

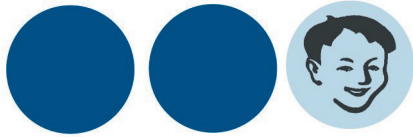
ALKAISINKO YRITTÄJÄKSI?

Tutkimus nuorten yrittäjyyspoliittisista kirjoituksista ja asenteista

Kari Paakkunainen



YKSITYISYRITTÄJÄIN SÄÄTIÖ
KERHOKESKUS – KOULUTYÖN TUKI RY.
NUORISOTUTKIMUSVERKOSTO



KERHOKESKUS -KOULUTYÖN TUKI



Kannen kuva: Markus Majaluoma
Kansi ja taitto: Tanja Nisula

© Nuorisotutkimusseura ja kirjoittaja

Yksityisrittäjien Säätiö
Kerhokeskus – Koulutyön tuki ry
Nuorisotutkimusverkosto/Nuorisotutkimusseura, verkkojulkaisuja 11

ISBN: 978-952-5464-32-0 (PDF)

Nuorisotutkimusverkosto
Asemapäällikönkatu 1
00520 Helsinki
puh. 020 755 2653
fax. 020 755 2627
sähköposti: verkosto@nuorisotutkimus.fi

SISÄLLYSLUETTELO

RAPORTIN AINEISTOT JA ONGELMAT	7
Kysymyksiä tutkimuksen saatteeksi	7
Tutkimusraportin käytännölliset kysymykset	8
Tutkimuksen viisi aineistoa	9
Ymmärtävää tulkintaa ja tilastollista päättelyä	9
KILPAILU, TEHTÄVÄNANNOT, KOULUT	11
Suomen paras kilpailu?	11
Yrittäjien määrä ei selitä innostusta	12
Vieroksuuko tosiyrittäjä retoriikkaa?	13
Yrittäjyyskasvatuksen etujoukko	14
Aktiivinen olemisen tapa ja yrittäjyysasenne	15
Odotuksena aikalaiskokemuksia ja omintakeisia ratkaisuja	16
Yksilön yritys saa tilaa	17
Yrittäjyyden määrittelyä pulpetin takaa	19
KIRJOITUSTEN LUONTEEN MUUTOS 1980-LUVULTA 2000-LUVULLE	20
Mikä on kertojaminä?	20
Nuoret kirjoittavat itsensä yritysten sisään	21
Kestävän kehityksen nousu	22
Lähemmäs arkista, ristiriitaista ja itseironista yrittäjää	23
Tytöt hallitsevat kirjoituskilpaa	24
Nuoret naiset ottavat miesten rooleja	25
Tasa-arvoa, feminismiä, valistusta – tunteita ja porvarillisia makuja	26
Pojat isottelevat – tosin osa herkistyy ja hassuttelee	27
Naiset arvottavat, miehet kertovat reaalikokemuksista	29
SUKUJEN JA (MAA)TILOJEN KRONIKAT EIVÄT JATKU	31
Paikalliset tuotteet ja yritykset ovat globaalistuneet	31
Kodin erityinen rakkaus ja kiintymykset – herkkiä säikeitä yrittäjäsosialisaatiossa	32
Agraaritalouden kierto ei ole luonnonvoimaista	33
Etäännytystä yrittäjä(iso)vanhempiin	34
Kronikan mutkia	34
Maaseudun jatkuvuus: miesten teknolinjaa ja naisten sosiaaliutopiaa	35
”Kolmas yritys” on täällä tänään	36
Yrittäjyyden universaali logoterapia	37
RISKIKOKEMUS MAAILMASTA	38
Viekö riski vai tartutaanko sitä niskasta?	38
Riski – yhteiskunnan jokapäiväinen haaste	38
Riskin yli vaikka väkisin	39
Kuinka ihminen taipuu globaalien ja yksilöllisten riskien edessä?	40
Isoista ongelmista ja arvokysymyksistä hallintajärjestelmien muutoksiin	42
Epävarmuuteen liittyviä asenteita	44
Onko meidät heitetty ”Maailma-yritykseen”?	46

RISKIOPPI	48
Mitkä riskit ja arvot opettavat harkintaa ja yrittäjyyttä?	48
Riskioppimisen neljä tapaa	49
Hallintaa peleillä	50
Vaativa ja upea riskioppi innovatiivisesta tuotebrändistä markkinoilla	53
Riskioppi kokonaisvaltaisesta yrittäjäelämäntavasta	54
Riskioppi jatkuvasta koulutuksesta ja kulutusharkinnasta	55
Riskioppi elämänpolitiikasta	56
YRITTÄJÄASENTEET JA -IDENTITEETTI	59
Laman varjosta ei vain päästä irti	59
Talouden mykät pakot	60
Lama vaatii vahvaa etäisyydenottoa	61
Utelias yrittäjä – antropologinen vakio	63
Yrittäjyyspäätöksen sosiaalinen harkinta	64
Yrittäjyys produktiivisena, luovana ja jännittävänä pelinä	66
Yritysmaailmassa pelataan epävarmuudella	67
Yrittäjyyden perusyksinäinen peli – kun raha puhuu, se ei kuuntele!	68
Monien pelien yhdeksän kissanhenkeä	69
MINKÄLAISIA YRITYKSIÄ NUORET PERUSTAVAT?	71
Yrittäjyyttä harkitsevat monet, vain harvat toimivat	71
Spekulaatio täyttää nuorten maailman	72
Mitkä sosiaaliset ryhmät ovat valmiita yrittäjiksi?	75
Yritysoptiot osataan esittää konkreettisesti	76
Keskustelu nousevista ja dynaamisista palveluista	78
Sukupuolittuneet yritysmarkkinat	79
LAMA, RAHANTEON PAHA JA PORTFOLIOSUKUPOLVI	81
Yrittäjäalat nousevat ja laskevat – nuoret tietävät sen	81
Lama ja konkurssipelko hydyttävät innostusta	82
Markkinarako ja laatu aika peittyvät stressinpelolla?	84
Synti, pahuus ja kateuden piru	85
Terve kateus, kilpailun voima ja maailman parannus	87
PK-yrittäjyys etiikan ja talouden yhdistäjänä	89
Jokainen ammattilainen on ”sisäinen yrittäjä”	90
Taistelu yksilöllisistä taidoista, osaamisesta ja tyylin pääomasta	91
Naiset kirjoittavat yrittäjätiet auki	93
Sukupuoliongelma muuttuukin sukupolviongelmaksi	95
Miten yrittäjyyden sukupolvikuilut ratkottaisiin?	96
YRITTÄJYYSKASVATUSUUDISTUS VIE OPETUSTA ETEENPÄIN	98
Yrittäjyys henki strategiaksi ja opetussuunnitelmiin	98
Ihanteellisia papereita yrittäjyyteen kasvamisesta	99
Tarvitaanko yrityskasvatuksen partnereille yhteinen kieli?	100
Opiskelijat odottavat työelämävipinää – opettajat hermona!	101

KOULUN HENKI JA YRITTÄJYYSKASVATUKSEN PAIKKA	
NUORTEN KILPA-AINEISSA	104
Lähteet ja kuvaus epävirallisesta maailmasta ja kansalaisyhteiskunnasta	104
Itsekuri kantaa pakkoyrittäjää eteenpäin	105
Irtonaiset taiteet, freelancer-aktiviteetit	106
Yrittäjäsiipien uniikki liike	107
Mika puhuu varovaisesti tiedon kokonaisuudesta 1980-luvulla... (karikatyyri I)	108
Sampo repii auki koulutodistuksia ja ”arviointi- ja suorituspakkokasvatusta” (karikatyyri II)	109
Opettajien huoli, markkinoiden kielteiset utopiat ja kritiikki nousevat	111
Koulutunneilta puuttuu kosketus käytäntöön – nuoret etsivät omat reittinsä yrittäjyyttä koskevan tiedon äärelle	112
MITÄ NUORET AJATTELEVAT YRITTÄJYYSKASVATUKSESTA?	114
Yrittäjyyttä koskevat asiat eivät ole koulun päiväjärjestyksessä	114
Onko nuori yrittäjä ja kansalaisaktiivi tehty samasta puusta?	115
Jäävätkö tasapäästämissä ja tasa-arvon tiukat argumentit historiaan?	116
Mihin koulu vie: palkkatyöläiselämäntapa ja muut arvovalinnat?	117
YRITYSOPINNOT: KIEHTOVA IDEA-AINEISTO YRITTÄJYYSOPINNOISTA	120
Mitkä opetussisällöt voivat silloittaa käytännön ja koululuokan?	120
TET on totta!	120
”Kuivaharjoittelua”, toivon antamista ja mielikuvitusta	121
Antautuuko opetus markkinoille, jos oppilaiden ideat vievät opetusta?	122
Omat koulun kioskit, harjoitusyritykset ja leikkifirmat	123
Peli vie – peli tuo: yrittäjäpelitaitojakin tarvitaan	124
Yritysharjoittelusta omiin projekteihin ja innostavaan simulaatioon	126
Business Plan ja konkurssin tehnyt opettaja	127
NUORTEN KANNAT YRITTÄJYYSKASVATUKSEEN	128
Teoreettinen koulu ei avaa ovia yrittäjävieraille	128
”Lyyramaisterin” luokkahuoneesta tekemällä opittuihin taitoihin	129
Nuorten populaariohjelma yrittäjyyskasvatuksesta	132
”Jo on aikoihin eletty”: liiketalous ja yritys kilpailut sopivat sivistyskouluun	133
Koulupilotit, yrityshautomot, virtuaalikoikeudet, gallupit	134
YRITYSVIRIKKEIDEN JA -TIEDON LÄHTEET JA OMAKSUMINEN SEKÄ MEDIA	137
Työ, sanomalehti ja koulu ovat sähköistä mediaa edellä yritysviestinnässä	137
Hautomot, netti ja tuotteiden kautta rakentava julkisuus vielä heikkoa	138
Pinnallista populismia arvostellaan	139
Mediapeli ja haastattelun dialogi koululaisten hallussa	141
Kameran linssi seuraa – se tiedostetaan pelailussa tai koko tosi-tv:n lyömisessä lekkeriksi	142
Media osaa nuortenkin käsissä napata luonnon, koiran ja meren merkitykset	144
Kriittinen kuva ja tutkittu tulkinta eivät välity edes suuresta pääomasta	145
Nuoret haluaisivat nostaa nuoret PK-yrittäjät suuren talouden pelin tiedotusvarjosta	146
Nuorten julkiset yritysneuvonantajat: ilkeitä tosi-tv-tekijöitä, karismaattisia yrittäjiä vai julkimoita?	147
Meidän Jorma, Kirsi, Vesa, Sedu ja Harry	148

Mediakatsaus: Helsingin Sanomat ja Kauppalehti nuorten yrittäjyystiedon ja tulkinnan viitekehyksinä	149
NUORTEN YRITTÄJÄPOLIITTINEN KESKUSTELU JA LINJAT	160
Aineiston nuorten enemmistö esittää yrittäjäpoliittisia ideoita	160
Yrittäjänuoren katharsis: köyhäilyn jälkeen perhe, asunto ja yritys!	161
Sosiaalis-ekologinen idealismi yhdistyy yrittäjyyteen	162
Kolmikanta ja tulopolitiikka jäävät hämäräksi	163
Sosiaalinen starttiraha tunnetaan ja sitä edistetään	165
”Yritys- ja pääomaverojen taakkaa on helpotettava”	167
Nuoret haluavat lisää voimaa ja asiakasvirtaa yhteyksiinsä	169
Mentorien läsnäoloa ja räätälöityjä palveluita laajennettava	170
Puistot, hautomot ja innovaatiokeskukset tulevat tarpeeseen	171
Riskin pienentäminen ei riitä: kilpailussa ja sukupolvenvaihdoksessa suojattava yrittäjäperheen perustarpeet	172
Yrityshautomoiden, sosiaalisen yrittäjyyden, liberaalin veropolitiikan ja nuorten PK-yrittäjäräätälöinnin puolesta	173
Nuorten yrittäjien yhteistyö ja sukupolvipolitiikka etsivät muotoaan	175
LOPUKSI: KESKEISIÄ TULOKSIA YRITTÄJÄPOLIITIKALLE	177
Yritysaineet innostuneet itsensä toteuttamisesta ja aktiivisesta myötätunnosta	177
Riskioppimisen taidot ovat kaikkien nuorten arkea	178
Yrittäjyyskasvatuksen sillat saavat tukea – mutta ne on resursoitava mentoreiden avulla	180
Media- ja yrittäjäpoliittinen julkisuus enemmän tyrmää kuin inspiroi nuoria	181
Yrittäjien haastettava kilpailupeliin tähtiammatillaiset	182
Viitteet	184
Lähteet	194
Liite 1. Kyselytutkimuksen toteuttaminen	201
Liite 2. Kyselyyn vastanneiden tausta sekä koulutus- ja työelämää koskevat taustatiedot	203



RAPORTIN AINEISTOT JA ONGELMAT

KYSYMYKSIÄ TUTKIMUKSEN SAATTEEKSI

Julkisuudessa ja yrityskirjallisuudessa toistellaan itsenäisen, yritteliään, itseensä luottavan, aktiivisen, luovan, joustavan, riskinottokykyisen ja suorituksiin motivoituneen nuoren kehitystä ja mallia. Ajatus vahvasta nuoresta yksilöstä toistuu (koulutus)poliittisissa pedagogisissa asiakirjoissa ja yhtä lailla nuorten omissa teksteissä ja keskusteluissa. Tutkimukset korostavat yhtäältä vahvaa yksilöllistymiskehitystä, toisaalta kasvatus perustuu ajatukseen yritteliäistä oman onnensa sepistä. Itsenäisyys ja omakohtaiset ongelmanratkaisu- ja riskinottokyvyt nähdään usein samoina asioina kuin yrittäjyys ja yritteliäisyys. Sisäinen yrittäjyys merkitsee positiivista asennetta ja motivaatiota ratkoa itse ja omakohtaisesti asioita: koulutuksen ja työelämän vaatimusta ja uutta tilaa toimia itsenäisesti. Silti Suomen nuori sukupolvi, jolla on aiempia edeltäjiään parempi koulutusaste ja joka on kotonaan tietoyhteiskunnassa, perustaa kansainvälisesti vertaillen niukasti yrityksiä.

Yrittäjyyden taloudellisten ja elämäntapaehdojen sekä yrittäjyyttä koskevan nuorten yhteiskunnallisen perspektiivin ja kokemuksen täytyykin sisältää ennakoajatuksia ja merkityksiä, jotka estävät yrittäjäksi ryhtymistä. Yrittäjyyden ja sen kansantaloudellisen merkityksen idealisointi ja monien nuorisobarometrien (ks. esim. Wilska 2004) tulkinta ovatkin johtaneet 2000-luvulla yrittäjähenkiseen puhetapaan, jonka mukaan Suomessa on 50 000–80 000 yrityksen vaje. On kansallinen tehtävä ratkaista tämä haaste. (Teollisuus ja Työnantajat 2001.)

Nuorten keskuudessa Suomessakin vahvasti sisäistetty elämässä pärjäämisen eetos ja yksilöllinen vastuu eivät myöskään näy yritystilastoissa. Opiskelijat ja palkkatyömaailman ammattilaiset mieltävät itsensä entistä paremmin itsenäisiksi osaajiksi – omakohtaisen riskin ottajiksi ja jonkinlaisiksi portfolion, henkilökohtaisen osaamissalkun, yritteliäiksi keksijöiksi. (Hoikkala & Paju 2002; Paakkunainen 2006a.) Yrittäjät eivät ole ainoita riskinottajia eivätkä epävarmassa ja samalla haasteellisessa koulutus- ja työmaailmassa toimivia osapuolia. Yrittäjämotivaation sosiaalinen tausta tunnetaan hyvin. Iän karttuminen kasvattaa yrittäjyshaluja ja koulutus supistaa niitä. Lähipiirin yrittäjäkokemukset ja miessukupuoli tukevat vahvasti yksityiseksi ammatinharjoittajaksi tai firman vetäjäksi ryhtymistä.

Toisaalta yrittäminen hahmottuu Suomessakin pakkoyrittäjyydeksi, kun muut elämäntiet ovat tukossa. Yrittäjän maailma taustoittuu aikamme julkisuudessa ja mediassa liiaksi epävarmana ja hämärän pelonsekaisena vaihtoehtona. Kilpailun globaalit ja mykät ehdot yhdessä yrittäjän tiukan arjen kanssa säilyttävät monia nuoria. Samoin yrittäjyys merkitsee monia hallinnollisia ja tilinpidollisia velvollisuuksia ja rasituksia; toisaalta julkisen sektorin merkittävän roolin ja kilpailuhaasteiden laajenemisen mukana ”ylipedagogisoitu” yhteiskunta tukee omaehtoisia aloitteentekijöitä, konkreettisia toimijoita tavalla, jota ei tarkasti tunneta. Puhe tai valistus käytännöllisyydestä ja omatoimisuudesta ei vielä takaa konkreettisia ja rohkeita käytännön puurtajien yritysoivalluksia. Vuosikymmen 1995–2005 nimettiin valtakunnalliseksi yrittäjyysvuosikymmeneksi: Suomeen oli luotava yrittäjyyden ilmapiiri, jossa uusien yritysten perustaminen olisi helpompaa, kivuttomampaa. Yritysten ja oppilaitosten sisäinen yrittäjyys eli yrittävyys oli ajatuksen mukaan ideaali tavoite, ja sen myötä yrittäjyyspäätökset olisivat entistä helpompia. Jälkiviisaasti näemme, että idealisoinnin ilmapiiri elää, mutta yrityspäätöksiä ei synny aiempaa enempää.

Laaja kouluopetus ei yrityskirjallisuuden mukaan välttämättä menetelmällisesti tue uusien, itsenäisten visioiden tuottajia, vaan kilpailuttaa, valistaa ja samalla jotenkin standardisoi nuoria annetun tiedon ja totuuksien kautta. Kansalaisyhteiskunnan rohkeita valmiuksia tarvitsevat PK-yrittäjät ja kansalaisaktiivit kärsivät tästä tasapäistämisestä. Usein kuulee myös väitettävän, että vain osa nuorista menestyy itsellisen ja aktiivisen tiedon keräämisen ja tulkinnan mukaisissa opetusmuodoissa; valtaosa



nuorista jää sivummalle, toistelemaan standardikäsiä tai kokonaan marginaaliin. Opetuksessa saattaa heijastua myös suurten sukupolvien ja opettajien sosiaalinen ja poliittinen kokemus. Sen mukaan yrittäjyys ei aina avaudu nuorten eteen arvokkaana asenteena ja tartuttavana mahdollisuutena. Pikemminkin sen koetaan merkitsevän yhtä uutta lisäpainetta opetukselle ja uhkaa nuoren turvalliselle eheän identiteetin rakentamiselle – ”yrittäjyys voi ajankohtaistua myöhemmin”. Näin opetus helposti tarrautuu palkansaajaelämäntavan turvallisuuteen, sen ennustettavuuteen. Palkkasuhteiden, niihin sidotun kattavan sosiaalivakuutuksen ja kolmikannan myötä Suomesta on tullut joissain suhteissa – esimerkiksi innovatiivisten yritysten perustamisessa tai siihen rohkaisussa nuorten ikäryhmien keskuudessa – melko konservatiivinen maa. Talouden ja politiikan vakaa kehittäminen sekä elämän hallinta ja toisaalta yrittäjyys asettuvat toisiaan vastaan.

Taloudellisen luovuuden ja riskinoton teemat eivät aina kohtaa sosiaalisen hyvinvoinnin ja kulttuurin kehittämisen ajatusten kanssa. Uudenlaisia kulttuurisia ja sosiaalisia taitoja vaativat yrittäjyyden muodot – esimerkiksi nuorten naisten palveluideat – ovat nyt valinkauhassa. Monet humanistiset puhujat korostavat, kuinka sosiaaliset innovaatiot ja sosiaalinen turvallisuus ovat etusijalla; uskottava yritteliäisyys, kilpailukyky ja kasvu voivat perustua vain niille¹. Koulussakin taloudellinen järjestelmä ja yritteliäisyys jäävät vieraisiksi, raadollisiksi maailmoiksi – hieman politiikan vastuullisen järjestelmän ja aktiivisen osallistumismallin tavoin. Yritysten tuotokset (valmiit tuotteet) ja hyvinvointisektorin palvelukset (nautintaoikeudet) tuotetaan jossain kaukana, vieraisissa ulottuvuuksissa. Nuorille itselleen saattaa jäädä jotenkin ”patologinen” (Habermas 1987) osa: tuotteiden ja julkisten palveluiden ”luonnollisen” kuluttajan rooli. Nuoria ei auteta itse hallitsemaan elämäänsä yhteiskunnallisesti tai taloudellisesti, vaan *homo economicus*, taloudellinen ihminen, kasvaa vain kuluttajakansalaisena tai liberaalina yksilönä. Voi kysyä, ovatko tietotekniikka, kännykkä ja kuluttaminen nuoren sukupolvemme yhteiskunnallisia avaimia ja jäävätkö yrittäjäriskin tai aktiivisen kansalaisen haasteet sivummalle (Wilksa 2004).

TUTKIMUSRAPORTIN KÄYTÄNNÖLLISET KYSYMYKSET

On siis tarkennettava ja analysoitava uudelleen yrittäjyyttä koskevaa tietoa ja asenteita nuorten omista kokemuksista ja maailmasta käsin. Tämä onkin tutkimusraportin yleinen tavoite. Tutkimuksen käytännölliset ongelmat muotoutuivat seuraavanlaisiksi:

- Miksi yrittäjyyden polku torjutaan huolimatta siihen liittyvistä perustavista, myönteisistä elämänmerkityksistä ja ajatuksista? Millä tavoin nuoret kirjoittavat pienyrittäjyydestä? Ketkä nuoret aktiivisesti tulkitsevat yrittäjäkokemuksia ja luovat uutta nuorta yrittäjyyttä aineissaan? Millä tyyllillä, argumenteilla ja arvoilla tämä määrittely tapahtuu? Minkälaisia epäjatkuvuuksia yrittäjyysideologialla on nuorten kirjoitusten ja asenteiden mukaan?
- Miten yhteiskunnalliset ja kilpailutalouden haasteet ja riskit rakentuvat? Miten ne innovoivat tai toisaalta passivoivat nuoria yrittäjyyden suhteen? Miten riskinen yrittäjyys ja henkilökohtainen kilpailuvaatimus heijastuvat nuorten arjessa ja elämäntavassa?
- Kuinka jäsentyy elämäntavaksi ja (ammattillinen) elämäntapa niillä, jotka ovat avoimia yrittäjyydelle, mutta valitsevat lopulta muita itsensä toteuttamisen ja toimeentulon muotoja? Mitkä käytännön seikat ja yrittäjyyden kulttuurissamme saamat merkitykset ovat avittamassa, mitkä estämässä yrittäjäksi ryhtymistä?
- Mitä tulisi muuttaa koulutuksessa, ”starttiehdoissa”, yrittäjäresursoinnissa sekä talous- ja veropolitiikassa, jotta yrittäjyyspäätökset helpottuisivat?
- Mitkä yhteiskunnalliset merkitykset ja ajattelutavat yrittäjyyskasvatuksessa ja mediassa tukevat yrittäjäksi ryhtymistä nuorten kokemuksen mukaan? Entä mitkä jarruttavat sitä? Minkälainen taustakuva yrittäjyydestä pedagogiassa ja mediassa rakentuu? Mikä yrittäjyyskasvatuksessa, yrittäjyyttä koskevassa julkisuudessa ja malleissa kiehtoo nuoria?



- Miten nuorten sukupolvikokemus heijastuu yrittäjyysjulkisuudessa ja -politiikassa?
- Entä minkälainen yrittäjäpoliittinen toimi voisi tavoittaa nuoret ja sitouttaa heitä yrittäjäksi – ja samaan aikaan raivata tilaa nuorten yrittäjämotivaatiolle, yrityshautomoilta ja visioille.

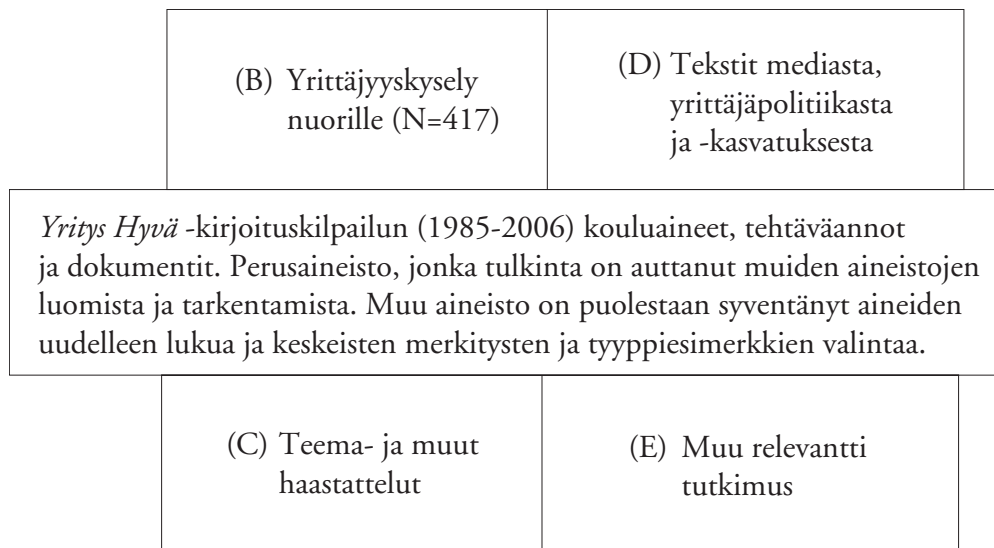
Tämä raportti ja sen yhteenveto päätyvätkin yrittäjäpoliittisten ohjelmien kriittiseen kommentointiin ja kehittämistyöhön, nuorten kokemuksiin ja odotuksiin, yrittäjyyden pedagogiseen ja media-asemaan sekä näiden tulkintaan.

TUTKIMUKSEN VIISI AINEISTOA

Näiden laaja-alaisten ongelmien pohtimiseen tarvittiin monia aineistoja. Aineiston ja edellä kiteytettyjen (tutkimus)ongelmien tulkinnan lähtökohdan muodostivat (ks. kuvio 1, osio A) *Yritys Hyvä* -kirjoituskilpailun (1985–2006) arkistoidut kouluaineet ja dokumentit. Kilpa-aineiden lukeminen syvensi ja tarkensi mahdollisuuksia (teema)haastatella (osio C) tutkimusprojektin seurantar ryhmää, nuoria yrittäjiä, opettajia sekä yrittäjäpedagogian, -hautomoiden, -politiikan ja median informantteja (10 teema haastattelua ynnä 12 puhelinhaastattelua)².

Samoin kilpakirjoitusaineet tarkensivat kiehtovin tavoin tuhannelle 16–29-vuotiaalle nuorelle lähetettyä yrittäjyysasennekyselyä (osio B; otos ja vastaajien sosiaalinen tausta on esitelty liitteissä 1–2). Samoin näin kasvanut tieto ja syventynyt tulkinta nuorten yrittäjyyteen liittyvistä merkityksistä ja asenteista auttoivat valitsemaan tutkimusprosessin tueksi tarvittavia tekstejä yrittäjäpolitiikasta, mediasta³ ja yrittäjyyskasvatuksesta⁴ (osio D) sekä relevantista tutkimuskirjallisuudesta (osio E).

KUVIO 1. Tutkimuksen viisi aineistotyyppiä



YMMÄRTÄVÄÄ TULKINTAA JA TILASTOLLISTA PÄÄTTELYÄ

Olen yhdistänyt toisiinsa monipuolisen kvalitatiivisen ja kvantitatiivisen aineiston ja tulkintamene- telmän (aineisto- ja metoditriangulaatio). Kvalitatiivinen eli laadullinen työtapani on ollut herme- neuttinen eli ymmärtävä. Olen nostanut nuorten tekstien kirjoittamisedot (otsikon tehtävänannon, kirjoituspaikan, -ajan ja palkitsevan yleisön), tyyliä ja perusmerkitykset osaksi tarkastelua. Tekstejä



ei voi verrata samalla tavalla kuin tilastotietoa tai ennakkoon luokiteltua haastattelutietoa. Se tapahtuu keskeisten teemojen (otsikoiden ja lähestymistapojen, ns. reemojen) ja merkitysten, sekä niitä koskevien ydintekstien perusteiden (argumentit, viitteet, metaforat, lopputulemat) analyysillä ja tyypittelyllä. Tekstien tyylin ja muodon – ironiasta asia-esseeeseen ja erilaisiin kertojarakenteisiin ja äärimmäiseen utopian kehittelyyn saakka – analyysissa on mietitty eri tavoin niiden eetosta, paatosta ja logosta: millä tavalla ja etiikalla sekä argumentaatioon liittyvällä vakuuttavuudella nuoret puhuvat ajattelemilleen yleisöille kouluaineissaan?

Aineet muuttuvat erilaisten muuttuvien historiallisten aikalaisodotusten ja -teemojen mukaan. Silti esimerkiksi yksikön ensimmäisessä persoonassa (kertojana ”minä”) kirjoitettu omia vanhempia koskeva, osin reaalikokemuksia dokumentoiva ja ihailevassa tyyliä käyttävä yrittäjälaatuja todentava tarinainen esseerakenne, on yleinen kilpailun kahden toteutusvuosikymmenen aikana. Tätä myös kilpailun järjestäjät ja opettajat ovat tehtävänannoissaan usein ajaneet takaa. Mutta standardit kirjoitustavatkin voivat painottua uudella tavalla ja löytää uusia puolia sukupolvien välisistä yrittäjäyostarinoista. Myös tehtävänannot ovat monipuolistuneet ja avautuneet monimielisiksi ja kriittisiksi.

Lehdistöaineiston tulkinta, jolla olen taustoittanut nuorten yrittäjäysohjelmoijien käsitysten omaksumista, reseptiä, perustuu tekstien ymmärtävään luentaan. Tekstejä pyritään luokittelemaan erilaisiin nuorille relevantteihin teemaattisiin ja tyyllisiin keskusteluihin (diskursseihin) ”parafraaseeraus” ja *Grounded theoryn* mallien mukaan.

Tutkimus ja siitä dokumentoitu populaarinen käytännöllinen raportti perustuvat myöhäissyksyllä 2004 tehtyyn tilaustutkimussopimukseen. Tämän raportin perusongelmat ja aineistot ovat sopimuksen mukaiset ja käytännölliset. Aktiivinen tutkimusperiodi alkoi maaliskuussa 2005 ja päättyi elokuussa 2006. Raportin kirjoittamisvaihe jatkui kevääseen 2007. Yksityisyrittäjien Säätiö ja Nuorisotutkimusverkosto ovat tutkimussopimuksen allekirjoittajat. Tutkimuksen edistymistä ja käytännöllisiä valintoja on aktiivisesti tukenut seurantaryhmä. Sen kokoonkutsujana on toiminut Minna-Riikka Järvinen (Kerhokeskus – Koulutyön tuki ry). Työtä ideoineita piiriin jäseniä ovat olleet Kari Elo ja Tapani Suni (Yksityisyrittäjien säätiö), Juha Kansikas (Jyväskylän yliopisto), Pekka Iivonen ja Jussi Pihkala (Opetushallitus) sekä Terhi-Anna Wilska ja Tommi Hoikkala (Nuorisotutkimusverkosto). Lisäksi Ilona Kokkoa, Anu Toivosta ja Pirjo Lehtoa voi kiittää sisällön kommentoinnista ja käytännön keskustelun edistämisestä. Nuorisotutkimusverkoston puolella tutkimuksen kommentointi, popularisointi ja tekstin editointi ovat edistyneet aimo askelin Milla Kosken, Leena Suurpään, Tanja Nisulan ja Ari Lahdenmäen ammatillisuudella. Mikko Paakkunainen on rutiinilla avittanut survey-tiedon hankinnassa ja SPSS-toimissa.

KIRJOITTAJATIEDOT

VTL. Työskentelen tutkijana Nuorisotutkimusverkostossa ja Helsingin yliopiston yleisen valtio-opin laitoksella. Viimeaikaiset tutkimusintressini ovat koskeneet nuorten poliittista kulttuuria Suomessa ja Euroopassa. Lisäksi olen toiminut useiden nuorisohankkeiden arviointitutkijana.



KILPAILU, TEHTÄVÄNANNOT, KOULUT

SUOMEN PARAS KILPAILU?

Tutkimuksen inspiroivana perusaineistona ovat *Yritys Hyvä* -kirjoituskilpailun (1985–2006) julkaistut ja hyvin arkistoidut voittaja-aineet. Yksityisyrittäjien Säätiö ja Kerhokeskus – Koulutyön tuki ry ovat organisoineet vuosittain valtakunnallisen ainekirjoituskilpailun yrittäjyydestä ylä-asteikäisille. Kilpailun kunkin luokka-asteen voittaja-aineet on lähetetty Helsinkiin raadin arvosteltaviksi. Osa aineista on arkistoitu. Ne on luettu ja luonnehdittu useaan eri otteeseen ja luokiteltu ja analysoitu myös sisällöllisesti. Voittaja-aineita on kertynyt peruskoulun yhdeksänsiltä luokilta vuosittain kymmenen kirjoitusta – eli yhteensä 220 valioainetta. Vuodesta 2001 mukana on ollut myös lukiolaisten sarja, josta on kertynyt kuutena vuotena yhteensä 35 valioainetta. Noin neljäsosa palautetuista aineista on ollutkin lukiolaisten kirjoittamia. Esimerkiksi vuonna 2004 luokkien parhaista teksteistä (640 kpl) oli lukioluokissa kirjoitettuja lähes neljännes (151 ainetta). Vuonna 2006 oli mukana myös ammattipistojen ja -instituuttien sarja (5 palkittua).

Kerhokeskus – Koulutyön tuki ry:n arkistosta luovutettiin luettavakseni lähes 3000⁵ vuosina 2000–2004 kirjoitettua loppukilpailuun lähetettyä ainetta. Mukana oli valtaosa noiden vuosien aikana kilpailuun kouluista lähetetyistä käsin tai tietokoneella kirjoitetuista alkuperäisteksteistä, joka tosin ei ollut systemaattinen arkisto. Nämä aineet olen lukenut läpi ja osin luokitellut niitä sekä kirjoittanut niistä tutkijadokumentoinnin päiväkirjamerkinnöin. Suurin osa aineista on myös kopioitu jatkuvan tutkimusprosessini käyttöön Joensuun yliopiston kerätessä kilpakirjoituksia dokumentoitavakseen vuonna 2005. Näin niitä on voitu käyttää hyväksi vertailussa, tulkinnessa ja tekstifragmenttien valinnassa. Minulle on varsinkin näistä ainekirjoituksista muodostunut kuva toistuvista, kivettyneistä ja sarjallisista yrittäjyyden käsittelyn tematisoinneista (otsikoinneista) ja käsittelyn ja kuvauksen tavoista. Samoin niiden massasta nousee esiin – usein tahattomastikin – puhuttelevia ja originaaleja aikaistulkintoja ja tarinoita.

Lehtinen (2002) on luonnehtinut kilpailua ”Suomen menestyksekkäimmäksi vuosittaiseksi kirjoituskilpailuksi” – eikä syyttä. Kilvan aloitusvuonna 1985 Yksityisyrittäjien Säätiön, Kouluhallituksen ja Kerhokeskus – Koulutyön tuki ry:n komeasti käynnistämän kirjoituskilpailun raadille lähetettiin 842 tekstiä eri peruskoulujen 9. luokan oppilailta, kaikkiaan kilpaan osallistui 9687 koululaista, joista ruotsinkielisiä oli 349. Vuonna 2006 kirjoittajajoukko on laajentunut noin 20 000:een peruskoulunsa päättäjään ja lukiolaiseen paristasadasta eri koulusta. Lukiolaisten osuus palautuneista kirjoituksista on ollut 2000-luvulla noin 20–25 prosenttia. 1980-luvulla osallistujamäärä kipusi noin 12 000 kirjoittajaan. 1990-luvulla kisan suosio edelleen kasvoi ja saavutti jo 20 000 koululaisen piirin. Uudella vuosituhannella kilpailu on säilyttänyt asemansa kirjoituskilpailujen ykkösenä. Kilpailutoimistoon on kirjoittajia raportoitu olleen vuosittain 13 000–20 000.

Kaikkiaan kirjoituskilpaan on osallistunut noin 310 000 suomalaisnuorta (keskimäärin reippaat 14 000 aineenkirjoittajaa vuosittain). Itse kilpakirjoituksia on palautunut Helsinkiin 520–1100 ainetta. Koulujen opetussuunnitelmat ovat täynnä. Silti kirjoitustapahtuman suosio on säilynyt, vaikka kilpailu ei olekaan löytänyt peruskoulun yhdeksännen luokan tavoin ihan yhtä tukevaa paikkaa lukion vuosiohjelmassa; kilpailun osallistujarekrytointi on tavoittanut aika selvästi rajansa. Vuosittaiset osallistujamäärien erot eivät ole olleet dramaattisia: kiireisten vuosien jälkeenkin monet koulut palaavat kilpailun aiheiden pariin. Myös oppilaskyselyt kilpailun merkityksestä ovat saaneet perusmyönteisen palautteen.

YRITTÄJIEN MÄÄRÄ EI SELITÄ INNOSTUSTA

Taulukko 1 osoittaa seikkaperäisesti, kuinka eri maakunnat ovat osallistuneet kilpaan ja menestyneet siinä eri aikoina. Arvioinnissa on huomioitu maakuntien kokoerot ja erilaiset koululais- ja opiskelijamäärät. Rankkaukset osoittavat selvästi, kuinka eri tavoin alueilta osallistutaan kilpaan. Satakunnan koulukohtainen kirjoittaja-aktiivisuus ja jatkuvasti menestyneet aineet tulivat tutkijalle hyvin tutuiksi lukuprosessin aikana, niissä oli omaa määrätietoista ”tosi-Suomen poljentoa”. Äänilajin voi kuulla monissa raportin esimerkkiteksteissä. Maakunnassa täytyy myös olla haluja parantaa yrittäjyysilmapiiriä – muutoin ei kirjoittamisinto selity.

Aktiivinen ja menestynyt Uusimaa, joka on nuorten ikäryhmien valtamaakuntia Suomessa, jää kuitenkin suhteellisesti Satakunnan, Keski-Suomen, Pohjois-Savon ja Keski-Pohjanmaan varjoon. Helsinkiläisnuoret eivät ole kisasta järin innostuneita. Pohjois-Savo, Keski-Pohjanmaa ja Pirkanmaa ovat selvästi piristyneet 2000-luvun valioaineiden tasolla. Lappi ja Kainuu ovat poismuuton uhan alla elävien pienten ikäryhmien alueina yllättäviä nousijoita. Viimeistään se osoittaa, että reaalin pienyritysten määrä ja taloudellinen nousu eivät selitä koulukohtaista yrittäjäpoliittista henkeä; esimerkiksi Kainuussa tehdään rankasti töitä paremman yrittäjyysilmapiirin luomiseksi⁶.

Kieli ei ole ollut esteenä osallisuudelle, sillä kilpaohjeet ovat lähteneet molemmilla virallisilla kielillä. 2000-luvulla myös turkkilaistaustainen toisen polven maahanmuuttaja sijoittui kilpailussa vakuuttavalla ja värikkäällä suomenkielisellä argumentaatiolla. Kaikkein vähiten *Yritys Hyvä* -hankkeen valokeilaan ovat päässeet tai olleet tyrkyllä Ahvenanmaan, Itä-Uudenmaan sekä Kanta- ja Päijät-Hämeen koululaiset ja opiskelijat. Kymenlaakson, Varsinais-Suomen ja Etelä-karjalan nuorten osallistuminen on 2000-luvulla hiukan virkistynyt.

Kirjoituskilpailun alueellinen suosio ei siis suoraan selity alueen pienyrittäjävaltaisuudella tai ideologisilla valtavirroilla. Voi olla, että suuremman luokan yrittäjien ja työnantajien seudulla ei helposti sytytä pienyrittäjyyttä mobilisoivista ajatuksista. Kilpailu saa tuulta siipiensä taakse alueilla, joissa opettajat ja koulut innostuvat yrittäjyyden ideasta ja tietosisällöistä: kilpailu on myös kulttuuripääomaa, tie julkisuuteen. Tätä innostusta voi siivittää tietoisuus alueen työttömyys-, ikääntymis- ja talousongelmista. Pikemminkin haasteet kuin tyytyväisyys pitävät elossa tiedonintressiä pienyritysten saloihin ja mahdollisuuksiin.



TAULUKKO 1. Voittaja-aineet maakunnittain vuosina 1985–1989 ja 2002–2006.
(Aineet, N=100.)

MAAKUNTA	v. 1985–1989	v. 2002–2006	Yhteensä
Satakunta	10	4	14
Uusimaa	8	4	12
Keski-Suomi	7	4	11
Pohjois-Savo	2	7	9
Keski-Pohjanmaa	1	7	8
Pirkanmaa	1	7	8
Lappi	4	2	6
Kainuu	3	2	5
Pohjois-Pohjanmaa	3	2	5
Etelä-Pohjanmaa	2	2	4
Pohjanmaa	2	2	4
Etelä-Savo	1	2	3
Pohjois-Karjala	1	2	3
Päijät-Häme	2	1	3
Etelä-Karjala	2	0	2
Varsinais-Suomi	1	1	2
Itä-Uusimaa	0	1	1
Kanta-Häme	0	0	0
Ahvenanmaa	0	0	0
Kymenlaakso	0	0	0
YHTEENSÄ	50	50	100

VIEROKSUUKO TOSIYRITTÄJÄ RETORIIKKAA?

