiseen 90-luvun lopun Suomessa. Toisin sanoen tutkimukseni historiallinen aika ja paikka sijoittuvat paljon puhuttuun tietoyhteiskunnan tulemiseen kotimaassani. Kiinnityn tähän ajankohtaan työssäni aineistojen kautta ja ohjaamana. Käsittelen neljässä tutkimusartikkelissani

neljää eri tekstimateriaalia. Materiaalit ovat eri toimijat tuottaneet omiin tarkoituksiinsa. Kaupunkistrategiadokumentit edustavat kuntatoimijoiden näkemystä tietoteollisesta liiketoiminnasta paikallisen tulevaisuuden tekijänä. Elinkeinostrategiamateriaali tarkentaa kuntatoimijan näkökulmaa paikalliseen elinkeinopolitiikkaan. Mediatekstit tuovat esiin, miten joukkoviestintä jäsentää tietoteollista yrittämistä ja lopulta tutkimushaastattelut valottavat yrittäjien käsityksiä uusmedialiiketoiminnasta.

Kaupunkien strategiatekstit olen valinnut siksi, että ne edustavat tyyppillistä tämän ajan tietoyhteiskunnan tekemistä kahdella tapaa. Ensinnäkin niissä nähdään tietoyhteiskunta järjestäytyneeksi tavaroiden ja palvelujen tuottamisen, markkinoinnin ja kuluttamisen ympärille ja ne nostavat tietoyhteiskunnan liiketoiminnan lippulaivaksi tietoteollisen yritystoiminnan. Samalla tulee oikeutetuksi suunnata yhteisiä resursseja tukemaan juuri kyseisen alan yrittämistä. Toiseksi tulevaisuuden toivottavaa yrittämistä määrittellen strategisen johtamisen viitekehityksessä. Tällöin kunnallinen strategian tekeminen nivoutuu luontevasti kansalliseen ja EU-tason strategiointiin, jolloin kyseessä on tietoteollisen yrittämisen ehtoihin ja mahdollisuuksiin merkittävästi vaikuttava tekemisen muoto.

Mediamateriaali taas puolustaa paikkaansa meditoituneen aikamme keskeisenä merkitysten tuottajana, kierrättäjänä ja levittäjänä. Mediotuomisella tarkoitan työni yhteydessä sitä, että joukkotiedotusvälineet ovat ns. talousjulkisuuden moottori. Median on sanottu esimerkiksi heiluttelevan yritysten pörssikursseja, ohjaavan sijoittajien kiinnostusta sekä nostavan yksiä yritysmailman sankareiksi ja laskevan toisia roistoiksi. Toisin sanoen median toimijuus on sitä, että se muokkaa yleisön käsityksiä tietoteollisuuden yrittämisen tilasta, mahdollisuuksista ja merkityksestä. Työni mediamateriaali on poikkeuksellista siinä mielessä, että se koostuu samasta yrityksestä kertovista artikkeleista. Kohdeyritys on vielä nuori ja pieni uusmediayritys. Se on asiantila, joka harvoin herättää tiedotusvälineiden kiinnostusta. Yrityksen omistajat sattuvat kuitenkin olemaan naisia ja se taas on ollut kiinnostavaa muutoin miesvoittoisella alalla.

Neljäs aineisto on uusmediayrityksen perustajien yrittäjänaisien ja yrityksen työntekijöiden kanssa tehtyjä tutkimushaastatteluja. Haastattelujen tarkoitus on avata yrittäjänaisien näkökul-

maa tietoteolliseen yrittämiseen. Yrittäjien oma ääni on perinteisesti naisyrittäjyystutkimuksessa otettu mukaan laadullisilla haastatteluilla. He määrittyvät yrittäjyystutkimuksessa yrittämisen "todelliseksi" toimijoiksi ja asiantuntijoiksi. Olen toiminut osittain samalla tavalla. Uskon, että toimija itse tietää hyvin oman todellisuutensa. En kuitenkaan suhtaudu haastatteluihin ainoana "aitona" tietona yrittämisestä, vaan käytän haastatteluja sen tarkastelemiseen, miten sukupuoli jäsentyy yrittäjän näkökulmasta. Tässä mielessä haastattelut ovat samanlaista kulttuurisen merkityksen annon materiaalia kuin muutkin aineistoni. Haastatteluaineistojen osalta pidän tärkeänä kuitenkin tuoda esiin, että niiden analyysissä on lopulta kyse minun tulkinnoistani tutkijana ja yrittäjän naisten näkemykset ovat läsnä tulkintojeni kautta suodattuneina.