Varsinkaan Pohjanmaan keskimääräinen menestys kisassa ei vastaa monien ennakko-odotuksia. Laajemminkin kirjoittaja-aktiivisuus ei suoraan vastaa alueiden yritysaktiivisuutta⁷. Reaalinen yrittäjäaktiivisuus ja koululaisten inspiointi-innostus eivät vahvasti elä rinnan. Eivätkö huonekalu- ja turkistarhausyrittäjien tai tomaatinviljelijöiden lapset halua ja osaa kirjoittaa yrittäjämäisempiä omia itsellisiä lauluja? Vastaus ei ole yksinkertainen. Myöskään palkitut pohjalaisaineet eivät ole stereotyyppisiä ja harmittoman myönteisiä yrittäjäprofilointeja. Pohjanmaalla ollaan tietoisia yrittäjyyden ”tekemisen meningistä”, pakkoraoista ja nurjista puolista. Kirjoitus ei ole monellekaan oikealle yrittäjälle teko. Kirjoittamisessa lahjakkaat eivät useinkaan ole yrittäjiä ja käyttävät teksteissään jopa itseironiaa – tuota yleensä moderneille alueille sijoitettua tyyliä – puhutellessaan omakohtaisesti koettua yrittäjyyttä. Pohjanmaalla yrittäjyys on kokemuksellisesti läsnä. Verhottu isäkapina on yksi suunta puhua ”elämäs on kuule itte päästävä etehpeäin” -yrittäjäsukupolvista. Yrittäjähenkkinen Johanna (kilpa-aine v. 2003) Kurikasta karistelee itsestään turhanaikaisia yrittäjän kliseitä ja pohjalaismiehisiä stereotyyppioita:



Ollessani omaa käsivarttanikin lyhyempi, vaunuissa makaileva vauva, minua kuskattiin ympäriinsä pitkin vanhempieni yrityksen varastorakennusta työharjoittelijan voimin. Olin siis jo pienestä iästäni ja kokemattomuudestani huolimatta vaativa työnantaja. // Kun kasvoin isommaksi ja ärrävikanikin oli muisto vain, pääsin ikäisteni seuraan läheiseen hoitopaikkaan, jossa pieni pomoileva minäni pääsi oikeuksiinsa ottaen heti paikkansa muiden leikkikentän kuninkaiden rinnalla. // Olen palveluksen velkaa monelle, kuten naapurissa vielä tänäkin päivänä asustavalle leipurialan yrittäjälle, joka opetti minulle niiauksen jalon taidon. Ehkäpä arveli minun sitä tarvitsevan tulevilla elämäntaipaleellani. // Koulun alettua erotuin kaveriporukastani en pelkästään kovan ääneni ja erikoisten ideoideni ansioista, vaan myös tulevaisuudesta haaveilevien ajatusteni tähden. Dinosaurustuon pitäjän ammatti oli yksi niistä, mistä tuli haaveiltua päivittäin. // [ä]itini alkoi pitempiä aikoja olla työn parissa. Ruoka oli usein siskon kanssa yhdessä valmistettua ja läksyt tehtiin ilman eri käskyä. Isäni oli – niin kuin on vieläkin – pitkiä päiviä työn parissa. ”Yritys on kuin oma lapsi, sitä täytyy jatkuvasti pitää huolta eikä sitä voi jättää liian pitkäksi aikaa yksin”, hän on sanonut. // [Lopputulokset työtä tehdessä vanhempien firmassa:] Monesti ovat lapsuuden esimerkin vahvistamana pyytäneet minua laulamaan tahtia työnteon sujuvuuden parantamiseksi. Ja yhtä moneen kertaan olen sen luvannut tehdäkin, jos vain pääsemme sopimukseen asettamastani hinnasta.

YRITTÄJYYSKASVATUKSEN ETUJOUKKO

Kilpailu, siihen valmistautuminen sekä myöhemmässä vaiheessa sen aktiivisuutta vaativat tehtävännäköiset ja tausta-aineistot ovat käytännössä olleet suomalaista 1980- ja 1990-lukujen yrittäjyyksikasvatusta. Kilpailu on oivallisesti räätälöity aktiviteetti ja nuorten aktiivista tulkintaa ja kommenttia inspiroiva yrittäjyysaineisto. Tämän rinnalla Kerhokeskus – Koulutyön tuki ry:n toimittamat opastusaineistot ja työkirjat yrittämisen maailmaan (ks. esim. Ojala & Suurla 2002) osoittavat aineistojen tarpeellisuuden ja mahdollisuudet. Kilpailua, sen asemaa ja suosiota kouluissa, voikin pitää maamme yrittäjyyksikasvatuksen aikalaiskuvana, esimerkkinä ja suunnannäyttäjänä. Itse yrittäjyyksikasvatus omana sisältönään on vasta 2000-luvulla juurtumassa peruskoulutuksen oppisisältöihin.

Kilpailu on ollut yrittäjyystiedon ja -kasvatuksen julkinen ja hyväksytty, mutta koulumaailmassa epävirallinen väylä osaksi kouluopetusta. Myös kiireisille opettajille kilpailu on saattanut korvata tarkemman ja laajemman yrittäjyysopetuksen aineistot. Aineistoineen kilpa on ollut helppo tapa täydentää opetusta. Kilpailua keskeisesti sponsoroinut Yksityisyrittäjien Säätiö on tukenut myös muun muassa kaupallista tieteellistä tutkimusta. Kerhokeskus – Koulutyön tuki ry on monin tuki- ja kampanjoin täydentänyt kouluopetuksen aineistoja, teemoja ja työmuotoja. Aiemmin tällainen taustavaikuttaminen ja opetuksen tärkeiden arvotemojen täydentäminen jäivät arvostuksen osalta marginaaliin. Koulutusreformit uskoivat 1970- ja 1980-luvuilla viralliseen, usein yksilölliseen ”edistyskelliseen” tietoon, joka oli kouluhallinnon monopolin alla. Nykyisin erilaiset opetuksen kumppanuustoimijat ja yhteistyöprojektien uutterat rakentajat nähdään arvokkaampina. Koulunkin tieto voi olla toimijakohtaista ja paikallista. Varsinkin pienimuotoinen yksityisyrittäjyys on ollut monien paineiden alla suomalaisessa kulttuurissa. Nyttemmin se aiheena ja toimijana myös kouluissa arkistuu, ja nuoretkin oivaltavat yrittäjyyden olevan omista, sille annetuista merkityksistä ja teoista kiinni.

Kilpailun idea ja infrastruktuuri herätettiin eloon Yksityisyrittäjien Säätiön aloitteesta vuonna 1984. Säätiö onnistui tehokkaasti polkaisemaan ylös yrittäjyystiedon perussammon peruskouluihin ja takaamaan kansallisen pedagogian tuella valmistellun yrittäjyyskoulun sisällöllisen propagoinnin kouluissa. ”Kouluhallitus otti asiaan myönteisen kannan // ja Yksityisyrittäjien Säätiö ja Koulun Kerhokeskus (nykyinen Kerhokeskus – Koulutyön tuki ry.) Kouluhallituksen tukemana // ovat kilpailun järjestäjinä.” (Yritys Hyvä – 10 parasta ainetta 85 ja Kutsu Yritys 86 -kirjoituskilpailuun.) Toimitusjohtaja Tapani Tikanojasta tuli kilpailulautakunnan ensimmäinen ja karismaattinen puheenjohtaja. Lautakuntaan tuli säätiön ja kerhokeskuksen lisäksi useiden yhdistysten edustus: Opettajien Ammattijärjestö (OAJ), Suomen Rehtorit, Svenska Modersmålsförbundet i Finland, Äidinkielen Opettajain Liitto



sekä Historian ja yhteiskuntaopin opettajien liitto. Ensimmäisen vuoden kilpailua kommentoi opetusneuvos Erkki Reittilä, ja itse aineita kuvaili lämpimim sanoin kouluhallituksen ylitarkastaja Terttu Tupala⁸. Tupala (1987) rinnastikin yrittäjäpuolen kilpailun muihin kansallisiin kirjoitustapahtumiin ja teema-aiheisiin: raittiudesta ja turvallisuuspolitiikasta kirjallisuuteen ja elinkeinoelämän työhön tai metsään. Hän myös selvästi eksplikoi tukensa yhdistystahoille, jotka

// haluavat tulla koulua ja kirjoittajia vastaan järjestämällä, palkitsemalla ja innostamalla nuoria ja heidän opettajiaan. Tiedän kokemuksesta senkin, miltä tuntuu, jos oma oppilas saa palkinnon – hymyyn se vetää suun ja tulee siitä ohimennen mainituksi kollegoja tavattaessa. (Tupala 1985.)

Samalla hän oivalsi kirjoitusaineiston arvon tulevaisuuden tutkimusaineistona.

Perusvastuulliset kilpailun organisoijat ovat 2000-luvulla säilyneet samoina. Yksityisyrittäjain Säätiö ja nimensä Kerhokeskus – Koulutyön tuki ry:ksi muuttanut Koulun Kerhokeskus ovat saaneet lautakuntaan entisten yhdistysten lisäksi Taloustiedon opettajat, Opetushallituksen (1991–, entinen Kouluhallitus), Suomen opinto-ohjaajat, Suomen Yrittäjät ja Taloudellisen Tiedotustoimiston. Julkisen opetushallinnon tuki on laajentunut opettajien ja yrittäjien järjestövuosilla.

AKTIIVINEN OLEMISEN TAPA JA YRITTÄJYYSASENNE

Kirjoitustapahtuman luonne, tavoitteet ja tehtävänannot ovat kuitenkin selvästi muuttuneet ja muokkaantuneet kahden vuosikymmenen aikana. Jo 1980-luvulla yksityisyrittäjän kilpailuteema asettui osaksi työelämän ja yrittäjän erityisvaatimusten tuntemista. Tässä yhteydessä ei pelätty puhua ammatinvalinnasta. Se hahmottui peruskoululaisille vaativana ja juuri tämän vuoksi avoimena ja elämyksellisenä maailmana ja kirjoitusaiheena. Positiivista ja yhtenäistä (koherenttia) substanssin hallintaa suosittiin. Erilainen tyyllinen heittäytyminen asiaan oli mahdollista, mutta yrittäjämäisen pirteää ja dynaamista otetta tarvittiin, jos uskottiin itse asian tulevan hallituksi ja yleisön ja kilparaadin vakuuttuvan:

Kilpailun tavoite: Kirjoituskilpailun tarkoituksena on antaa peruskoulunsa päättävälle, itsenäistyville ja elämänuransa suuntaa etsiville nuorille tilaisuus elämyksellisesti paneutua yksityisyrittäjän alaan. Nuorten on lisättävä ammatinvalintansa edellytyksiä ja monipuolistettava työelämän tuntemustaan. Kirjoituskilpailu on keino tutustuttaa oppilaat aloitekykyä ja vastuuntuntoa vaativaan yksityisyrittäjän elämäntehtävään. (Yritys Hyvä – 10 parasta ainetta 85.)

[Aineistosta] heijastuu myönteinen toimeliaisuus, se asiallis-optimistinen asenne, jota nuorilta odotammekin. Parhaat kirjoitukset ovat lisäksi kieleltään ansiokkaita: täsmällisiä, eloisia, asian ja sanan yhteistyötä. // [Ne] edustavat hauskaasti erilaisia aiheita. Esseetyyppiset kirjoitelmat ovat hyvässä sovussa rikkaiden, humorististenkin kertomusten kanssa; vekkulimainen science fiction – tyyli osoittaa kirjoittajan verbaalista lahjakkuutta kuten runolliset kuvauksetkin. // Kun hallitsee asian, sanat suosivat kirjoittajaa. Tämä vanha toteamus pitää paikkansa. // On aistittu työn ilmapiirin dynaamisuus // vaan miksi mieli yhtenäen palaa aineeseen ”Meidän isän yritys?” Siksikö että siitä kuvastuu vankka asiantuntemus, luonnonläheisyys, perhehenkikin? (Tupala 1985.)

2000-luvulla kilpakirjoitusten teemojen ammatinvalintaa ohjaava idea elää edelleen, mutta se laajenee entisestään. Näkökulmat, ajankohtaisuudessaan lämpimät teemat, tyyli ja sisäisen yrittäjyyden maailma – aloitteellinen ja yritteliäs elämäntapa – yhdistyvät nuoren yksilön identiteettityöhön. Tämä omakohtainen paneutuminen tulee lähelle kekseliästä ammatinharjoittajaa ja yrittäjää, modernia ammatinvalinnan tapaa. Itsensä etsiminen ja sisäinen yrittäjyys nähdään edelleen vaativina asioina: aikuismaisia yrittäjätöitä, mutkattomia ratkaisuja tai sukelluksia yrittäjämaailmaan ei yritetä kaupata kilpailulla. Pikemminkin ajatellaan, että perhe- tai omakohtaiset kokemukset yrittäjyyden teemoista peilautuisivat nuorten omaan kasvuprosessiin:



Kilpailun tarkoituksena on herättää nuorten kiinnostus yrittäjyyteen ammattina sekä tarjota tilaisuus yrittäjyyden pohdiskeluun monista eri näkökulmista. Perusopetuksen opetussuunnitelman perusteiden Osallistuva kansalaisuus ja yrittäjyys -aihekokonaisuuden päämääränä on auttaa oppilasta hahmottamaan yhteiskuntaa eri toimijoiden näkökulmista, kehittää osallistumisessa tarvittavia valmiuksia sekä luoda pohjaa yrittäjämäisille toimintatavoille. Lukiokoulutuksen vastaavan aihekokonaisuuden Aktiivinen kansalaisuus ja yrittäjyys tavoitteena on kasvattaa opiskelijoita osallistuviksi, vastuuta kantaviksi ja kriittisiksi kansalaisiksi. Opiskelijat omaksuvat mm. aloitteellisuuden ja yritteliäisyyden toimintatavakseen. Ammatillisessa koulutuksessa yrittäjyyden tavoitteena on kehittää opiskelijoista oma-aloitteisia, tunnollisia, rohkeita, kekseliäitä ja työtään arvostavia ammatinharjoittajia ja yrittäjiä. // Kirjoittaminen, ajattelu ja paneutuminen yrittäjän maailmaan tarjoavat omakohtaisia välineitä pohdiskella itseään, taustaansa, mahdollista omaa yritteliäisyyttään ja miksei myös yrittäjänä toimimista. Kilpailuaineissa on aina ajankohtaisia teemoja. Suomalainen ruoka, kansainvälisyys, nettisivujen vertailu ja yritys osana suurta ketjua -aiheet olivat virittäneet nuoria pohtimaan yrittäjyyden haasteita ja vaikeuksia sekä omia mahdollisuuksia yrittäjänä. Nuoret pystyvät erittelemään lapsuudenkokemuksiaan ja mahdollisia työkokemuksiaan sekä pelaamaan niitä omaan kasvuprosessiinsa. (Toivonen 2006.)

2000-luvulla vastuu 15–16-vuotiaiden nuorten yrittäjyys-harrastuksista räätälöidäänkin osaksi yksilöllistä elämänasennetta ja sen kypsymistä. Kerhokeskus – Koulutyön tuki ry:n toiminnanjohtajan Minna-Riikka Järvisen ajatus kilpailun tarkoituksesta liitetään nuorten yrittäjyyttä ja mahdollista omaa yrittäjyyttä koskevan kiinnostuksen herättämiseen. Myös yrittäjyyden pohdinnat – problematisoinnit, mielikuvat, paikka yhteiskunnassa – kuuluvat odotuksiin. Uudella vuosituhannella nuorten yrittäjyysasenne liitetään laajasti kansalaisen yleisempään aktivointiin: yrittäjäksi ja aktiiviseksi kansalaiseksi nouseminen voi olla kiinni samanlaisista kompetensseista. Yrittäjyys voidaan mieltää moniulotteiseksi ja muodoiltaan varioivaksi toiminnaksi ja elämänlangaksi, jopa jonkinlaiseksi ole-massaolon asenteeksi. (Järvinen 2000, 2.)

Toivosen ja Järvisen esittelypuheissa heijastuu vakava myöhäismodernin kasvattajan ongelma. Myös kasvattaja on ristiriitaisten tietolähteiden ja maailmankuvaperustojen paineissa. Kouluun tunkevat oppialat ja -menetelmät liittyvät usein itsensä pakkoihin (imperatiiveihin) olla mukana maailmankuvan kiihkeissä muutoksissa. On vaihdettava milloin elämänasennetta, milloin paradigmaa. Puhutaan esimerkki kymmenestä erilaisesta vallankumouksesta, jotka heijastuvat oppilaiden ja opiskelijoiden elämään⁹: edetään informaatiosta ja tiedosta politiikkaan ja taiteeseen (Dalin & Rust 1996). ”Kun katsoo edellistä listaa ja pohtii, miten koulut voivat valmistaa oppilaansa kohtaamaan tulevat kymmenen vallankumousta, alkavat hikipisarot karpaloida otsalla” (Syrjäläinen 2002, 60). Yritys Hyvä -kilvan tehtävänannot ja raadin odotukset eivät kaipaa superyrittäjyyttä tai asennevallankumousta, pikemminkin etsitään yksilöllisiä äänii – joissa yhdistyy nuoren ihmisen elämänpohdinta sekä hapuilevat ja tiukastikin arvottavat elämänlinjavalinnat ja yrittäjyyskokemus.

ODOTUKSENA AIKALAISKOKEMUKSIA JA OMINTAKEISIA RATKAISUJA

Kilpailun tehtävänannot on vuosittain esitelty kilpailuesitteessä, joita on toimitettu ennakoon kouluille. Niissä on seikkaperäisesti ja tarkasti mietityn taiton puitteissa informoitu opettajia ja nuoria kilpailun puitteista, sarjoista ja aiheista. Mukaan on liitetty yrittäjyysaineistoja: tutkimusta, faktoja, yrittäjyysuunnitelmia, kannattavuuslaskelmia, haastatteluita, lehtijuttuja. Usein edellisuoden voittaja-aineita on julkaistu ohessa. 1980-luvunkin raatilaisten odotukset ja tehtävänannot suosivat uniikin yksilöllistä asian hallintaa. Silti on helppo nähdä, että 2000-luvun nuorten kirjoittamisvapaudet ovat suuremmat. Voi puhua kirjoitusteemojen valinnanvapauden laajentumisesta. Tapahtuman yhteyteen huolellisesti luotujen aineistojen merkitys on samansuuntainen: yhtä totuutta yrittäjyydestä ei ole olemassa, vaan yrittäjyyden muodot, ammatit ja ongelmat ovat moninaisia. Myös



tyyliä kirjo – elämyksellisyyttä ja narsistisia tunteja myöten – on avoin. Ainekirjoittajan omaa sisäistä yrittäjyyttä ja luovuutta kutsutaan esiin. Kirjoittajan tulee itse lukea ja muokata aineistoaan, luoda oma 15-vuotiaan suhdekuva yrittäjyyteen. Tämän oman *Try it – Yourself*-yrityksen tulee olla sillä tavoin omintakeinen, ettei juututa pelkkiin yrittäjyyttä koskeviin faktoihin tai stereotypioihin. Kirjoittajalla on vapaus raapustaa aine jonkinlaisena oman äänensä löytäneenä kirjailijana tai aineistonsa löytäneenä tutkijana.

Kilpailun järjestäjät eivät puhuttele tai ohjaile tehtävänannoillaan tulevia yrittäjiä. He tietävät saavansa yhteyden lahjakkaisiin ja teemoista innostuviin kirjoittajiin. Kirjoittajat vastaavat aloitteen: ”uskomattomat mielikuvaharjoitelmat” (Helttunen 2006) voivat lähteä liikkeelle. Kirjoittajien otsikon, aineiston ja tekstin sisäisten rajausten ja tematisointien valinnan mahdollisuutta on koko ajan laajennettu. Nuoret eivät valitse kirjoituksissaan yrittäjyyttä, vaan pikemminkin käyttävät yrittäjärooleja ja valmiita tai ideoituja oheisaineistoja hiukan modernin tutkijan tai kirjailijan tavoin. 2000-luvulla on ollutkin tehtävänantoja, joissa nuoret on pantu tekemään pikku gallupeja nuorten yrittäjyysasenteista ja haastatelleet myös yrittäjiä.

Kirjoittajia on myös tuettu moniäänisen ja dialogisen tekstikudelman suuntaan. Tuloksena on ollut kirjallisia novelleja ja vuoropuheluharjoitelmia. Kaikissa näissä moderneissa otteissa yrittäjyystodellisuus joutuu tulkinnan pihteihin. Totuudet ja stereotypiat saavat kyytiä. Näin yrittäjyys taustoitetaan (kontekstualisoidaan) entistä tarkemmin ja arvotetaan monipuolisemmin. Varsinkin 2000-luvun tehtävänantojen mukaan kirjoittajan ei tule olla valmis hyvä tai stereotyyppinen yrittäjä. Yrittäjä tulee pohdinnan kohteena ja samastumisen paikkana lähemmäksi tai yrittäjän kautta voi rakentaa omaa maailmaa ja ottaa omintakeista (tulkinta)vastuuta maailmasta. Yrittäjärooleihin ei tarvitse sitoutua, niitä voi kritisoida ja – jos halutaan – kehittää uudistuvia yrittäjämalleja: imaginaarisia yrittäjärooleja, joihin samastutaan¹⁰.

Jo alkuvuosista lähtien kilpakirjoittajat ovat voineet juontojen ja ingressien sekä annettujen tietojen ja aineistojen perusteella johdatella ja editoida omia otsikoita ja aineistotulkintaa. Vuosien myötä tämä vapaus ja omakohtainen aktiivisuus ovat laajentuneet entisestään. Niitä jopa odotetaan ja vaaditaan kirjoittajilta.

Kilpailun arkistosta oli tutkijan käytettävissä 640 luokkien parasta Helsinkiin lähetettyä ainetta vuodelta 2004. Noin kolmannes aineiden otsikoista oli sillä tavalla omintakeisia, että niissä oli kehitelty kilpailuesitteen otsikoita ja otsikkoesimerkkejä eteenpäin, erityisten itse editoitujen otsikoiden suuntaan. Myös aineiden sisäiset jäsennykset (teemasta reemaan) olivat omailmeisiä. Silti aineissa oli selvää temaattista keskittymistä. Kolmasosa niistä keskittyi unelmayrityksen ideoinnin ympärille. Otsikkoideat – yksikön ensimmäisen persoonan ”Unelmayritykseni”, ”Oma rakas yritykseni” ja ”Minä ja ikioma yritykseni” – antoivat hyvin avoimen tilan konkreettista yrittäjyyttä koskevalle mielikuvaharjoitukselle ja subjektiiviselle kehittelylle. Unelma-aiheen aineistona oli *Caravan*-lehden (4/2003) juttu *Hymyä huuleen Helkan myymälästä*.

YKSILÖN YRITYS SAA TILAA

Monet tehtävänannot ja otsikkoteemat ovat säilyttäneet ajankohtaisuutensa kilpailun 22-vuotisen historian ajan. Teemat tuottavat myös toistoa: tarinoissa ja esseissä toistuvia teemoja ovat esimerkiksi suvun ja perheen yrittäjäpersoonat, yrittäjähaasteita ja vastoinkäymisiä sekä tämän taustan ”pienä onnea” dramatisoivat tarinat, yrittäjäkuvan ja valmiuksien vaatimukset ja muuttuvat haasteet, yrittäjyyden perustelu, resursointi ja imago, kesätyöstä ja harrastuksesta yritysideaan, yrittäjän rikas ja ristiriitainen arki, luontosuhdetta läpikäyvät luonnontuote- ja ekojutut, agraarisektorin yrittäjyyden jatkuvuus ja uudistusideat, autonomisesti vapautuvat mielikuvituskehittelyt, tekno- ja virtuaaliutopiat, näppärät ja ajankohtaiset markkinaraot, tuotteet, palvelut ja sovellukset sekä pikantit, pienimuotoiset



palvelu- ja matkailuelinkeinot.

Tosin näidenkin toistuvien teemojen esittelytapa, (esimerkein mahdollistettu) alaotsikointi ja aineistot ovat kehittyneet 2000-luvulle tultaessa. Ja tietysti myös aikalaishengen muutos heijastuu otsikoissa ja niiden juonnoissa. Edellä esitelty yrittäjämaailman teemoja ja rooleja empaattisilla yrittäjärooleillaan kehittävä ja entistä kriittisempi kirjoittajatyyppejä on 1990- ja 2000-luvuilla myös otsikoiden ja aineistojen kehittäjien mielissä. Tehtävänantoja on muokattu yrittäjyyshengen ja sen sosiaalisten asiakas-, kuluttaja- ja työntekijäroolien suuntaan. Yrityksen johtajuus ja sen yksitotiset auktoriteetit asetetaan jo ohjeissa kyseenalaiseksi ja yhteiskuntavastuu saa monia otsikko-ilmeitä: ”Johtajalle ei mikään työ ole arvotonta”, ”Johtaja on vastuussa itsestään ja alaisistaan” ja ”Tulevaisuutta tehdään nyt” (v. 2004). Sama pehmeys ja yrittäjämaailman sisäinen ja aktueli kehittämisenäkökulma (kirjoittajaminä-odotus) näyttävät myös ekologisissa otsikkoehdotuksissa (”Kilpailuvaltina ympäristöystävällisyys”, v. 2004) tai teemojen tuote- ja palvelukehittelyssä (”Selviytymisretki erämaahan” ja ”Kotiapua kaikille tarvitseville”, v. 2004).

Aikalaisaineistoihin liittyvät viimeisen kymmenen vuoden aikana myös naisasian, (populaari) kulttuurisektorin ja globalisoituvan Suomen yrittäjyyden teemat ja ongelmat. Tilaa annetaan yhtä lailla lama-Suomen kuin Euroopan unioninkin (integraation) monimielisille kriiseille, kritiikille ja oppimisprosesseille. Yrittäjyyden kautta nuoret kurkottavat kilpakirjoituksen visioiden tukemana myös talouden ja yrittävän elämäntavan rajoille: onko talous ja materialismi syömässä humanismin ja (globaalin) tasa-arvon eväitä? Ovatko nuoret ylipäänsä liian stressaavien ja yksilöllisten taitovaatimusten kohteena? Kun ”Yrittäjä asuu jokaisessa” (v. 2003), miten se vaikuttaa nuoren identiteettiin ja maailmakokemukseen ylipäänsä? Entä miten yksityisyrittäjyys supistuu ja sumentuu, kun kaikissa meissä asuu jonkinlainen yrittäjä? Onko yrittäjyyspolitiikalla ja -kasvatuksella merkitystä yrittäjärekrytoinnissa? Myös nuoret itse pääsevät kiinni suoraan otsikkoon pohtimaan yrittäjäpolitiikan porkkanoita.

Varsinkin viime vuosien yrittäjyyskuva tietoisesti pirstoutuu (fragmentoituu) ja yksilöllistyy jo tehtävänannoissa. Vielä 1980-luvulla kilpa-aineistoissa lueteltiin jonkin verran yrittäjyyden siunauksellisia ja välttämättömiä ominaispiirteitä. Koirasen ja Peltosen (1995) mukaan on uhrattu paljon aikaa ja sisua ”piirreteoreettisiin selvityksiin” tai profiilikuvien muodostamiseen menestyvän yrittäjän luonteesta. Vaikka monet yrittäjän laatusanat (positiiviset attribuutit) toistuvat isoissa, luokkien parhaiden kirjoitusten aineistoissa, voidaan kuitenkin summata, että ristiriitaiset ja sangen erilaiset kuvat ideaaliyrittäjästä ovat elossa ja nousussa. ”Menestyneellä yrittäjällä näyttää olevan yksi yhteinen piirre: jokainen heistä on erilainen!”

Yrittäjyyskuva liittyy riviaineissa yrittäjyysprofilointiin, mutta aina ei jakseta olla nikkaroimassa ideaalikuva. Pihtiputaalaistytö (1986) päätty aineessaan ”Sic itur ad astra eli faktoja yrittäjäksi aikovalle” ironiaan ja hauskaan hassutteluun leikkimällä positiivisten attribuuttien aakkosluettelolla. Hän luo aakkosoppaan, ”Vihreän yrittäjän oppaan”. Hän sirkustelee aakkosilla, ja se johtaa osittain tahattomaankin yrittäjän mainesanojen (itse)ironiaan:

a = Avajaiset // e = Edustuskunnossa // p = Pankkiasiat lienevät OK, mutta entäpä Perhe. Et kai vain ole ollut liian uppoutunut työhösi, että olet unohtanut kotona kituvan Puolison ja mahdolliset Pienokaiset? // vie heidät maalle vaaria tervehtimään. // Ö = öykkäri hommat, maineesta ei pääse mihinkään.



YRITTÄJYYDEN MÄÄRITTELYÄ PULPETIN TAKAA

Kuten raportin perustavat (tutkimus)ongelmat ja perusaineiston tehtävänannot ja sen rakentuminen osoittavat, tässä työssä ei tukeuduta ajatukseen, että olisi olemassa jokin oikeamielinen ja olemukseltaan (essentialistinen) aito yrittäjä tai yrittäjyys. Tällaista – tai nuorten käsitystä tällaisesta aktiivisuudesta – ei tässä raportissa etsitä. Päinvastoin tutkija pyrkii lukemaan aineista ja täsmennettyjen haastattelukysymysten avulla saaduista vastauksista erilaisia nuorten yrittäjäkäsityksiä (konstruktioita) osana tutkimusongelmien teemoja. Samaan aikaan ei oleteta, että nuoret puhuisivat pelkästään pien- tai yksityisyrittäjyydestä. Nuoret kirjoittavat ja puhuvat myös yrittäjyysasenteista, yrittäjätaloudesta ja tekstit ja vastaukset PK-yrittäjyydestä laajenevat isojen pääomien talouteen ja suuryritysutopioihin ja kommentteihin.

Yrittäjyys ei ole yhtenäinen (homogeeninen) kokonaisuus. Elinkeinoelämästä tai yleensäkin teollisuudesta puhuminen on vaivalloista, ja siinä usein katoaa yrittäjyydelle tarkoitetut viestit tai sitä koskevat arviot ja tulkinnan aspektit. Sammakkoperspektiivi avaa elämän kirjon, kuten *Tuntemattomassa sotilaassa*: sotilaita ja murteita onkin erilaisia, kansalaisyhteiskunta puhuu. Ja jossain heitä johdetaan, heidän puheitaan opetetaan ja taustoitetaan – ainakin muiden sotilaiden ja eliittien toimesta. Nuoret ovat itsekin huomanneet, kuinka yrittäjän käsite on monimielinen ja teemakohtainen asia. Ammattikoululaissarjassa kilpaileva Joni (v. 2006) esittää tarkat tutkimuskysymykset¹¹ ja pohtii tutkien yrittäjyyttä haastatteleamalla ”Yrittäjä-Jukka” lähipiiristään, Jukka sisäistää yrittäjän arkipäivän seuraavanlaiseen ajatelmaan:

Yrittäjyyttä ei voi pukea mihinkään muottiin. Voidaan ajatella, että ammattiuurheilija joka urheilee yksilölajissa, on yrittäjä. Hänellä saattaa olla säännöllisiä työnantajia, kuten sponsorit tai urheiluliitto, jolta hän saa vähän rahaa. Sen sijaan toisessa päässä yrittäjä voi olla esim. Suuren yhtiön omistaja jolla on yli 200 000 työntekijää ja muutakin, niin miten voi puhua yrittäjän arkipäivästä? Yrittäjä voi olla mitä vain. Monen yrittäjän arkipäivä on kuitenkin samanlaista työtä kuin monen muun työntekijän työ.

Ainekirjoitusaineiston (korpuksen) avulla ei ole kuitenkaan mahdollista vastata nuorten puolesta siihen, mitkä ovat tavallisten nuorten pysyvät käsitykset yrittäjyydestä. Kuten on jo edellä huomattu, tehtävänannot ja aineistot muuttuvat ajan myötä (historiallisesti). Kilpakirjoituksen nuorten keskusteluttamisen tapa (diskursiivinen rakenne) on muuttunut 22 vuoden aikana. Samalla on huomattava se, että perusaineisto muodostuu parhaiden kirjoittajien teksteistä. Voittajanuoret eivät ole tehneet kirjoituksiaan ”puhtaalta pöydältä”, vaan osanneet herkästi huomioida opettajien ja raadin odotukset ja alustetut teemat. He ovat omien vuosiansa kaunokirjallisia valio-informanteja ja tulkkeja. Tekstien luokittelussa on oltava erityisen varovainen ja huolellinen: ne eivät vertaudu toisiinsa kuin yhteismitallisiksi toivotut faktat, standardit haastatteluvastaukset. Lomake- ja muilla haastatteluilla pyritään antamaan yleisempi ja yksikäsitteisempi vastaus kysymyksiin nuorten yrittäjyysajatuksista ja penseydestä perustaa yrityksiä (v. 2005).

Tätä tutkimusprosessin suuntaa tukee ymmärrys kilpa-aineista tieto- ja kirjoitusvarastona peruskoululaisikäisten (ja osin lukiolaisten) nuorten kehityksestä ja kasvusta, kun he harkitsevat omia yrittäjyysasenteitaan ja -ajatuksiaan. Kuten eivät kilpailun ammattilaiset organisoijat, tutkijakaan ei voi odottaa nuorelta kategorisia vastauksia yrittäjyydestä tai yrityksen perustamisesta; kyse on kypsyydestä ja vielä hyvinkin dynaamisesta nuorten työ- ja yritysmaailmaa koskevasta harkinnasta. Nuorten kirjoituksista ja pohdinnasta voi ymmärtää paremmin nuorten sosiaalistumista, yrittäjyysajatusten omaksumisen tapaa (reseptio) ja niiden kristallisoitumista eri ikä- ja sukupolvien perusoivalluksiksi – avainkokemuksiksi Karl Mannheimin mukaan). Näin ainekirjoitukset silloittavat kysymyksiä ja tulkintateitä (merkityssiltaa) hiukan vanhempien nuorten ja nuorten aikuisten suuntaan, 16–30-vuotiaiden haastatteluvastauksiin.



KIRJOITUSTEN LUONTEEN MUUTOS 1980-LUVULTA 2000-LUVULLE

MIKÄ ON KERTOJAMINÄ?

Kuvio 2 (s. 22) kertoo kirjoittajien taustoista ja kirjoittamisen tavasta¹². Aineet on luettu kertaalleen kyselytutkimuksen tulosten selviämisen jälkeen. Keskittymällä nimenomaan peruskoulun valioaineisiin viisivuotisjaksoilla 1985–1989 ja 2002–2006 voidaan luokitella ja miettiä kirjoitustavan muutossuuntia historiallisesti¹³. Kuinka tehtävänantojen ja nuorten tekstien muodostama ajanhenki ja kirjoittamisgenre ovat muuttuneet 20 vuoden aikana? Kuinka yrittäjyys on asettunut puhuttavaksi ja kirjoitettavaksi kouluissa?

Esittelykuvien jälkeen muuttujiin palataan tarkemmin – myös raportin jatko-osissa. Kuvion 2 sukupuolirakenne kertoo selvästi tyttöjen ja nuorten naisten (71 % voittajakirjoittajista) hallitsevan kirjoitustapahtumaa. Kirjoittajaminä-ratkaisu viittaa tekstin puhujaan, kertojaan tai kuvauksen näkökulmaan – ei siis suinkaan fyysiseen kirjoittajaan. Luokittelussa kuvataan pääasiallisia tekstien kertojaratkaisuja. Persoonapronominien (minä, hän, me, he) tai passiivin lisäksi tekstien luonnehinnassa käytetään luokkaa ”proosan roolit, dialogi”, jolla viitataan aineen kaunokirjalliseen tyyliin monien puhujaroolien ratkaisuna. Mukana tekstissä voi olla monia puhujia, esimerkiksi kirjoittajan oma ”ego”, isoisä ja kaveri tai esimerkiksi lehtihaastatteluna rakennetut puheenvuorot ja juonnot. Deklamoiva tyyli viittaa julistukseen tai propagointiin, jossa erilaiset suostuttelun, organisoinnin ja mukaan vetämisen (klassinen retoriikka suostutteluna) aktiviteetit ovat mukana. ”On tehtävä”-tyyppiset, imperatiiviset rakenteet ovat usein osa julistusta.

Termi imaginaarinen viittaa mielikuvituksellisiin, dramaattisesti yllättäviin ja utooppisiin ratkaisuihin. Hyvin usein kirjoittajalla on omasta minästä poikkeava rooli kirjoitelmassa, mutta ”mielikuvituksellinen kertojaminä” -luokka kokoa vain huomattavan abstraktit, rajun fiktiiviset ja etäännyttävät ratkaisut. Esimerkiksi jumalaiset, avaruudelliset, globaaleihin *high tech* -firmoihin, suuriin johtajiin ja utopioihin sitoutuvat kertojaratkaisut on luokiteltu (kategorisoitu) imaginaarisiksi. Kerronnan perusratkaisu, ”minä”, on pysynyt suosituimpana tarinan ja esseen ohjaamistapana. Vallankin 2000-luvun tavallisemmissa arkistoaineissa ”minä” (ja ”hän”, yrittäjä) -tarinoinnit ovat suosittuja, kilpaesitteissä myös tarjotaan tällaisia helpohkoja ratkaisuja. Standardinen ”hän/yrittäjä-kerronta” on menettänyt suosiotaan voittajien keskuudessa. Näyttäisi myös siltä, että imaginaarinen etäännytyks ei ole enää niinkään muodissa – tai tarpeen. Sen sijaan proosan roolit (dialogi) ja me-ratkaisu ovat kasvattamassa suosiotaan raadin palkitsemien nuorten keskuudessa. Samalla usein yksipuolinen julistus on jäänyt taustalle.

Ottaen myös huomioon aiemmat tehtävänantoa koskevat erittelyt voi arvioida, että nuorten kerronta- ja kuvausratkaisut ovat aiempaa lähempänä yrittäjiä: he ovat paremmin sosiaalisesti läsnä kirjoituksissa. Ei tarvita enää julistusta tai utopian ilmeisiä ratkaisuja; nuori haluaa ja osaa heittäytyä dialogiin yrittäjäroolien kanssa – pelkäämättä myöskään ”yrittäjämeikäläisyyttä” (”me”). Kuten tehtävänannoissa, myös tässä analyysissä, näyttää siltä, että yrittäjä tai yrittäjyys on nyt modernimpi ja arkisempi roolikuva nuorille. Empaattiset ja vaativat kertojaminät osoittavat, että yrittäjäroolien kautta voidaan puhua yrittäjien välisistä eroista ja erilaisten yrittäjien kohtaamista haasteista. Yrittäjyys ei ole stereotypia, jota ihaillaan tai romantisoidaan: yrittäjiksi heittäytyään, heidät pannaan keskusteluun – ja siinä saattavat toivotut, kestävän ja vastuullisen yrittäjyyden puolet nousta esiin entistä omakohtaisemmin.

Kirjoitusten luonteen luokittelu oli hankalaa ja tulokset näyttävätkin hiukan ristiriitaisilta.



”Mielikuvituseseen” ja ”reaalinarraation” (realismia tavoittelevan yrittäjätarinoinnin) kasvu ja peruskertomuksen ja mielikuvitustarinoinnin suosion hiipuminen viittaavat siihen, että vaativimmat muodot ovat nostamassa päätään. Mielikuvituseseen yhdistää jollain tavoin asia-analyttisen otteen yrittäjyyden haasteiden ja aukinaisten valintojen pohdintaan. Realinarraation mukaiset kuvaukset ovat taas usein empaattisia tai dialogin kautta yrittäjien keskustelijäänellä puhuttelevia muotoratkaisuja. (Ks. kuvio 2.)

NUORET KIRJOITTAVAT ITSENSÄ YRITYSTEN SISÄÄN

Yrittäjäprofilointi ja idealisointi näyttäisivät jopa kasvaneen kirjoitustapahtuman myöhemmissä vaiheissa. Yrittäjyyttä arvostetaan vähintäänkin entiseen tapaan, mutta entistä läheisemmin, arkiemmin ja dialogisemmin tavoin. Aineista paistaa, että huolimatta monista aineenrakentamisen muutoseikkojen muutoksista ja kriittisten äänilajien suosiosta itse yrittäjämysteiset kannanotot ja empatia eivät ole suinkaan jääneet sivuun nuorten teksteissä. Kirjoittajat saattavat olla monessa suhteessa lähempänä talouden peruspuurajia, ja kiitokset voivat tällöin muotoutua hyvin arkisesti ja vivahteikkaasti. Yrittäjien ”glorifiointi” on siis kehittynyt raadinkin palkitsemana realistisemman ja yrittäjäsamastumista hyväksikäyttävän pohdinnan suuntaan (ks. kuvio 2), joka saattaa nostaa entistä tiukemmin esiin yrittäjyyden parhaat puolet – mustavalkoisen erottelun tuolla puolen olevat ideaalit ja profilit.

Kun yrittäjästä on moneksi ja hän on dialogin kautta ristiriitaisempi olento ja monien haasteiden edessä, häntä idealisoidaan enemmän kyllä–mutta–näkökulmasta kuin mustavalkoisen joko–tai-erottelun kautta. Palkituilla 2000-luvun aineilla on yhteys kilpailun otsikojien ja taustoittajien haluun tukea ja palkita ”realistisia” – mutta vaihtoehtoja etsiviä – aineita, joissa hyvin nuoret kirjoittajat osoittautuvat suhteellisuudentajuisiksi ja osoittavat oivaltavansa erilaisten yrittäjien valintojen maailmaa. Moderni kirjallisuus räätälöi erilaisia konteksteja, avaa ne ristivaloon, mutta jättää samalla ovat auki valinnoille.

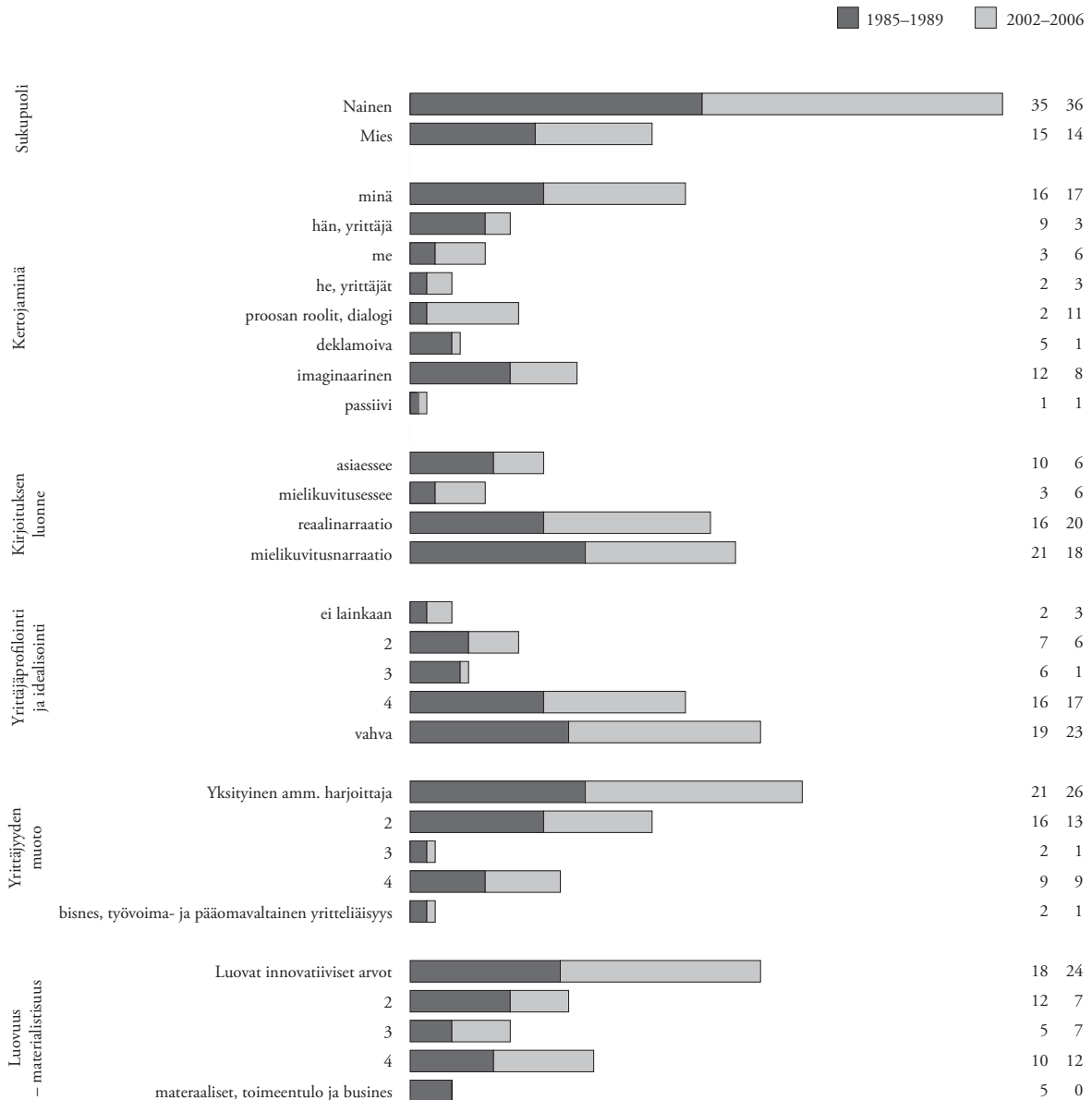
Kuvattavien yritysten tai yrittäjyyksien muoto ja koko eivät ole juurikaan muokkaantuneet kilvan vanhetessa. Vain harvat keskittyvät pohdiskeluissaan isoja pankkipääomia vaativiin yrittäjyyksiin tai bisnekseen. Pikemminkin suuret pääomat ja työvoimavaltaiset yritykset ovat tekstien kontekstissa. PK-yrittäjyys on kunniansaan *Yritys Hyvä* -kilpailun traditiona. Pienyrittäjyys ei ole mutkatta ollut talouselämän ja politiikan yksi ideaali. Viimeistään 1990-luvun lama opetti pienyrittäjyyden siunauksellisuutta; suuryritysfilosofia ja sen tukemisen politiikat eivät olleetkaan korvaamattomia. Laman jälkeen loppuivat puheet pelkästään kansainvälisesti kilpailukykyisestä, teknologisesti huippuunsa trimmatusta ja pääomavaltaisesta tuotantostрукtuurista (vrt. Lehtinen 2002). Luokittelu-ulottuvuus luovuus vs. materialistisuus on tietenkin karkean perinteinen ja hiukan moralisoivakin. Kategorisoinnin lähtökohta ei ole kuitenkaan ajatus, ettei voiton tuottaminen voisi olla myös kulttuurisesti, sosiaalisesti ja poliittisesti luovaa. Luokittelun ohjenuorana on ollut tekstin arvojärjestys, painotus ja kulku: kuinka suuren merkityksen materialistiset arvot sekä taloudelliset, yritysmenestymisen ratkaisevat seikat saavat tekstissä?