Mainitsen väitöskirjani otsikossa tietoteollisuuden ja tutkimuskysymyksessä uusmedialiiketoiminnan. Kun tarkastelen tutkimustani aineistojen avulla, väitöskirjan otsikon tietoteollisuus ja tutkimuskysymyksen uusmedialiiketoiminta nivoutuvat yhteen tutkijan, siis minun, paikantumisen kautta. Naisten uusmedia-alan yrittäminen tietystä ajasta ja paikasta käsin sekä konkreettisten toimijoiden tuottamana ja tulkittamana on se tilanne, johon johdantoosesseen lopuksi tartun ja pohdin toimintatilan avautumista. Toisin sanoen suhteutan työni eri aineistoja toisiinsa siten, että strategia-aineisto ja media-aineisto määrittelevät sitä kulttuurista, yhteiskunnallista ja paikallista liiketoimintakontekstia, jossa uusmediayrityksen perustaneet yrittäjänaiset toimivat. Haastattelut taas avaavat tilan tunnistaa ja pohtia, mitä seurauksia kaikkien aineistojen ilmentämällä sukupuolistavilla käytännöillä on yrittäjän naisten toimintatilaan.

Entä miltä toimintatila tutkimukseni valossa sitten näyttää? Olen nivonut toimintatilan avautumisen ja sulkeutumisen kolmeen merkityssikermään. Ne ovat 1). sukupuoliyhteyden yrittäminen eli "naisyrittäjäisyys", 2). poikkeuksellisten naisten menestystarina eli "voimain naisten yrittäjäisyys" ja 3). naiseuksien häivyttäminen eli "sukupuolineutraali yrittäjäisyys".

Sukupuoliyhteyden "naisyrittäjäisyys" on pohjoismaisen tasa-arvoajattelun läpituokema näkemys siitä, että sukupuoli on naisten oma asia. Seuraukset ovat kolmenlaiset. Ensinnäkin yrittäjä ja nainen tulee määritellyksi "naisyrittäjäksi" halusi tai ei ja hänen odotetaan toimivan jollakin ste-

reotyypillisesti naiselle sopivalla tavalla. Dynaamisella uusmedia-alalla naisten yrittämistä on vaikea jäsentää esimerkiksi kasvuhakuiseksi ja innovatiiviseksi ilman eri perusteluja. Samantapainen toimintatilan rajautuminen seuraa siitä, että "naisyrittäjäisyys" määrittyneellä on vähän vaihtoehtoisia itsemäärittelyjä tarjolla. Tällöin voi olla vaikea nähdä oman liiketoiminnan tai yritysmedian merkitys tietoteollisuuden kentässä ilman ylimääräisiä kierroksia itsensä vakuuttamisessa. Samanaikaisesti kuitenkin "naisyrittäjäisyys" kiinnittää huomion sukupuoleen ja sen merkitykseen. Tällöin avautuu mahdollisuus muokata naisena elämistä naistoimijuuden asiantuntemukseksi. Uusmedia-yrityksessä tämä asiantuntemus toimii pohjana aiemmin piiloon jääneiden käyttäjien tunnistamisessa ja uusien tuotteiden ja palvelujen kehittämisessä.