Näyttäisi siltä, että vahvat materialistiset arvot tai symbolit olisivat poistuneet nuorten ainekuvastosta, kun taas innovatiivisuutta vahvasti hehkuttavat kirjoittajat olisivat nousussa. Muutos on yhteydessä 2000-luvun ison talouden arvojen kritiikkiin, kirjoitusten sosiaalisen vastuun ja ”kestävän kehityksen” lähtökohtien korostumiseen. Naisvaltaiset kulttuurisen tuotannon alat ja asioiden uudeksi nimeämisen (tuottamisen) muodot ja poikien aina ajankohtaiset tekniset keksinnöt tukevat innovatiivisten tekstikehitelmien nousua. Ajan henki 2000-luvulla suosii symbolista merkitysten tuotantoa, joka korostaa myös yrittämisen idealismia ja uusia puolia. Luovuus ei liity vain uusia vaate- tai tonttumalleja tuottavaan matkailuyrittäjyyteen vaan kulttuuristen merkitysten, palvelui-



den tai tutkimuskeksintöjen tuottamiseen. Luovat nuoret naiset ottavat yrittäjyyden käsivarrekseen ajaessaan läpi omia arvojaan – ei aina niinkään (feministisesti) julistaen vaan yrittäjänä, luovana tuottajana. (Ks. kuvio 2.)

KUVIO 2. Kirjoittajien sukupuoli, muotoratkaisut ja yrittäjäkuva (Aineet, N=100)



KESTÄVÄN KEHITYKSEN NOUSU

Oma etu, taloudellinen rationaliteetti ja liikkeenjohtamisen periaatteet eivät ole uuden vuosituhatosen arvoja yrityskeskustelussa. Sosiaalinen vastuu näyttäisi selvästi nousevan koulujen parhaiden kirjoittajien, nousevien intellektuellien, teksteissä. Tällä kehityssuunnalla on vahva sidos kilvan aineistoihin ja tällä hetkelläkin ”lämpimiin” otsikointeihin. Aikakauden ”kylmä” yritysilmapiiri vaatii opettajien ja nuorten mukaan sosiaalisesti, globaalisti ja henkisesti vastuullista taloudellista toimintaa. Epävarmassa riskiyhteiskunnassa yhtä lailla opettajat, tutkijat, papit, koululaiset kuin yrittäjätkin joutuvat



omissa ratkaisuisaan kohtaamaan sosiaaliset ja ekologiset arvot – esimerkiksi tiimityöntekijän ja -työkaverin kohtaamisessa ja kunnioittamisessa sekä ilmaston lämpenemisen suhteen.

Vaikka 1980-lukua pidettiin ”vihreänä” vuosikymmenenä, näyttäisi siltä, että yritysaineissa ekologinen teema vasta läpäisee tarkastelun 2000-luvulla. Myös kilpailun järjestäjät ovat vakuuttuneita siitä, että ekologisesti vastuullinen yritteliäisyys on toivottavaa ja mahdollista. Pehmeiden yrittäjä-arvojen kasvun rinnalla on jännittävää huomata, kuinka valiokirjoittajien ote ja tarkasteltavat yrittäjyydet säilyvät nimenomaan paikallisella tasolla. 1980-luvun analyysien ja utopioiden globaalisuus on kiteytynyt tällä vuosituhannella paikallisuuteen. Olisiko viimeistään nyt ”pieni kaunista” (Peter Schumpeterin käsite) nuorekkaassa yrittäjäpolemiikissa? Vaikka muutamat hurjat 2000-luvun (lukiolais)aineet rypevätkin globaalin vastuun kysymyksissä, perusteemat aineissa liittyvät pieniin paikallisiin yrittäjyyksiin, arkivalintoihin ja sosiaalisti harkittuihin vastuihin.

Perinteinen perhe- ja sukukeskeinen, sosiaalisesti tiivis tarkastelu on jäämässä kilpailun valioaineissa sivummalle. Mistään perheyrittäjyyden kriisistä ei voi kuitenkaan puhua. Tavallisimpien aineiden joukossa isän ja isovanhempien yritysten läpikäynti on edelleen yleistä ja mutkatonta. Mutta yleisesti on selvää, etteivät nuoret enää 1900-luvun puolivälin tavoin roiku yhteisöllisesti kodeissaan ja niiden tuotantoarvoissa ja traditioissa. Yrittäjyysperinne elää yhteisöllisesti ja perheen kautta, mutta sitäkin analysoidaan puolueettomammin ja omin – ei enää suoraan perityin, epäproblemaattisin – arvoin. Yrittäjyys on valiokirjoittajille entistä enemmän valinta, ei geeniperintöä tai yhteisöllinen lunastus.

LÄHEMÄS ARKISTA, RISTIRIITAISTA JA ITSEIRONISTA YRITTÄJÄÄ

Yrittäjäkeskinen puhetapa tai yrittäjädialogi aineteksteissä ei tosiaankaan viesti siitä, että 15–16-vuotiaat valiokirjoittajat olisivat markkinaliberaalien arvojen kannalla. Markkinoiden ja talouden kovia faktoja ja elämän talouspainotteisia välttämättömyysarvoja ei oteta annettuina. Julkisten palveluiden alasajo ja markkinaliberalismi, jota nykyinen *New Public Management* (NPM) heijastaa, eivät saa vauhtia nuorten yrittäjäaiheistoissa; nuorten kuvaamat yrittäjät saattavat usein toimia markkinoiden logiikkaa ja henkeä vastaan. Tässä nuorten arvottaminen kulkee päinvastaiseen suuntaan kuin ylipäänsä kulutusyhteiskunnassa ja julkisella sektorilla, joissa kilpailun, tulostuon, hyödykeperustaistumisen ja tuotteistamisen mukainen käsittepelitunkeutuu yhä uusille ja uusille elämänalueille (Rantala & Sulkunen 2006; vrt. Fairclough 1989 *Enterprise*-käsitteistön kolonisaatiosta).

Samassa hengessä nuorten ainekirjoituksissa arvostellaan entistä enemmän yksilöllistymistä. Individualismin tuomat vapausasteet tai suvereenius eivät ole kuvauksen keskiössä. Kilpailuyhteiskunnan ja talouden liiallinen itsekkyyks, puuttuva sosiaalisuus ja rapautuvat talouselämän yhteisen vastuun langat otetaan käsittelyyn. Olisi kiinnostavaa tutkia, kuinka paljon markkinaliberalismin ja individualismin kriittinen selittäminen on yhteydessä koulujen uskonnon, yhteiskunnallisen ja äidinkielen arvo-opetuksen perusteisiin tai jonkinlaiseen uusyhteisölliseen (pedagogiseen) aaltoon¹⁴. Yrittäjämaailman realistit voivat tässä kohdin huomauttaa 2000-luvun nuorten auvoisesta ekologis-sosiaalisesta idealismista, mutta nyt tutkailemmekin sangen nuorten valiokirjoittajien – suomalais(tyttö)koululaisten – kirjallisia avauksia heille konkreettisesti etäiseen aiheeseen. Näyttää siltä, että nämä lahjakkaat kynäilijät määrittelevät oman tulokulmansa yrittäjien tontille aika sosiaalisin, ekologisin ja taloudellista liberalismia vastustavin termein. On kaiketi hyvä, että tuonikäiset nuoret tuovat joitain arvojaan myös yrittäjyyspohdintojen sisään.

Monet äidinkielenopettajatkin alleviivaavat yrittäjäempatian ja realismin kasvua: ”eritoten lukiolaiskirjoittajat osoittautuvat usein ekonomisen maailman menon tarkkavainuisiksi // huomioijiksi”. Samassa hengessä yrittäjäpolitiikan tuntijat huomioivat, että syvällä Suomen maaseudulla ”opiskelijoilla



on paljon kypsyttävää kylmän työn ja rahan tekemisen, perustamisrahoituksen, johtamisen ja lainojen maailmassa, mutta yrittäjän ja euron // asioista he puhuvat jotensakin luonnollisesti, ikään kuin // yrittämistä tarvittaisiin omien arkisten juttujen tai haaveilun jatkeena!” (Opettaja-aastattelu.)

Omassa yrittäjäempatiassaan ja dialogissaan – jota nuoret tietenkin värittävät omilla arvopohdinnoillaan – elämän ja yrittäjyyden riskit tulevat käsitellyiksi aktiivisen monipuolisesti.

Riskillä on kahdet kasvot: kriisistä selviäminen tai elämän ja yrityksen sakkaaminen. Yrittäjyyden kehitys voi perustua myös riskistä oppimiseen. Riskin välttäminen, torjuminen tai poistaminen (likvidointi) ei ole enää samalla tavalla muodissa kuin vielä 1980-luvulla. Kilpailuyhteiskunnan yksi ”sääntö” onkin jatkuva riskin läsnäolo, epävarmuudessa eläminen. Epävarmuudessa asiat ja yrittäjyyden ehdot eivät ole hallinnassa, ja tämä hallitsemattomuus pakottaa puuttumaan asioihin tai antaa mahdollisuuden puuttua asioihin – ratkoa niitä – uusin tavoin. Tässä (kirjoitus)kyvyssä punnita asioita riskien ja kilpailun keskellä näyttävät nuorten ”tuulispäiden” itselliset ongelmanratkaisukyvyt. Luokahuoneissakin puhaltavat epävarmat tuulet: vain kovilla tuloksilla pärjätään huipulle.

Kirjoittajat ovat lähentyneet yrittäjäasemia ja se näyttää tyyliä myös jännin tavoin. Kirjoittamiskilpailun historian aikana osa valiokirjoittajista on säilyttänyt aika vahvan tavan arvostella (ironia tai halventava eli pejoratiivinen ilmaisu) muita yhteiskunnallisia toimijoita yrittäjän perspektiivistä. Näinhän yrittäjyyspolemiikissa aina enemmän tai vähemmän käy. Tämän rinnalla on hyvä huomata se, että yrittäjän (itse)ironia tai yrittäjän ironisointi tunkeutuvat yhä syvemmälle nuorten tekstien tyyliin osaksi. Mustavalkoisen maailman tuolla puolen on ironia ja sen kaunein kukkanen, itseironia. Jos tutkijan ironialuokittelu on korrekta, tulos on hieno. Nuorten yrittäjäkuvassa yrittäjät osaavat kyseenalaistaa myös omia tekemisiään ja yhteiskunnallisia merkityksiään – väliin jopa hymyillä niille. Tämä on tietynlaisen realismin ja oppimistilan osoitus. Oikeassa olemisesta, korvaamattomuudesta ja totuudesta puhuminen on militanttia, kun taas ironia ja epävarmuus ovat pasifismin, maailman ja ”toisia” kohtaavan oppimisen paikka (Beck 1993).

TYTÖT HALLITSEVAT KIRJOITUSKILPAA

Kuten edellä nousi kirkkaasti esiin, tytöt ja nuoret naiset hallitsevat myös *Yritys Hyvä* -kilpikirjoitusta: analysoidun valioaineaineiston voittajista oli 71 prosenttia naispuolisia. Vuonna 2004 kilpaan luokittain lähetetyistä aineista jopa 77 prosenttia oli naiskirjoittajien kynästä. Kilpailutoimistolle tulleiden aineiden miespuoliset kirjoittajat ovat monesti kilpasiskojaan ”kovemman ja kolhomman lajin” (opettajan luonnehdinta teemahaastattelussa) kirjoittajia, mutta eittämättä myös lahjakkaita.

Sukupuolen mukainen aineiden muotojen, arvojen ja tyylien tarkastelu¹⁵ on kiintoisaa, muttei järin yllättävää. Tytöt turvautuvat yrittäjäelämän kirjoituksissaan enemmän tarkkaileviin ja dialogisiin kertojaminä-ratkaisuihin ja realistisempaan kertomukseen. Pojat taas ovat dramaattisempia jo muodossaan: he julistavat ja kirjoittavat monia ”isonkokoisia” ja teknisiä mielikuvitusutopioita yrittäjyydestä. Vaikka tytöt arvottavat, he tekevät sen nyansoidummin tai journalistisemmin tavoin kuin pojat. Yrittäjyys on enemmän ideaalinen ja annettu asia pojille, tytöt puolestaan problematisoivat yrittäjäkäytäntöjä ja -malleja ja kehittävät niitä kriittisesti eteenpäin. Näin myös riskiä pohditaan, käsitellään ja (uudelleen)merkityksellistetään monin tavoin feminiinisissä teksteissä. Tässä myllyssä myös markkinaliberalismi ja aikalaisindividualismi saavat kyytiä.

Pojat idealisoivat ylipäänsä yrittäjyyttä; usein heidän tarkastelunsa keskittyykin pelkästään kuviteltuun maailmaan ja taloussuhteisiin. Utopiat ja reaalityöntekijä-tarkastelut eivät tyttöjen tapaan kaihaa suuria firmoja tai kansainvälisen talouden tasoja – globaali-ilmiöitä. Yrittäjyystavallinen tyyli yhdistyy monesti oman edun valvonnan ja taloudellisen rationaliteetin mukaisesti yrittäjyyskehittämiseen. Näin pojat myös monesti nimeävät reaaliyrittäjyyden taloudellisia ahdinkoja, käytännöllisiä valintatilanteita ja jakavat pienyrittäjien tuskia. Tähän miehiseen näkökulmaan sopii myös puhe



innovatiivisuudesta ja keksintöjen taloudellis-teknisestä taustasta ja ”ihmeitä tekevistä, maailmaa mullistavasta voimasta”.

Yksilölliset motivaatiot ja markkinaliberalismi liittyvät tyttöjä myönteisemmällä ja dynaamisemmalla tavalla tähän miehiseen ajatusvirtaan. Poikia voisikin luonnehtia teknologian ja talouden termein realisteiksi, vaikka heidän kielikuvastonsa ja kokosuhteissa liikkuva (kvantitatiivinen locus) utooppisuutensa onkin usein sangen epärealistista. Myös luontosuhde on miehillä polarisoitunut: luontoa käytetään joko suorasukaisesti hyväksi tai vaihtoehtoisesti ollaan muokkaamassa kestävä kehityksen mukaisia yrittäjyysratkaisuja. Kauaksi asetettu miehinen tavoite saattaa välillä johtaa teräviin keksintöihin ja huomioihin talous- ja yrityselämän suhteen.

Joskus tutkija päätyykin pohtimaan sitä, ovatko lähes vuosittain valitut muutamat voittajapojat ja ruotsinkieliset osajat osa epävirallista demokraattista sukupuoli- ja kielikiintiötä. Mutta leikki sikseen (!): yritysteemat avautuvat ratkaisevasti paremmin tytöille kuin pojille. Tulos on myös ongelma niin tutkimukselle, pedagogialle kuin nuorten ikäryhmien dynaamisten suhteiden kehittämiseksi. Myös 61 prosenttia yrityskyselyyn vastanneista nuorista oli 16–30-vuotiaita tyttöjä ja nuoria aikuisia. Nuoret naiset hallitsevat keskustelukenttää, joka kuitenkin myöhemmin on sangen miehinen. Naisten osuus suomalaisyrittäjistä on vähäinen (33 %), mutta eurooppalaisessa ja kansainvälisessä vertailussa suomalaisnaisten asema yrityselämässä on upea.

NUORET NAISET OTTAVAT MIESTEN ROOLEJA

Naisten ylivertainen aktiivisuus heijastuu myös useimmilla muilla humanistisilla ja sosiaalisilla kentillä. Varsinkin juuri murrosiässä ja heti sen jälkeen (12–18-vuotiaat) tytöt erottautuvat pojista heitä kypsemmillä moderneilla, harkinnanvaraisilla ja kirjallisilla taidoillaan. Tällaisia joustavia ja monesti empaattisia perushumanistisia taitoja odotetaan myös menestyneiltä lukion kävijöiltä. Heistä enemmistö onkin tyttöjä. Nuorten naisten kompetenssit heijastuvat myös monilla opintoaloilla, jopa yhteiskunta- ja politiikkatieteet ovat opiskelijakulttuureissaan nykyisin naisvaltaisia. Nuorille miehille sentään jäävät monet ”kovat” alat luonnontieteestä ja tekniikasta markkinoihin ja talouteen. Eduskunnan nuorimmat sukupolvet, monien organisaatiolinjojen johtotasot ja vaaliaktiivisuustilat ovat nuorten naisten hallitsemia, mutta ”lasikatto” odottaa useimpia valionaisiakin: yhtä lailla yrittäjyys- kuin yhteiskuntakompetenssitkin jäävät sivuun kun tullaan keski-ikään: miehet ottavat valta-aseman niin yrityksissä kuin yhteiskunnassa.

Varsinkin *Yritys Hyvä* -kilpa-aineistoissa nuorten naisten ote on kuitenkin musertava. Kyse ei ole vain käsitteiden, tyylien ja harkinnanvaraisten pohdintaulottuvuuksien rikkaudesta vaan asian substantiaalisesta hallinnasta. Ja mikä onkaan kaikkein ikävintä poikien ja nuorten miesten suhteen: naiset määrittelevät yrittäjäelämän kokonaisuuksia ja tekevät synteesejään yrittäjämaailman asioista ja paalutuksista omista arvoistaan käsin. He ottavat itselleen julkeasti miehisiä kertojaminiä, jaakkoja ja jusseja, ja tekevät miehille sen, minkä miehet ovat tehneet naisilleen vuosisatoja: puhuvat ja kirjoittavat heidän puolestaan. Naisten tarkasteleva kertojaminä ”hän” on usein miespuolinen. Tämä on tekstikorpuksen yleinen ilmiö, joka ei liity vain yleiskuvauksen tai ideaaliyrittäjyyden maailmaan. Tytöt ottavat myös miehisiä ”pelle-peloton” -rooleja, ovat mukana huliviliseikkailuissa. Eräässä aineessa päähenkilö Onni Tuuri keksii ihmeellisen tuotteliaan vekottimen, ”Ökyttimen”, ja pian sen jälkeen ”Räntsän”, joilla hän tekee ihmeitä ja temppeja. Alkaa ihmekertomus kekseliäisyydestä, ”onninkaupasta”, jota jäljittelijät turhaan matkivat – menestymättä. Näin Onni pääsee eroon 15-vuotiaasta Ladastaankin! (”Kymppin Ölkytin”, tyttö Rajamäeltä, v. 1993.)

Kuvatessaan tekstin sisäisesti (tytön kertojaminänä poika tai mies) miehistä maailmaa tyttökirjoittajat ovat väliin myös hyvin realistisia, yleistäjiä tai sattuvan ilkeitä. He lähestyvät monimielisesti mutta tarkasti kulttuurisia symboleja paikantaen nuorten miesten ”miehisiä” arvoja – tai jos nuorilta



miehiltä kysytään, loukkaavat maskuliinista menoa. Seuraavassa tekstikatkelmassa sotkamolaistyttyö heittäytyy tarinan mieheksi ja ruotii tarkasti miehisten arvojen sukupolvittaista jatkuvuutta ja aika yksitotisia idoleita. Kuvauksen taustana on työkoneyrittäjäisyys, hektinen arki ja sen populaarikulttuurinen keventäminen ja sietäminen. Kirjoituksen myötä sen mies oppii luottamaan vahvasti itseensä. Mutta puolivälissä juttua tyttö kirjoittaa:

Palaan takaisin työlle tuoksuvaan työpaikkaani. Poikani on lähdössä töihin. Hän seuraa jalanjälkiäni. On kuin minä silloin vanhoina hyvinä aikoina, silloin kun Elvis vielä eli. Hän on sellainen eräjorma, juntti, kuten ne tuolla etelässä meikäläisiä kutsuvat. Toinen poikani opiskelee yliopistossa, toteuttaa minun saavuttamattomia unelmiani. ("Yrittäjän arkipäivää", lukiolaistyttyö, v. 2002.)

Naisten tasa-arvoa, sukupuolta ja feminististä asennetta koskevat ja lähenevät puhuvat tietenkin varioivat. 1980-luvulta edetessä näkyy myös yleisen tasa-arvopuheen hajoaminen yleisemmäksi ja tiukemmaksi miesten ehdoilla liikkumiseksi, kiintiöpuheeksi ja lopulta tyyllisesti ironisen nokkelan tai väliin militantin feminismiin suuntaan. On myös poikien ja tyttöjen aineita, joissa sukupuoli ikään kuin sekoittuu jonkinlaiseksi kolmanneksi ideaaliksi sukupuolesta (Julia Kristeva). On paljon aineita, joiden kirjoittajan sukupuolta on vaikea tunnistaa. Löytyy myös poikien hienoja aineita, joissa he hallitsevat joitain tasa-arvokeskustelun sävyjä ja paradokseja. Aineiston ja raportin eri teemojen sisällä voikin yrittää löytää sukupuolipolemiikin erityisiä avainkokemuksia ja yritysmaailman erityisiä lasikattoja sekä naisisia yrittäjäysoikeuksia ja vetonauloja.

TASA-ARVOA, FEMINISMIÄ, VALISTUSTA – TUNTEITA JA PORVARILLISIA MAKUJA

Jo kilpakirjoituksen avausvuonna nousi ilmoille perinteinen, perustava tasa-arvo-polemiikki. Pohjalaisella maaseudulla osataan naissilmäyksen pilkkeellä vinoilla aina sarkastisiin sävyihin saakka – vaikka olisikin kyse vain perinteisen maalaistyönjaon tukijalkojen kolauttelusta ja potkimisesta. Naisen omintakeista yritteliäisyyttä ei voi pitää ikuisesti "sosiaalisen" vankina, lieteen sidottuna. Modernin ajan, harrastus- ja opiskelutilan, vaatimus pilkistelee kirjoittajan visiossa kun hän raivaa tilaa itselleen:

Maalla työ on luonnonläheistä, ei ole etenemispaineita uralla, eivätkä pomo tai työtoverit ole hengittämässä niskaan. Ei tarvitse pölyttyä papereihin tai kangistua kaavoihin; on oma herransa ja oma tupa takaa oman luvan. // Mutta mitäs jos tahtookin olla mukana esim. politiikassa tai omata joitain harrastuksia? Puhutaanhan paljon, että "maalaisakat" ovat passiivisia, eivätkä tarvitse toimintaa. Näin naispuolisena katselen asiaa emännän kannalta. Emännän täytyy huolehtia lapsista, usein myös tilalle asuvista vanhuksista, nalkuttavasta (?) anopista // niin ja tietysti isännästä... // Mistä riittää emännällä aikaa ja voimavaroja osallistua? (Eteläpohjalainen tyttö, v. 1985.)

Myöhemmin kirjoitetuista aineista löytyy raadinkin tukemia 1900-luvun poliittisia valistusajatuksia, asiantuntijatietoa naisten asemasta, lakkouhkia, kampanjahuomioita ja julkista tukea väsyneille naisille:

Vaikka naisyrittäjäisyys ei enää ole uusi juttu, naisyrittäjät saattavat törmätä uskottavuusongelmiin esimerkiksi lainaa hakiessa. Rahoittaja voi vaatia naisyrittäjän suunnitelmista tarkemmat selvitykset. // Naisen "euro" niin yrittäjäeläkkeissä kuin -tuloissakin on 60–70 senttiä. // Yrittäjän naisten Keskusliiton puheenjohtajan ehdotus laittaa päiväksi kaikki naisyritysten palveluyritykset kiinni, herättäisi toteutuessaan varmaan ansaittua keskustelua naisyrittäjien asemasta. // Yrittäjäksi ryhdytään, kun muiden palveluksessa törmätään lasikattoon, etsitään haasteita elämälle! ("Nainen yrittäjänä", tyttö Iisalmesta, v. 2003.)



Kun kirjoittajan mukaan joudutaan työttömäksi, perhe jää silti naiselle. Vastuu lapsista jää aina naiselle ja vuosilomat kuluvat myös lasten parissa; naisella on kaksi työpäivää.

Sama kirjoittaja näkee yrittäjänaiset toisaalta empaattisina, asiakkaiden tarpeet huomioivina. He osaavat kilpakirjoituksen valitsemien asiantuntijalausuntojenkin mukaan laittaa itsensä likoon. Miehillä yrittäjäyys on jotakin, jota voidaan mitata euroissa, naisille se on pikemminkin elämäntapa. Toisaalta naisilla on riskinottokyvyn puutetta, he pitävät turvallisissa elämänmalleissa. Lisämelasta vaatiikin naisilta sitoutumista ja kekseliäisyyttä. Kirjoittaja tuntee *Tosinainen*-projektin, joka tukee naisten kuntoutumista ja jaksamista yrittäjinä. Pohjois-Suomessa yrittäjänaiset ovatkin järjestäytyneet, ja kirjoittaja huipentaakin aineensa lopputuleman valistusajatuksen: on saatava lisää yrittäjäyyskasvatusta, ettei nuorten naisten määrä enää laske; yritys ja menestys perustuvat rohkeuteen, aloitteellisuuteen!

Tasa-arvo-jargon on kuitenkin vain yksi nuorten naisten kirjoituskulttuuri. Sosiaalinen ja arvottava tyyli on myös usein yhteydessä emootioihin ja ”tunnetalouteen” (Näre 2001); tällöin tunteikkaus ei ole vain naisellinen elämän- ja sopeutumistapa, vaan tapa kerätä voimaa – omintakeista sosiaalista ja kulttuurista pääomaa. Tällainen siirtymä konkreettisista tunteista yhteiskuntaa pyörittävään tunnepääoman pilkistää esiin aineissa, joissa pohditaan yrityksen sosiaalista johtamista ja integraatiota. Varsinkin muutamissa utooppisissa naisteksteissä – jotka usein päätyvät paradokseihin – tunnetalous saa ohjelmallisempaa merkitystä, kuten tamperelaistytön aineessa ”Yritys, joka olisi muuttanut maailman” vuodelta 1985. Isä sanoo kirjoituksen nuorelle naiselle, että tarjoa jotain sellaista mitä heillä ei vielä ole! Ja reppuselässä naisyrittäjä keräsi tunteita (onni, hellyys, ilo ja tuhannet muut) ja alkoi myydä niitä. Hän kerjasi, ja ihmiset antoivat yltäkylläisyydestään, päästi lopulta tunnesäiliöt auki, kun ymmärsi vanhentuneensa ja sen, ettei tunteita tosiaankaan riittäisi, jos kaikilla olisi varaa ostaa niitä.

Tasa-arvo ja tunnekirjoittajatyttöjen kääntöpuolelta löytyy esimerkkejä kansikuvamaisista porvarillisemmista naisyrityskuvista. Näiden yritysten naisilla on intensiivisiä kykyjä toteuttaa vähän harkittuja, päiväunen tapaisia tuotteita ja palveluita. Toisin kuin poikien tekniset patentit, juuri naisten eksoottiset tai esteettiset tuotteet voivat menestyä ja kansainvälistyä: Kun esimerkiksi Pariisiin perustetun ”*Finn-Saunan*” ovet avataan pariisilaisille, kertojaminä iloitsee: ”fantastista – olen vuoden ollut täällä ja nyt työllistänyt itseni”. Saunakulttuurin saloihin perehdyttäminen oli kirjoittajalle hauskaa, ja ystävät hurmaantuivat. Tekstin lopussa päiväuni on käännetty toisin päin, todellisuudeksi: ”Hyvää yötä Pariisi!” (”Suomalainen sauna keskellä Pariisia”, tyttö Kuopiosta, v. 2001.)

POJAT ISOTTELEVAT – TOSIN OSA HERKISTYY JA HASSUTTELEE

Poikien yrityskirjoitukset ja sängen harvinainen tasa-arvopuhe ovat kalvokkaampia ja yksiniittisempiä kuin tyttöillä. Muun muassa hausjärveläispoika (v. 1996) viitoittaa tiensä jo otsikossa ”*Lisenssipelien suurkuluttajasta ohjelmatalon johtajaksi*”. Iso-otsikkoisuus ja jonkinlainen tosikkomaisuus ovat läsnä. Usein innovaatiot muuttuvat suuriksi määräksi ja tuotoiksi, itseurikin on miehisessä ihmekertomuksessa välillä hiukan sivuasialla. Suorittamisen kuvaaminen on niin ja tuottaa helposti miehistä mielihyvää. ”Suureksi ohjelmoijaksi” (v. 1988) osoittautuva nuori mies turtuu kotonaan ”kävele ja tapa” -tyyppiin tietokonepeleihin. Hän kehittää luovasti pelejä suuremmiksi ja suuremmiksi. Lopulta hän vie Amerikan markkinoille erityistuotteita. Massatuotteisiin hän turvautuu vain, jollei muuta keksi.

Toisessa poikamaisessa keksintöaineessa ”Vallankumouksellisen tuotteen siivillä” tarinan pojan tekninen ihme liittyy liikennevaloihin. Sen myötä voidaan turvautua yksiin liikennevaloihin, jot-



ka perustuvat nestekidetekniikkaan. Autoilija pystyy tämän laitteen avulla havainnoimaan entistä paremmin, sillä auringonvalon heijastuminen estyy valoissa, eikä loisteputkilamppuja tarvitse enää sytyttellä tai sammutella. Keksinnön valot ovat ”turvallisemmat, halvemmat ja kestävämmät”. Tarinan vallankumouksellisen – siis Ison Muutoksen – sankarin firma voikin laajentua merkkivalojen puolelle. Aineen lopputulema on nousukiitoinen: ”Jos kaikki menee suunnitelmien mukaan, tulee yrityksestäni maailman johtava merkkivalojen valmistaja koko maailmassa.”

Kaikki miehet eivät jää vain keksinnöillä ryyditetyn kiitoratamaisen nousun johtajiksi. Välillä joku kirjoittaja myös sytyttää miehisen tunnelman, jonkinlaisen sosiaalisen suorituspuheen. Tässä sosiaalisuus vetää mukaan autoilun maailman – tai liikkuva auto muokkaantuu sosiaalisten suhteiden *Road Movieksi*. Vaikka tekniikka ja osaavan harras ja kestävä suoritus onkin tärkeällä sijalla yrittäjyyden arjessa, miessosiaalisuus, luontohavainnointi ja ystävällisen rehelliset hetket tekevät yli tuhannen kilometrin ammattilaiskyydistä elämänmakuisen. Mieskin osaa korvata rutinoituneen yrittäjätöiden ja itsekurin estetiikalla ja inhimillisillä kohtaauksilla. Kun jaksat odottaa, näet:

Scania, lähes 30 metriä pitkä yhdistelmä, starttaa käyntiin. Aina ennen liikkeelle lähtöä täytyy nostaa rekan paineilmajarrujen säiliöt täyteen paineilmaa, jotta jarrut toimisivat. Noin 5 minuuttia se kestää, jonka jälkeen rekkamme on lähtövalmis uudelle keikalle kohti Etelä-Suomea. Matkaa tälle reissulle on arvioitu noin 1300 kilometriä. Varhainen aamuliikenne on hiljaista. Kuuden jälkeen alkavat auringon ensisäteet häikäistä meitä tuulilasimme läpi. Päivästä näyttää tulevan kaunis. // Päivä lähenee kahtatoista ja lähenemme pääkaupunkiamme Helsinkiä. Koska olemme aikataulustamme hieman edellä, voimme poiketa päiväkahville seuraavalle huoltoasemalle. Kun oikein rupean ajattelemaan tähän aikaan päivästä, että mitä kaikkea minulta olisi taas jäänyt näkemättä Scanian hytistä, jos olisin herännyt tavalliseen kesäloma-aamuun siinä yhdentoista aikoihin. Mitä kaikkea hienoa olisin missannut. Kesäaamun valkenemisen kauniina aamuna, nelostien päiväliikenteen ja hirvet jotka yrittävät kylmäpäisinä aamuvarkaisella asettua kymmeniätuhansia painavan rekkamme eteen, mutta ammattitaitoinen kuljettaja osaa olla aina valppaana myös tyhmiä sarvipäiden varalle. Kun saavumme levähdyspaikkaamme, huomaamme muitakin kuljettajia tauolla. Rahtarit, tuo oma väestö, joka ovat ”tosimies-asenteen” lisäksi myös rehellistä ja ystävällistä sakkia, istuvat tauolla syöden, kahvia juoden ja keskustellen matkojensa päämääristä. Meidän taukomme kestää yleisen 15 minuuttia, jonka jälkeen matkamme jatkuu. Matkaa purkupaikallemme on vielä vajaat 200 kilometriä. (Henri Kannuksesta, v. 2006.)

Nuorten miesten puhe ei liity juurikaan tasa-arvoon, vaan useimmiten reiluuteen, rehellisyyteen ja työn ja yrityksen tuottamaan yhteisyyteen. Silti he saattavat teksteissä vihjata omien ajatustensa ”sofista sovinismista” (nuoren yrittäjän luonnehdinta teemahaastattelussa). Toisaalta on vaikea tietää, milloin on kyse naisen seksistisestä kohtaamisesta (objektivoinnista) vai poikamaisesta itseironiasta:

// elektroninen sihteerini on valmiina ilmoittamaan minulle päivän tehtävät. ”On tästä automaation kehityksestä ainakin yksi haitta”, ajattelen ja muistelen kaiholla entisiä kauniita sihteeireitani, jotka ovat tällä hetkellä työssä ympäri aurinkokunnan laajuista yritykseni verkkoa. (Aki Porista avaruusyhteyksiin sijoittuvan utopiensa fragmentissa, v. 1995.)

Vastaavaa nuorten miesten ulkonäön ja viehätysvoiman huomiointia on tyttöjenkin aineissa – myös silloin kun he kirjoittavat miehinä. Tällöin se liittyy lähemmäksi realistista parikertomusta, jossa eletään vastoinkäymisten kanssa kohti yhteisiä, itsekurillisia voittoja.

15–16-vuotiailla pojilla äidit ja mummit käyvät usein yhteiskunnallisen sukupuolen (*gender*) pohdinnan roolikuvista. Heidän kanssaan rajoja myös rikotaan. ”Hassuttelevissa” tyylilajeissa pojat tulevat jotenkin reilusti kentälle, ja miehisuus tulee (itse)ironian piiriin. Kannuslainen nuori mies kirjoittaa aineessaan ”Uskaltaisinko ryhtyä yrittäjäksi” (v. 2002) veikeästä yrittäjäpojasta. Tämä ideoi mummonsa kanssa ”Pehmosukka Oy – villasukkayrityksen”. Paikallinen ompeluseura on sen kilpailija. Naapurin vanhapoika on ensimmäinen asiakas. Yleisönosastokirjoitus syyttää asiakastyötä ”pörräävästä mopohuliganismista”: mieshuligaani on yhdessä puolipöhlön vanhuksen kanssa jättänyt



firman ilmoittamatta yhdistysrekisteriin. Lopputulemassa ei näykään Iso Miehinen Tulos, vaan ”kesästä jäi 1 euro ja 15 senttiä. // Yritys perustetaan uudelleen... ehkä kymmenen vuoden päästä. Kuka tietää. Tutkimattomat ovat yrittäjyyden tiet.”

Itseironian sävyjä saava poikien hassuttelu on usein empaattista ja sujuvan vauhdikasta. Se sisältää taajaan myös sosiaalisen kasvun kaaria yrittäjäkertomuksen puitteissa. Mika Tampereelta (v. 2000) rikkoo sukupuolirajoja ja osoittaa sosiaalista kehitystajua. Heavymetalli-teemojen kanssa painivat pojat ovat muutoinkin sosiaalisesti ja kirjallisesti luovia (vrt. syrjäytymisprojekteista Paakkunainen 2006b, 124–125; 2006d, 161–178) – niin myös Mikan populaarimuusikko: ”Musiikki on elämäni. // Lapseni hyppi Röllin tahdissa ja Alatalon Mikon Känkkäränkän mukaan.” Vanhemmat tukivat nokkahuiluharrastusta, ja hän osasikin pian kokonaan kappaleen ”Ostakaa makkaraa, markalla jo paljon saa”. Hän kyllästyi huiluun ja haaveili torvisoittajan urasta armeijassa. Pop-muusikko onkin aina soittanut kovaa ja korkealta; näin tie vei heavymetallin suuntaan.

Rumpujen tienaamiseksi tekstin muusikko meni kesätöihin mansikanviljelijäksi:

Söin mansikoita ja samalla rikastuin. Kymppillä ostin Aholaidalta kolme sukkaparia. Yhdet laitoin heti jalkaani, toiset säästin syksyyn ja kolmansiin sukanvarsiin sulloin loput setelit. // Harjoittelin yötä päivää lukio-opintojen ja jopa häätöuhan kustannuksella [mansikoilla ja lehdenjaolla kustantamillani rummuilla, KP].

Vanhemmat kannustivat jälleen kertomuksen nuorta harjoittelemaan järjestämällä muusikolle pienen äänieristetyn mökin; siellä vanhemmatkin viettivät aikaansa heavymetallia kuunnellen.

Hain jäseniä bändiini // äitini olisi tullut laulajaksi ja isäni lauluntekijäksi. Kieltäydyin tarjouksesta, sillä suvustani löytyi parempikin ehdokas, nimittäin ikinuori muusikkomummoni. Siispä hän teki alkuun kaikki laulumme. Kitaristimme ryhtyi laulajaksi – joka myöhemmin vaihtui nuorempaan. // Ensi kesänä bändimme, Merkkarit nimeltään, pitää konsertin. Kuuluisina ja erittäin suosittuina annoimme haastattelun ”Musiikki on elämäni” -lehdelle.

NAISET ARVOTTAVAT, MIEHET KERTOVAT REAALIKOKEMUKSISTA

Vuonna 2005 palkituiksi *Yritys Hyvä* -kilpailussa pääsivät myös yhteiskuntakriittiset aikalaishengen mukaiset visiot, jossa globaalit markkina- ja yritysvoimat kyseenalaistetaan. Kuten tehtävänantojen ja kirjoitusten arvojen ja tyylien tarkastelu osoittivat, usein juuri tytöt muuttavat maailmaa. He ja muutamat pojat muokkaavat yrityskeskustelusta ja omista yrityksistään käsin maailmaa tutkivan ja kritisoivan asenteen. Myös yrittäjäksi ryhtyminen muuttuu kriittiseksi ja sosiaalis-globaalissa suhteessa vastuulliseksi teoksi. Nuorten luottamus suuryrityksiä kohtaan on selvästi laskenut viimeisten kymmenen vuoden aikana, pankkien lamassa kolhiintunut maine on sen sijaan palautumassa ennalleen.¹⁶

Maailman selittämässä isot markkinavoimat ja yritykset voivat saada ”luurankomaisen” hahmon. Yritystoiminnan kansainvälistyminen ei nuorille kirjoittajille aina merkitse euro-siunauksellisia asioita tai talouden ”onnellisia kehiä”. Viimeisen kymmenen vuoden aikana markkinahenki ja PK-yrittäjyys asetetaan kouluteksteissäkin usein vastakkain. Sosiaalis-eettiset kannat nousevat etualalle, ja yrittäjyyden ehdot valaistuvat tätä kautta. Nuoret lahjakkaat naiset valitsevatkin usein opettajan, koulun ja median kriittiset lähteet markkinatiedon sijaan. Globaalien markkinoiden talous- ja yritys-terminologia eivät tunkeudu kouluun, vaan koulun ja oppilaan kriittiset lähteet hallitsevat talous- ja yritystarkastelua. Tiukka kulutuksella politikointi (konsumerismi), demokraattinen vuorovaikutus, sosiaaliset innovaatiot ja ihmisoikeudet nostetaan mukaan talouden kansainvälisyystarkasteluun.



Yrityksetkin joutuvat valitsemaan paikkansa tässä globalisaation vastuullisessa valtapelissä – kirjoittaja jättää vastuun ottamisen ovia auki ja haastaa toimijoita. ”Ylikansallisen yritystoiminnan luurangot” -tematiikka pysäyttää helsinkiläisen tytön, paikallisen Naomi Kleinin, aineessa, jossa myös penätään PK-yrityksille uutta taloudellis-yhteiskunnallista roolia isojen globaalissa puristuksessa. Tarvitaan jonkinlainen vallankumous:

Lehtien sivuilta toisille palloteltu Kiina-ilmio alkaa olla tuttu jo päiväkotilapsillekin. // Menetetty avainlippu korvautuu kasvavalla tuotolla. Kustannustehokkuuden perässä juokseminen antaa yrityksille vallan polkea niin ihmisoikeuksia, kansainvälisiä sopimuksia kuin eettisiä perusnormejakin. Keinot väärinkäyttöihin ovat lukematomat, eivätkä länsimaiset kuluttajat useinkaan jaksa kiinnostua siitä, minkälaisissa olosuhteissa jalkapalloja ompeleva pikkutyttö toisella puolella maailmaa päivässä raataa. // Globalisoituvaa maailmankauppaa on kasvatanut eriarvoisuutta. Köyhyys ei ole lisääntynyt, mutta levottomuuksia ja terrorismia ruokkivaa elintasokuilu on repeytynyt entisestään. // Tulosaheus, hektisyys ja häikäilemättömyys ovat seurausta yhä vilkastuvasta pörssilistautumisesta ja epärealististen kasvuodotusten kyllästävästä ilmapiiristä. (”Kansainvälisyyden kutsu”, lukiolaistytö Helsingistä, v. 2004.)



SUKUJEN JA (MAA)TILOJEN KRONIKAT EIVÄT JATKU

PAIKALLISET TUOTTEET JA YRITYKSET OVAT GLOBAALISTUNEET

Monet otsikkoteemat ovat säilyttäneet ajankohtaisuutensa kilpailun kahden vuosikymmenen ajan. Tutuista perhepiirin yrittäjyyksistä, osaamisista ja kokemuksista voi 15-vuotiaskin ponnistaa talouden ilmiöiden maailmaan. Samalla tavoin kuin todellisen yrittäjyyden aloittaneiden keskuudessa, myös nuorten ainekirjoittajien piirissä lähisukulainen ja avio- tai avosiippa yrittäjänä innostavat omakohtaiseen yrittäjyyspohdiskeluun ja yrittäjäksi ryhtymiseen. Nuorisobarometriaineisto vuodelta 2004 nosti selvästi esiin, kuinka tavallisista suomalaisnuorista, joilla ei ole lähisuvussa yrittäjiä, vain seitsemän prosenttia oli täysin tai jokseenkin samaa mieltä väitteen ”suunnittelen vakavasti yrityksen perustamista lähiaikoina” kanssa. Sen sijaan elämäkumppanin, vanhempien tai appivanhempien yrittäjyys nosti yritystä suunnittelevien nuorten määrän yli kaksinkertaiseksi. Jos täti, setä, isovanhempi tai muu lähisukulainen oli yrittäjä, vaikutus oli lähes yhtä merkittävä. (Myllyniemi 2004, 31.) Tämä on seikka, mistä yritysraporteissa ollaan yhtä mieltä: keskeisin yrittäjyysmotivaation taustaa selittävä seikka on lähipiirin yrittäjyys: regressioanalyysin mukaan vanhempien yrittäjyys yli kaksinkertaistaa ja lähipiirin lähes kaksinkertaistaa yritysverustamiset ja konkreettiset suunnitelmat (Rouvinen & Väänänen 2004, 63–65).

Myös perhepiirin yritysyritykset ovat avautumassa. Niidenkin sisällä näkyy muutos kriittisen, isoihin taustoituksiin perustuvan ja omakohtaisen yrittäjyysanalyysin suuntaan. Suvun ja perheen rakkaat yrittäjäpersoonat ja perinteisen yrittäjyyden jatkamisajatukset – kuten maatalousyrittäminen – ovat esillä edelleen. Niiden käsittely ja aiheen kokemiseen liittyvä romantisointi ja patetia ovat kuitenkin vähentyneet sitten 1990-luvun ja silloisen lamadramatisoinnin ja Euroopan Yhteisö -keskustelun. Uuteen talouteen ja virtuaalimarkkinoille ei kuitenkaan hypätä noin vain, suvun eettisenä perintönä. Lama ja integraation uudet ongelmat kihertävät edelleen kilpa-aineissa ja sukukronikoissa. Jopa pörssimarkkinoille tullaan edelleen perheen opastamina. Markkinat voivat pörssin kautta tulla tutuiksi laajemminkin. Vuoden 1985 kilpa-aineessa otsikolla ”Helsingin arvopaperipörssi – ikkunani yritysmaailmaan” palokkalaistytö lukee perheensä kanssa Kauppalehden pörssinoteerauksia. Hänelle on hiukan yliolkaisesti osteltu osakkeita vanhempien toimesta. Vieras suhde osakkeisiin lämpiää – kuten äidilläkin aiemmin – arvopaperipörssitiedon kautta. Tätä muutosta avittaa sijoituskilpailu. Nyt tyttö kertoo tulevansa firmojen, niiden kurssien ja kehityksen sekä kulutusvalintojen kanssa tutuiksi, niiden yritysystävälliseksi hallitsijaksi, yhdessä äitinsä kanssa.

On kuitenkin selvää, että jatkaminen yrittäjäperheenä on mahdollista vain yleisten markkinaehtojen vallitessa – globaalien tahtipuikon oloissa. Traditionaalinen yrittäjä on ainekirjoituksissa yleensä pien- tai keskisuuren yrittäjän hahmo, joka etsii enemmän toimeentuloa ja innovaatioita kuin kasvu- ja pääoman kasaamisen uraa. Silti nuoret huomioivat tyyleistä ja empatian tavoista riippumatta yrittäjän ehtojen maailmallistumisen tai maapalloistumisen. Suvun ratkaisut tai paikalliset markkinat eivät toimi enää itsenäisesti, vaikka aineissa pikkuyrittäjiä ollaankin. (Vrt. kriittisesti Lehtinen 2002, 81–107.¹⁷)

Samalla perheen ja suvun yrittäminen saattaa tulla myös yrittäjärealistisen tapaustarkastelun alle. Kaikki ei ole yrittäjäperheessä ollutkaan ruusuista, jokainen ylitettävä riski ei ehkä olekaan ollut sopivan kokoinen. Toisella tasolla suhde ympäröivään maailmaan on monipuolistunut kahden vuosikymmenen aikana: realistiset esseet ja proosakirjoitukset jakavat yrittäjyydenkin ekologiset ehdot, ja toisaalta paikalliset ja puhtaan suomalaiset tilaa ja paikkaa jakavat merkitykset uusiksi.



Puhdas ja paikallinen tai suomalainen luonnontuote on ja elää *Yritys Hyvä* -kilpailuesseen muotona ja juonen runkona, mutta vuosi vuodelta pohditaan enemmän vihreän tuotemerkin kestävyyttä ja markkinoistumista osana elämää. Maailma kirjoittajien edessä ei ole ratkaistavissa pelkällä vihreällä elämäntavalla tai tuotannolla. Toisella tasolla ainekirjoitusten yrittäjäsuhde on muokkaantunut tilasuhteissaan. Karttoja ja markkinoita luetaan nyt monessa suhteessa toisin päin kuin vielä protektionistisessa suojatulli-Suomessa 1980-luvulla. Ennen elämäkokemuksia ja ideoita agraaritalouteen – esimerkiksi tomaatin viljelyyn – haettiin maailmalta, sitten palattiin kotiin. Aiheisto perunan tai tomaatin hausta tai ”keksimisestä” maailmalta oli kiittollisen kertomuksellinen; kehitys, *road movie* ja dramaattinen paluu kotikonnuille käy sen muodosta.

Nyt tomaattipitäjä Närpiön perustuote ei ole enää paikallisesti kaupan, vaan voimassa ovat globaalin kylän ehdot. Eikä globaali maailma merkitse vain uhkaavia kilpailuehtoja vaan myös etäisyyksien katoamista uusien yrittäjyyksien ja tekniikoiden myötä. Oman ja tuodun tomaatin puhtaus tunkee polemiikkiin – ja maahanmuuttajien asema perustuotannon hakisissa tehtävissä kautta länsimaiden käy monia yhdistävästä näkökulmasta. Monikulttuurisuuden teema tunkeutuu myös yrittäjyysaineisiin ja rikastaa niitä. Se koettelee markkinoiden ja kulttuurin arvojen suhteita: jopa Suomessa erilaiset kulttuuritaustat luovat erilaisia palveluita ja tuotteita. Tomaatti kiikutetaan suomalaisen kotisalaatin tai turkkilaisen pizzeria-kebab-ravintolan raaka-aineeksi. Globaali yrittäjyys on myös sosiaalisten ja eksistentiaalisten isojen kysymysten maailma – maailmalliset vastuut ja kulttuuriset jännitteet liikuttavat monia kirjoittajanooria.

KODIN ERITYINEN RAKKAUS JA KIINTYMYKSET – HERKKIÄ SÄIKEITÄ YRITTÄJÄSOSIALISAATIOSSA

Terttu Tupala arvioikin kirkkaasti 1980-luvun puolivälin perusaineita: ”Vaan miksi mieli yhtenäin palaa aineeseen ”Meidän isän yritys”? Siksikö, että siitä kuvastuu vankka asiantuntemus, luonnonläheisyys, perhehenki?” (Tupala 1985). Yrittämisen perusasiat ovat läsnä kodin kautta: vain sieltä löytyy realistiset ja aineissa läpikäytyt kokemukset yrittäjyydestä. Tyttö Keravalta (v. 1986) pohtii vanhempien yrittämisen jatkoa tunnustamalla kaunokirjallisesti rakkauden ja kiintymyksen isään. Hän on yöllä mukana isänsä aura-autossa. Jonkinlainen hullu aspekti liittyy nuoren naisen kuvaan öisestä yrittäjyydestä. Hänelle ovat tuttuja nuorten keveät ja ulkoiset puheet yrittäjyydestä: ”kun sillä ei oo pomoo, ei sen tarvi tehdä duuniakaan // ja jos ei tee duunia, se on spurguu”. Oman isänsä johdattaman intuition ohjaamana hän oppiikin, kuinka palvelun keksimisessä tai myytävän tuotteen kauppaamisessa on aina jonkinlainen epävarmuuden – hullun uskon – säie.

Suvun sosiaalistavat säikeet pitävät joskus myös taistelua yllä – vallankin *Yritys Hyvä* -kilpailun ensimmäisten vuosien aikana. Nuori mies karinaisista pohti kilpa-aineessaan vuodelta 1987 perheyrittäjyksen sielua ja ristiriitaisten kasvatustajustusten nojalla omaa ristiriitaista yrittäjäperheen lapsuuttaan. Mieli liikuttuu – vallankin, kun pohdinta tapahtuu huoltamoyrittäjä-isän hautajaisissa:

Lapsuus saattoi jäädä elämästä, perinteisellä tavalla ajateltuna minulla taisi olla jopa huono isä, joka ei koskaan vieny minua minnekään – jouduin tekemään kaikenlaisia apulaisen hommia keskenkasvuisena nulikkana.

Yrittäjyyden niukkuudessa tehdyt uhraukset ja pakko-opit eivät kuitenkaan ole jääneet pysyviksi pettymyksen tunteiksi: ”// en minä kuitenkaan isälle katkera ole – oikeamminkin kiittollinen.” Suvun linjaan liittyy ylpeyttä ja uhratun kokemuksen ääntä: ”Isä on halunnut säilyttää puljun suvun käsissä. // Taistellaan!” Kouluaineen konventioihin ei kuulu, että yrittäjyyteen ja siinä epäonnistumiseen liitetty katkeruus olisi elämöinnin tai kohtalon asia; se halutaan ja osataan kääntää voimavaraksi



yrittäjien lapsille, osaksi perheen menoa ja rakkautta.

Lapsuuden kokemuksen ja vanhempien leikkiviritysten kautta toden ja leikin raja kasvatuksessa häviää. Monissa aineissa vanhempien yrittäjyys ja lapsuuden leikit ovat symbioosissa. Jolleivät ne ole tasapainossa, nuoret kirjoittavat usein sopivankokoisista työrupeamista, riskeistä tai haasteista, joita vanhemmat ovat heille lavastaneet tai opettaneet. Tyttö Raumalta (v. 1995) muistelee kirjoituksessaan ”Karkkeja ja kepposia – eli yrittäjänalkuja ja hyviä yrityksiä leikin varjolla” kesäkioskin pitoa lapsena, joka saa hymyn nousemaan vieläkin kasvoilleen. Isä toi Ruotsista karkkeja kasapäin, joita myytiin leikkikioskissa. Pari päivää sitä jaksettiin, lopuksi pienet tuotteet myytiin samalla hinnalla kuin oikeassakin kioskissa. Mutta kaikki olivat tyytyväisiä. Tekstin lopputulema on kuitenkin vahva, joskin stereotyyppinen: ”// ehkä astun uudelleen tiskin taakse // niin kuin Vincent van Gogh jo aikoinaan sanoi: ”Mitä tulisi elämästä ellei meillä olisi rohkeutta yrittää mitään?””

Leikkikioski-ainetta lähellä on ainetyyppejä ”Yrittäjä pienestä pitäen”, josta hyvä esimerkki on kannukselaisen Annan tarina vuodelta 2006. Vanhemmat ja yrittäjäsukulaiset vaikuttavat (imponoivat) lapsiinsa. Kaunokirjallisesti lahjakas tyttö purkaa moninaisia lasten yhteisiä projekteja, joissa simuloidaan erilaisia sosiaalisia vaihtotilanteita kirjastoitalavastuksesta kukkien myyntiin tai rantasaunan kahvilaan. Erilaiset hyvin esiin taitetut yhteiset hankkeet osoittavat sosiaalisten ideoiden merkityksen, pienimuotoiset vaihtosuhteet. Kahvilan rahoilla voidaan ostaa lisää kirpputorikirjoja monia palvelevaan kirjastoon, jossa lukuhetket tarjoavat vaihtoehdon arjelle. Samalla nousee esiin pieni utopia perustaa joskus ”Omenapuun kahvila”. Vuodenajat vaihtuvat, ideat noudattelevat niiden mahdollisuuksia, vaihtoarvot suurenevat, utopia on ehkä jo lähellä.

AGRAARITALOUDEN KIERTO EI OLE LUONNONVOIMAISTA

Kodin taustaturvasta, lapsuuden inspiraatiosta ja kotiin kohdistuvista velvollisuuksista on kyse myös silloin, kun tapahtuu sukupolvenvaihdos tai agraaritila lopetetaan. Suvun maatilataloutta voidaan kehittää luovasti, sitä voidaan jatkaa: myös maalle paluu vanhempien maiden uudelleenkäytön ja tuotteistamisen avulla ovat ajankohtaisia teemoja. Vaikka luonnon metaforistiikka on läsnä teksteissä, ne eivät luonnonvoimaista tekstien rakennetta ja jatkuvuuksia. Maatalous ei enää ole vain sukukronikka. Kierto ei ole suinkaan kohtalo tai se ei ole automaattista. Oma koti, tila ja tarkoitus tulee oivaltaa kertomuksen tai asiaesseen kuluessa. Yrittämisen intentio – vastaus kysymykseen miksi – haetaan lähes aina omintakeisesti teksteissä, ja siihen myös vastataan muulla kuin yrittäjän taloudellisilla motiiveilla. Kirjoittajat saavat oman etäisyytensä kiertoon ja kirjoitus tavallaan uudelleenmerkitsee sen. Jonkinlainen iso traditio tai historian aaltomainen kierto löytyy uudelleen antamalla oma tulkinta perinteelle ja suku- tai taloushistorialle. Näin kirjoittajanuoret löytävät tarvittavan motivaation heittäytyä mukaan jatkamaan vanhempien ”yksityistä hulluutta” tai sen uutta muotoa vanhempien luomissa puitteissa ja rakennuksissa, pellolla ja metsissä.

Kertojaminä Matti – joka kouluttrautui elinkeinoasiamieheksi – pysähtyi miettimään elämäänsä kotitilansa sukupolvenvaihdoksen yhteydessä. Luomuhenkisen marjatuotanto, tyrnin löytäminen ja jatkojalostus alkoivat viedä mukanaan – vaikka ansioilla ei voikaan kehuskella. Luonnonmukainen maku ja laatu antavat hänen maailmalleen voiman, uskon. Vaikka lopettaminenkin on hitaan sitkeän ansion oloissa käväissyt mielissä, maanviljelyksen kierron tuttu lopputulema on mahdollinen: ”Tämä elämäntyylillä on jo verissä. Yrittäjäksi synnyttään.” (”Synnyttääkö yrittäjäksi?”, tyttö Pielavedeltä, v. 2003.) Siirtokarjalaisten vesa Jämsästä – tyttö, kuinkas muuten – jahkailee maataloutta ja sen jatkamista. Se ei ole kultakaivos. Heinätyöt ovat lähiyhteisön yhteinen voimainkoitos. Yhtäältä järki ja toisaalta yhteiset nostalgiset kollektiiviset kokemukset ja muistot kamppailevat vielä lopputulemassakin: ”[on] sukupolveni aika arvioida ja tehdä ratkaisu – jatkaako yritystä vai katkaistako ketju?” (”Meidän perheyritys”, v. 1987.)



Näissä taitavimmissa aineissa kysytään muilta ja itseltä tiuhaan, jätetään kysymyksiä puhuttelevasti auki. Vastaamattomista lauseista tulee elämää ohjaavia metaforia laajemminkin kuin vain ammatinvalinnan suunnassa. Itsetutkiskelussa on myös selkeät voittajansa.

ETÄÄNNYTYSTÄ YRITTÄJÄ(ISO)VANHEMPIIN

Kilpailussa on viime vuosina suosittu realismi: yrittäminen ei ole voittolaulu tai tiukasti kuljettava mallipolku lapsenkaan sammakkoperspektiivistä. Vanhempien yrittäjyyteen liittyy turvallisuutta ja idyllisiä puolia, jotka karisevat lapsen kasvaessa. Onnistunutta ja lämpimänä pidettyä yritysidea tai työteliästä projektiakin enemmän lapset voivat teksteissä kaivata vanhempiaan – päästä heidän lähelleen tai takaisin heidän yhteyteensä. Nuoret kirjoittajat osaavat kuvata tämänkin, lapsen utukuvien ja ylenmääräisiä uhrauksia vaativien yritysjunien hylkäämisen:

Muistan kuinka pienenä saatoin istua tuntikausia keittiössä ja seurata kokin työskentelyä. Nopeat kädet, jotka silppusivat ja valmistivat monta ruokalajia samaan aikaan, olivat mukavaa katseltavaa. Kun ruoka meni pilalle tai veitsi osui sormeen, ei ollut enää mukavaa, ja siinä vaiheessa siirryin salin puolelle ja seurasin tarjoilijoiden työtä. Hiljaa lattiatasolta katsoin lounasajan kiirettä, kaikkea sitä astiamäärää, hymyileviä asiakkaita ja kuuntelin rahan kilinää. Rakastin nauravia kasvoja, sillä tiesin heidän pitävän meistä. Enkä koskaan voinut ymmärtää, kuinka joku asiakas halusi valittaa ruuasta ja pilata päivän. Nyt kun on vanhempi, sen kyllä ymmärtää: työntekijöiden vikahan se on, jos ruuassa on jotain moittimista. Voi, kun kaikkea voisikin vielä katsoa lapsen silmin. // Neljä vuotta vanhempani jaksoivat raskaalla työllä pitää hotellin pystyssä, mutta heidänkin voimansa loppuvat aikanaan. He tekivät sen mitä olin pienestä asti toivonut: tulivat minun luokseni kotiin. (Mira Kannuksesta, v. 2005.)

KRONIKAN MUTKIA

Nuorilta kirjoittajilta löytyy tietoa ja voimaa myös hylätä vanhempien perintö. He haluavat joskus asettaa itsensä ja lukijan pelkistetyn valinnan eteen. Se voi tapahtua myös eettis-pateettisin termein. Aina ei jankuteta taloudellisista laskelmista ja kannattavuuksista tai vallankumouksellisilla tuotevaihtoehtoilla. Jalasjärveläistyttö (v. 1985) aikoo jatkaa vanhempiensa monimielisesti tukemaa koululinjaa. Vanhemmat ovat yrittäjiä. ”Haluan jatkua heidän työtään?”, hän kysyy. ”Jumalan selän takana” on perintötila, jossa elävät Raamatun lausetta ”otsasi hiessä sinun on syötävä leipäsi” seuranneet vanhemmat ja yrittäjät”. Lopputulemana tyttö kirjoittaa: ”Tämä tyttö ainakin tunnustaa, että tuskinpa löytyy uskallusta lähteä lampsiimaan isin navettakummareilla. USKALTAISITKOS ITSE?” Myös tämän tutkimusraportin kyselyyn vastanneet nuoret jakavat jalasjärveläistytön pelot ja ennakkoinnit maaseutuyrittäjyyden tulevaisuudesta. Vain 10 prosenttia pitää ajatusta tämän yrittäjyyden valoisasta tulevaisuudesta hyvin tai melko todennäköisenä. Sen sijaan 69 prosenttia ennakoii agraribisneksen tulevaisuuden melko tai hyvin vähän mahdolliseksi. (Ks. kuvio 5, s. 66.)

Myös yrittäjäperheen normaaliudesta uskalletaan puhua – ainakin 2000-luvun lukiolaisaineissa. Eeva, joka on yrittäjäperheen lapsi Oulun lyseosta (v. 2005), avaa yrittäjäperheen tiukat ja kylmähköt yksilöä karaisevat *learning by doing* -kasvatusnormit ahdistuksen ja häpeän termein. ”Epänormaali” yrittäjäperhe profiloituu vastauksissa muiden lasten kysymyksiin ja ”normaaliin” lapsen arkeen naapurustossa. Mutta lapsuuden pakot kääntyvät useimmiten voitoiksi. Oululaiskirjoittaja kääntää sen lopulta onnekaaksi – myöhään ymmärretyksi – perhehengeksi, jopa yhteiseksi harrastukseksi. Kirjoituksessa on kuitenkin moderni skepsis suoraviivaista ”kiven läpi” menevää, kukkula kukkulalta etenevää yrittäjyyden menestystarinaa kohtaan. Epänormaalius määrittyykin erilaisuutena: itsekurissa jostain luovutaan, jotain saadaan. Yrittäjän mentorit ovat määrätietoisia:



Kouluun mennessäni huomasin, että perheeni ei ole normaali. Kun muut lapset olivat viettäneet seitsemän ensimmäistä ikävuottaan kotona tai hiekkalaatikolla, minä olin leikkinyt paperivarastossa ja vienyt isälle voileipiä ruokatunnille. // Kaveritkin ihmettelivät, miksi alakerrasta kuului tiikelipainokoneen ääni. He eivät ymmärtäneet ahdistustani, kun kerroin nähneeni painajaista konkurssista, josta olin kuullut aikuisten puhuvan. // Katsoessani lapsena yrittäjien arkea lähiperspektiivistä näin yrittäjyydessä ainoastaan negatiivisia piirteitä. Äiti ja isä tekivät pitkiä työpäiviä, viikonloppuisinkaan ei ollut aikaa käydä laskettelemassa ja opittuani lukemaan minua hävetti, kun näin oman sukunimeni jääkiekkokaukalon mainoksessa. // Vanhemmiten olen alkanut arvostaa perheyrittämme uudella tavalla. Yritys paitsi tarjoaa mukavat luontaisedut, mahdollisuuden päätösten tekemiseen ja toiminnan kehittämiseen, myös työllistää oman perheen kesätyön tarpeessa olevat nuoret. Nykyään kun löydän itseni messuilta myymässä muistilehtiöitä, on helppoa ymmärtää miksi vanhempani kouluttivat meidät työntekoon jo nuorina. // Nykyään erilainen perhetaustani on minulle ylpeyden aihe // Onhan se edelleen outoa, että kahvipöydässämme suunnitellaan markkinointia ja pyöritellään työvuorolistoja, mutta yrittäjyys on erottamaton osa perhettämme.

MAASEUDUN JATKUVUUS: MIESTEN TEKNOLINJAA JA NAISTEN SOSIAALIUTOPIAA

Perheen perinteen ylläpitäminen agraaribisneksen oivalluksilla ja investoinneilla on oma tyyli-lajinsa. Nuoret miehet – kuten viitasaarelainen Joonas – osaavat tunkea tarinaan omat tietonsa ja tekno-oivalluksensa. Näin ammatti siirtyy suvussa. Pienviljelys oli aikoinaan funktionaalista: se sai pakkotehtävänsä luonnonkierron ja hallanpelon kautta. Nytemmin agraaribisnes merkitsee joillekin insinöörimäistä elämänsuunnittelua – linjaa koulutuksesta parinvalintaan, oikea-aikaiseen lapsenhankintaan ja jatkuvaan koulutukseen. Elämänsuunnittelu on nyt jatkuvan elämänikäisen oppimisen ideologia, myös ja eritoten maalla. Ainoa sattuma aineessa on, kun kertojan ja tulevan vaimon katseet kohtaavat agraarisen ammattikorkeakoulun käytävillä. Nuorta miestä kiinnostavat eläimet ja hän ottaakin vaimonsa sukutilan haltuunsa. Maaseudun kierto toimii tekniikan varassa. Arjet ovat työteliäitä, vaikka kameravalvonnan monitori korvaakin monet kiertokäynnit navetassa. Koneet eivät kuitenkaan korvaa sitoutumista työhön: yhden on aina oltava paikalla. Vaikka lypsyrobottia ei vielä ole, kaikki on viimeisen päälle koneellistettua.

Tilamme on siirtynyt luonnonmukaiseen viljelyyn jo edellisen sukupolven aikana... siinä on maaseudun tulevaisuus. // Minun on oltava valmis jatkuvaan kouluttautumiseen. Nyky-yhteiskunnassa ei vanhalla tiedolla pärjää yhtään missään. // Tulevaisuuden maatalousyrittäjän kannattaa opiskella agrologiksi, varsinaisen opiskelu tapahtuu korkeakoulussa.

Luonnontuntemus, tuottaminen eläinten ehdoilla, eläinten käsittelytaidot ja sairaseläinkuljetukset haastavat; ne ovat tiedolla hallittavissa.

Nuorten naisten käsissä maatalouden jatkaminen saa muitakin kuin teknoutopian piirteitä. Feminiiniseen agraariutopiaan liittyy usein jokin ”softinpuoleinen” lisäpalvelu – vaikkapa juuri maatilapäiväkoti, kuten savonlinnalaisen Alisen aineessa vuodelta 2004. Elämäntavan on oltava kurillinen, mutta naisinen harkinta ja uhrautuminen ovat miehiä monipuolisempaa, kuten otsikko ”Nuoren yrittäjän kehittävä maatilapäiväkoti” osoittaa. Elämänlankojen, oppimisvaiheiden, koulutuksen ja perhesuhteiden tulee kuitenkin olla mallillaan. Järjestys monipuolisten palvelujen tilalle tulee pedagogista ja sen disiplineista: tulee huolehtia maatilapäiväkodin lapsi-asiakkaiden kasvatuksellisista rajoista, turvallisuudesta, rauhasta, luontosuhteesta ja sosiaalisista kontaktipinnoista. Silti lasten on saatava pysyä lapsina, vaikka kotitöihin opetetaan ja itsenäisyyttä odotetaan. Liikuntapäivä ja kirpputori keventävät pedagogista ohjelmaa. Samalla ammattilaisen on opittava omista rajoistaan: ei saa jämähtää paikoilleen. Voi ottaa yrittäjäkumppanin, jotta dynamiikka ja ideat pursuaisivat.



Yrittäjän utopia lähenee, varsinkin tyttöjen kirjoitelmissa, vanhoja yhteisöllisiä utopioita, joissa yritys ja yhteisö lyövät kättä. Yhteisölläiset voivat tuotteistaa palvelujaan ja käydä muuallakin töissä; 1960-lukulainen tiukkuus työn ja työnjaon muodon suhteen on poissa 2000-luvun ”sosiaalinen onnena” -ajattelusta.

”KOLMAS YRITYS” ON TÄÄLLÄ TÄNÄÄN

Monikulttuurisuutta ei tarvitse etsiä postmodernin kirjallisuuden ”ei-paikasta”. Se lurkkii nurkan takana. Pizza-, thairuoka- ja kebab-ravintolat ovat tulleet Suomenniemelle jäädäkseen. Tyttö Lahdesta (v. 2005) pitää pizzerioita jonkinlaisina kulttuurisina airuina: monikulttuurisuutta voi haistella ja opetella rohkeiden maahanmuuttajayritysten kautta. Maahanmuuttajaravintoloitsijoiden haaste hämmäläisyrytysten suuntaan on syntynyt, värikkäiden mainosvalojen taakse liittyy lahtelaistytön mukaan outo viehäytys ja toisen kulttuurin kosketus. Mutta vain loistevalojen määrä yhdistää näitä alakulttuureja. Varoituksen valot syttyvät hiljalleen aineen myötä: suomalaisuus voi tulla myös uhatuksi, liikaa ei tule kulttuureja ”miksata”. Eläessään globaalimaailmassa rinnan muiden kulttuurien kanssa suomalaisnuori on pikemminkin varovainen kuin avomielinen. Lahjakkaat tytöt kantavat suvaitsevaisuuden viitan ja tuskan. (Empiirisestä taustasta ks. Paakkunainen & Myllyniemi 2007, 35.) Kyseisen aineen tyttö katsoo tätä sivusta. Kirjoittaja jää kuitenkin varovaiseksi. Ehkä etnisten ravintoloiden tarjonnan tulisi jäädä nykyiselleen, sopivasti piristämään ja monipuolistamaan palvelutarjontaa Suomessa:

Jo pelkkä paikka ja sen erikoisala kertovat paljon omistajan kotimaasta. Pitsa- ja kebabravintoloiden pitäjät tulevat usein Arabimaista, thairuokalojen omistajat tulla esim. Intiasta. // Lempikahvilani on erään maahanmuuttajan pitämä, kauppakeskuksen thaikioskista saa juuri ne ihanan rapeat kevätkääryleet ja se taivaallinen italialainen jäätelö löytyy siitä italialaisesta ravintolasta. // Ulkomaalaisten pitämät liikkeet antavat lisää valinnanvaraa ja mielenkiintoisuutta jokapäiväisiin ostosmatkoihin. Tuskin koskaan ne nousevat yhtenä rintamana merkittäviksi kilpailijoiksi kotimaisille ketjuille ja ulkomaisille suuryrityksille. Mutta se on jo nähty, että jos on muut laudalta lyövä idea ja innokkuutta kehittää sitä, pärjää maahanmuuttajakin kilpailussa kotimaisen yrityksen kanssa. Hienointa on se monikulttuurisuus, joka varovaisesti yrittää ujuttaa jalkaansa Suomi-neidon oven väliin. Mahtavaa on, kun pääsee makumatkalle aivan omilla kotikulmillaankin!

”Monikulttuurisuuden” arvo on kulttuurissa otettu tosissaan silloin, kun itse maahanmuuttaja tai hänen jälkeläisensä pystyy ilmaisemaan ideoitaan omintakeisella tavallaan – siis itse asiassa yrittämään. Kun ihmisiä ei yksinomaan sopeuteta valtakulttuurin, jää tilaa kulttuurien väliselle oppimiselle, ”kolmannen” arvomaailman löytymiselle. Yritysmailmassakin on tästä merkkejä. Mstoi Hasrat Espoosta kirjoittaa tekstin, jonka mukaan juuri yritystoiminta voi olla monikulttuurisia projektejakin väkevämpi keino murtaa suomalaista, monistista olemisen tapaa. Omintakeiset yrityspalvelut luovat ja itsepintaiset maahanmuuttajat yhdistävät oman tuotteensa ja suomalaisen yleisön odotukset. Hiukan sekavalla, mutta huikean abstraktilla kirjakielen tasolla Mstoi käy läpi lähipiirinsä palveluyrityksiä ja peilaa niitä suomalaista – hänen katsannossaan avonaista ja tukevaa – yritysilmapiiriä vasten. Suomessa on mahdollista yrittää toistenkin kulttuurien pohjalta. Sille on viime vuosina suotu erilaisia polkuja ja turvallista taustoitusta. Hän pohtii maahanmuuttajakontekstin kautta ”mykistäviä ideoita”, rahoitusongelmia ja yrittäjäkursseja pelkojen voittamiseksi. Kynnysten lisäksi hän muokkaa reilun pelin sääntöjä, joilla monista ristiriidoista ja isojen firmojen tuomista keskittymisongelmista voidaan päästä eroon. Herkästi ja omintakeisesti Mstoi tunnistaa yritysaktiiviteettien ylä- ja alamäkiä sekä turvallisen ympäristön ja henkilökohtaisen intention merkityksen sukeltaessa epävarmaan yritystoimintaan:



Mistään ei ole haittaa, mistä yksiselitteisesti oppii. Ne antavat ja tuovat saavutuksiin uusia virikkeitä ideoiden hyödyntämiseksi, mikäli tulevaisuudessakin löytyy intoa perustaa esim. jokin yksityinen liike, pieni tavaratalo, kioski tai palvelualaan liittyvä yritys omalla nimellään. Hyväksyttävä liikeidea ei sellaisenaan tule välttämättä lupaamaan vain myönteisiä voitonhetkiä. Yritys joka ei heti alkuun menesty tai se ei ole kannattavuuteensa nähden kovin lupaava sen suhteen mitä itse on siltä odottanut. Taipumus tällaisiin tilanteisiin ei kuitenkaan herkeämättä päättää toimintaansa. On oma suhtautuminen siihen, miltä asenteelta lähtee yritys- ja liikemaailman sääntöjä noudattamaan. Voi olla niin hyviä kuin huonojakin puolia etuisuuksiin nähden, joissa kärsivällisyys ja rohkeus ennen kaikkea palkitaan. Näissä toimissa perusedellytykset nousevat selvästi tarkkoihin arvoihin tuoden näin mukanaan tiukkoja sääntöjä noudatettavinaan. Sen asettaminen sijoilleen reilut pelisäännöt antaa kuitenkin vastinetta varautua näin ennakolta odottamattomiin yllätyksiin. // Ei ole epäselvää myöskään, etteivätkö suuret yritykset olisi keränneet ympärilleen jatkuvasti uusia sidosryhmiä, joita pitkin se lähtee vakiinnuttamaan jo ennestään tuottavaa voittoa, mutta on hyvin tärkeää, että reilut ”pelihenget” tunnetaan pääsääntöisesti ja näin pyrkiä myöskin tuottamaan ja kehittämään entistäkin uusia vaihtoehtoja ja mahdollisuuksia asiakkailleen. Vähäpätöisetkin ongelmatilanteet synnyttävät usein epäluuloja yrityksensä onnistumisen suhteen. Mutta miten pitkälle tähtäimelleen asetettu henkilökohtainen päämäärä tulee onnistumisensa myötä kantamaan voittoa turvaa. Positiivinen yhteistyökyky on ensisijaiseksi eduksi myöskin menestymisen suhteen. // Mielenkiintoa herättävä asia on, että yrittäjäksi voi ryhtyä kuka tahansa myös Suomessa tietäen ja tuntien samalla, että pärjääminen omalla toimialallaan auttaa myöskin ymmärtämään tilanteensa tarkoitusta. Kuka tahansa, jolle tavoitteellisuus ja pakkomielle sukeltava liikemaailman tuomiin päämääriin ja vaikuttaen näin omiin henkilökohtaisiin päätöksiin tutussa ilmapiirissä. (”Yrittäjyys – kannattaako se?”, espoolainen Mstoi Hasrat, v. 2006.)

YRITTÄJYYDEN UNIVERSAALI LOGOTERAPIA

Kolmas maailma on paikka, jossa herkäät, eettiset kirjoittajat voivat myös pohtia yrittäjyyden asenteen rajoja, pohtia pelkistetyksi yrittämisen eksistentiaalisia ehtoja. Köyhäkin tarpeisto tai niukkuus voi antaa tilan ja mahdollisuuden nähdä puutteen yli – yrittää. Maailmantuskaisen kulttuurin reunan näyttää meille jyväskyläläisen Steiner-koululaisen, Siljan, kirjoitus ”Uskon omaan unelmaan” (v. 2004). Kilpailun arvioijan kommentti on tyhjentyä: ”Teksti on poikkeuksellinen ja järkyttävä pohdinta sotien, sairauksien ja nälän runtelemasta maailmasta. Kirjoittaja tekee tiliä ihmisen mahdollisuuksista yrittää luoda parempaa maailmaa kurjuuden keskelle. Synkkien näkymien keskeltä pilkahtaa kuitenkin toivo.” Kirjoittajalla on yhtäältä utooppisen toivon periaate, ajatus ”ei vielä toteutuneesta yrityksestä”, mutta toisaalta hän on tekstinkäänteissään logoterapeutti: äärimmäisessä hädässä ihminen voi tuhoutumisen rinnalla nähdä jonkinlaisen pienen valon, ja juuri sillä hän selviää:

Minua pakotti myös tieto siitä, että joka oli monen, aivan liian monen herättävä tietämättä, mistä saisi ruoan uudelle päivälle – vai saisiko sitä. Joka päivä joku nääntyi taakkansa alle tietämättäkään ihmisoikeuksista. Joka päivä arvailtiin, kuinka kauan sota vielä kestäisi, ulottuisiko se ehkä joskus omaan kyläänkin, hävittäisi kaiken toivon selviytymisestä. Mutta aina puhuttuihin myös sodan ja tuskan loppumisesta, toivottiin apua nälkään, sairauksiin, kaikkeen puutteeseen. Joka päivä odotettiin armahtavaa sadetta ja ihmettä, joka tekisi lopun kärsimyksistä. Sellaista ihmettä odotettaessa oli kuitenkin yritettävä, yritettävä niine eväineen, jotka oli annettu – ehkäpä jonain päivänä...



RISKIKOKEMUS MAAILMASTA

VIEKÖ RISKI VAI TARTUTAANKO SITÄ NISKASTA?

Tässä pääkappaleessa pohditaan rohkeasti nuorten kokemia epävarmuuksia ja riskejä. Tausta-ajatuksena on se, että nuorten yrittäjäyys tai yrityksen perustamisaike ovat 2000-luvun Suomessa vaativia valintoja. Nuoret joutuvat itse kohtaamaan sekä omia että yhteiskunnallisia kilpailu-, epävarmuus- ja riskitilanteita. Myös koulukirjoitusaineistossa nousee esiin tämä rohkeus riskien edessä. Riskit nähdään myös oppimisen paikkoina. Vaikka nuoret kirjoittajatkaan eivät pidä lapsuutta tai nuoruutta liian isojen riskien kohtaamisen vaiheena elämässä, he saattavat kriittisesti tai romanttisesti käsitellä itsestäänselvyyksiä ravistavia elämäntilanteita. Utukuvainen elämän haasteista oppiminen tarkoittaa riskien kohtaamista, *Carpe diem*-ajatusta ja siihen tarttumisesta nauttimista. Tällöin on tietenkin kyse sopivankokoisesta epävarmuudesta, ei elämän hädästä. Kun riski herättää ihmisen eloon, voimaansa, hän ei välttele vastuuta eikä jätä sitä muiden käsiin:

Makasin nurmikolla katse suunnattuna kohti taivasta. Aurinko liikutteli säteitään kasvoillani, joten pidin silmäni suljettuina. Nautin kesäpäivästä täysin rinnoin. // Tuhannet ajatukset sinkoutuivat minua kohti, kun muistin haasteeni hoitaa siskoni rippijuhlien tarjoiluhuollon. // Tämä oli kuitenkin ensimmäinen todellinen tilaisuuteni näyttää, mitä osasin, ja ennen kaikkea päästä tekemään juuri sitä, mitä kaikkein eniten rakastin. Nousin jaloilleni ja astelin sisään. Päivä tuntui sillä hetkellä elämäni onnellisimmalta. (Kajaanilainen Hanna, v. 2005.)

Epävarmuudesta ja riskistä (kontingentista) oppiminen käy monien kirjoittajien mukaan elämänpituisesta projektista. Fortuna-jumalatarta kositaan mukaan kertomuksiin. Mutta häntä ei huudeta apuun ratkaisemaan kaikkea – paitsi joidenkin poikien humoristisissa utopioissa. Epävarmoista rakenteista ja asioista oppimiseksi ja elämän yrityksessä onnistumiseksi tulee tunnistaa – ikään kuin psykoanalyttisesti – elämän epävarmuuden hetket, elämäämme mullistavat tapahtumaketjut ja niiden alut, sattumat, ajatukset, eleet, tuoksut ja maut. Onnistumisten ketju tai jonkinlainen onnistuneiden hetkien jälkiviisas, voittajien historia, ottaa helposti vallan. Kajaanilainen Hanna jatkaa varoittamalla:

Emme muista niitä pienimpiä epätoivon pilkahduksia matkan varrelta, kun tavoite, johon pyrimme, on saavutettu. Väsymys, epävarmuus ja riitatilanteet vaipuvat kauas ajatustemme ulottumattomiin. // Kaikki, mitä teemme elämämme aikana, juontaa jotenkin juurensa lapsuus- ja nuoruusajoistamme. Näin jälkikäteen ainoa keino saada tapahtumien väliset muistityhjiöt täytettyä on siis palata omiin lapsuusmuistoihin.

RISKI – YHTEISKUNNAN JOKAPÄIVÄINEN HAASTE

Näitä epävarmuuden ja riskien (kontingenttien asiointilojen) kohtaamisia ei ole haluttu nähdä hierarkkisina siten, että kilpailutilanne ja epävarmuuskokemus olisivat riskikokemuksta vähemmän hallittavampia tai vähäisempiä. Tutkijan lähtökohtia on elähdyttänyt riskiyhteiskunnan teoria (esim. Beck 1993; 1997; Beck & Beck-Gernsheim 2002), jossa jokainen yksilö ja ammattiryhmä joutuvat omalla tavalla riskitilanteiden ja vastuullisten ratkaisujen eteen. Yksityisen ja yleisemmän haasteen erottaminen on siten vaikeaa. Kyse ei ole vain yksilötoisesta taloudellisesta vastuusta vaan myös yhteiskunnallisesta vastuusta. Taloudellinen ja yhteiskunnallinen kunnia liittyvät yhteen. Ne myös usein edellyttävät toisiaan.



Toisaalta harkintaa vaativien asioiden luonne on muuttunut siten, että ne ovat jatkuvasti aukinaisia ja riskisiä: niitä ei voi millään rationaalisella toiminnalla hallita täydelleen. Riski ei merkitse vain spekulatiivista asennetta, vaan aktiivista harkinnanvaraista elämistä niiden kanssa ja niiden aktiivista, harkinnanvaraista (refleksiivistä) kohtaamista. Esimerkiksi globaalien talouden haasteet, ekologiset riskit ja tulostuon tuikat periaatteet antavat meille kuvan jatkuvien epävarmojen haasteiden maailmasta, jossa yksilöidenkin on osattava vastata riskeihin. Ei auta, oletko pappi, tutkija vai yrittäjä: henkilökohtaisestikin on vastattava avonaisiin haasteisiin tai yhteiskunnallisiin riskeihin. Yhteiskuntanormit tai yhteiskuntasopimus, valtio, eivät enää takaa yksinkertaisesti annettua perusturvallisuutta. Yleensä nuorten elämänsuunnittelun nimissä liikkuva tutkimus on aika konservatiivista; se tarrautuu järjestykseen ja hallintaan. Se hahmottaa nuorten valinnat elämää linjoittavina ratkaisuihin, joissa minimoidaan epävarmuudet ja riskit (esim. epävarmuutta ja riskejä monipuolisesti refleктоiva Erola 2004, 82–88). Taloustieteen yleisesti järkipärisissä malleissa riskin välttäminen on jopa (utilitaristista) hyödyntavoittelua ja oman edun optimointia tärkeämpi selitystekijä (Tversky & Kahneman 1991).