Median vahvasti rakentama poikkeuksellisten naisten menestystarina tuottaa samalla tavalla ristiriitaista toimintatilaa. Yhtäältä media käsittelee uusmedia-alan yrittäjänaisia esimerkkinä siitä, kuinka naiset ovat murtautuneet ulos perinteisiltä yrittäjän naisten toimialoilta uuden tyyppiseen liiketoimintaan. Median tapa kirjoittaa tekee yrittäjänaisista poikkeuksellisia "voimainaisia", joiden voi kuvitella kuuluvan muiden menestyvien yrittäjien joukkoon. "Uusmedianaisyrittäjäisyys" asemoituu näin luontevasti muuhun tietoteollisuuden julkisuuteen ja tietoteollisuudessa toimiville "uusmedianaisyrittäjille" avautuu tilaa esittää omia ideoitaan erilaisilla foorumeilla erilaisille yleisöille. Saman aikaisesti tässä käsityksessä pulmallista on se, että se liudentaa naiseutta yhdistämällä naisyrittäjiin lähinnä miehisiä merkityksiä kuten sankaruutta, voimaa ja yksilökeskeistä pioneerihenkeä. Toimintatilaa rajoittaa se, että menestyvä yrittäjänainen joutuu neuvottelemaan itseään yrittäjänä "voimainaisen" toimijuuden tarjoamien piiloisten mieheyksien ja elettyjen naiseuksiensa ristiaallokossa.

Naiseuksien häivyttäminen eli "sukupuolineutraali yrittäjäisyys" on tutkimuksessani hyvin vietävä uusmediayrittämisen toimintatila. Lupaus toimintatilasta nivoutuu omaehtoisien ja vakavasti otettavan yrittämisen mahdollisuuteen tietoteollisuudessa. Uusmedia-ala kuluu sellaisen sisällön tuotannon piiriin, joka on enemmän tulevaisuuden lupauksia herättävää kuin nykyisyyden tekoja tuottavaa liiketoimintaa. Liiketoiminnan konteksti on siten strategioinnin ja sen jäsenysten "ominta" aluetta. Tällaisessa jokapäi-

väisen tulevaisuuden tekemisen liiketoimintakontekstissa strategiadiskurssi tarjoaa toimijuuden, jossa yrittäjänainen voi määrittää tulevaisuuden tekemisen hallitsevaksi, päteviksi ja osaaviksi, "todelliseksi yrittäjäksi". Irtautuminen naiseuden painolastista tuntuu mahdolliselta. Viettelyksellä on tietenkin myös varjopuolensa. Strategiadiskurssissa jäsenyvä "todellinen yrittäminen" kohdistaa naispuoliseen tulevaisuuden tekijään paineita häivyttää ja piilottaa omaa naiseuttaan. Naiseus osoittaa nimittäin juuri sellaista erityisyyttä, joka on poissuljettu strategisen toimijuuden mukaisesta "todellisen yrittäjän" yksilöllisyydestä. Yrittäjänaisen kannalta seurausena on toistuva paine varjonyrkkeilyyn, jonka tarkoituksena on hälventää naiseuden herättämät epäluulot ja korostaa niiden vähämerkisyyskyyttä tietoteollisen liiketoiminnan yhteydessä.

Tutkimukseni osoittaa, että naisten yrittämiselle on mahdollisuuksia ja toimintatilaa tietoteollisuudessa. Se myös osoittaa, että mahdollisuudet ovat kulttuurisesti rakentuneita ja tähän rakentumiseen nivoutuu erottumattomasti sukupuoli. Siten toimintatilan avautuminen ja rajautuminen ei ole pelkästään yksilöyrittäjän tahdon tai halun asia, sillä lyhyellä tähtäyksellä valita voi vain tarjolla olevista vaihtoehdoista ja niitä sukupuoli osaltaan muotoilee.

Lectioni lopuksi haluan yhtyä feministisen tutkimuksen poliittisiin tarkoituseriin ja esittää väitöskirjani pohjalta kotiin vietäväksi seuraavan mietelauseen:

Moninaistuva yrittäminen tarvitsee moninaista sukupuolta.

Lectio precursoria perustuu KTM Tarja Pietiläisen 15.11.2002 Helsingin kauppakorkeakoulussa tarkastettuun väitöskirjaan Moninainen yrittäminen - sukupuoli ja yrittäjänaisen toimintatila tietoteollisuudessa. Väitöskirja kuuluu organisaatiot ja johtaminen -oppiaineen alaan. Pietiläinen jatkaa uusmedialiiiketoiminnan tutkimista Suomen Akatemian ja Tekesin rahoittamassa User-Producer dialogue -tutkimusprojektissa HKKK:ssa. Hän on mukana myös tamperelaisen Life Works Consulting Oy:n liiketoiminnan kehittämisessä.