Riskejä voidaan elämässä kohdata eri tavoin. Voidaan kuvitella niiden täydellisen voittamisen, välttämisen tai likvidoinnin muotoja. Samoin voidaan esittää paradigma ihmisestä, joka osaa ja haluaa pelata tällä riskillä, jolloin riski on osa elämäntapaa. Jo Max Weber puhui aktiivisesta maailmaan vaikuttamisesta ja politiikasta juuri pelitaitona, jossa pelataan epävarmuudella, riskillä. Aktiivisen epävarmuuden hyväksikäytön vastakohta on siis alistuminen, joka voi olla seurausta esimerkiksi riskisessä kilpailussa häviämisestä ja itsesyytöksistä. Turvattomuuden ja avuttomuuden kokemus (Niemelä 1991) voi tietenkin seurata epävarmuudesta ja elämän isoista riskeistä. Epävarmuuden sietäminen voi tulla rajoilleen, jolloin epätoivoiset yhteiskunnalliset ja henkilökohtaiset ratkaisut voivat olla ajankohtaisia. Riskien kohtaamisen tapa viittaakin tässä monenlaisiin tapoihin: riskien välttämiseen, itsetuhoisiin ratkaisuihin niiden edessä tai ajamana, (pois)suunnitteluun, hallintoihin, riskien kanssa tasapainoiluun, pelaamiseen tai sen (mykälle) pakolle alistumiseen tai reagointiin tämän pakon edessä. (Paakkunainen 2001; Palonen 1994.) Tämä kappale perustelee myös seuraavan kappaleen yritystä analysoida riskioppimisen mahdollisuuksia: kuinka epävarmuudessa voidaan oppia uusia asioita, elää jatkuvan riskin kanssa, käyttää sitä hyväksi? Samoin tässä jätetään sivummalle irrationaaliset (lentäminen, ventovieraiden kanssa puhuminen, iltaisin liikkuminen) ja syntiset (päihtet, satunnainen seksi ja rahapelit) riskit (vrt. Erola 2004, 87–88).

RISKIN YLI VAIKKA VÄKISIN

Tytöt pelaavat yrittäjän riskit ja rajat, yrittäjäkohtalon, kuolemasuhteen ja uhkapelin toisin kortein. He kohtaavat tai nimeävät usein fataalin riskin tai lopullisen kriisin (ks. myös jäljemmissä luvuissa olevat pohdinnat 1990-luvun laman varjoista). Juonenkehittely tai tekstin ratkaisut kuitenkin sallivat jossittelun ja oppimisen: lopulliselle vainiolle ei joudu, jos on harkinnut ratkaisuja. Ne voivat olla traditionaalisia ja aika konservatiivisiakin. Petra Kotkasta (v. 2006) rinnastaa hurjin tavoin yrittäjyyden haaksirikosta isompaan – taiteenkaltaiseen uhkapeliin. Sen välttämiseksi tarvitaan, mitäpäs muuta kuin suunnitelma, jolla riskiä supistetaan ja muokataan. Hän unelmoi esteettisestä pukutaiteen tuottajasta: ”Tuotan tulevaisuudessa mallistoja Pariisin catwalkeille, hulmuavia hamosia, hentoja helmoja, herkkiä värejä ja hauskoja yksityiskohtia.” Lopulta hän vielä toteaa:

Päästäkseen korkealle on otettava vauhtia. Suunnan olen jo löytänyt, nyt minun on vain kuroteltava sitä kohti. Mutta kuten tiedetään, avaruussukkula saattaa räjähtää tullessaan maapallon ilmakehään, jos siinä on jokin vikana. Yrityskin voi kaatua, jos sitä ei ole alun perin hyvin suunniteltu. Siksi yrittäjä tarvitsee suunnitelman.



Tiina Oulusta kertoo vakavan tarinan miehistä aineessaan ”Yritä vielä kerran poika” (v. 1989). Tarinan katala pankinjohtaja on kateellinen taitavalle kirvesmies-isälle, jonka suoraa, sisukasta ja rehellistä linjaa Antti-Poika haluaa jatkaa. Vääryydet koetaan selkä suorana, vaikka epäilevät asiat, kuten kateus, olisivatkin jumalan luomia. Lisäverot, lainanmaksut kasaantuivat ja niillä painostettiin, ja ”piru vikitteli hirttämään itsensä puuhun”, mutta Antti selviytyi säästään ja vaimon työllä veloistaan ja nousi taas tekemään kuntaan terveyskeskusta. ”Ei tullut töistä mitään, ellei ollut Luojan siunaava käsi turvana. Antti otti uunin päältä koivuhalon ja alkoi vuoleskella kirvesvartta.” Lopputulomassaa palataan taivaan ja maallisen isän linjalle, turvaan. Uskonnollisia ratkaisuja löytyy lukuisia *Yritys Hyvä* -kilpailun ensimmäisen vuosikymmenen ajalta. Jumala ei ole täysin poistunut aineteksteistä, mutta nyttemmin vuorovaikutus perustuu keskusteluun ja neuvotteluun – hän ei määrää kaikesta.

Yritys Hyvä -kilpikirjoituksessa kiehtovat riskit eivät aina ole maan ja taivaan dikotomiaan perustuvia, yhteiskunnallisen tai taloudellisen maailman ilmiöitä. Ne voivat olla myös hedonistisempia, taloudellisen nousun tai kuluttamismahdollisuuksien sävyttämiä kuvauksia, poikamaisia ja kujeellisia pelejä ja juoksutuksia. Kirjoittajat ovat näissä teksteissään useimmiten liikkeellä myös ”ketunhätä kainalossa”. Yrittäjäammateissa saattaa joitakin nuoria – ”meitä kokemattomia peruskoululaisia” – kiehtoa myös niiden yllätyksellisyys ja hauskuus. Timo (v. 1994), kertomuksen maansiirtoalan yrittäjä toisessa polvessa, kertoo räjähdysaine-ekspertistä. Tämä panostaja laittaa dynamiittipötkön makkaratikkuun ruokailuhetken nuotiotulella, jolloin muut ”ampaisivat nuotiopaikalta, niin lujaa kuin pääsivät... kyllä kaikilla naurua riitti, kun panostaja selitti, ettei dynamiitti räjähdä polttamalla”. Itsetarkoituksellinen pelillisyyttä, *fun-for-fun* tai ”jännää olla pitää” -ajatus voi viedä joskus kirjoittajaa, jolloin riskien kohtaaminen ei ole laisinkaan vakavassa kuvastamisessa.

Kertomuksen alaotsikoksi saattaa nousta seikkailu, riskin ja epävarmuuden hallinnan hedonismi, kevyt hauska. Teksteissä riskejä kohdataan väliin kepeällä utopismilla. Oululaisen Miikan aineessa ”Suuria suunnitelmia” (v. 2004) poika kerää viikkorahoja ja tekee lapsenmallisia palveluita aikuisille. Hän laajentaa hieroja-bisnestään Roope-sedän aforismin inspiroimana:

// yhdessä markassa on miljoonan alku // aikoisin isoksi tultuani muuttaa New Yorkiin ja ryhtyä hieromaan vain hyvännäköisiä ja rikkaita naisia, mikä kieli liiasta ”Kauniitten ja rohkeiden” katsomisesta. Yrittäminen [korttibisnestä, jääkiekkomailoja, KP] on helppoa: pitää vain keksiä asia tai palvelu, jota ihmiset tarvitsevat ja luulevat tarvitsevansa. Yrittämisessä saa olla itsensä pomo ja ehkä jos hyvin menee, pääsee pomottamaan myös muita. Mikäpä olisi sitä mukavampaa.

Tekstien keskiöön nousee tosin yllättävän usein myös vakava riski yrittäjälämän ja yhteiskunnan paradigmana. Yhteiskunnallisen ja oman sosiaalis-taloudellisen epävarmuuden ja riskin kokemusten yhteiseen tarkasteluun yllyttävät myös *Yritys Hyvä* -kilpikirjoituksen aiheet ja niiden yritys- ja yhteiskunta-aivoituksia sekä henkilökohtaisia pohdintoja syntetisoivat kirjoittamistavat.

KUINKA IHMINEN TAIPUU GLOBAALIEN JA YKSILÖLLISTEN RISKIEN EDESSÄ?

Seuraavat tarkastelut (ks. kuvio 3 ja taulukko 2) osoittavat, että epävarmuutta ja riskejä koetaan vahvimmin hyvin yleisten ja maailmallisten riskien suunnassa. Ympäristön kannalta kestävä elämäntapa, globaali kilpajuoksu halvan työvoiman perässä (Kiina-ilmiö), talouden ja markkinoiden liiallinen valta sekä väestön ikääntymisestä seuraava niin sanottu eläkepommi hallitsevat nuorten epävarmuusmaisemia. Toimeentulon ja työn kysymykset sekä omien henkisten voimavarojen kestävyys tulevat riskisinä aihealueina lähemmäs nuoria vastaajia itseään. On tietenkin merkillepantavaa, että joka



neljäs nuori kokee yhteiskunnan haasteet sillä tavoin horjuttavina, että henkilökohtaiset henkiset voimat asettuvat koetukselle: yksilö tulee vaatimusten kohteeksi ja joutuu itse toimimaan stressioloissa, voimavarojen rajoilla. Tällainen stabiiliuden puute tai jännitys koetaan keskimääräisenä nuorten keskuudessa. Sen sijaan opiskeluun ja ihmissuhteisiin liittyvät seikat näyttävät joutuvan kriittiseen – riskiseen ja epävakaiseen – asemaan nuorten vastaajien kokemuksissa vain vähän.

Näiden kolmen erilaisen kokemustason epävarmuuksista puhutaan paljon. Globaalit rakenne- muutokset puhuttelivat nuoria esimerkiksi Kiina-ilmion kautta juuri vastausajankohtana (ks. media-analyysi s. 150–159), työhön liittyvät kilpailu- ja stressitekijät ovat olleet julkisuudessa jo monta vuotta, psyykkis-sosiaaliset ihmissuhde- ja opiskelumaailman mieliala- ja stressiongelmat ovat myös olleet koulukeskustelun ja median tapetilla. Silti nämä kolme epävarmuuden kokemisen tasoa erot- tuvat myös tässä empiirisessä aineistossa, kuten muissakin lähiajan nuoria koskevissa kartoituksissa (vrt. Erola 2004¹⁸; Erola & Räsänen 2000).

Tätä eroa henkilökohtaisten riskien vähäisen ja isojen riskien vahvemman noteeraamisen välillä on selitetty sillä, että nuorilla on juuri globaali- ja yhteiskuntatason riskeihin lähes mahdoton vai- kuttaa itse. Toisaalta he voivat ajatella, että juuri ihmissuhteet, suvaitsevaisuusarvot ja arkiset, mutta hikiset, opiskeluasiat ovat jotenkuten heidän omassa hallinnassaan, riippuvaisia omista teoista ja valinnoista. Samalla on korostettu, että esimerkiksi tilastollisilla monimuuttujamenetelmillä nousee selvästi erikseen esiin toisaalta yhteiskunnallinen ja toisaalta yksilöllinen akseli: ”Mitä enemmän muuttuja viittaa yhteiskunnalliseen epävarmuuteen, sitä vähemmän sillä on merkitystä yksilöllisen epävarmuuden aiheuttajana ja päinvastoin” (Erola 2004, 85).

Myös tässä aineistotarkastelussa yksilöllinen ja yhteiskunnallinen nuorten kokema epävarmuus- ja riskikokemus erosivat toisistaan, mutta tässä ei oteta yhtä tiukkaa kantaa siihen, mitä epävarmuu- den ja riskien liittäminen näihin asioihin tarkoittaa. Kokemuksia ei haluta yksinomaisesti palauttaa (reduoida) ongelmiksi. Kyse on myös nuorten tavasta avata näitä riskisiä taustatekijöitä arvottavan, yhteiskuntavastuullisen ja jopa poliittisen tarkastelun alaiseksi. Kun riskiset tai kiistanalaiset asiat – jotka epävarmoina eivät ole kenenkään hallussa tai määräysvallassa – avataan, se ei tarkoita, että nämä asiat olisivat yksinomaan taudinkuvia, ongelmia tai epänormaaleja tiloja. Riskien tunnistaminen ei ole myöskään epäjärjestyksen tai yhteiskunnallisen työnjaon (disfunktionaalisuuden) ja vastuulli- suuden puutteen suora ilmaus. Riskiyhteiskunnan teorian hengessä ajatellaan, että elämä riskien ja niiden harkinnan ja ratkaisujen kanssa on enemmänkin yhteiskunnan ”normaalitila”. Vastuullisuus ja yhteiskunnan välttämättömän tasapainon löytäminen tapahtuu yhteisen ja vaativan riskikeskus- telun kautta. Esimerkiksi pätkätyöläisen tai aloittelevan yrittäjänuoren arki tai ilmastonmuutokseen vaikuttaminen ovat ”normaalisti kriisissä” olevia asioita.

Huikimmillaan ajatus yrittäjämällisen elämäntavan ja -biografian yhdistämisestä maailmaa poh- tivaan, jopa eksistentiaaliseen ajatukseen, on euralaistytön sukupolviteeseissä. Mieli ja korvat täytyisi pitää oikeaan aikaan kuulolla ja silmät sopivalla tarkkailuetaisyydellä, kun jotain mielenkiintoista on tekeillä. Lääkis-opiskelija Tampereella (jutun kertojaminä) perustaa lehden, journalistisen yrityksen, pohtimaan, onko käynnissä uuden sukupolven elämänarvojen jatkuva murros vai onko sokraattisilla kysymyksillä jatkuvuutta olemisen ja ihmisyyden eksistentiaalisessa mielessä. Filosofinen inspiraatio rekrytoi ystäviä mukaan ja tunkee markkinoille. Lähtökohtana oleva teesi ”Sukupolvi-X:stä” mate- rialisoituu sukupolven kirjallisen tuotannon esittely-yritykseksi. Mallikuningattaret eivät riisuudu lehden kannessa. Sen sijaan ei-pinnallisten ja arvokkaiden, tavallisten ihmisten tarinat ja yleisöt täyttävät journalistisen tilan. Puskaradio, vapaaehtoiset ja mainostajat ovat jo lupautuneet mukaan, takaajia löytyy – ja pankkisopimus. Tienvarsimainokset ja maakuntaradio paikallistelevisi- on kanssa ovat hengessä ja markkinointikoneistossa mukana: ”... minä osaan, minä pystyn... kun lopulta saa tilaisuuden todeta samat kaksi edellä mainittua virkettä imperfektissä, ei riemulla ole rajoja.” (”Sukupolvi X – oma lehteni”, euralainen lukiolaistyttö, v. 2002.)

Yritteliäs nuori ei siis ole luonnollisesti tasapainossa oleva olento tai luontokappale. Ideaalisuus ei



toimi jutuissakaan. Riskit ja innovaatiot, konkreettiset visiot, voivat pitää yksilön hengissä. Itsellinen taipumattomuus on normaalia riski-ihmisen elämässä. Riskikokemuksen metafora tulee nuorille kirjoittajillekin usein luonnosta. Pohjalaiselle Antti-Jussille (v. 2001) suo ja suokasvi käy komeasta yrittämisen kielikuvasta. Samalla tulee esiin ero yrittäjänuoren ja luontokappaleen välillä. ”Suo suomalaiselle suo” -nimisessä aineessaan peruskoulunuori sitoo suon eri elementein – tunnelmalla, huolella, historialla, kesäteatterinäytelmillä, häipyvällä hyötykäytöllä, lintujen tarkkailupaikan rakentamisvisiolla sekä mesimarjahillo- ja tupasvillatakki-tuotteilla – yhteen konkreettiseksi yritysutopiaksi (konkreettisesti utopiasta abstraktin vastapainona, Bloch 1985). Puolipiruillaan kirjoittaja vielä lisää, että talvella voidaan vielä viettää ”Suksi suolle” -tapahtumaa yhdessä yrittäjien kanssa. Lopputulema on humanistinen, ihmisen sirkeyttä puolustava: ”Suolla valkea tupasvilla taivuttaa hennon tupsunsa tuulesa. Keltainen lehti kieppuu alaspäin. Sen yritys selvitä hengissä ei onnistunut. Toisin on minun laitani. Taivun, mutta en taivu”.

ISOISTA ONGELMISTA JA ARVOKYSYMYKSISTÄ HALLINTAJÄRJESTELMIEN MUUTOKSIIN

Yksilö, jolla on yrittäjäkutsumus, avoimuus epävarmuudenkin keskellä, joutuu tai pääsee vaikuttamaan elämänhaasteisiin arvoillaan ja riskioppimisellaan. Jatkossa pohditaan, mitä ja minkälaisen harkinnan avulla nuoret voivat aktiivisesti tehdä jotain asioiden ratkomiseksi. Seuraavissa tarkasteluissa (ks. kuvio 5 ja taulukko 2) on nuorilta kysytty kantoja myös arvojen kehityssuunnista: puhutaan sosiaalisista, pysyvistä, järjestys- ja suvaitsevaisuusarvoista. Arvopessimismi, arvotyhjiö tai äärimmäinen epävarmuus arvojen sirpaloitumisen tai kylmyyden keskellä ei ole vallalla. Joka kolmas nuori (30 %) on hyvin tai melko paljon huolissaan sosiaalisten arvojen rapautumisesta ja sen mukanaan tuomasta epävarmuudesta. Samalla tavoin pysyvien arvojen sirpaloituminen (29 %) koskettaa nuorten arkea. Lain ja järjestyksen arvojen tai rakenteiden uhat eivät edellisten tapaan luo epävarmuutta nuorten keskuudessa (21 %), vaikka monissa arvotutkimuksissa ”epävarmassa Euroopassa” juuri nämä arvot ovat nuorten maailmankuvan keskiössä (EUYOUPART 2006). Näille ”*Law and Order* -arvoille” vastakkaiset epävarmuustekijät – suvaitsevaisuuden ja moniarvoisuuden rapautumiset – tuntuvat riskisinä vielä pienemmän vastaajajoukon keskuudessa.

Yhteiskunnassa on erilaisia hallintajärjestelmiä, joiden kautta voidaan ajatella osallistuttavan yhteiskunnalliseen ja taloudelliseen hyödyke-, palvelu- ja sosiaalisten ratkaisujen ongelmalliseen tuottamiseen. Yhteiskunnallis-poliittista järjestelmää voidaan jäsentää kokonaisuutena, jossa ”markkinat” (yrittäjäyys, taloudelliset riskit), ”julkinen” (kunnat, valtiot ja puolijulkiset organisaatiot) ja ”kollektiivinen” (järjestöt, yhdistykset, verkostot, kolmas sektori, vapaaehtoiset assosiaatiot) omilla keinoillaan osallistuvat sosiaalisten ongelmien ratkomiseen (Heiskanen 1977). Heiskanen mukaan kullakin ”hallintajärjestelmällä” on oma roolinsa yhteiskunnallisen epävarmuuden voittamisessa, kehityksen ja tasapainon turvaamisessa.

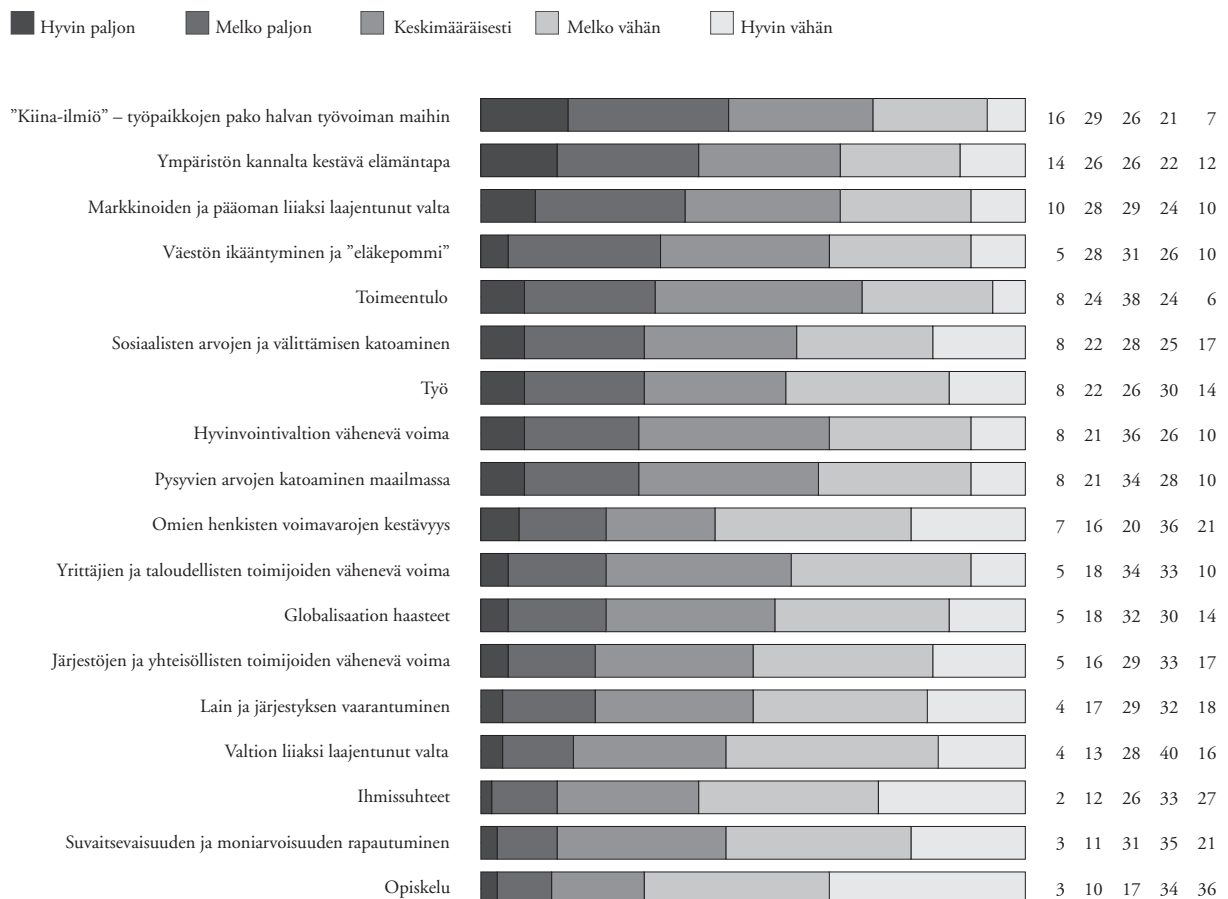
Kyselyssä otettiin ainakin väljästi kantaa järjestelmien toimintaan riskisyyden ja epävarmuuden kontekstissa. Hallinnan tavoilla on hyvin erilaiset roolit epävarmuuden ja riskien kohtaamisessa tai niiden voittamisessa. Julkinen ja kollektiivinen ovat perinteisesti reagoineet niihin riskeihin ja sosiaalisiin ongelmiin, joita markkinat ovat tuottaneet. Yhtäältä Suomessa on varsinkin 1990-luvun taitteesta lähtien ajateltu, että markkinat ja kilpailuvaltio-ajatus takaavat parhaiten järkevän talouspolitiikan ja epävarmuuksien kohtaamisen. Toisaalta järkevässä eturistiriidat huomioivassa politiikassa on nähty olennaiseksi juuri hallintajärjestelmien kunnioittaminen ja yhteistyö; näin jonkin sektorin liian suuri valta ”kokonaissysteemissä” voi myös aiheuttaa ongelmia ja epävarmuutta.

”Markkinoiden ja pääoman liiaksi laajentunut valta” oli muuttujien joukossa eniten riskitun-



teita aiheuttava seikka: 38 prosenttia vastaajista liitti siihen hyvin tai melko paljon epävarmuutta ja riskejä. ”Yrittäjien ja taloudellisten toimijoiden vähenevä voima” toi epävarmuustuntemuksia hiukan vähemmän (23 % vastaajista). ”Järjestöjen ja yhteisöllisten toimijoiden vähenevästä vallasta” (21 %) oltiin myös suhteellisen vähän huolestuneita. Melkein kolmannes (29 %) koki epävarmuutta hyvinvointivaltion vähenevää voimaa miettiessään. Toisaalta vain joka kuudes (17 %) vastaaja oli epävarma arvioidessaan väitettä valtion liiaksi laajentuneesta vallasta. Näin voisi rohkeasti tulkita, että markkinapäätöiden valta pohdituttaa nuoria merkittävimmin, se inspiroi riski- ja epävarmuuskeskustelua eniten. Julkisen (hyvinvointivaltion) rooli nähdään toisessa valossa: sen vallan supistuminen merkitsee enemmän riskiä ja epävarmuutta, eikä sen valtaotteesta olla epävarmuustekijänä huolestuneita. Vähenevä markkina- ja kollektiivisektorin valta huolestuttaa, muttei ihan yhtä lailla kuin julkisen otteen lipsuminen.

KUVIO 3. Koetko epävarmuutta ja riskejä seuraavien asioiden tai yhteiskunnallisten haasteiden suhteen hyvin paljon (1), melko paljon (2), keskimääräisesti (3), melko vähän (4) vai hyvin vähän (5)? (N=417.)





TAULUKKO 2. Nuorten epävarmuuden ja riskien kokemus yhteiskunnallisten haasteiden edessä. Rotatoitu faktorimatriisi¹⁹. (N=417.)

FAKTORI 1 Globaalit perusriskit ja huoli Suomen hallintajärjestelmistä	FAKTORI 2 Huoli sosiaalis- ekologisesta altruismista ja suvaitsevaisuudesta	FAKTORI 3 Huoli omakohtaisesta pärjäämisestä ja persoonasta	FAKTORI 4 Uusliberaali huoli kansalaisyhteiskunnan järjestyksestä
Riskikokemus:	Riskikokemus:	Riskikokemus:	Riskikokemus:
”Kiina-ilmiö” – työpaikkojen pako	Sosiaalisten arvojen ja välittämisen katoaminen	Työ	Valtion liiaksi laajentunut valta
Hyvinvointivaltion vähenevä voima	Suvaitsevaisuuden rapautuminen	Toimeentulo	Taloudellisten toimijoiden vähenevä voima
Väestön ikääntyminen ja ”eläkepommi”	Pysyvien arvojen katoaminen maailmassa	Opiskelu	Lain ja järjestyksen vaarantuminen
Yhteisöllisten toimijoiden vähenevä voima	Ympäristön kannalta kestävä elämäntapa	Omien henkisten voimavarojen kestävyys	
Taloudellisten toimijoiden vähenevä voima	Markkinoiden liiaksi laajentunut valta	Ihmissuhteet	
Globalisaation haasteet			

EPÄVARMUUTEEN LIITTYVIÄ ASEENTEITA

Aineistosta nousevia tuloksia voi tulkita yhdessä eurovertailun EUYOUNPART 2006 kanssa. Suomalaiset ovat suhteellisen sitoutuneita pienen valtion kansalliseen hyvinvointivaltioon ja katsovat sillä olevan erityinen rooli riskien ja epävarmuuden kohtaamisessa. He eivät helposti usko uuteen, liberaaliin talouspolitiikkaan, jossa markkinoiden vapauttamisen ja hyvinvointivaltion roolin kaventamisen ajatellaan nostavan hyvinvointia. Samalla nuoret näkevät, että hyvinvointivaltio on haasteiden (kilpailu, rahoitus) edessä ja yhteiskunnallisten voimien yhteistyötä tarvitaan. Erityisesti faktorianalyysin (ks. taulukko 2) latautunein faktori ”Globaalit perusriskit ja huoli Suomen hallintajärjestelmistä” alleviivaa tätä: globaalien riskien maailmassa sekä julkisen, markkinaperustaisen että yhteisöllisen kentän toimijoiden valta näyttäisi rapistuvan. Globaali, ja varsinkin talouden kiina-ilmiön kaltaiset välttämättömyydet, näyttäisivät yhdistävän epävarmuuden ja riskien tunteita kaikkien kansallisten voimien suhteen. Kriisiarvioiden käänköpuolena voidaan pitää jonkinlaista testiväitettä ”Kansalliset markkinat ovat hyvin avautuneet ja globalistuneet” (ks. kuvio 5, s. 66). Suurin osa (43 %) aineiston nuorista vastasi väitteeseen neutraalisti valiten vaihtoehdon ”keskimääräisesti”. Sen sijaan reipas kolmasosa (38 %) uskoo Suomen markkinoiden avautumiseen globaalissa suunnassa, viidesosa vastaajista (19 %) puolestaan vastasi ”melko / hyvin vähän”. Samaan aikaan globalisaatio virittää tiukkaa ilmapiiriä myös yksityisen talouden sisällä (ks. kuvio 4, s. 52). Se ei tunnu jättävän monia rauhaan tai toiveikkaaksi: melkein puolet v. 2004 barometriaineiston nuorista (46 %) ajattelee, että ”globaali kilpailu kiristää ilmapiiriä yrityksissä” hyvin tai melko paljon. Yhteensä 20 prosenttia puolestaan vastasi kysymykseen ”melko tai hyvin vähän”.

Kati Hervannan lukiosta (”Suosi eurooppalaista”, v. 2006) kiteyttää huolen pohtiessaan puhtaita suomalaisia vihanneksia Euroopan unionin laajentuvilla – mutta usein normittomilla – markkinoilla. Kirjoitus pudottelee ensin pois kaikki keskeiset kulttuuriset ennakkoluulot ja visioi Suomen puhtaan tuotannon mallisesta Euroopasta, joka olisi puolustamisen ja yhteisen puhtaan identiteetin väärtti. Lopulta hän päätyy vakaasti johtopäätöksensä:



En usko, että voisin suosia eurooppalaista samaan tapaan kuin olen suosinut suomalaista tähän asti. Siniristilippu on aina merkinnyt puhtautta ja se on ansainnut luottamuksen. Suomalaista maataloutta on tuettava enemmän, jos aiomme nauttia suomalaisista tuotteista vielä tulevaisuudessakin. Ei luovuta siitä puhtaudesta, minkä kotimaa meille tarjoaa!

Kansallinen kilpailukyky ja huoli Suomen menestymisestä ratkeaa puhtaudella, ekologisuudella, laadulla. Tämä on myös eurooppalaisen ja globaalin integraation kysymys 2000-luvulla – enää ei etsitä tätä EY:n lipusta.

Tämä selvittää myös riskien ja epävarmuuden kokemuksen taso-ongelmaa, jota sivuttiin edellä. Ryhmä nuoria haluaa konsensuaalisesti – talouden, valtion ja kolmannen sektorin kehittämällä – vastata globaaliin epävarmuuteen. Monissa nuorten yrityskuvauksissa yhdistelläänkin yhdistysten ja yritysten tai julkisten palvelujen yksityisen tuottamisen muotoja. Innovaatiot ovat usein sosiaalisia, pienyhteisöllisiä tai hyvinvointipalveluita edistäviä.

Faktorit 2 ja 3 (ks. taulukko 2) selventävät henkilökohtaisten ja sosiaalisten riskiajatuksien suhdetta. Juuri ”huoli omakohtaisesta pärjäämisestä ja persoonasta” (faktori 3) on tärkeä ulottuvuus nuorten arvokeskustelussa. Maailmassa pärjääminen on omista yksilöllisistä kyvyistä kiinni. Samalla epävarmuuden kokemus liittyy näihin samoihin voimavaroihin. Omat sosiaaliset, työmarkkinoilla ajankohtaiset ja henkiset avut ratkaisevat epävarmuuden voittamisen. ”Henkilökohtainen selviytymispeli” voisi olla toinen nimitys tälle ulottuvuudelle. Toisaalta taloudellinen fatalismi, toisaalta altruismi tai kansallinen kamppailu eivät oikein tarjoa pelastusliivejä tai motivaatiota tämän ulottuvuuden kärjelle: myös kriisit on ratkaistava itse. Sitäkin latautuneemman faktoridimension muodostaa ”huoli sosiaalis-ekologisesta altruismista ja suvaitsevaisuudesta” (faktori 2). Nuorille ovat tärkeitä keskusteluaroja ja -ulottuvuuksia henkilökohtaisten riskiasioiden käsittelyn lisäksi sosiaaliset vastuukysymykset. Arvokeskustelu on tie henkilökohtaisesta yleiseen, omista pienistä asioista yhteiskunnallisiin rakenteisiin, vastuulliseen tuotantoon.

Kuten olemme jo *Yritys Hyvä* -kilpa-aineiston perusesittelystä huomanneet, sosiaalinen ja ekologinen vastuunäkökulma tunkeutuu riskejä ja epävakaisuutta sekä kapitalismia koskevaan polemiikkiin. Vastuulliset ja pienet yritykset – tai ajatus maailmankaupasta ylipäänsä – eivät ole kritiikin kohteita, mutta ”Isot Pääomat” ovat – ja tiukasti. Lukiolaisaktiivi (v. 2005) on lukenut Naomi Kleininsa, varoittaa rajoittamattomasta kapitalismista, tulolahneudesta ja kolmannen maailman riistosta. Jollei asioita arvostella ja oteta hallintaan ”kapitalismin pääomavaltainen sokeus fuusioineen, monopolisointumisineen” voi olla itsetuhoistakin. Tässä on ehkä turha toistaa hänen oivaa kirjallista poljentoaan, joka on selvästi samaa maata kuin lahjakkaiden ja riskiyhteiskuntaa reflektoiden kilpasisariensa, jotka nostettiin esiin jo perustyylien kartoituksessa luvussa ”Kirjoitusten luonteen muutos 1980-luvulta 2000-luvulle”. Vaikka kirjoittaja muistuttaa 2000-luvun alun Marxia, hän ei riuho itseään irti kapitalismista. Se on kirjoittajan arki, jonka kanssa neuvotellaan joka päivä, ja vähän kaikissa asioissa. Hän suorastaan luettelee globaalien markkinoiden epäkohdat – pörssivaltaisen rahanjauhannan ja heikkojen kansakuntien ristiriidat, kapitalismin ja demokratian viha-rakkaus-suhteen, kassavirtojen ja oikeuskäsitysten vaihtoehtoisuuden, kansainvälisten ihmisoikeusjärjestöjen tasapainottavat vaikutukset.

”Uusliberaali huoli kansalaisyhteiskunnan järjestyksestä” (faktori 4) on kiinnostava. Se osoittaa heikohkosta latauksesta huolimatta itse asiassa aika tiukan klassisen talousliberaalin talousajattelun elävän suomalaistenkin nuorten keskuudessa. Ulottuvuudella latautuvat John Locken – liberalismien isän – ”yövärtijavaltion” keskeiset seikat: talouden vapaus ja valtion niukka turvallisuus- ja järjestysvalta. ”Yövärtijavaltion” kannattajat myös katsoivat, että paras tapa taata yksilönvapaus on muodostaa niin sanottu minimivaltio, jonka tärkeänä tehtävänä on pitää huolta siitä, että yksilönvapaus toteutuu. Muutamissa nuorten aineissa tällainen liberaali ja orgaani kansalaisyhteiskunnan taistelija ja poliittisen taloustieteen arvostelija nouseekin lentoon. Markkinoille alistutaan kaiken ehtona. Mutta yrityksen



radikaali ideointi ja kehittäminen, työpäivän rankka mutta narsistista tyydytystä hakeva pitkittäminen kaikenlaista vanhaa ajattelua ja normeja vastaan antaa elämälle suolan, valtavan onnistumisen tunteen, klassisen yrittäjärationalisuuden. Teknologiset ja rahoitustuet sekä asiakkaiden sosiaaliset lojaliteetit rakentuvat ja kietoutuvat luonnostaan tämän liberaalin ja vapaan omistajan ja yrittäjän elämänintention, kapitalismin sydämen, ympärille. Kaikki elementit ovat eräällä tavalla kilpailun edellytyksiä, instrumentteja ja resursseja.

Yrittämisen pyörittäminen on hauskaa puuhaa, jos vain hermot ja luonne kestävät. // Kilpailijoiden kanssa tapellessaan ihminen koko ajan kehittää itseään aina vaan paremmaksi. Tämän luonteen kehittyminen on erittäin tervettä ja jo tämänkin vuoksi jokaisen olisi tervettä kokeilla yrittämistä jossain vaiheessa. (”Jalostan vaaleanpunaisia lemmiä”, turkulainen lukiolaispoika, v. 2002.)

Liberaali ja moderni paatos muistuttaa perinteistä yrittäjän tulisieluisuutta. Tappelijan ja tulisielun alkuvoimaisuus ja kaihtamaton tapa suhtautua yrittäjäriskeihin tunkevat usein läpi murrosikäistenkin kirjoittajien kuvastossa. Sitäkin tahkotaan kansalaisyhteiskunnassa aika orgaanisista voimista, mutta jänteikkäiden, elämänsä yrittäjyydelle antaneiden vanhempien perintö saattaa auttaa tässä selviytymisen politiikassa, riskien ”hakkaamisessa”. Vahvuus ja rohkeus – tai hyväsydämyyskään – eivät riitä asettumaan riskien vaatimusten yläpuolelle. Yrittäjyydellä on ”pimeä puolensa”, jota ei koulutususkoinenkaan kirjoittaja halua analysoida läpi. Toisaalta se saattaisi olla ylivoimaistakin:

Minun haaveeni on käydä kennelalan koulutus, jonka jälkeen olisin valmis perustamaan oman yritykseni. En ole pelästynyt yrittäjyyden pimeitäkään puolia – minussa kytee sama tuli kuin vanhemmissani ja perheessäni. (”Samaa tulta”, kannuslainen Mira, v. 2005.)

Uusliberaaleja ratkaisuja puolustetaan myös raikkaammin ja konkreettisemmin. Tyttö Forssan peruskoulusta (v. 2002) asettuu pimeään työn tekijöiden asemaan ja ymmärtää sosiaalitukia. Hän ei jää puolustelemaan paisuneita apuja. Hän opettaa Suomea irti hämärähommista ja sosiaalituki-riippuvuuksista verohelpotusten ja järkevien laillisten tukimuotojen kautta; rahavirrat on saatava kulkemaan valtion kassan kautta: ”Suomalaiset kaipaavat kannusteita, työmotivaatiota ja arvostusta työlle. // Ihminen on synnynnäinen yrittäjä ja selviytyjä, jos sille antaa yhteiskunta siihen mahdollisuudet. Tsemppiä Suomi!”

ONKO MEIDÄT HEITETTY ”MAAILMA-YRITYKSEEN”?

Isot globaalit ja yhteiskunnalliset epävarmuus- ja riskikokemukset hallitsevat nuorten maailmankuvaa. Henkilökohtaisia epävarmuustuntoja ei koeta yhtä painavasti. Mutta kun elämää problematisoivia asioita eritellään arvojen ja yhteiskunnallisten hallintajärjestelmien tasolla, esiin nousee kiinnostavia uusia puolia riskikokemuksesta. Nuorilla on sekä arvojen että hyvinvointivaltion puolustamisessa aika ”sosiaalinen linja”. Toisin kuin monet tutkijat (esim. pääsääntöisesti Erola 2004) olettavat, varsinkin lahjakkaiden nuorten esseissä maailmankylä kohdataan; se todella tehdään tykö ja osaksi ihmisten arkea. Faktoridimensiot nostivat uskottavasti esiin sekä kansallisten ohjausjärjestelmien tahdon ja altruististen arvojen voiman. Kysymys ei ole siitä, että maailmalle voisi yhtäkkiä nuorten toimesta tehdä jotakin, että maailma vain käsiteltäisiin omissa käsissä, paperilla, ja se löytyisi sieltä. Sonkajärveläinen Sini (v. 2003) on ”osa isoa yritystä” jo otsikossaan: maailma on erilaisten toimijoiden monikansallinen yritys. Toimivaa kokonaisuutta on rankkaa etsiä: toisen ymmärtäminen tai kokonaisuuden empatia on mahdotonta, eikä toisen puolesta voi enää päättää, kun tiedostaa erilaisuuden merkityksen. Maailmaa tulee yrittää hallita, vaikka siinä ei täysin onnistuttaisikaan – maailma



on erilaisten hallintayritysten momenttien kokonaisuus. Näistä yrityksistä, toisensa kohtaamista momenteista, muodostuu elämä.

Sini kietoo juttuunsa metrossa töihin menevän duunarin, tietokoneella ainetta hakkaavan tytön ja saviruukku päänsä päällä paimentamispaikkaa etsivän Miron – ja hahmottaa maailman jakautumisen. Jonkinlaista Jean Paul Sartren eksistenttialistista henkeä löytyy ihmisurien kärsivissä ja itseään ja onnea etsivissä hahmotuksista ja tilinpäätöksestä: ” // emme kuitenkaan pysty käsittämään kuin sen, mitä silmiemme edessä tapahtuu [kaikki heräävät, kiirehtivät toimeen, syövät, kävelevät... , KP] – mutta erilaisiin havaintoihin huomiot jäävät. Samalla olemme ’ei vain yhteinen kylä vaan yksi iso yritys’”. Sini löytää joitakin ihmisille yhteisiä pyrintöjä – antropologisesti vakioituja haluja, eläimen ja ihmisen eroa – ja jokainen ihminen yrittää nousta ylös avannostaan: ”liikemaailmassakin peliin pannaan koko omaisuus”. Hän ei voi hki maailman pahuutta ja epätasa-arvoisuutta, mutta tuo silti ”Tellus-Yritykseensä” kysymykset kulttuurien eroista, luonnonriskeistä ja sanoo yksinkertaisesti, että jos puhumme maailmastamme yhteisen yrityksen metaforana, emme voi välttää vastuuta ”yksityisen jäsenen pettämisestä” – on se sitten ihmisryhmä tai ekologinen rengas. Yhdessäkin kirjoituksen kohdassa hän ei kuitenkaan sulje maailmaa. Jokaisen ihmisen on yritettävä ymmärtää kokonaisuutta, itse kannettava vastuunsa, vaikka se ei koskaan voi onnistuakaan: meidät on tähän ymmärtämisen yritykseen heitetty, ja aina nousee avonaisia kysymyksiä, toiminnan momentteja ja ihmisvirtoja.

Globalisaation uhat lujittavat nuorten mielissä markkinoiden, kolmannen sektorin ja valtion yhteistyötä, yhteistä dynamiikkaa (ks. taulukko 2). Markkinaehtoista valtaa vastaan asettuu myös sosiaalis-ekologinen altruismi. Summaten voikin sanoa, että nuorten tapa kokea yhteiskunnallisia riskejä ja epävarmuuksia saa aikaan sosiaalisen hahmon, eräänlaisen vaatimuksen julkisesta sosiaalisesta turvallisuudesta. Pääpointti tässä järjestyksessä on se, että se ei ensisijassa perustu lain ja järjestyksen tiukoille ajatuksille, vaan hyvinvointivaltion ja muiden yhteiskunnallisten hallintajärjestelmien takaamalle julkiselle ja arvoturvallisuudelle. Toisessa yhteydessä tällaista tapaa kohdata sosiaalista epävarmuutta onkin voinut luonnehtia ”tarjahaloslaiseksi” järjestysajatteluksi – sosiaalisesti kansallisvaltioksi, joka yrittää hamuta sosiaalisesti maailmankyläksi. Kyseessä ei ole mitenkään radikaali tapa ajatella; siinä on myös olemassa olevia (hyvinvoiti) rakenteita puolustava, konservatiivinen puolensa (Paakkunainen 2006c, 151–168; Paakkunainen & Myllyniemi 2004, 17–18). Näin myös nuorten ryhmien väliset erot nousevat kirkkaammin esiin. Huoli stressatusta omakohtaisesta ta persoonasta ja pärjäämisestä koskettaa myös – odotetusti – aineiston nuoria. Uusliberaali yövärtijavaltio-tulkinta väikkyy myös joidenkin nuorten mielissä, kun he reagoivat ajankohdan epävarmoihin asiantiloihin.



RISKIOPPI

MITKÄ RISKIT JA ARVOT OPETTAVAT HARKINTAA JA YRITTÄJYYTTÄ?

Aina ei saisi jahnata kamalista riskeistä, vaan tulisi opetella myös positiivisten riskien maailmaa. (M 24, yrittäjyyskyselyn avovastaus.)

Kun suuret ikäluokat lähtee eläkkeelle, ongelma korvaantunee osin itsestään. Yrittäjyyden (siis pien-) riskejä olisi minimoitava, koska koko elämä on nykyään riskejä täynnä. Pätkätyöt jne. Ja jos yritys epäonnistuu, ei ole mitään varmuutta, että uusi duuni löytyy. (N 28, yrittäjyyskyselyn avovastaus.)

Pitäisi puhua enemmän riskeistä ja rahoituksesta. (M 22, yrittäjyyskyselyn avovastaus.)

Epävarmuudet ja riskit eivät aja ihmisiä vain pakoon ongelmia tai etsimään turvallisuutta. Puhe riskioppimisesta ei ole vain yrittäjähenkisen ideologian slogan eivätkä puhe ja teot riskien minimoinnista ole ainoa tie nuorten yrittäjyyden tukemisessa. Kansalaisyhteiskunnan puhetapa on pitkään löytänyt vaikeuksista ja yllättävistä hätätilanteista myös toivon, nöyrytyksen, muutoksen ja oppimisen puolet. Eteläpohjalaiset lisäävät, ”ettei vahinko tuu kello kaulas se tuloo ämpäri pääs.” Tämä viittaakin jo ihmisen vajavaisuuteen ja siihen, että mykkäkin riski on otettava taidolla. Henkistä itsekurillisuutta ja aikaansaavaa työntekoa korostaa samassa hengessä ajatus ”Ei leipä lopu syören, mutta saamattomuuren”. Suunnitteluun riskinhallintana viittaa selvästi parsi ”Nälkää pitää ohjata kaukaa”. Varsinkin 1990-luvun lama haluttiin usein ottaa yhtenä miehenä, talkoilla, kuten Talvisota: ”Tyäs pitää olla niinku riihellä ja riihellä niinku soras, sanoo Liperö-Anna mukuloollen.” Miehin, toivottomuudesta aukkopaiikkaa etsivä (logo)terapeuttinen hokema ”Akat pelekää maailmanloppua ja miähet mettän loppua eikä kumpaakaan tuu” lohduttaa. Kun isommat visiot elävät, ne myös antavat toivoa: ”Mahrottomia ajattelema ei voi ihmistä kukaa estää” – ”Pysyvää talavia ei oo vielä tullu.” Nuorten sosiaalistaminen ahkeraan ja yrittävään elämäntapaan on löytänyt rytminsä jo sata vuotta sitten, kuten sanonnoista ”Tee poika ensin väkkäröötä, kiuluja, sankoja ja rekiä, nii sitte vasta miäs tuloo”, ”Oja on pellon äiti” ja ”Jok’ ei kuaki nuarena, niin se kuakkii vanahana” ilmenee. (Etelä-Pohjanmaan sananparsia 1938.)

Tämän tutkimusraportin seuraava kysymys (ks. kuvio 4, s. 52) osoittautui jonkin verran kons-tikkaaksi²⁰. Se kuuluu: ”Yhteiskunnallinen ja taloudellinen epävarmuus ja kilpailu – jopa riskit – monesti herättelevät ihmisiä ja auttavat harkitsemaan uusia ratkaisuja ja arvoja elämässä. Millä seuraavilla elämäalueilla ja -tunnoissa uskot näin käyvän?” Epävarmuuden ja riskien monitulkintaista ja maailmaa avaavaa voimaa alleviivaavalla ingressillä on kuitenkin selvä tavoite: vastata kysymykseen, millä elämäalueilla ja missä arkielämän aktiviteeteissa positiiviseen riskioppimiseen uskotaan. Kysymys tietenkin yllätti monet, jotka ovat oppineet ajattelemaan kaikkea problemaattista, haasteellista ja epävarmaa lähinnä sen hallittavuuden tai väistämisen kannalta. Toisaalta kysymyksen testiyleisö (ennen varsinaista surveyta) piti kysymyksenasettelusta, ja avovastauksissa siihen palattiin. Epävarmuuden ja kontingenssin kokeminen on myös hyvin yksilöllinen suhde, jolloin sen tavoittaminen yleisten termien ja käsitteiden avulla on surveyn tasollakin erityisen hankalaa. Epävarmuus tarkoittaa ei-hallittua, mihin ei yleensä ole yleispäteviä tai yhteisiä ratkaisuja. Erityisesti riskiopin käsite viittaakin usein itsekokeskeisen tai egoistisen yksilöllisyyden tuolle puolen. Voisi jopa puhua singulaarisuudesta, ihmisen substantiaalisesta asenteesta: ihmisen sisällöllinen kontribuutio määrittäytyy suoraan ja itsessään, jopa ilman ”toiseuden” kategorioita. Aidosti yksilöllinen ihminen voi



ylittää omassa erityisyydessään historiansa ja paikkansa. Siihen häntä yllyttää maailmankokemuksen epävarmuus, sen ei-ennalta-hallittavuus. (Ks. erit. Hardt 1993, 67–68.)

RISKIOPPIMISEN NELJÄ TAPAA

Vastaajat ovat nuoria ja koulutusyhteiskunnan lapsia. Siksi ei ole kovinkaan yllättävää, että ”kouluttautumisen” ja ”jatkuvan itsensä kehittämisen” (jatkokoulutus, in- ja non-formaali oppiminen) mahdollisuudet avaavat tietä kilpailulle ja riskioppimiselle. Kilpailukoulun (meritokratian) ajatus istuu lujassa, ja sen mukaisesti nuori polvi toimii. Säästäväisyys tai kulutustapojen muokkaaminen ovat nuorille myös tärkeitä sopeutumisoppeja. Muuttujien yhteisvaihtelua etsittäessä kulutuksen harkinta muodostuu osaksi ”riskioppia jatkuvasta koulutuksesta ja kulutusharkinnasta” (ks. taulukko 3, faktori 3, s. 52). Tuore nuorten kulutustarinoita jäsentävä tutkimuskin (Autio 2006) on noteerannut nuorten puritaaniset, harkitsevat ja väliin teko-vihreät säästäväisyys- ja harkintapuheet. Nuoret osaavat kulutuksen, sillä peilaamisen ja siitä puhumisen monet muodot – juuri niillä koetellaan elämätavan rajoja ja notkelmia. Sitä kautta etsitään itseä ja sopeudutaan niukkoihin jaksoihin elämässä. (Autio 2006, 135–138.) Nuoret osaavat kilpailukoulun vakavan pelin ja kontrolloivat nautintojaan kulutuksessakin, säästävät niitä tiettyihin asioihin ja hetkiin. Hedonistisen sukupolven maineesta huolimatta he ovat omalla tavallaan eteläpohjalaisesti sisäistäneet nälän ohjaamisen ja ikävaiheiden kuokkimisrytmin. (Ks. kuvio 4 ja taulukko 3.)

Voisi kuvitella, että epävarmuudesta ja riskeistä oppiminen olisi kirkkaasti tärkeintä nimenomaan yrittäjälämän suunnalla. Data kuitenkin osoittaa, että ”yrittäjäksi ryhtymisen ja yrittäjätaitojen kehittämisen” riskioppi jää niukasti koulutuksen kilpailumylyn tiedollisen harkinnan varjoon. Tieto vahvistaa raportin tutkimusongelmien hypoteesia: yksilöllinen kilpailu ja omakohtaiset epävarmuutta ja riskejä sietävät kompetenssit ovat yhteiskunnassa niin vahvoilla, että yrittäjäura ei enää nuorten aikuisten maailmassa merkitse ainoata itsekurillista ja radikaalia riskielämäntapaa. Asialla voidaan jopa puolittain pilaila. Stressi asuu kaikkialla, ja epävarman yllättävien ja hikisten asioiden kohtaamisen tapa on silta yrittäjyydestä arkisemman hermohomman suuntaan. Mikkeliläinen Reija (v. 2006) käy jutussaan perhepiirin keskustelua isänsä kanssa siitä, miten ikävinkin tavoin yrittäjyys on vaikuttanut läheisten elämään. Vaikka isukki on hämillään ja miettii lasten lapsuuden menetettyjä hetkiä, voi yhteinen lopputulos perheen vanhempien itsesyyllistävistä keskustelusta olla ajatus lapsista selviytyjinä. Äiti takaa tämän tulkinnan taustalta ja huutelee: ”Välillä on tosi rankkaa, mutta yrittäjyydestä tulee positiivinen stressivire!”

Kun tarkastelemme koulussa tapahtuvan (kuvio 4, muuttuja 1) haasteista ja epävarmuuksista oppimisen sosiaalista taustaa pureutuen tarkemmin taustamuuttujiin, nuoret naiset nousevat radikaalisti esille. Myös ylioppilastutkinnon suorittaneet ovat ei-ylioppilastutkintoa suorittaneita enemmän riskiopin kannalla. Yrittäjäksi ryhtymisen riskioppien huomioinnissa (kuvio 4, muuttuja 2) aineiston naiset nousevat hieman yllättäen miesten rinnalle; merkitseviä eroja sukupuolen välillä ei ole. Naiset hahmottavat miesten tavoin yrittäjälämän riskioppien mahdollisuudet, vaikka eivät käytännössä – ainakaan vielä – perustakaan miesten tavoin yrityksiä. 25-vuotiaisiin saakka nuorten ja nuorten aikuisten usko yrittäjäksi ryhtymisen epävarmuusoppeihin kasvaa, mutta tuon ikävaiheen jälkeen selvästi putoaa. Myös toinen havainto – korkeakoulututkinnon suorittaneiden epäusko yrittäjäriskillä kasvamisen suhteen – on sopusoinnussa nuorten yritysten perustamisaikomuksia kartoittavien kyselyiden kanssa (ks. Wilska 2004; tulkinnasta ks. myös Rouvinen & Väänänen 2004, 62–65).

Yrittäjyyskirjallisuudessa – jossa on paljon ristiriitaisia ja avoimia vastauksia siihen, minkälaiset ihmiset ryhtyvät yrittäjiksi – on hyvin erilaatuisia tulkintoja myös ihmisen yhteisöllisistä, turvallisuuteen ja itseyttämyykseen liittyvistä arvoista, jotka imponoivat yrittäjäksi ryhtymistä. Rouvinen & Väänänen (2004, 63–64²¹) ovat kuitenkin nuorisobarometriaineiston tulkinnassa johdonmukaisia,



kun he etsivät yhteyttä nuorten vastausten kiteyttämien yksilön luonteenpiirteiden ja (lähitulevaisuudessa) yrittäjäksi ryhtymisen väliltä. Henkilökohtaisten riskien suhteen epävarmuutta ja turvattomuutta kokevat nuoret perustavat todennäköisemmin yrityksen. Joskus nuorten keskuudessa tällainen epävarmuus käännetään myös ongelmaksi, eikä epävarmuuskokemusta ajatella riskioppina: ”Yrityshankkeet ovat mieleltään epävarmoille, stressi liiankin kova nyt. Itse yritän alalle, jossa voin auttaa ihmisiä hädän keskellä.” (Nuorisobarometri-aineisto 2004, N 22.)

Sosiaalisia arvoja ja instituutioita arvoillaan kunnioittavat nuoret aloittavat epätodennäköisemmin itsellisen työn tai firman. Yhteisöllisilläkään arvoilla ja yrittäjäpäätöksillä ei ole yhteyttä. Omakohtaiset taloudelliset riskit pieneksi kokevien keskuudessa yrittäjyys saattaa todennäköisesti tulla ajankohtaiseksi. Menestymisen janolla ja jännityksen hakemisella näyttää olevan selvä yhteys päätöksiin ryhtyä itsenäiseksi ammatinharjoittajaksi tai firman pomoksi. (Rouvinen & Väänänen (2004, 63–64.)

Faktorianalyysissa (ks. taulukko 3, faktori 2) yrittäjätaitojen riskioppi on muuttuja, jolla on yhteys ”elämäntavan ja yritteliäisyyden yhdistämiseen” ja ”harrastusten, osaamisen ja yrittämisen yhdistämiseen”. Tämä usko riskioppiin ei kuitenkaan saa kaikkia nuori uskomaan, että innovaatiot ja harrastukset voisivat yhtä helposti työllistää nuoria yrittäjinä²². Teesit elämäntavan, vapaa-ajan, osaamisen ja yrittäjyyden yhdistymisessä riskioppina saavat vastaajien keskuudessa huomattavan paljon vastakaikua. Faktoriulottuvuuden nimessä kiteytyykin ajatus ”kokonaisvaltaisesta yrittäjäelämäntavasta”, ja omakohtainen tekemisen meininki on ilmeistä kokonaisulottuvuudella positiivisesti latautuneille nuorille (yksilökohtaisille faktoripistemäärille). Yrittäjyyskeskeisen elämäntavan tai itsemääräyksen yhteys itselliseen ja luovaan PK-yrittäjyyteen on selvä. Mukana voi olla traditionaalisen yrittäjäideologian arvoja ja lujaa uskoa toimeentuloajatuksiin juuri tämän elämäntavan kautta. (Ks. kuvio 4 ja taulukko 3.)

Tällä muuttujien ulottuvuudella ei ensisijaisesti orientoiduta ja sopeuduta markkinoille tai käytetä hyväksi markkinoiden logiikkaa ja pelimuotoja. Sen sijaan vahvimmin latautuva faktoriulottuvuus ”Tiukka riskioppi innovatiivisesta tuotebrändistä markkinoilla” (taulukko 3, faktori 1) yhdistää markkinaehtoisen, niukan ja pakonomaisen yrittämisen logiikan keskeisiin tuote-, brändi- ja innovaatiomuuttujiin. Markkinoiden, kysynnän ja jopa pörssin vaihtosuhteiden kuvaamat maisemat, odotushorisontit ja pelit ovat nuorten maailma – haluttu tai usein myös annettu riskioppimisen ulottuvuus. ”Imagon, brändin ja tuotteen kehittämisen” ja ”Yrittäjäinnovaatioiden tekemisen” vahvojen muuttujien kiteyttämä oppiulottuvuus alleviivaa kekseliäisyyttä ja innovatiivisuutta. Markkinayrittäjyys ja markkinoiden tiukat (pakko)lait sekä kysyntätekijät määrittelevät riskioppimisen dimensiota, mutta innovatiivisuus on sen keskiössä.

Neljäs vähiten faktorianalyysissa (ks. taulukko 3, faktori 4) latautunut yksittäinen faktori ”Riskioppi elämänpolitiikassa” osoittaa vahvoja korrelaatioita oman elämäntarinan ja henkilösuhteiden käänneissä sekä vaihtoehtoisten arvojen löytämisessä tapahtuvien riskiharkintojen välillä. Yhteiskunnallinen tulkinta epävarmuudesta oppimisesta viittaa elämänpoliittiseen asenteeseen (*life politics*), jossa yksilöllisillä, mutta sosiaalisesti ja vaihtoehtoisesti virittyneillä valinnoilla on suuri rooli (esimerkiksi sosiologien Bauman, Giddens ja Beck teesit, suomalaistulkinnasta Roos & Hoikkala 1998; Paakkunainen & Hoikkala 2007).

HALLINTAA PELEILLÄ

Faktorianalyysi ja sen perustyyppit ovat kiehtovia. Osoittaahan se riskiyhteiskunnallisen oppimisen vaihtoehtojen olemassaolon, sen selvän variaation. Markkinaehtoista inspiraatiota ja välttämättömyyksiä (F1) sekä perinteistä *self-made-man* -yrittäjyyttä (F2) täydentävät koulutuksen ynnä koulutuksen opit (F3) sekä vaihtoehtoisen elämäntavan etsintä (F4). Samalla monimuuttuja-analyysi nostaa omintakeisten muuttujien avulla esiin positiivisen riskioppiajatuksen markkina- ja yrittäjä-



orientaatioon – jääväthän kolmos- ja nelosfaktorit latauksiltaan edellisiä vaatimattomammiksi. Varsinkin vahva ykkösfaktori osoittaa, kuinka osalle aineiston nuorista markkinat ja kysyntä ovat tavallaan koko maailma tai maailman perustava jäsenitys: sekä omaehtoiset, vastaajien omaa tahtoa ja subjektiviteettia alleviivaavat että pakkoyrittäjyyden hikisyyttä korostavat muuttujat ovat mukana ulottuvuudella. Markkinoihin sopeutuminen ja toisaalta pelaaminen sen merkeillä ovat mahdollisia samalle ryhmälle nuoria. Myös tiukkaan kilpailuun ja niukkuuteen liittyvä, riskioppia kategorisoiva muuttuja ”turhien markkinoiden ja tarpeiden karsimisessa” asettui osaksi markkinafaktoria (F1) eikä esimerkiksi koulutuksen ja kysynnän (F3) tai elämäntavan (F4) faktoria. Toisaalla koulutuksen ja kulutuksen sekä sosiaalisten suhteiden elämän kentät luovat toisille nuorille epävarmuudesta, kilpailusta ja riskeistä oppimisen mahdollisuuksia. (Kuvio 4 ja taulukko 3.)

Joissain suhteissa analyysi siis varoittaa liiallisista riskiyhteiskunnallisista tulkinnoista²³. Muuttujien yhteiserittely viittaa siihen, että markkinaehtoiset ja traditionaalinen yrittäjän elämäkentät, ja toisaalta koulutuksen ja kulutuksen sidokset sekä sosiaalisten suhteiden ja arvojen orientaatio, muodostavat omat riskeihin reagoinnin tai niistä oppimisen tapansa. Usein yksittäinen nuori voi käyttää monia riskiopintoja hyväkseen. Nämä tavat voidaan ymmärtää myös elämäalueina tai arkisina sektoreina, joissa nuorten identiteettityö tapahtuu. Nämä faktorit tai elämäkentät jakautuvat myös markkinayrittäjyyden ja humanistisemmän orientaation suuntiin. Faktoreita ei voi kuitenkaan suorasukaisesti lukea yrittäjien yhteiskunnallisen roolin ymmärtämisen tai arvostelun kategorioina. Markkinayrittämisen faktorilla positiiviset (faktoripistemäärä)lataukset saaneet nuoret uskoivat suhteellisesti eniten yritysten sosiaalisuuteen ja ekologisuuteen. Koulutuksen ja kulutuksen riskioppia tähdentävät vastaajat puolestaan olivat sangen kriittisiä yrittäjien sosiaalisen ja ekologisen ajattelun suhteen. Myös traditionaaliset yrittäjät pohtivat hyvinkin kriittisesti yrittäjien yhteiskunnallista ja ekologista vastuuta. Hiukan yllättäen vaihtoehdoisen elämäntavan etsijät uskoivat myös yrittäjien sosiaalisuuteen, ja varsinkin ekologiseen, vastuuseen. Nuoret ymmärtävät siis talouden ja yrittäjien yhteiskuntavastuun eri tavoin. Tiukka markkinapelin aktiivi voi luottaa pelimuotonsa ja valintojensa vaikuttavuuteen myös yhteiskuntavastuullisissa asioissa. Siihen meillä (tutkijoilla) voi olla vain vähän huomautettavaa.

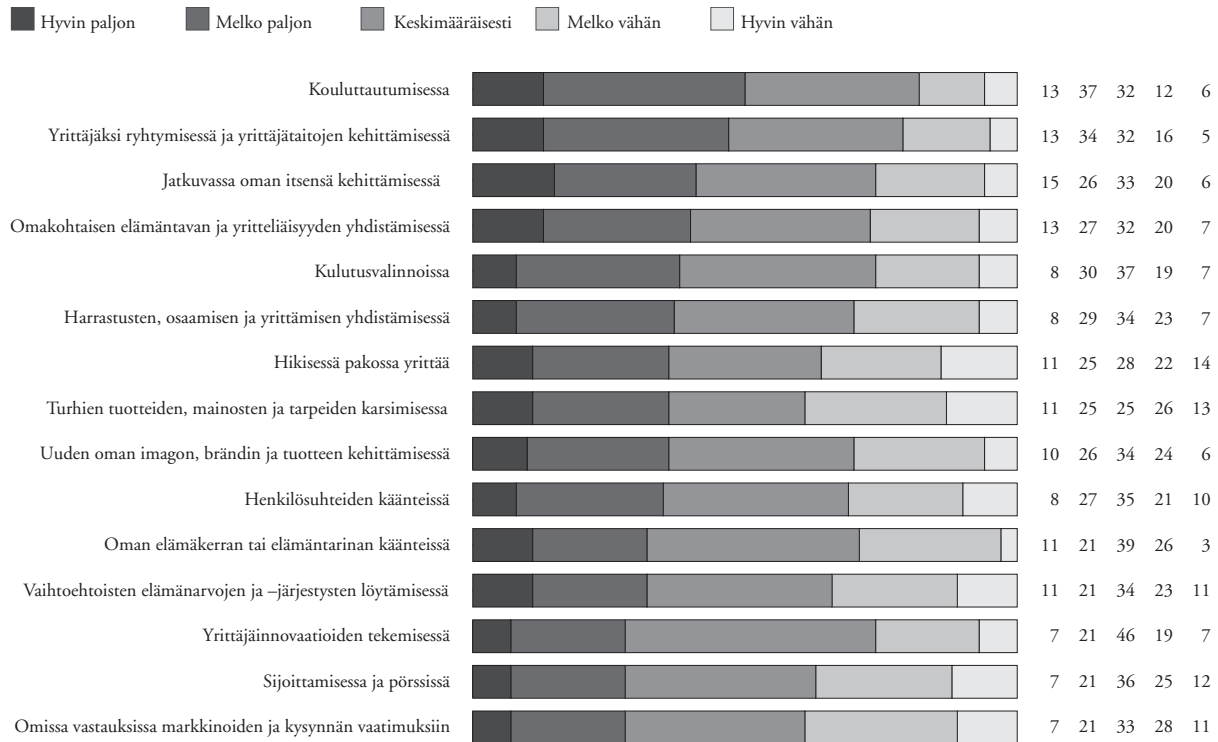
Riskiyhteiskunnallinen vastuuarviointi ei noudata mitään helppoa kaavaa markkinayrittäjyyden ja humanistisiin riskioppeihin uskovien välillä. Mitään ”vasemmistoa” ja ”oikeistoa” ei riski- ja yrittäjyysasenteiden tasolla ole helppoa löytää. Yhtäältä traditionaalit yrittäjyyden kautta asioita harkitsevat ja toisaalta koulutuksen ja kulutuksen kautta epävarmuudesta oppivat epäilevät eniten yritysten yhteiskuntavastuuta. Elämänpolitiikojat voivat sen sijaan markkinainnovoijien tapaan nähdä yrittäjät useinkin sosiaalisesti ja ekologisesti vastuullisina. Ulrich Beck ja Elisabeth Beck-Gernsheim (Beck & Vossenkuhl & Ziegler 1995; Beck & Beck-Beck-Gernsheim 2002, 1–29, 151–155) ovat joskus kärjistäneet, että ylimitoitettut vaatimukset yrittäjille super-yksilöille – joista tulee yleinen aikamme pelisääntö – ovat ambivalentteja, ristiriitaisia. Ne antavat tilaa kahdelle päinvastaiselle suunnalle: vallalle (*individuality as fate*) ja vapautumiselle (*individuation as practical capacity*). Markkinayksilöllistyminen voi äärimmillään tarkoittaa kohtaloa, pakkosopeutumista yhteiskunnan ja talouden kysyntälähtöiselle portfolio-elämäntavalle (ns. työelämäessentialismi), kun taas yksilöllistyminen kompetenttina ja käytännöllisenä voimavarana voi merkitä riskiyhteiskunnallista oppimiskykyä – peliä ja harkintaa epävarmuudella.

Tämän raportin empiria viittaa myös siihen, että aineiston nuoret jakaantuvat yksilöllisiltä kompetensseiltaan erilaisiin ja erivahvuisiin ryhmiin, ja sillä on merkitystä heidän pärjäämisensä ja riskienkohtaamiskykynsä kannalta. Vaikka edellä esitelty analyysi nostaakin esiin vahvasti latautuneen faktorin ”Tiukka riskioppi innovatiivisesta tuotebrändistä markkinoilla” ja sisältää monia annetun markkinavallan elementtejä, se ei merkitse sitä, että ulottuvuudella aktiiviset (positiivisen faktoripistemäärän saavat) nuoret olisivat yksilöllisiltä kompetensseiltaan ja harkintakeinoiltaan heikkovoimaisia tai luopuneet yhteiskuntavastuullisesta pohdinnasta. Usko markkinayrittäjyyden tuotteiden ja brändien produktiivisuuteen ja innovatiivisuuteen voi nuorten ajatuksissa merkitä myös yrittäjien vastuuta yhteiskunnassa



ja ekologiassa. He ja muilla faktoreilla aktiiviset nuoret omaavat erilaisia riskeistä oppimisen tapoja ja resursseja. Voimme olla huolestuneita sellaisista nuorista, jotka eivät omaa minkäänlaisia kilpailusta, riskeistä ja epävarmuuksista oppimisen kokemuksia tai resursseja missään edellä mainituista faktoriulottuvuuksissa. He ovat modernisaatiokehityksen todellisia häviäjiä (Lash 1989).

KUVIO 4. Yhteiskunnallinen ja taloudellinen epävarmuus ja kilpailu – jopa riskit – monesti herättelevät ihmisiä ja auttavat harkitsemaan uusia ratkaisuja ja arvoja elämässä. Millä seuraavilla elämänalueilla ja -tunnoissa uskot näin käyvän? (% , N=417.)



TAULUKKO 3. Nuorten ajatuksia riskioppimisesta yhteiskunnan ja talouden kilpailun, epävarmuuden ja riskien olosuhteissa. Rotatoitu faktorimatriisi.

FAKTORI 1 Tiukka riskioppi innovatiivisesta tuotebrändistä markkinoilla	FAKTORI 2 Riskioppi kokonaisvaltaisesta yrittäjäelämäntavasta	FAKTORI 3 Riskioppi jatkuvasta koulutuksesta ja kulutusharkinnasta	FAKTORI 4 Riskioppi Elämänpolitiikassa
Imagon, brändin ja tuotteen kehittämisessä	Elämäntavan ja yritteliäisyyden yhdistämisessä	Kouluttautumisessa	Oman elämäntarinan käänteissä
Yrittäjänvaatioiden tekemisessä	Yrittäjäksi ryhtymisessä ja yrittäjätaidoissa	Kulutusvalinnoissa	Henkilösuhteiden käänteissä
Omissa vastauksissa markkinoiden ja kysynnän vaatimuksiin	Harrastusten, osaamisen ja yrittämisen yhdistämisessä	Jatkuvassa itsensä kehittämisessä	Vaihtoehtoisten elämänarvojen löytämisessä
Sijoittamisessa ja pörssissä			
Hikisessä pakossa yrittää			
Turhien markkinoiden ja tarpeiden karsimisessa			



VAATIVA JA UPEA RISKIOPPI INNOVATIIVISESTA TUOTEBRÄNDISTÄ MARKKINOILLA

Perus(mies)ratkaisu yrittäjyyteen on innovatiivisuus. Kekseliäisyys tavallaan vaatii epävarmuuden tai ”ei-vielä-valmiin” läsnäolon kirjoituksessa. Johan Espoosta (v. 1985) esittää tekstissään PC-maailman läpimurron aikaisen innovaation – oman koulutusfirman, kurssikeskuksen – joka ohjaa virkamiehiä valmiiden mikro-ohjelmien pariin ja niiden hyödyntäjiksi. Mallia haetaan USA:sta, jossa mikrotietokoneet ovat levinneet käyttöön miljoonamääriin. Konttoriautomaation kehittäminen vaatii institutionomaista ja moderneilla ryhmä- ja paneeliopetusmenetelmillä toimivaa pedagogiaa. Aineessaan ”Företagsverksamhet inom adb-branchen” hän lopettaa: ”Med hjälp av sådant kurscentrum skulle företag kunna utveckla sin informationsteknologi och på det sättet förbättra sin konkurrenskraft.” Mielikuvaharjoitelmista saa utooppista energiaa. Sitä tarvitaan, jos uskomme tietotekniikan sovelusten ratkaisevan valtaosan ilmastonmuutoksen ja kolmannen maailman kehitysongelmista.

Yrittäjyyttä lähellä olevissa ammattiopistoissa kirjoitetaan eräänlaisia mallituotteistajan aineita, joissa osataan vastata juuri ajankohtaisiin kysyntätekiijöihin ja odotuksiin. Tuotteistamisen koulutusohjelmat vastaavat 2000-luvun odotuksiin – kuten myös kilpakirjoitusten järjestäjien aikalaisajatuksiin rationaalisesta yrittäjästä, joka osaa laskelmoida. Nuoret aikuiset saattavat suorasukaisesti rakentaa aineensa *New Public Management*-kielipelin tapaan. Hyödykeperustaiset tuotteet – riippumatta siitä ovatko ne palveluita, tavaroita tai virtuaaliyhteyksiä – kiedotaan ”*The World is an Enterprise*”-ajatusten ja niiden mukaisten kilpakirjoituksen ohjeiden malliin (vrt. Fairclough 1989; 1992). Huolimatta ekonomistisista muodoista ja arkkitehtuurista, aineet ovat usein vetäviä ja euron oloinen eetos ja paatos istuvat niissä vauhdikkaana menona. Otsikko ”Kylä elää matkailusta, matkailu elää luonnosta” osoittaa asioiden suhteet ja ekonomiset sidokset – kattavan *Enterprisen* mallin. Ensin kehitellään liikeidea: ”Mikäpä olisi parempi tapa tutustua meidän luontoomme kuin viettää aikaa sen keskellä nykyajan mukavuuksien kera?” Sitten esitellään tuote/palvelu ja lopuksi määritellään asiakkaat:

Nuorisomotelli Kuusijärven ulkoilualueen tuntumassa olisi idyllinen tapa nähdä ja kokea suomalaista elämää luontoa lähellä modernilla tavalla, samalla antaen perusajatuksen siitä, miksi me rakastamme kesämökkeilyä. // Motellilla olisi ammattitaitoisia ohjaajia, jotka vetäisivät pyöräily-, hölkkä- ja kävelyretkiä lähialueilla, tutustuttaen matkailijat paikkakuntaan tarkemmin. // Motelli ja sen majoitus on suunnattu 15–25-vuotiaille nuorille, sekä tytöille että pojille, jotka tulevat eri puolilta maailmaa tutustumaan suomalaiseen kulttuuriin omatoimisen matkailun kautta.

Tuotteistamisen aikataulu ja vauhti on kova – ja se näkyy aineiden tyyleissäkin. Markkinoinnille haetaan usein vauhtia ulkomailta; katajainen kansamme ei aina ymmärrä hyvän päälle. Tuotteen mainostamisen arktinen vimma on usein niin kovaa menoa, että stereotyyppit voivat monistettuina astua kuvaan:

Vaan innostuisiko metsistä vieraantunut katajainen kansamme Marjakasta? Siihen luultavasti tarvittaisiin pientä sysäystä kenties maantieteellisten rajojemme ulkopuolelta. Arktista extremeä Suomen kesästä hakevat turistimme olisivat varmasti innoissaan määmiä ja koskenkorvaa kesymmästä, mutta silti supisuomalaisesta erikoisuudesta. Japanilaiset ja keski-eurooppalaiset varakkaat matkailijat voisivat piipahtaa Suomi-paidat, poropinssit ja neljän tuulen lakit ostettuaan karpaloteekupposelle ja hillaviinerille. Rämeikköiden aarteet maistuisivat varmasti myös sushikansalle // Suomesta tunnettaisiin saunan, Joulupukin ja Muumien lisäksi myös puolukka, mustikka ja hilla. Silloin olisikin jo aika laajentaa ulkomaille. (”Suo, ämpäri ja minä”, Marianne Aitoosta, v. 2005.)

Myös pojat osaavat hehkuttaa luonnon, Lapin ja potenssin tutuilla termeillä. Lukija jää miettimään, miksi helppohintainen ja turistien ironiaksi väliin kääntyvä mainospuhe vaikuttaa: olemmeko aina innostuneita lapinturistien päänmenosta ja perinteisistä sukupuolirooleista?



Suksiretki Lapin luonnossa kelkan perässä roikkuen on turisteille unohtumaton kokemus. // poromiehemme kajauttaa ilmoille kunnon Lapin joikun. Sitten onkin Lapin kasteen vuoro. Kaikkien retkeläisten päät valellaan haaleaksi lämmitellyllä lähdevedellä ja luetaan loitsu saamen kielellä. Naisille Lapin kasteen merkiksi annetaan kaunis koru ja miehille kaulakorussa riippuva pussi, joka on täytetty poron sarvesta jauhetulla potenssijauholla. (Inarilainen poika, v. 1987.)

Kertoja saa konjakkipullon lahjaksi ykkösluokan hiihtovaatteisiin pukeutuneilta helsinkiläisturisteilta. Lopputulomessa näkyy paikalleen lokahtava stereotypia: ”Nyt on taas yksi päivä pulkassa”.

Poika Kiteeltä (v. 1986) luettelee otsikon ”Millainen on hyvä yrittäjä?” haastamana yrittäjän profiilin positiiviset laatusanat. Samalla hän uskaltaa leikkiä ja pelata epävarmuudella ja riskillä. Yrittäjän tulee työllään ja johtamistaidollaan – joita rytmitetään aineessa tehostavalla toistolla – kyetä uhmaamaan vastoinkäymisiä. Yrittäjä ei ole aloittaessaan valmis, vastuuseen kasvetaan vasta johtamisen kautta. Aineet kuvaavat satoja henkilökohtaisia tapoja ja värinöitä tässä kasvussa. Peli on jatkuva: ”Etsi paikka, et voi tietää sitä”. Oivalluskyvyn kautta voi hahmottaa ”paikka, missä sinua tarvitaan”. Taloudessa markkinarako on se paikka, ”jossa kuluttaja on uhrisi, eikä toisinpäin...”. Aine onkin aika militantti. Rohkeus merkitsee vaarojen kohtaamista, mikä käy riskien rinnalle. Ihmistenkin kanssa pitää tulla toimeen, on osattava puhua muistakin kuin hauskoista asioista, on osattava olla häikäilemättömän. Työn, vastuun, johtamisen ja sodan kielikuvat löytävät toisensa – kuten monien kokeneiden suomalaispoliitikkojenkin puheissa globaalimarkkinoista ja kilpailusta. Riskin paikka, jota haetaan, on uhrien kenttä ja määrätietoisuudella voit vaikuttaa siihen, ettet itse ole uhri.

Joskus yritysinnovaation tekemisessä ja brändin muokkaamisessa onnistuminen on myös hauskaa. Vaikka punkaharjulainen yhdeksäsluokkalainen tyttö pohtiikin epävarmuutta, saumoja, kysyntää, mediaa ja innovaatiomaisemia, hän ei unohda yrittäjän lapsenomaista hurmosta, kun keksintö löytyy. Auringonkierto ja lapsuuden kilipukin muistelu värittävät innovaatiopuhetta:

// joku suomalainen tutkija on keksinyt, että kutun pihkamaito vastustaa syöväen tuleamista! Jippiiii! Jokohan nyt kutunmaitomarkkinat avautuisivat! Eivät pitäisi niin kovaa hintaa kutunmaitotuotteilla, niin ihmiset ostaisivat niitä. // Riennän innoissani aamulypsylle. Nyt minä ostan lisää kuttuja, ja kohta minulla on varaa ostaa lypsykonekin. Uusi kuttulakin pitäisi rakentaa ja lisää työntekijöitä saada. Hei aurinko, minäkin hymyilen sinulle. (”Minä ja vuohifarmini”, tyttö Punkaharjulta.)

RISKIOPPI KOKONAISSVALTAISESTA YRITTÄJÄELÄMÄNTAVASTA

Pienyrittäjän itsellisyys, lapsesta aikuiseksi nouseva tarina ja riskiensietoajatus ovat siunauksellisia silloin, kun haasteet ja vaikeudet ovat sopivan kokoisia. Myös kouluaineet korostavat tätä. Eikä kysymys ole siitä, että maailma antaisi työvaltaiselle yrittäjälle sopivat palat maailmaa purtavaksi, vaan yrittäjän on itsekin osattava olla maltillinen: enemmän työtä ja vähemmän riskiä. Erehdysten ja oppimisen laki ja mahdollisuus käy PK-yrittäjyyden epävarmuuden voittamisen metaforasta. Helsinkiläisen Vapun (v. 2003) tarinassa ”Minusta tulee hyvä yrittäjä”, päähenkilö perustaa lapsena ja nuorena erilaisia leikkiyrityksiä ja vähän myöhemmin vakavampiakin yrityksiä – aina *Hubba Bubba*-purkan myyntioskista ja kukkakaupasta omatekoisten hajuvesien, nukketatterin ja sekasirkustatterin tuottajuuksiin asti. Pedagogiseen PK-tarinaa liittyy erottamattomasti myös yrittäjyyttä opettava Iso Mutka, ”epäonninen punamultamaaliyritys”:



Minusta tulee hyvä yrittäjä. Mikään yrityskokeiluni ei ole sujunut ongelmitta, mutta olen jatkanut yrittämistä, koetellut siipiäni yrittäjyyden eri saroilla vastoin käymisestä lannistumatta. Suhtaudun epäonnistumisiin positiivisesti ja otan oppia virheistäni – koskaan en ole syyllistynyt samaan virheeseen kahdesti. Tulevana yrittäjänä valttejani tulevatkin olemaan lannistumattomuus, sisukkuus, runsas kokemus ja idearikkaus.

Usein aineiden perusratkaisuissa dramatisoidaan riskiä tai elämäkriisiä, jonka vuoksi ryhdytään yrittäjäksi. Tällöin ollaan tietenkin lähellä hyvin elämänpoliittisia ratkaisuja. Elämänpolitiikasta tai -asenteesta voi puhua, vaikka läsnä onkin pakkorako. Mutta ehkä Väinö Linna voi pohjantähtineen olla lähempänä. Historian, luokan ja suvun ahdingoista tullaan yrittäjädraamaan, jossa kriisi on lähempänä, henkilökohtaisempi, vaikka pohjalla onkin linnalainen nousutarinan rakenne. Jutuilla on kriisin jälkeen nousujohtoinen kulku, kun oikea itsekuri ja varmistettu elämäkuvio, suomalainen itsellinen pärjääminen ja yrittäminen, jäsentyy. Aineessa ”Alussa oli suo, kuokka ja Jussi” mäntyharjulainen Tanja (v. 1989) kuvaa taksiryrittäjäksi ryhtyvän ratkaisua seuraavasti:

// löysi isänsä talon palaneena. Mitään ei jäänyt jäljelle siitä, mitä talossa oli. // Siinä alku, mistä tulevaisuutta ja toimeentuloa taas ryhdyttiin kokoamaan. Nollapiste. Tämä selkiinnytti lopullisesti Jussin ajatukset. Lisää vain rahaa piti hankkia, mutta ei enää toisen pussiin vaan omaan. Pienten säästöjen ja lainan turvin Jussi hankki auton ja ryhtyi yrittämään. // ja Alma, niin Alman osa oli olla taustatuki, autoilijan vaimo.

Jos *Täällä Pohjantähden alla* -trilogia oli sosialidemokraattista jälkiviisautta punamullan ja sosiaalisen nousun riemuvoitosta, voi yrittäjätarinoita pitää jo linnalaisella kaudella syntyneinä yksilötarinoina, joissa nollapisteet ja yölliset sydänahdistukset karaisevat ja johtavat selviämiskokemuksiin. Ja kun aurinko vanhoilla päivillä hyväilee perhekuvia yrittäjävanhusten olohuoneissa, se valaisee yksilöllisen nousun ja viimekätisen vastuun linnalaisen raatajan arvokkuuden lisäksi.

RISKIOPPI JATKUVASTA KOULUTUKSESTA JA KULUTUSHARKINNASTA

Koulutus- ja kulutuselämän sankarit ja perushuomiot jäävät tietenkin vähemmälle kilpa-aineiden joukossa. Se on hiukan harmillista, koska nuorten ajatukselliset ja käytännön polut koulun ja kulutuksen maailmasta yrittäjyyteen olisivat kiehtovia. Yrittäjäpolitiikassakin on aliarvioitu mahdollisuuksia korkean koulutuksen ja yritystoiminnan välillä. Ratkaisut jäävät fiksujen älykköjen omavaraisiksi ratkaisuiksi. Mutta juuri kulutuksen ja tuotteiden maailman yhteys yrittäjäintressiin on jäänyt yrittäjäpropagoinnissa kehittämättä. Kulutuksen maailma on nuorten maailma, mutta sieltä ei ole suoria reittejä itse yrittäjän ja tuotannon puolelle – mikä voisi innostaa itsekini kokeilemaan.

Jatkuvassa itsensä kehittämisen ja materiaalisen itsekurillisuuden hengessä Anni Porista (v. 2003) kirjoittaa taitavan feministisen sukupolviopin. Näin hän luo harvinaisen tarinan kulttuurisen koulun vaatimasta itsekurista, joka vie vääjäämättä yritystä kohti kuvaten, miten säntillisestä kirjoja ahmivasta työstä nousee kirjakauppiaksi. ”Jalat koukussa ikkunan syvennyksessä” istuvat naissukupolvet – mikä on suomalaisen kirjallisuuden peruskuvia – kokevat eksistentiaalisen siirtymänsä yrittäjyyden mallin kautta. Tekstin perushahmo nousee mainostenjakajasta myymäläapulaiseksi kirjakauppaan ja pitkän tien kautta kauppiaksi. Poljento on yrittäjäklassinen: portfolioa ei tarvita (tässäkään) kuvaamaan tulevan yrittäjän jatkuvaa humanistista treeniä ja pidättäytymistä.

Farkkuihin ja murretunoransiin anorakkiin pukeutunut tyttö työntää polkupyöräänsä eteenpäin paksussa lumihangessa. Pyörän taakse on sidottu suuri, huokuva pino ilmaisjakelulehtiä, joiden päälle laskeutuu hiljalleen suuria lumihuitaleita. Kerrostalon pihaan saapuessaan tyttö pysähtyy, jättää pyöränsä nojaamaan talon seinään



ja katoaa alaovesta porraskäytävään nippu mainoksia kainalossaan. Portaat ylös viidenteen kerrokseen, lehdet oviluukkuihin ja takaisin alas. Sama toistuu kerran, toisen ja kolmannenkin. // Kuukauden kymmenentenä päivänä, palkkapäivänä, tyttö rientää kauppaan. Hän lähes juoksee peräseinän hyllykön eteen ja poimii paksun teoksen käteensä. Vihdoin hänellä on varaa ostaa se omakseen.

Kun yrittämisen vuodet alkavat olla ohi, nainen siirtää yrityksen tyttärelleen ja kohtaa tyttären asunnossa tyttärentyttären, joka toimii hänen oman nuoruuden mallinsa mukaisesti, ja historia toistuu:

Nainen kävelee tyttärensä kanssa tämän asunnolle. Siellä, olohuoneen kaari-ikkunan eteen rakennetulla syvennyksellä istuu hänen tyttärentyttärensä, jalat koukussa, puoliksi verhon takana piilossa. Tummat kiharat valuvat silmille sirojen käsien hahmotellessa paperille ikkunan ulkopuolella istuskelevan tiaisien ääriviivoja.

RISKIOPPI ELÄMÄNPOLITIIKASTA

Elämäntapaoppaiden kauppa joskus mietin, mutta sain monta kopautusta lähimmäisiltä, ”ähä, älä luule...olet idealisti”. (M 28, yrittäjyyskyselyn avovastaus.)

Nuorten draamantaju näyttää suosivan elämänpolitiikkaa myös yrittäjäaineistossa. Elämäntapa antaa draaman ainekset yrittäjien autonomialle yllättävän usein. Vaikka markkinakalkyyli elää vahvana joissain aineissa – esimerkiksi markkinahenkisiin kouluihin menevillä opiskelijoilla – niin elämäntapa antaa erityisen mahdollisuuden puhua ja kohdata riski. Elämäntapaa käännetään, peilataan – se saa humanistista kuvastoa. Kirjoittajat liikkuvat: sosiaalinen, maalais-ekologinen ja vaihtoehtoinen elämä vaatii yrittäjän autonomiaa. Yrittäjä voi myös levittää elämäntapoja (vrt. edellä oleva avovastaus).

Elämänpoliittinen riskien kohtaamisen tapa toteutuu hyvin esimerkiksi sosiaalisessa yrittäjyydessä, jolloin aineissa kuvatut toimijat tunnistavat omien elämänkriisiensä ja ratkaisujensa kautta sosiaalisten markkinoiden rakoja. Sosiaaliset tarpeet saattavat olla myös niin erityisiä, että niiden räätälöivä huomiointi ei ole mahdollista julkisena tai yhdistyspalveluna, vaan siihen tarvitaan ”hullua” yrittäjää. Tämä hahmo myös usein uhittelee markkinakannattavuuden lakeja. Myös silloin kun elämänpoliittinen oppija onnistuu markkinaehtojen tasolla yrityksessään, hän on usein lähellä hullua. Hän oppii käännättämään ihmisiä uusien arvojen ja elämysten kannalle. Suomussalmelainen Varpu (v. 1989) tutkii kirjoituksessaan ”Matkailuyritykseni” myös ”juppiutuneen city-ihmisten tarpeita ja viettejä” ja kehittää alun perin hullua ideaa erämaassa toteutettavasta ”pehmo-survival” -palvelusta: ”Ei ole syytä huoleen, sillä jatkuvasti muuttuva yhteiskunta ja elämäntyyli luovat rohkealle ja työhullulle yrittäjälle rajattomat mahdollisuudet.”

Omakohtaisen elämäntavan ja yritteliäisyyden yhdistäminen sekä vaihtoehtoisten elämänarvojen löytäminen limittyvät monissa taitavissa ja realismin makuisissa koululaisesseissä. Maalainen ja luontoon aukeava elämäntapa merkitsee monille rohkeille maanviljelijäksi ryhtymisestä. Tällaista uusia virtauksia ajavaa avantgardismia on luettavissa aineissa aina 1980-luvulta saakka. Torniolainen tyttö heittäytyy rohkeasti maanviljelijäksi äitinsä mallin mukaisesti. Hän raportoi henkisestä kamppailusta liittyen riskiin, joka liittyy maatilän sukupolvenvaihdokseen. Tyttöä on pidetty epäkäytännöllisenä ja turhantärkeänä. Maanviljelijän autonomia, luontosuhde ja vastuu omista onnistumisista ja epäonnistumisista nousevat myönteisen ratkaisun perusteluiksi. Nämä seikat erottavat itsellisen maanviljelijän palkkatyön tekijästä:

Joskus käy niin, että järki ja tunne taistelevat. Minä haluaisin asua maalla, kokea luonnon läheisyyttä...ilo seurata pikku ihmeitä maatilän ympärillä. Vasikan syntymä. Aamuauringon säteiden harallaan olevat sormet herätellessä koko miljöötä, kurkia pellolla... // Saako toisen palveluksessa tai yhtiön työntekijänä käyttää omia aivojaan...maanviljelijänä on vapaus, kukaan ei hengitä niskaan. // Jos epäonnistuisin jotenkin työssäni, se olisi



ikävää, mutta samalla oppisin ja viisastuisin kokemuksesta. Kun onnistuisin voisin olla ylpeä ja tyytyväinen itseeni. Kiitos kuuluisi minulle eikä esimiehelle, joka olisi suunnitellut miten työ tehdään ja minä olisin tehnyt käytännön työt. (”Äitini on maanviljelijä, ryhtyisinkö jatkajaksi?”, tyttö Tornioista, v. 1998.)

Useissa aiheissa luonnon kestävyys asettaa rajan yrittäjän riskiajattelulle ja elämänpolitiikalle. Turkulaispoika (v. 1993) kirjoittaa otsikolla ”Yrittäminen – työ ja elämäntapa” tarinan Jussasta, poronhoitajasta, jonka tuhannella porolla on jo tulevat työnjatkajat valmiina. Mutta tekojärvet uhkaavat ja talvilaitumista on Lapissa pulaa. Samoin avohakkuut ja lisääntyvä retkeily varjostavat alkuperäiselinkeinoja: ”... aika näyttää, säilyttääkö poronhoito asemansa saamelaiden pääelinkeinona.”

Oma yrittäjäporukkinsa ovat ne, jotka ovat löytäneet omalajisen elämäntyyliinsä, hioneet sitä ottamalla etäisyyttä sovinnaisiin elämän- ja yrittäjyysarvoihin. Kaikki eivät etsi brändiä vaan elämäntaiteen lajia, jolla erotutaan ja perustellaan ideologisen värikkäästi hullua yrittäjyyttä. Vaihtoehtoisten yrittäjien suunnasta löytyvät myös harvat ironikot – kuten Pilvi Riihimäeltä (v. 1988) – jotka uskaltauvat huijata tai puijata yrittäjän pahimpia riskejä ja Korkeimman Varjelusta:

Kun olet mielestäsi keksinyt hyvän idean, liity Suomen Työnantajien Keskusliittoon ajamaan etujasi, mutta älä ole liian itsekäs. // Sitten opettelet uuden iltarukouksen: ”Rahalle laske ideani. Armias ole konkurssille. Ja jos aamulla en nousisi, uutta voimaa antaisit...” Se on helppo muistaa. // Yrittäjä ei ole yli-ihminen, vaan päättäväinen, yhteiskunnalle hyödyllinen yksilö. // Ole yksi kansasta,... // Vararikko...sitä vastaan taistelet, taistelet, taistelet!

Hulluus ja romantiikka käyvät ristiin, löytävät toisensa elämänpoliittisessa kuvastossa. Omista ahtaista ja idealisoiduista arvoista ja elämänkuvioista ponnahtaa esiin omia, rakkaita yritysprojekteja. Romantisoitu harrastus ja taito (esim. porilaistytön aineessa ”Sannan pullapuoti” vuodelta 1987 ja lukiolaistytön kirjoituksessa ”Kaakaola”, v. 2004) kääntyvät yritykseksi ja osaksi aktiivista ja ”täyteliäistä” elämäntapaa. Elämä eletään tässä ja nyt – kaukaa tai instrumentin päästä sitä ei tarvitse hakea. Riski tai markkinarako ei ole enää keskiössä, ne eivät jännitä kertomusta. Vai onko romantisoitu yritys ilman riskiä näkökulman kääntämistä, silmäkääntötemppeä? Se riippuu yksilön elämän mittakaavasta, tavoitteiden tasosta. Sannalla on pullapuoti satamassa, ja tarinassa kuvataan tarkasti poutapäivän asiakkaita sateen aikaan: kahvila täyttyy, pitkot lyhenevät, ihmiset hymyilevät ja antavat pikkurahaa lapsille. Puoti on täynnä onnellisia ihmisiä sateesta huolimatta: ”Kuinka niin romanttista hölynpölyä? Ei suinkaan. Realistisia tulevaisuudenkuvia vain!” Urbanin keskuksen ja näkyvien brändien vaihtoehdosta on kyse myös ”Kaakaolassa”, jonka nuori nainen perustaa kahdenkymmenen vuoden ideoinnin jälkeen pohjoiseen kontekstiin ja ehtoihin – ”Ekbergin [helsinkiläinen hyväntoiminen kahvila, KP] haasteeksi”.

Monissa sängen nuorten kirjoittajien aineissa kiteytyy kummallisen kypsästi ja uskottavasti yritysmaailman sisäinen elämänpolitiikka; se, kuinka jotkut poikkeavat yrittäjät itsepäisesti uskaltavat toimia brändien ja trendien turhuuksia – omalajista tuotteistamista ja mainostamista – vastaan. Yhteyttä rakennetaan kirjoituksilla ja asiakaskontakteilla vain ihmisiin, jotka haluavat maksaa vain työstä eikä suinkaan brändistä. Riskillä ilottelu ei näitä työntekijöitä vaivaa: autonomisen perustuotannon jatkaminen, perhe ja selviäminen ovat kunniassa omalla hiljaisella tavallaan. Perhe käy elämän vakiosta, joka on turhan riskin vastakohta. Usein nämä PK-profililit ovat myös laman tai konkurssien kokemien lasten kirjoittamia, joita kriisi on heilutellut. He puhuvat haihattelevasta idealismista ja muistavat – muidenkin puolesta – laman ja sen varjon. Kirjoituksen väliin he tekevät identiteettityötä, pohtivat, onko tällä horjuvan idealistin maineella väliä ja onko se nyt niin tottaakaan. Nyt ei enää olla arvostetuissa asemissa tai johtavissa työkuissa, kaikki tehdään itse. Imagokin on omatekemä, se ei ainakaan yksinyrittävien keskuudessa ole samalla tavalla altis ihmisten yleiselle testille kuin työyhteisön omakuva.

Heille Isot Utopiat eivät enää ole olemassa. On opittu naureskelemaan Teko-Suurten tempuille,



teatterimaisille liikkeille ja symboleille. Kyynis-arkinen poljento käy epäilevän elämänasenteen klassisen kreikkalaisesta (kynos-koiran) räksytyksestä:

Imperiumin perustamista ei ole näköpiirissä... Taustalla ovat läheiset kokemukseni niistä monista taivaanran-
nanmaalareista ja unelmaharpunsoittajista, jotka pistivät kaiken peliin ja hukkasivat sen lamaan tai huonoon
onneen. Toisena syynä on luultavasti se, että olen aika huono yrittäjäksi, ”kaavoihin kangistunut” tai ”seniili”.
// Trendikkyuden lähes silmiinpistävä puute – pitää ajatella olevansa ”Uuden Elektronisen Sukupolven” ilmen-
tymä. Ei omaa kotisivua ja logoa. // Tuotteetkin on koteloitu mustaan alumiiniprofiiliin ja neutraalin harmaisiin
muovilaatikoihin, ja ulkokuoren alla olevat rakenteet saattavat olla, Herra nähköön ja rangaskoon, oksaista
mäntytuuta. // Aattelen näin, sillä aina joskus jouluna tai täyttäessäni tasaisen määrän vuosia saan joltakulta
työtäni vähänkin huonommin tuntevalta ihmiseltä lahjaksi sellaisen ultimaatisen bisnesmieskapineen, tyyliin
avautuva ja melkein liian kätevä käyntikortinpidike-mustekynäpeili-kampateline. (”Näinkin voi yrittää”, poika
Mäntästä, v. 2005.)

Nuoret eettis-sosiaaliset naiset kirjoittavat suoraan taloudellisesta vallasta ja elämänpolitiikasta sekä
pitävät yrittäjien mahdollisuuksia tuottaa vaihtoehtoja elämäntapamarkkinoinnin avulla aika ahtaiksi.
Markkinat sekä yksilotteistavat että tehostavat ihmisten itseilmaisua. Ihmisten arkinen identiteetti
joutuu markkinaryöpyn alle. Kuluttajien armeija on entistä tietoisempi talouden ja kulutuksen vai-
kutuksesta kansainväliseen politiikkaan ja valtioiden rinnalle asettuneisiin suuryrityksiin. Elämänta-
pamarkkinointia seurannut juttu on ihmisten jakaminen maksukyvyltään poikkeaviin kohderyhmiin.
Samaan aikaan kulutuselämäntavat kuitenkin tasapäistyvät ja yhtenäistyvät. Yrittäjälle kulttuurinen
yhdentymisen on yhtä aikaa sekä siunaus että kirous:

Jo vuosikymmeniä sitten lanseerattu brändimyynti ja elämäntapamarkkinointi ovat luoneet ostamisesta eräänlaisen
nykypäivän vastineen hartaudenharjoitukselle. Nykykuluttajalle kuluttaminen on sekoitus itseilmaisua ja arkipäivän
moraalia. // Kansainvälistyminen näkyy myös kuluttajaryhmien käytöksessä. Kulutustrendit pyyhkivät televisio-
ohjelmien, suosikkiyhtyeiden ja vaateketjujen välityksellä yli maanrajojen, eivätkä kansalliset kulutustottumukset
muodosta enää omaa, homogeenista joukkoansa. Atlantin toiselta puolelta hyökynvä massakulttuuri ja suuret,
ylikansalliset yritykset ovat tasapäistäneet ja yhtenäistäneet niin kulutustapoja kuin niitä ympäröivää kulttuuria-
kin. Markkinointi on helpompi suunnitella rajat ylittäväksi kuin tietyn valtion erityisolosuhteen huomioivaksi,
sillä Kittilästä Sardiniaan nuoriso juo colaa ja rouvat ostavat ryppyvoidetta mainosten sileät posket mielessään.
Toisaalta vahvoina jylläävät trendit ja kymmenissä maissa kukoistavat ketjut pakottavat yritykset samaan muottiin;
ei ole helppoa olla vaihtoehtoväen joukossa, jos mieli pitää liiketoimintansa kannattavana. (Sarianne, Helsingin
Viikin lukio, v. 2005.)



YRITTÄJÄASENTEET JA -IDENTITEETTI

LAMAN VARJOSTA EI VAIN PÄÄSTÄ IRTI

Yrittäjyysharkintojen yhteydessä toistuvat positiivisten riskioppien rinnalla puheet lamasta ja konkurseista. Konkurssi välkkyi monien pelkojen ja epävarmuuksien taustalla. Se on väliin läsnä kuin kuolema, joka antaa elämänpohdinnoille merkitystaustan tai jonkinlaisen lopullisen koetteluajan. Nuoret kirjoittavat kuolemasta välillä suoran dramaattisesti. Ilman riskiä ja yrityksen menettämisen uhkaa monet nuorten ainekirjoituksetkin menettäisivät mielensä. Viimeisten viidentoista vuoden (1992–) aineissa näkyvät niin 1990-luvun alun laman konkreettiset vaikutukset kuin pelot ja varjotkin – tavallisimmissa aineissa itse asiassa koko ajan. Avovastauksissa (v. 2005 yrittäjyyskysely) ei päästä irti laman läpikäynnistä. Palkituissa aineissa ja niiden tehtävänannoissa lamaproblematiikka liittyy enemmän 1990-lukuun ja talouden integraatoratkaisuihin. 1990-luvun lama ja Euroopan unioniin liittyvät ratkaisut asettuvat hiukan samaan kokemushorisonttiin kuin globaalit ilmiöt.

Globaaleja ilmiöitä on hankala hallita nuorten keskuudessa. Nuoria myös ärsyttää (ks. seuraavat pääkappaleet media-asenteista) yrityspuheen isot kehät ja suurfirmojen hallitseva asema uutisoinnissa (ks. media-analyysi s. 150–159). Iso talous ja sen vääjäämättömät integraatiot ynnä laskut ja nousut merkitsevät monesti kirjoittajanuorille ”mykkää pakkoa”, ja se alkaa itse asiassa muistuttaa lähestyvää kuolemaa, surutyötä tai katkeruutta. Nämä ovat tyylilajeja, jotka ilmenevät vain talouden imperatiiveja ja lamaa kuvaavissa teksteissä. Huolimatta mykän pakon metaforista ja vaarapuheista, ainetekstien kulku tai päättely useimmiten työntää taustalle laman ja katastrofin: nuoret tuntevat oppineensa lamastakin, vaikka sen kohtaaminen on dramaattista verrattuna muihin yrittäjäkokemukseen.

Kyselytutkimuksessa penähtiin nuorten vuoden 2005 lama-ajatuksia kysyen samastumista väitteeseen ”Enää ei huomaa 1990-luvun laman varjoa ja kokemuksia”. (Ks. kuvio 5, s. 66.) Reilu kolmannes nuorista (42 %) yhtyi väitteeseen ”melko vähän” (29 %) tai ”hyvin vähän” (13 %). Toisaalla joka viides vastaajanuori (18 %) samastui väitteeseen vastauksensa mukaan ”hyvin / melko paljon”. Yli kolmannes nuorista (40 %) uskoi siihen ”keskimäärin”. Vastauksista näkyy, että lamakokemukset liikuttavat edelleen varsin monia nuoria. Aineissa, joissa lama mainitaan, siihen suhtaudutaan vakavasti. Katkeruus ei kuitenkaan hallitse, vaan lamaa käsitellään, siihen otetaan etäisyyttä ja siitä käsin visioidaan. Terhi-Anna Wilskan (2004, 102–105) kiinnostavan empiirisen tarkastelun mukaan vuosina 1974–1988 syntyneiden suomalaisnuorten – joka lähes vastaa tämän raportin kyselyn nuorten ikähaarukkaa – keskuudessa ei subjektiivisesti samastuttu enää lamasukupolven nimeen. Sen sijaan hiukan vanhempien, vuosina 1970–1981 syntyneiden, nuorten keskuudessa lamasukupolveksi identifioituneita nuoria oli reipas viisi prosenttia. Tietotekniikkasukupolven samastuminen oli tässä jälkimmäisessä aineistossa hyvinkin hallitseva. Nuoremman ikäryhmän keskuudessa tietotekniikka oli edelleen tärkein sukupolvikokemuksen paikka, mutta sen rinnalle oli nousemassa tekniikkaa lähellä oleva kännykkäpolvi.

Tällainen raikastava ja kepeä irtiotto lamaan on luettavissa muutamissa aineissa. Joissain teksteissä uskalletaan tehdä lamanvastaisesta hengestä tuote: ”Laman keskellä mielialan mönkiessä alle nollaranjan on elintärkeää huvitellakin joskus.” Kirjoittaja kuvittelee ja kuvittaa diskoillan kulkua DeeJayn silmin ja miettii, ”miltä tuntuukaan olla huolehtimassa usein muutaman sadankin ihmisen mielialasta musiikin voimin?”. DeeJay käy läpi biisien valintaa, äänentoiston ongelmia ja ammattitauteja; hänen performanssissa voi aina kääntyä epäonnenkin puolelle – onko musiikki ”illan kohokohta vai illan pilaaja?” Mutta lopputulema merkitsee hyvästejä lamatunnelmille, performanssin pitäjän oma riskirekisteri avataan positiivisesti ja otetaan, korutta, lamassa kärsineiden tila haltuun:



Ei kun vaan pankinjohtajan puheille ja suunnitelmat valmiiksi. Monen monta liikehuoneistoa on tälläkin hetkellä [laman jälkeen, KP] tyhjiään odottamassa vaikkapa värivalojen ja äänentoistolaitteiden asennusryhmää. Ja tietenkin DeeJaytä. ("Oma yritysdeani", kotkalainen poika, v. 1998.)

Nuorten naisten mustanpuhuvat tai rohkaisevat lamakertomukset ovat enemmän psykologisoivia: niissä ei opita performansseista tai suorituksista. Kaunokirjallisesti sangen sofistikoitu ja detaljoitu turkulaistytön (v. 1994) kertomus "Fysikaalinen hoitolaitos Vanamo" psykologisoii, miten autokolarissa loukkaantunut tyttö tervehtyy ja tuo lopuksi kukkia parantamista avittaneelle kuntoiluyrittäjälle. Sosiaalis-psykologinen novelli rakentuu laman surkeuden keskellä, mutta muuttaa sen hengen. Nais-ten kuvaamilla yrittäjillä on vastuu epäonnistumisista: jos epäonnistuu, voi aloittaa alusta. Psykattu optimismi – talvihoroksen karistaminen pois – on tärkeää sen lisäksi, että osaa luetella yrittäjältä vaaditut ominaisuudet:

Enhän minä noita vaatimuksia kovin hyvin täytyä, mutta siitä huolimatta aion pärjätä – lamankin keskellä nousta talvihorroksesta ja luoda jotain uutta. Suomi tarvitsee meitä, hulluja ideoiden uhkarohkeita toteuttajia, jotka uskovat itseensä. // Joku on joskus sanonut: "Jos haluat jättää askeleittesi jäljet ajan hietikolle – älä laahustele! Ja vaikka niitä askelten jälkiä ei jäisikään niin siitä huolimatta: Yritys hyvä 10!" ("Yrittämisen risut ja ruusut", tyttö Juankoskelta.)

TALOUDEN MYKÄT PAKOT

Lamasta, työttömyydestä ja maatalouden ehdoista taistellaan usein kuiville – vallankin tyttöjen kirjoituksissa. Taas lähestytään poliittista retoriikkaa. Omalla heräämisellä ja sosiaalisilla kontakteilla voi lamankin jälkeen alkaa taas toimia aktiivisesti elämässä, yrittää ja löytää sen eteenpäin vievän ytimen. Palkkatyöläisten on tehtävä työnsä ja asiansa oikein, yrittäjän on taas osattava tarttua tilaisuuteen, tehtävä oikeita asioita. Susanna Kausalasta (v. 2000) ryhtyy kukkakauppiaksi yrittäjä-isänsä tukevana, nousee vaikeuksien ja tappiollisten vaiheiden kautta voittoon. Tässä tarvitaan tietopääomaa ja isän kamppailua tukevaa solidaarisuutta. Mutta alussa oli lama:

Se oli kolme vuotta sitten. Olin töissä pankkivirkailijana, mutta sain potkut ja niin sai moni muukin. Meille sanottiin, että koneiden takia meitä pankkivirkailijoita ei enää tarvita niin paljon. Olin aivan murtunut! Olin jo 35-vuotias, enkä ollut eläissänä tehnyt muuta vakituista työtä (olin minä kesätöissä isäni yrityksessä toki ollut). Ensimmäiset kaksi viikkoa menivät tapahtuneen sulatteluun, mutta viimein otin itseäni niskasta kiinni. Kaverit innostivat yrittäjäksi // Yrittäjän työ ollut monipuolista ja haastavaa, kukat antavat paljon: toisen palveluksessa on tehtävä asiat oikein, mutta yrittäjänä on tehtävä oikeita asioita.

Tyttö Juuasta (v. 1993) rakentaa otsikolla "Minustako perheyriksen jatkaja" taitavan dialogin. Murreta puhuvien vanhempien ja aiemmin lentoemännäksi orientoituneen tytön välinen keskustelu päättyy luomumaatalouden taistelulauluun. Se saa pontta kotilieden ääreen ja isäin maille palaavasta eksistentialismista (Heidegger) ja oikean kokoisista vastustajista, EU:sta ja lamasta.

Nousen hakemaan lisää maitoa jääkaapista, etteivät isä ja äiti huomaisi silmiini kihonneita kyneleitä. Yhtäkkiä tajuan tekeväni työtä, jota olen aina halunnut tehdä. Tulkoon EY, nälkävuosi tai mansikkahome, isän apilapellossa kasvaa mansikkaa niin pitkään kuin selkäni vielä taipuu mansikkapenkin ylle.

Juukalaistytö ei ole yksin Euroopan yhteisön (nykyisen EU:n) talousuhan edessä ja sen poliittisessa käsittelyssä. Kyse on suomalais-perfireerisestä, nurkkaan ajetun tai isojen voimien taholta uhatun yksityisyrittäjän näkökulmasta. Yhteinen vastustaja kokoaa katkeruutta, ironiaksi muuttuvaa kyy-



nisyyttä ja ylisummaista suurten voimien vastaista mielialaa. Euroopan unioni koettiin varsinkin 1990-luvulla maataloutta kriisiyttävänä valintana tai äänenä. Talouden mykkä pakko puhui talousliiton kautta. Miespuoliset kertojaminät tapaavat toisensa naapurissa ja käyvät kommentteissaan läpi EY:n, pakolaiset ja hallituksen: ”Isännillä on suunnitteilla viljellä luonnonmukaisia tuotteita, viljaa, porkkanoita ja musta-herukkaa.” Ympäristöystävällisyys on asiakkaalle tärkeätä sekä pakkauksissa että viljelymenetelmissä. Aihe nousee esiin esimerkiksi liminkalaisen tytön tarinassa ”Isäntien maaseutu muuttuu”:

Justiinsa samaa mitä isä-vainaa touhusi sota-aikana...kohta kai ruvetaan Fiskarsin kymppillä kyntämään. // Paluu-kävelyllä taivaalla olevat tuhannet tähdet iskivät silmää hänelle: ”Nehän olivat kuin EY:n lipusta...kas vain, yksi tähdistä lensikin. Voi toivoa jotakin mullan- ja työntäyteistä tulevaisuutta.”

Myös toisessa tytön kirjoittamassa aineessa (”Isäntä uusien haasteiden edessä”) 1990-luvulta EY kuvataan ironisesti periferian tapahtumien taustalle, hirveän isoa katkeruutta kuitenkin vältellen. EY-uutiset kuitenkin dominoivat ja uhkaavat julkisuudessa. ”Haasteita rakastava” isäntä jättää navetan ja karjan ja muuttaa sen verstaaksi. Kirjoittajalla on nostalginen taito kuvata viimeistä kosketusta eläimeen ja vanhempien luopumista ammatista: ”Isäntä kuunteli uutisia radiosta [joka soi ikkunalaudalla, KP]. Taas EY:stä.”

Naiskirjoittaja Lehtimäeltä aiheessaan ”Mietteitä yrittämisestä” katselee lampaita ja pohtii välillä maatalouden aliarvostusta, pakkoa myydä alihintaan tuotteita kun ei verohelpotuksia ja loma-aikoja tule. Pohjalainen poljento tehostuu ja kiihtyy. Se on jatkuvan tehokasta, siinä ei juurikaan ”ruikuteta”. Se sisältää hienon tendenssin. Vain sosialismi – tässä jonkinlainen ison talouden ja sen järjen ylivallan kielikuva – poikkeaa rytmistä, sangen komeasti ja populistisesti:

Aina on mentävä navettaan, oli joulu tai juhannus. Lomittajapulakaan ei paljon naurata, sillä jos ei lomittajaa saa jää lyhytkin loma pitämättä. Eikä pieni muutaman lehmän navetta ole mikään kultakaivos. Isot nykyaikaiset karjatilat ovat sitten ehkä eri juttu. // Maanviljelijän ammatti on aliarvostettu, ehkä peräti halveksittu joissain piireissä. Lisäksi vielä jatkuva sosialisointi tukahduttaa ennen pitkää pientilat. Nuo olivat minun mielipiteitäni, mutta hyvin vahvoja sellaisia.

Poljennossa on Veikko Vennamo parhaimmillaan. Sosialismin syyttävä moittiminen ja EU-kritiikki talouden mykkine pakkoineen saavat samanlaista kyytiä herrojenvastaisessa komeassa retoriikassa. Se kuuluu vieläkin nuorten kansalaisyhteiskuntapuheessa.

LAMA VAATII VAHVAA ETÄISYYDENOTTOA

Konkreettisempi laman ja nousun analyysi ja maatalouden tuotannon ekologisointi muuttavat taistelua positiivisemmaksi. Ekoriskit purkavat intressipiirien antagonismia, joko–tai-ajattelua lamankin oloissa (Beck 1997). Menestys, kestävä kehitys ja markkinointi tulee närpiöläistyön vakuuttavasti etenevän aineen mukaan yhdistää vihreällä linjalla; on säästettävä maailmaa miljöökatastrofeilta. Itse miljööstä on tehtävä kilpailutekijä. Kun maailmasta tulee pienempi joka päivä, taloudelliset suhdanteet jotenkin suhteutuvat, rauhoittuvat luonteeltaan (”Pacification”, Beck 1997). Tulevaisuuteen orientoituminen merkitsee uutta politiikkaa, protestia yksisilmäistä kasvua kohtaan:

Företag lever på samhällets efterfrågan. Idag är efterfrågan mindre, eftersom vi befinner oss i en lågkonjunktur. På grund av detta genomgår företagen nu en urgallring. Efter lågkonjunktur kommer högkonjunktur, så ännu en gång kommer företagen att blomstra. (”Att doppa penseln i företag”, tyttö Närpiöstä, v. 2002.)



Pojat jatkavat lama-tarinoita omalla karskimmalla poljennollaan. He kiroavat maatalouden puolesta ja ottavat välillä järjen käteen ja suunnittelevat laman pois häiritsemästä. EU ja lama vaikuttivat nurjasti maatalouteen. Viljan hinnat romahtivat. Aiemmin oli myyty jokaiselle nelivetotraktori ja sukupolvenvaihdokset katettu lainoin. Jotkut

(k)ansalaiset kuitenkin halusivat kuluttajahinnat EY:n tasolle...he eivät ymmärrä tosiasioita. EY tulevaisuuden utopia on maanviljelijän kirosana. // enää ei haluta tukiaisia, mikä harmittaa nuoria viljelijöitä, jotka tarvitsisivat niitä. // Jos Suomi menee EY:hyn, niin maatalous on lopussa, ainakin nykyisessä muodossaan.

Maaseutu on kirjoittajan mukaan laajempi käsite kuin yleensä ymmärretään. Se edesauttaa muitakin ihmisiä, ”jotka sitä eivät ymmärrä”. Kirjoittaja ”maalaakin piruja eduskuntatalon seinille” elintarviketilasta, koska kansallinen maatalous ei saa loppua:

Mutta ruuan hinta ei laske, sillä täytyyhän jonkun vetää välistä. Miksi siis muuttaa vanha järjestelmää ja mennä EY:hyn? Taistelkaamme Suomen maatalouden puolesta, maatalous ei saa loppua. Sivistys alkoi, kun luovuttiin paimentolaisuudesta ja alettiin viljellä maata samalla paikalla. (”Maaseudun elinmahdollisuuksista”, ulvilainen poika, v. 2002.)

Poika Ylistarosta (v. 1994) pohtii rakennusmestari-isän Rautia- ja IN-ketjun rakennus- ja suunnittelu-toimiston tilannetta. Jos firma halutaan nostaa kaupan yläkerran pikkuuasunnosta tiliä tuottamaan ja hyvään kasvuun, on paljon miettimistä ja rakentamista. Lama vaatii harkintaa, realistista analyysia, jäitä hattuun. Tiedolla ja insinöörikoulun tuottamalla suunnittelun järjellä itse tekninen puoli on saatavissa haltuun – jos nyt ylipäänsä on! Aineessa ”Minustako perheyriityksen jatkaja?” rakentaminen on keväällä 1992 täysin pysähdyksissä. Kaupan kiinteät kulut – lainojen korot ja lyhennykset, palkat ja sosiaalikulut – ovat jo kasvaneet, mutta myynti on pudonnut alle puoleen. Mykästi kehittynyt yhtälö ei toimi.

Tilanne täällä kaupassa tuntuu vähän kireältä: laskuja on maksamatta ja henkilökuntaa on jouduttu vähentämään // Aloitan lukion [ja jatkan sitten, KP] teknilliseen tai korkeakouluun. // Hyvällä koulutuksella tähtäisin enemmän rakennusten suunnitteluun ja alan tuntemiseen, sillä kaupan puolella pystyisivät kaupallisen koulutuksen saaneet myyjät hoitamaan varsinaisen myynnin.

Kirjoittajalla on paremmat asemat kuin vanhemmilla, mutta tulevaisuus jää auki.

Valkeakoskelaispoika (v. 2002) kirjoittaa harvinaisen ironisen tarinan suomalaislamasta ja Euroopan unionin noususta neuvostokaupan tilalle. Kun lama saapuu ja Neuvostoliiton punalippuja ja yhdistysviirejä ei enää kannata tehdä painaa, Vitikan suuryhtiö romahtaa. Kirjoittaja kuvaa taitavasti, kuinka poliittinen kiipijä tuntee suhdanteensa ja saattaa saada yksinoikeuden valmistaa EY:n tähtilippua. Juttu muuttuu roisiksi ja talouslaman poliittista kriisiä ja luonnetta alleviivaavaksi pamfletiksi. Laman kriisistä voi päästä politiikan kriisiin, kirjoittaja tietää mielessään. Elämä ei ole muodoltaan nousua ja laskuja, se on valtapelin paikka. Pelin säännöt vain muuttuvat nousun ja laskun kulttuurissa. Poiskuoleminen logiikka ja välttämättömyyksiin sopeutumisen retoriikka – ”lama oli saapunut” firmaan kuin mykkä sairaus kenenkään voimatta sille mitään – eivät sovi ironiseen poljentoon ja sen loppunousuun. Myös tehtaanjohtaja saa osansa. Hän on irtisanonut ihmisiä kyynisesti:

(n)iin paljon ettei muistanut palkanneensakaan.// Laman jälkeen Vitikka kaartaa tehtaan pihaan työsuhdepolkupyörällä, jonka hän on vaihtanut kiiltävänmustasta BMW:stä. // Yksi kirjanpitäjä kutoi nurkassa kummipojalleen punaruskeita villahousuja. // Kauppaneuvos oli vain erottanut pari tehdastyöläistä lisää ja oli näin vaivattomasti rahoittanut kalliit huonekalut ja pari tuumaa upottavan kokolattiamaton huoneeseensa. Muuttaman työläisen irtisanominen ei riipaissut kokeneen kauppaneuvoksen sydäntä tippaakaan, sillä hän oli jo vuosia takaperin saanut huomata, että liike-elämässä pärjäävät vain ne, jotka uskaltavat olla tarpeeksi itsekkäitä.



Politiikka ja liike-elämä elivät tiukasti käsi kädessä; johtaja tajusi sen jo nuorena ja lähti aluksi politiikkaan, eteni puolueissa suhdanteiden ja etujen mukaisesti aina portaiden yläpään saakka. Tunnetun nimen ja vaikutusvallan myötä hän perusti monikansallisen yhtiön, Vitikka Oy:n. Hän pörhälsi monimiljonääriksi myyden aluksi Neuvostoliiton Kommunistiselle Puolueelle punalippuja sekä laajemminkin viirejä ja lippuja yhdistyksille ja yrityksille. Mutta valkeakoskelainen ironia jatkuu laman politiikan maailmaan:

Kunnes Suomeen saapui lama eli taloudellinen taantuma. Tuon hienon ilmauksen hän oli oppinut presidentti Koiviston uudenvuodenpuheesta... hän piti laajemminkin hienoista sivistyssanoista. Niitä käytettäessä vastapuoli neuvotteluissa tunsu itsensä tyhmäksi.” (”Yrittämisen lihavat ja laihat vuodet”, valkeakoskelainen poika, v. 2002.)

Voi olla, että aineessa kirkastuu valkeakoskelaisen tehdaspaikkakunnan duunarihuumorin ja herravihan sekä talouden ja politiikan pelin arvostelun kitkerät – mutta parhaat – perinteet.

UTELIAS YRITTÄJÄ – ANTROPOLOGINEN VAKIO

Kuten edellä tarkasteltu nuorten asennekirjo ja ryhmittelyanalyysit osoittavat, nuorten yrittäjyyttä koskevat asenteet ja oma yrittäjyysidentiteetti varioivat suuresti. Vaikka on helppo nähdä, että nuoret eivät suin päin ajattele ryntäävänsä yrittäjäksi ja kriisin vaarat käydään läpi, asenne yrittäjyyttä kohtaan on lamankin jälkeen pääsääntöisesti avoin ja positiivinen. Erityisen tärkeä puoli näissä kypsien nuorten mielteissä on eräänlaisen universaalien ihmillisen yrittäjän keksimis- ja kehitysmielen pohdinta. Pitkän linjan historiantutkijat puhuvatkin antropologisista vakioista (Ottomeyer 1978; Habermas 1976), joista yksi on kielen ja työn sekä niitä yhdistävän innovatiivisuuden asema kulttuurissa. Yrittäjät eivät ole vain tai ensisijaisesti poppamiehiä tai tieteilijöitä, joilla on jotenkin etuoikeutettu paikka tai koulutodistus yhteiskunnassa. Toimeentulon pakko, niukkuus tai inhimillinen tarve luovat uusia ammatteja ja yrityksiä. Monet yrittäjät ovat kulttuurinsa poikkeavia, jotka itsepäisesti ajavat läpi uuden arkea helpottavan idean tai työkalun. Oma autonomia ja vastuu liittyvät yrittäjän monipolvisen arkeen: ”kun saan kirjoittaa lomakkeeseen yksityisyrittäjä, tiedän että jokainen päivä on erilainen, olet oman itsesi orja.” (Tyttö Juuankoskelta.)

Lukiolaistyttö Vaasasta kiteyttää aineessaan ”Yrittäjäksi jo nuorena” (v. 2005) yrittäjyyden monipuoliset kulttuurit, uusia työelämäratkaisuja tuottavan uteliaisuuden ja sen pitkän historian. Nuoret saattavat uteliaisuuttaan toimia ikään kuin tietämättään yrittäjänä. Itsellisen ammatin kirjo on suuri ja koulutusta ei aina tarvita:

Tärkeintä on uteliaisuus ja kiinnostus uutta kohtaan sekä uskallus toteuttaa unelmansa. // Moni nuori miettii, kuinka yrittäjäksi ryhtyä. Yrittäjäksi ryhtyminen on helpompaa, kuin usein luullaan, sillä läpi historian ihmiset ovat keksineet ja kehilleet itselleen eri ammatteja. Jo aikoja sitten yrittäminen on vetänyt kilpailuhenkisiä ihmisiä puoleensa, sillä itsensä ja perheensä elättämiseen on tarvittu riittävä toimeentulo. // Nykyään yrittäjäksi voi ryhtyä melkein kuka tahansa, joka vain haluaa ja jolla on tarpeeksi rohkeutta ja innostusta oman liiketoiminnan aloittamiseen.

Vieläkin antropologisemman ja inhimillisen elämän epävarmuutta ja siihen ankkuroituvaa kekseliäisyyttä käy läpi turkulaistyttö kirjoituksessaan ”Menneisyyden yrittäjä” (v. 2002). Yrittäjän epävarmuus voi olla poikkeavaa – väliin epätoivoistakin – määrätietoisuutta. Menneen kulttuurin ”Arotuuli-tyttö” oppii punomaan äidilleen koreja, ja taito leviää arjen tarpeiden ja kaupan myötä. Arotuulta pidettiin heimokulttuurissa vajaa-älyisenä, kun hän punoi ja punoi koreja, mutta ”kädentaidot // pian levisivät muihin heimoihin ja alueille kulovalkean tavoin”. Matalan kulttuurin innovaatioilla on aina ollut



paikka ihmisen kulttuurissa, varsinkin ennen teknologista koulutusyhteiskuntaa; vaikka saviruukut keksittiin, kepeät korit jatkoivat elämäänsä. Nainenkin saattoi laittaa tällaisen korin selkäänsä ja kävellä parempaan tulevaisuuteen.

YRITTÄJYYSPÄÄTÖKSEN SOSIAALINEN HARKINTA

Yleinen avoimuus yrittäjyyttä ja sen asennetta kohtaan näkyy myös raportin kyselyssä, vaikka yrittäjyys ei olekaan ainoa mahdollisuus tyydyttää uteliaisuutta, kokeilla kekseliäisyyttä tai purkaa sisäisiä yrittäjyysenergioita (ks. kuvio 5). Vain 10–15 prosenttia nuorista hyväksyy väitteet, joiden mukaan heidän on työllistymisen, energian ja tarmon purkamisen tai itsenäisyyden vuoksi välttämätöntä ryhtyä yrittäjäksi. Joka kymmenes ajattelee, että ”itsenäinen työtapani ei sovi palkkatyön malliin”, 71 prosenttia on eri mieltä. Samoin joka kymmenes nuori samastuu tulkintaan ”minun on työllistettävä itse itseni juuri yrittäjänä”, 73 prosenttia yhtyy ajatukseen vain vähän. Hiukan useampi (14 %) painottaa yrittäjyyttä ainutlaatuisena toimintatapana, jossa voi purkaa omaa energiaa ja tarmoa, kun taas 71 prosenttia kokee niin vain melko tai hyvin vähän.

Sen sijaan raportin aineiston nuoret ajattelevat tulevaisuuttaan avoimena – myös yrittäjyys on mahdollista. Kaksi viidestä vastaajasta (42 %) samastuu amerikkalaista elämäntapaa luonnehtivaan ajatukseen siitä, että useat vaihtelevat työt ja yritykset tekevät elämästä mielekkään; vain 21 % vähättelee väitettä. Kyse ei ole vain amerikkalaisesta vapauden ideasta ja *self-made-man* -identiteetistä: viiden ammatin, vaimon ja auton ideasta. Myös Suomessa ajatus suoraviivaisesta ja turvatusta virasta tai työpaikasta on historiaa. Epänormaaleista työsuhteista, pätkätoista ja yrittäjyyttä muistuttavista ratkaisuista on tulossa sääntö. Kysymys tähtäsi nimenomaan elämän mielekkyyden pohdintaan, ja nuorten enemmistö oli valmis yhdistämään työ- ja yrityselämän vaihtoehdot osaksi elämänmakua. Jollei riskisyys, niin ainakin yllätyksellisyys, ennakoimattomuus ja vaihtelu ovat osa mielekästä elämäntapaa.

Myös yhteisöllinen yrittäjyysidentiteetti, yrittäjien porukkaan kuuluminen, on nuorille yllättävän tärkeää. Jopa neljäsosa nuorista (26 %) haluaa kuulua yrittäjien porukkaan ja jakaa sen arvostuksen ja haasteet. Yhteisöllisten kuulumissuhteiden ja identiteettien empiirinen tutkimus on hankalaa, ja johtopäätöksissä tulee olla varovainen. Muut väitekyseymykset kuitenkin tarkentavat kuvaa nuorten yrittäjyyssharkinnoista. Meidänhän on pakko puhua pohdinnoista, refleksiivisestä asenteesta, koska monet vastaajista ovat opiskeluiässä ja yrittäjyys aloitetaan yleensä vasta vanhemmalla iällä. Nuoret ajattelevat myös yksilöllisesti (vrt. singulaarisuus riskiopin osana, edellä), ja avoin tulevaisuudenkuva on yksi sen muodoista. Tulevaisuuden ammatti- ja työratkaisuja ei halutakaan hallita kovin kollektiivisin muodoin, vaikka yrittäjyyspohdinta onkin monille sosiaalinen prosessi. Myös ”kavereiden kanssa voidaan vakavasti pohtia yrittäjyyttä”: 32 prosenttia hyväksyy ja 50 prosenttia vieroksuu väitettä. (Ks. kuvio 5.) Tämä on varsinkin poikien tapa elää tässä päivässä, käydä konkreettisesti rajoja koetellen tai utooppisesti kavereiden kanssa läpi yritysmahdollisuuksia. Myös teemahaastattelussa nousi usein esiin – esimerkiksi tutkimuksen taustaryhmässä – nuorten aikuisten miesten tapa synnyttää yritys kaveripiirissä ylittämään jokin käytännön idean toteuttamisen ongelma tai verkoston töiden organisoimisen haaste (Hoikkalan haastattelu 2006). Mitään erityistä ”hyppyä” tai ideologista pohdintaa epävarmasta (palkka)työn tekemisestä yrittäjyyteen ei tarvita. Usein tällaisissa porukoissa kommentoidaan kyynisellä leikillä tai olankohautuksella sekä maailmaa uudistavia ay-puheita että yrittäjyysidealisoitua. Yritys tehdään, jos on tarvis!

Myös kouluaineissa nuoret miehet pohtivat erikoisia harrastuksiaan ja elämäntapalleen sekä niiden vaatimia yrittäjätarkaisuja. Tällöin esiin nousevassa yrittäjässä, oman onnensa sepässä, asuu jonkinlainen poikkeavuus, karisma. Kaverisuhteet, koulujen ja paikkakuntien muutot sekoittavat usein nuorten miesten kohtaloita. Eräässä aineessa koiratarhaa perustava ja yleensä koheltava ja hii-



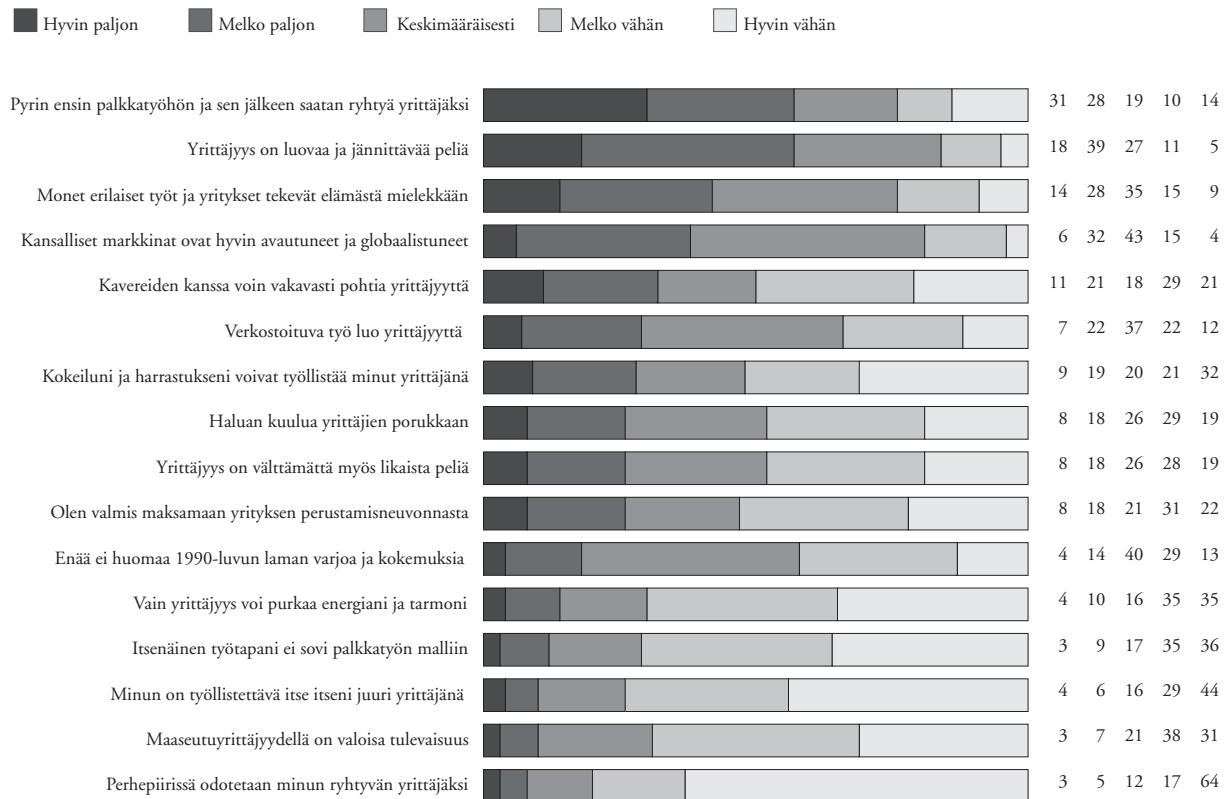
kan sekopäinen ystävä joutuu ihmetyksen kohteeksi, kun hän perustaa yritystään. Lopulta kuitenkin jonkinlainen karisma – oman tien valitsijan omalajinen ääni, elämäntapayrittäjäisyys (ks. kuvio 4) ja firman idea sen henkilön brändinä – nousee esiin kaiken ihmettelyn jälkeen. Vanha ystävä on tutustunut toiselle paikkakunnalle muuttaneen koiratarhayrittäjän yrittäjän projektiin ja toimintaan:

Uudenvuodenpäivän palasin takaisin kaupunkiin. Mukanani oli kolmikuukautinen beagle nimeltään Renttu. (Niemisen yritys tuotti sellaisia) ja paljon ymmärrystä. // Tajusin että jotain sellaista oli Nieminen etsinyt koko ikänsä – jotain omaa. Olla oma herransa niin kuin Nieminen oli aina halunnut olla. Ymmärsin että kun Niemisellä lopulta oli oma yritys – omalla rahalla hankittu, omalla työllä pystytetty – se merkitse hänelle jotain. Siihen ei edes Nieminen kyllästyisi.

Vertaisharkinnan merkitys korostuu, kun huomaamme, että vain 8 prosenttia nuorista ajattelee, että oma perhe – jotenkin pysyväluntonoisesti – odottaa nuoren ryhtyvän yrittäjäksi. Perhepiirin traditio ei siis ole järin imperatiivista, pakonomaisesti nuorta yrittäjyyden piiriin vetävää. Silti kaikkea yrittäjyyteen liitettyä ”pakkoa” – on se sitten taloudellista, perhesosialisaatioon tai yhteiskuntapolitiikan rajoituksiin liittyvää – on myös käsiteltävä vakavasti. Jos elämässä selviytyminen tai siinä pärjääminen on pakkoyrittäjyydestä kiinni, yrittäjäisyys voi olla myös surullinen ja ihmisten itsellisyyttä loukkaava – kaikkea muuta kuin singulaarinen aktiviteetti. Vertaisharkinta ja otollisen tilaisuuden pohdinta ovat myös yhteydessä nuorten jossitteluun mahdollisesta palkkatyön jälkeisestä yrittäjyydestä: jopa kuusi kymmenestä nuoresta (59 %) allekirjoittaa vähintäänkin ”melko paljon” tosissaan ajatuksen, että ”pyrin ensin palkkatyöhön ja sen jälkeen saatan ryhtyä yrittäjäksi”. Nämä tiedot ovat relevantteja, kun piirrämme kuvaa suomalaisnuorten avoimesta yrittäjäoptiosta: se odottaa sitten vanhempana, koulutuksen ja työkokemuksen jälkeen, tilanteessa, jossa muut tiet eivät voi johtaa eteenpäin. Kuinka paljon tuota mahdollisuutta ennen on urauduttu – palkkatilin, työkavereiden ja perheen kanssa – ei kukaan tiedä ennakkoon.



KUVIO 5. Miten samastut seuraaviin väitteisiin yrittäjyyttäsi tai mahdollista tulevaa yrittäjyyttäsi koskien? (% , N=417.)



YRITTÄJYYS PRODUKTIIVISENA, LUOVANA JA JÄNNITTÄVÄNÄ PELINÄ

Nuorten käyttöön ottamat taloutta ja yrittäjyyttä kuvaavat pelikielikuvat ovat jännittäviä. Joissain nuorisotutkimuksissa (Paakkunainen 1991; 1993; vrt. Paakkunainen & Myllyniemi 2004; EUYOU-PART 2006) on noussut esiin, että urheilun, koulun, talouden ja jopa erotiikan piirissä pelin termi ja metafora on usein positiivinen. Peli on avointa, jännittävää, viehkoa. Sen leikinomaiset säännöt ovat vakavat ja läpinäkyvät, ja niiden loukkaaja on pelinrikkoja. Peli vie mukanaan ja pelaaja haluaa sitä. Sen kuluessa muututaan, opitaan ja tullaan toisiksi. Pelin avoimuus viittaa siihen, ettei tunneta sen lopputulosta, joten on jännittävää pelata tai katsoa, kuka on voittaja. Se voi olla tanssi (vrt. *spel*, *Spiel*, *play*), joka leikinomaisen kuvionsa kautta vie meidät elämänkumppanimme rytmiin. Peli voi olla myös näytelmä tai draama, johon heittäytyminen muuttaa meidät. Se tavallaan rikkoo entistä merkityskuviota. Koko kulttuurin traditio voi olla aaltojen liikettä, jossa traditio tulee rantaan ja palaa vain hiukan muuttuneena. (Gadamer 1988; vrt. Wittgenstein 1978.)

Sellaiset pelit, jotka eivät ole reiluja ja läpinäkyvien sääntöjen mukaisia, saavat nuorilta nurjan vastaanoton. Yksipuoliset ja fatalistiset pelit, jossa kaikilla osapuolilla ei ole mahdollisuuksia, peliroolia ja jossa lopputulos on jotenkin ennalta määrätty, eivät tietenkään vie mielikuvitusta tai nuorta mukanaan. Poliitiikka koettiin varsinkin 1980-luvun nousun loppuvuosina likaisena, jopa ”haisevana ja paskaisena”, pelinä. Se ei ollut *fair play*, reilu peli, vaan vaikutussuhteiltaan epäkelpo ja harvojen omalakinen peli. Nuoret joutuivat katsomaan sitä median läpi aika lailla voimattomana, ikään kuin kuluttajina (Paakkunainen 1993). Laman ja globalisaation myötä suhde politiikkaan on virittynyt



uudelleen varsinkin Suomessa. Mukaan kuvaan ovat tulleet politiikan vakavat, ristiriitaiset ja kamppailulliset puolet, jopa maailman parantaminen (EUYOUPART 2006). Silti nuoret saattavat olla myös sitä mieltä, että politiikka on myös likainen ja epäreilu asia. Suhde politiikkaan ei ole dogmaattinen ja kokonaisvaltainen tai mustavalkoisen moralistinen. Se ei ole enää joko–tai- vaan sekä–että-asia. Kanta pelin luonteeseen ja kulkuun riippuu siitä, kenen politiikasta, mistä poliittisesta tilanteesta ja minkä ajan politiikasta puhumme. Nuorilla on nyttemmin samanlainen monimielisyys ja produktiivinen asenne yhteiskunnalliseen ja taloudelliseen valtaan: sitä ei moralisoida tai idealistisesti pureta pois. Mietitään myös omia pelimahdollisuuksia vallan arsenaaleilla, ison vallan epävarmuuksilla ja ristiriidoilla. (Paakkunainen & Myllyniemi 2007, 30–33.)

Sama näyttää liittyvän nuorten asenteisiin liittyen talouselämään ja yrittäjyyden pelikuvioon. Talouselämän isojen toimijoiden ja instituutioiden luottamus saattaa olla laskussa (Wilska 2006). Silti nuorilla näyttäisi olevan juuri PK-yrittäjyydestä ja sen elämänasenteesta hyvin myönteinen kuva. Kuten politiikan pelin kuvastossakin, myös yrittäjyyden peruskielikuvissa, troopeissa (White 1973), arvotukset vaihtuvat (ks. kuvio 5). Yrittäjyyttä koskevat kielikuvat eivät ole sillä tavalla kivettyneitä, kollektiivisten ideologioiden tuottamia tai dogmaattisia etteivätkö nuoret miettisi niitä ja erittelisi niiden avulla talouden ja yritysmaailman ilmiöitä ja (epä)reiluutta. Jos joku on reilu jätkä, kaikki on ok – muuta ei vaadita. Samaa pätee yrittäjyyteenkin – ainakin jollain yleisellä tasolla: ylisummaan tai lähtökohtaisesti yrittäminen ei ole epäreilua. Talouden ja politiikan pelin luovuuden ja likaisuuden arviot ovat saattaneet viime vuosikymmenien aikana lähentyä toisiaan. Taustalla voi olla kriittisen tutkimuksen tulkinta näiden valta- ja osallistumismuotojen lähentymisestä: talouden tavasta viedä politiikkaa tai ainakin määritellä ja luoda sille välttämättömyyksiä, imperatiiveja. Tässä taustassa politiikan suosio taasen voi nousta, koska sitä tarvitaan suhteessa talouteen ja markkinoihin. Kristiinankaupungista kotoisin oleva Sara (v. 2003) löytää huippulahjakkaassa ironiassaan talouden ja politiikan kulttuurien erot, tavallaan varoittaa tasoittamasta näitä pelikenttiä saman ”ration” alle. Mainoslauseita trimmaava konsulttifirma laajentaa ihmisen sosiaalisten taitojen markkinoilta eduskuntaan ja suurvaltajohtajien luo, korvaamattomaksi puheiden ja trimmattujen metaforien kirjoittajaksi. Vasta kun maailmanrauha vaarantuu firman lausetuotteiden vuoksi, ”Ab Svada Oy:n” tie katkeaa ja yrittäjä palaa sikafarmariksi Suomen rannikolle²⁴.

Ensi sijassa nuorten mielestä ”yrittäjyys on luovaa ja jännittävää peliä”: kolme viidestä nuoresta (57 %) pääsääntöisesti samastuu väitteeseen hyvin tai melko paljon. Vain 16 prosenttia aineiston vastaajista selvästi vierastaa sitä. Tässä positiivisessa pelillisyydessään yrittäjyys asettuu vähintäänkin politiikan luovuuden ja positiivisen, usein juuri kamppailullisen, pelitaidon rinnalle. (Paakkunainen & Myllyniemi 2004, 80–81). Väitteeseen ”Yrittäjyys on välttämättä myös likaista peliä” yhtyy joka neljäs (26 %) vastaaja; lähes puolet (47 %) aineiston nuorista on eri mieltä. Kuten nuorten yrittäjyyteen liittyvät riskiopit osoittivat, henkilökohtainen, perinteinen ja PK-yrittäjyys käyvät nuorille epävarmasta, mutta myönteisen pelin maailmasta. Urheilun, kilpailun ja itsekurittamisen analogiat ovat myös silta kuvata riskiharkintaa positiivisena pelinä.

YRITYSMAAILMASSA PELATAAN EPÄVARMUUDELLA

Epävarmuus, riski ja avoin kilpailullisuus eivät voi olla työllä, tehtävillä, velvollisuuksilla tai suunnitelmilla hallittavissa: joitain pelillisiä puolia yrittäjyydessä jää aina jäljelle. Markkinarakoon on aina heittäytyttävä jotenkin kokeillen, testaten tai pelaten. Yksin sillä kentällä ei pelata, ehtoja ei aseteta itse. Aina ei ole varmuutta yhteisistä pelisäännöistä. Tästä tietenkin elämäntapayrittäjät ja traditionaalisen PK-yrittäjäetoksen omaksuneet voivat olla eri mieltä. Yrittäjyys on heille tunteja laskematonta työtä ja uurastusta, jossa hiki, käsityö ja itsellisyys ovat perusarvoja. Tätä eivät pelin – on se sitten jännitys-, mainos-, pääoman kasaamis-, tai pörssipeliä – kuviot saa häiritä. Tavallaan



perusyrittäjä voi yrittää minimoida sattumanvaraista peliä, joka kuitenkin – realistisesti ajatellen – säilyy elämänehtona, suhdanne- ja kriisiperustana.

Parhaimmillaan yrittäminenkin on riskitarkastelussa peliä epävarmuudella, riskillä. Machiavelli puhuu politiikassa pelistä epävarmuudella (kontingenssista). Taitavan poliitikkoruhtinaan intressinä on laajentaa epävarmojen poliittisten asioiden määrää ja laajuutta ja saada näin itselleen lisää pelimerkkejä ja -tilaa. Mutta esimerkiksi Weber puhuu vieläkin tiukemmin pelistä: kysymys politiikassa on pelistä itse riskillä, epävarmuudella. (Weber 1978; vrt. Palonen 1998.) Jos vertaamme talouden peliä politiikan peliin, erona on, että politiikassa ainakin puhutaan yleisen tai universaalien nimissä – vaikka oma tai oman puolueyhmän etu voidaankin liittää siihen. Sen sijaan yrittämisen maailmassa peli on yleensä avoimesti itsekkäämpää ja uhanalaisempaa. Riskinhallintataidot ja mahdollisuudet tappioon ja voittoon jopa ilman erityistä omaa syytä tai ansiota ovat mahdollisia. Yrittäjän eksistenssi on poliittikkoakin enemmän kiinni epävarmuuden pelissä.

Positiivisten optioiden lisäksi ovat olemassa häviön maastot. Ne kuuluvat pelin henkeen. Taloudellisen kilpailun ja riskipelin universaalisuus taas liittyy siihen, että aina joitain rannalle jättävänä kilpailu ja varsinkin sen tulokset – systeemin *output* ja *outcome*, vaikuttavuus ja voitto – ovat kaikille siunaukselliset. Epäkelvot tuotteet, tehottomat tuottajat, heikot tuotteet ja tuottajien motivaatiota pilaavat seikat putoavat pois markkinapelin rattailta. ”Kun valjakko ajaa lujaa, kakat tippuvat rattailta.” (N 22, yrittäjyyskyselyn avovastaus.) Talouden ja politiikan pelin erottaminen muina kuin ideaalityyppeinä on tietenkin vaikeata. Elävässä elämässä ne tarvitsevat toisiaan hyvässä ja pahassa. Haavikkolainen monimielisyys ja paradoksaalinen realismi ovat mukana muutamien nuorten tyyleissä kuvata talouden ja politiikan suhdetta. Illan poliittinen spekulatio voi aamulla olla voittoa tuova taloudellinen intressi. Talouden positiivinen aura on ollut yhteiskuntaoptioiden yksipuolinen veli aina, sosialismista luterilaisuuteen ja liberalismiin. Suhde kuitenkin muuttuu: 1980-luvulla julkisen ja politiikan ohittanut kulutus, talous ja yrittäjyyssetos ovat nousseet niin vahvoille, että nyt useimmat nuoret ovat siitä huolissaan (vrt. yleiset riskiarviot edellä). He haluavat takaisin monipuolisemman pelin, jossa myös julkinen on mukana – jollei muuten, niin ainakin peesaamassa.

YRITTÄJYYDEN PERUSYKSIÄINEN PELI – KUN RAHA PUHUU, SE EI KUUNTELE!

Juuri tämä yrittäjän pelin itsellisyys, itsekkyyys ja näihin ankkuroiva peruseksistentiaalinen yksinäisyys ovat mukana monissa nuorten aineiden pelikuvastoissa. Eksistentialismissa ajatellaan, että ihminen on yleisesti heitetty tänne etsimään itseään muiden ymmärtämisen kautta. Yksinäisyys on kuitenkin yrittäjälle vieläkin karmeampaa: yksinpeli, jatkuvan häviön mahdollisuus, pöydän putsaminen vararikolla ja uuden yrityksen aloittaminen muiden kyynisen hyväksikäytön mielessä kuvaa tätä. Nuoretkin kuvaavat aineissaan kylmyyden tai yrityskuoleman läsnäolon, vaikka usein myös tarjoavat tekstissään jonkin positiivisen ulospääsyn tilanteesta.

2000-luvun aineiden asetelmat ja toteutukset ihannoivat väliin tiimi- ja verkostopelimuotoja. Usein yrittäjän peli on itsekäs ja taktinen pasianssipeli, jota voi jopa pelata yksin; pelin edessä ihminen on yksin, ymmällään. Taistelukaan ei ole aina riittävä asenne, vaan oikeassa kohdassa katsotaan kieron, ollaan monimielisiä:

Vararikko...sitä vastaan taistelet, taistelet, taistelet! // Loppujen lopuksi yrittäminen on pasianssia ja ihminen on vain ihminen, joka ei osaa sanoa, mikä onnistuu ja mikä ei. // Yrittäminen on kuin pasianssia: yksinpeliä, jossa kaikki jää usein yhden kortin varaan. Toisinaan kortti pettää. // Silloin pyyhitään koko pöytä puhtaaksi ja aloitetaan alusta. Pasianssikin menee joskus läpi, yrittäjä oppii virheistään. Ensin mietitään valmiiksi innovaatio, uusi liikeidea.



keksitään jotain, mitä kansa luulee tarvitsevansa. Ihmiset ovat yrityksen generaattori, pyörittävä voima. (”Sana, jota yrittäjä pelkää”, riihimäkeläinen tyttö, v. 1988.)

Markkinoiden logiikan hyväksyminen johtaa usein myös siihen, että avoin kilpailu- ja kamppailupeli nousevat arvoon arvaamattomaan. Talouden resurssit, raha ja pääomat ovat pelimerkkejä, ja niillä käydään seurauksista tai muista ihmisistä piittaamatta peliä loppuun saakka. Kaikki muistamme Monopoli-pelin tai sen amerikkalaisvastineen, jolloin sen säännöt oli kirjoitettu imperialismikritiikin termein. Peli näyttäisi joissain aineissa liittyvän nousukausiin ja talouspelin harjoitteluun, vanhempien kartuttamaan sijoitussalkkuun:

Suuryritysten toiminta muistuttaa paljolti Monopoli-peliä, joka oli lapsena suosikkini. Samalla tavalla konsernit näyttävät hankkivan itselleen maaomaisuutta, tehtaita ja liikeyrityksiä ulkomailtakin. kaiken kaikkiaan tämä elävä todellinen ”peli” tuntuu yhä mielenkiintoisemmalta. // Olen alkanut ymmärtää äitiäni, joka ”Me naisten” asemasta mieluummin tarttuu Kauppalehteen. Itse olen vasta tien alussa, mutta ikkuna yritysmaailmaan on jo vähän raollaan – Helsingin arvopaperipörssin ansiosta. (Peppi Palokasta, v. 1985.)

Tässä myös epäreilut ja kylmät taktiikat, tarpeita ja ihmisiä harhauttavat peli- ja tarvekuviot tulevat mukaan peliin, mutta niitä ei edes aina moitita. Niiden suhtaudutaan John Locken tapaan kylmän rationaalisesti – ikään kuin politiikkaan Machiavellin tapaan. Kyynisyys venyy pitkälle globaalien pelimerkkien ja sääntöjen maailmassa. Talouden Machiavelli vain pelaa toisilla merkeillä, kasaa niitä muille kukkuloille ja pitää niitä tavalla, että vastustajan liikkeet tulevat maksimaalisesti huomioiduksi. Politiikassa ja talouselämässä on myös nuorten mukaan oma kyynisyysensä, joka voi jalostua jonkinlaiseksi skeptisismiksi ja (itse)ironiaksi. Ei saa olla naiivi, dogmaatikko tai idealisti. He saattavat naulata itsensä periaatteisiin ja asenteisiin, joista pelissä on luovuttava säilyttääkseen reaalisen peliasemansa. ”On pudottava tassuilleen aina, kissan tavoin niin kuin Väyrysen Pave...kaikista peleistä, jotka ovat käynnissä samaan aikaan. Ja taas yhdeksännekin kissan hengen käytön jälkeen oltava sen näköinen, että on juuri ensimmäistä kertaa tulossa peliin.” (Kilpa-aine, v. 1989.)

Mutta jos talouden omalakisat säännöt vievät yhteiskunnassa, nuorten suhde yrittämisen pelikuvioon tulee monimieliseksi tai kriittiseksi. Tämä näkyy mykän pakon, globalisaation ja Ison Rahan Pelin toimintalogiikan kritiikissä. Koulutuksen ja kulutuksen kautta itseään kurittavat nuoret taasen saattavat ottaa etäisyyttä koko yrittäjyyden pelimuotoon ja nähdä esimerkiksi koulutuskilpailun ja kulutusharkinnan pelit elämää ohjaavina positiivisina kilvoittelun voimina. Elämäntapapolitikoijat taas takertuvat yrittämisen autonomisiin ja läpinäkyviin mahdollisuuksiin. Toisaalla he torjuvat globaalin ja ison pääoman vallan. Joskus he myös käyttävät hyväksi yrittäjyyden hulluja, autonomisia ja vaihtoehtoisia puolia. He tavallaan kääntävät oman yrittäjyyden kautta yrittäjyyden arvoja toisikseen. Tällehän täydellisen vapauden ja kilpailun ehdot ja brändi- ja imagomarkkinat antavat tuhansia mahdollisuuksia.

MONIEN PELIEN YHDEKSÄN KISSANHENKEÄ

Jos ajatellaan huippuunsa vietyjä pelitaitoja, tulee huomioida yrityspelien monitaitajat: nuoret toimijat, jotka pelaavat kerralla montaa peliä, käyttävät niitä hyväkseen peräkkäin ja rinnakkain. Ja jos he putoavat pois jostain pelistä, he ovat varmistaneet uuden pelin tai pelin ehdot käyttöönsä – niin kuin Paavo Väyrynen edellä olevan aineen kouluaineen mukaan. Kyse on tietenkin epävarmuudella pelaamisen taituruudesta, epävarman hyväksikäytöstä. Kouluaineiden mielikuvitusmaailmassa tällaisten ohjelmien kirjoittaminen on sangen mahdollista. Myös tutkimuksen taustaryhmässä (Terhi-Anna Wilska, teemahaastattelumuistiinpanot 2006) on muisteltu, kuinka nuoret tytöt yritysaineissaan



käyttävät tätäkin instituutiota hyväkseen pelatakseen itselleen pätemis- ja kulttuuripääomapisteitä. Kilpailun ja leikin säännöt ovat vakavat, koska vain persoonallisesti taiten ja konformistisesti pelaamalla voi päästä eteenpäin. Ei vain politiikan, vaan myös yrittäjyyden peli on kameleonttimainen, kuten 1900-luvun alun saksalaiset modernistit asian ilmaisivat. Moderni ihminen – on hän sitten kirjailija, journalisti, tutkija, yrittäjä tai opettaja – jättää aina jonkin pelioven auki: ”*The game must go on!*” Tämän Thomas Mann opettaa meille kymmenillä tavoillaan pitkissä teksteissään ja varoittaa totalitaristisista malleista, jotka eivät tosiasiaa ole pelejä laisinkaan.

Säde Vaasasta (v. 2004) kirjoittaa aineen ”Minustako yrityksen johtajaksi” ja julkistaa lahjakkaiden nuorten naisten kameleonttitaidot. Nämä taidot yhdistyvät pelimuotojen hallinnan johtajuudessa:

Elämäni aikana olen ollut monen oman yrityksen johtajana. Yritykset ovat pyörineet pienissä ympyröissä ja tuottona on ollut lähinnä hyvä mieli. [Toimisto postitti öisin posteja, mökillä sijaitti kuvitteellinen ruokayritys, päähenkilö viljeli omia vihanneksia, siivosi ja organisoii hiihtolomallaan roska-aseman ja sen ympäristön, mukana oli työntekijöitäkin, KP.] Tuosta opin, että tuottoa voi tehdä myös auttamalla ja kestävästä kehitystä vaalimalla. Opin myös, että eri työprosessin vaiheisiin tarvitaan eri tietotaitoja omaavia ihmisiä. Koulussa johdan usein ryhmätöiden tekoa. Jaan työtehtävät ja valvon, että työt tehdään hyvin. Lopussa tarkastan työn laadun ja vii-meistelen lopputuloksen. Siinä olen oppinut johtajuutta, miten ohjata töiden kulkua. // Näiden omien yritysten // tietotaitojen avulla minusta voi tulla hyvä yrityksen johtaja.

Taitavasta mutta astetta suorasukaisemmasta markkinapelin muodosta on kyse juukalaistytön hyötyajattelussa (v. 2004), jossa mummot muuttuvat omaksi hyödyksi – ja heitähän 2000-luvun alun Suomessa riittää. Talouden vaihtoarvojen kautta yritysten pelimahdollisuudet ovat huikeat. Ja nuorten kirjoittajien pelilauloilla ei aina kursailla. Mummojen pelimerkkejä tulee tulevana vuosina riittämään – sukupolvipeliä tämäkin:

Mummothan ovat todella hyödyllisiä, koska juuri he ovat ottaneet vastuun meidän vanhempiemme maailmaan putkahtamisesta // Eli ilman mummoja ei olisi meitä, eikä tulevaisuutta. Tämä pätkäily osoittikin minulle, että myös oma yritykseni tarvitsisi toimiakseen näitä ihmeiden tekijöitä, mummoja, muuten se olisi tuhoon tuomittu jo ennen kukkaan puhkeamista. // Olisi liikunnallisia pajoja kaikille kynnelle kykeneville, mm. uimista ja vesijumpaa, kädentaitopajoja kangaspuineen, sekä laskunmaksuautomaattien, kännykän, tietokoneen ja vempaimien käyttöä opettava paja // Mummot voisivat laulaa, lausua runoja, juoruilla kylän tapahtumista, yms. aivan niin paljon kuin sielu sietäisi! // Ainakin mummoja Suomessa, varsinkin maaseudulla, tulee olemaan lähivuosina lukuisasti, joten kohderyhmän edustajia luulisi löytyvän helposti viihdyttävälle mummoleireille.



MINKÄLAISIA YRITYKSIÄ NUORET PERUSTAVAT?

YRITTÄJYYTTÄ HARKITSEVAT MONET, VAIN HARVAT TOIMIVAT

Taulukoissa 4–6 ja kuvioissa 5 ja 6 tarkastellaan yksityiskohtaisemmin nuorten asenteita yrittäjäksi ryhtymistä kohtaan: oman tuotantolaitoksen tai firman perustamiseen tai yritysvisiointiin. Kuvion 6 data on peräisin Nuorisobarometri 2004 -aineistosta (N=1820) ja tarjoaa laajana vertailuaineistona mahdollisuuden vertailla ja varmistaa tämän raportin tuloksia ja relevanssia. Nuorilla on tässäkin avoin suhde yrittäjäksi ryhtymiseen. Kuvioista 5 näemme, että kolmannes pohtii kaveripiirin kanssa yrittäjäksi ryhtymistä. Kolme viidestä nuoresta ajattelee, että palkkatyökokemuksen jälkeen saatetaan ryhtyä yrittäjiksi. Konkreettinen itsensä työllistäminen ja oman toiminimen tai firman hankkiminen onkin vain muutaman nuoren todellisuutta ”tässä ja nyt”. Vain 11 nuorta (2,6 %) kertoi suoraan suunnittelevansa vakavasti yrityksen perustamista silloin kun tälle vastaukselle oli samassa kysymyskokonaisuudessa olemassa valmiina muita vaihtoehtoja: erilaisia yrittäjyysvisioita tai kielteinen kanta (ks. taulukko 4). Aineiston vastaajista löytyi kymmenen yrittäjää (2,4 %). Näin ollen ”vakavien yrittäjien ryhmä” rajoittui 19 toimijaan (4,6 %).

Kuviossa 6 esitetään nuorille seuraava vaihtoehto: ”Suunnittelen vakavasti yrityksen perustamista lähiaikoina?” Neljä prosenttia vastaajista oli täysin ja seitsemän prosenttia jokseenkin samaa mieltä väitteen kanssa. Ajatuksen torjui täysin 57 prosenttia, ja jokseenkin eri mieltä oli 20 prosenttia vastaajista. Aineistojen datat viittaavat samankaltaiseen tulkintaan ja nuorten ryhmittymiseen. Kyselyjen tulokset myös täydentävät toisiaan: neljästä viiteen prosenttia nuorista näyttäisi olevan vakavissaan yritystoimissaan. Sen lisäksi on olemassa suurempi ryhmä nuoria, jotka ovat avoimia yrityspäätökselle tulevaisuudessa ja pohtivat sen ehtoja.

Erityisesti tulee panna merkille nuoret, jotka pohtivat tai spekuloivat yrityksen perustamista jatkossa (ks. taulukot 4 ja 5). Tällaisia nuoria oli aineistossa 289 (69 %). Heistä yrityksen perustamista lähiaikoina suunnitteli vakavasti mainitut 11 nuorta (2,6 %). 85 haastatteluun suostuneista (20,4 %) halusi perustaa yrityksen, mutta on siirtänyt päätöksen kauemmas tulevaisuuteen. Tällä ryhmällä on ollut mielessään enemmän tai vähemmän vakava yritysidea tai -perustamistilaisuus. Lähes joka kolmas aineiston nuori (27,1 %) suhtautuu auliisti yrittäjyyteen, jos vain keksii jonkin hyvän yritysideoita. Tälle ryhmälle ajatus omasta itsenäisestä ammattinimikkeestä tai yrityksestä on aika spekulatiivinen ja toiveiden tasolla. Monet nuoret korostivat oivallisen yritysideoita merkitystä. Tässä yritysideoita pyydystämässä ja hokemisessa on menty niin pitkälle, että se häiritsee monia nuoria – vallankin perinteisen työteliäästi yrittäjyyteen suhtautuvien keskuudessa.

On olemassa myös merkittävä aineiston ryhmä (19,2 %), joka perustaisi yrityksen, mikäli tämän teon ehdot ja rahoitus selvästi helpottuisivat. Kyse on pitkälle yrityksen pyörittämisen hallinnosta ja sen rahoitus- ja ylläpidon ehdoista – yrittäjäpoliittisista ja (euro)kilpailullisista ehdoista. Tätä perustavaa tietoa, että kaksi kolmasosaa vastaajista pohtii yrityksen perustamista, varmentavat yrittäjyyskyselyn avovastaukset. Reipas kaksi kolmasosaa nuorista (69 %) raportoi itse avovastauksen kysymykseen ”Jos sinulle annettaisiin taloudellinen mahdollisuus perustaa oma yritys, minkä yrityksen perustaisit?” Vain alle kolmasosa nuorista – niin avo- kuin suorissakin kysymyksissä – torjuu kategorisesti yrittäjyyden mahdollisuuden.



SPEKULAATIO TÄYTTÄÄ NUORTEN MAAILMAN

Näyttääkin vahvasti siltä, että suomalaisnuorilla ei ole kulttuuris-ideologisia estoja ja kynnyksiä valita yrittäjän uraa. Yrittäjyys on nuorten enemmistölle ehdollisesti mahdollista – sangen avoin polunpää. Sen kautta voi pohtia ja nuorten mukaan toteuttaa monenlaisia omia ja sosiaalisia tavoitteita ja vastata yhteiskunnalliseen epävarmuuteen. Myös aiempaan empiiriseen vertailuun perustuen voi todeta, että nuorten yrittäjyysaktiivisuus ja -halut sekä yrittäjämöniteisyys ovat suuremmat kuin vanhempien ikäryhmien. (Rouvinen & Väänänen 2004, 59–61.) Yritysten arvostamisen asenteellinen ja arvotamiserro sukupolvien kesken on Suomessa selvemmin painottunut nuorten hyväksi.

TAULUKKO 4. Olisitko valmis perustamaan jossain vaiheessa yrityksen? Huomioita eri tavoin vastanneiden sosiaalisesta taustasta. (N=417.)

	En tule perustamaan yritystä	Suunnittelen vakavissani yrityksen perustamista lähiaikoina	Haluaisin, mutta olen siirtänyt sen kauemmas tulevaisuuteen	Olisin valmis, mikäli keksisin jonkin hyvän yritysideoan	Perustaisin, jos ehdot ja rahoitus selvästi helpottuisivat	Ei vastausta	Kaikki
Yhteensä	112	11	85	113	80	16	417
Yhteensä %	26,9	2,6	20,4	27,1	19,2	3,8	100,0
Myönteisesti vastanneiden sosiaalinen tausta	Naiset		Miehet	Miehet			
	Korkeimmat koulutus-tutkinnot suorittaneet		Ilman tutkintoa ja toisen asteen tutkinnon suorittaneet	Ammattikorkean tutkinnon suorittaneet ja ilman tutkintoa			
	Ylioppilas-tutkinnon suorittaneet		Ei ylioppilas-tutkintoa	Ylioppilas-tutkinnon suorittaneet	Ei ylioppilas-tutkintoa		
	Humanistiselle, luonnontieteell. ja sosiaali- ja terveytyöalalle orientoituneet		Terveys- ja sairaanhoitoalalle orientoituneet	Markkina- ja rakennus-tekniiselle alalle orientoituneet	Palvelu-tuotantoon ja yhteiskunnallis-sosiaaliselle alalle orientoituneet		
	Kaupunki-seudun kesküksissä asuvat		Ydinmaaseudulla asuvat	Kaupunkiseudun kesküksissä ja ydinmaaseudulla asuvat	Harvaan asutulla ja kaupunkien läheisellä maa-seudulla asuvat		

Suomalainen yritys ympäristö nähdään yhtenä maailman parhaimmista (WEF 2003). Myös mahdollisuudet uudelle yritystoiminnalle ovat Suomessa erittäin korkealla (Reynolds ym. 2002). Itsensä työllistäminen ja yrittäjäksi ryhtymisen teko eivät Suomessa kuitenkaan toteudu (Rouvinen & Väänänen 2004). Ideologisesta, asiallisesta ja asenteellisesta avoimuudesta huolimatta ei päädytä yritystekoihin. Nuoret itse ovat tiedostaneet tilanteen, ja usein myös sen selittelyn tavat:

Yrittäjyyttä pidetään vaikeana ja pelottavana asiana omalla kohdalla, vaikka muuten suhtauduttaisiinkin yrittäjyyteen yleensä myönteisesti. Kouluopetuksessa voitaisiin enemmän puhua yrittäjyydestä, myös joku käytännöllisissä asioissa neuvova taho olisi tarpeen. (N 26, yrittäjyyskyselyn avovastaus.)



TAULUKKO 5. Olisitko valmis perustamaan jossain vaiheessa yrityksen? Eri tavoin vastanneiden sosiaalisesta taustasta. (N=417.)

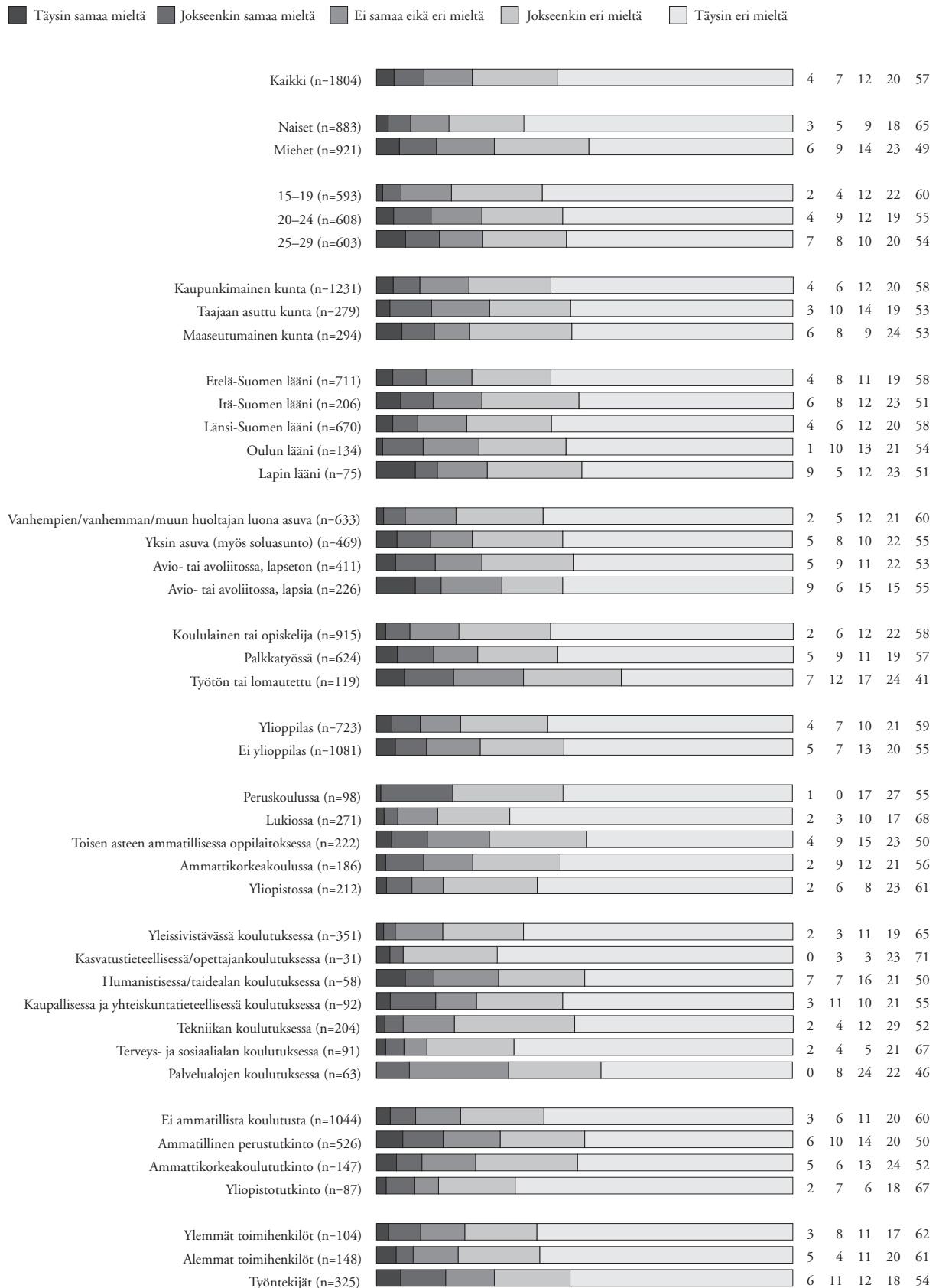
		Ei tule perustamaan yritystä	Pohtii yrityksen perustamista*	Ei vastausta	Vastaajia yhteensä
KOKO AINEISTO	KAIKKI	27 % (112)	69 % (289)	4 % (16)	100 % (417)
SUKUPUOLI	nainen	33 % (84)	65 % (166)	2 % (6)	100 % (256)
	mies	17 % (28)	76 % (123)	6 % (10)	100 % (161)
IKÄ	–18 vuotta	24 % (23)	73 % (72)	3 % (3)	100 % (98)
	19–21 vuotta	24 % (18)	70 % (52)	5 % (4)	100 % (74)
	22–24 vuotta	26 % (28)	72 % (79)	3 % (3)	100 % (110)
	25–27 vuotta	29 % (24)	65 % (53)	6 % (5)	100 % (82)
	28– vuotta	36 % (18)	62 % (31)	2 % (1)	100 % (50)
SUORITETTU AMMATILLINEN KOULUTUS					
	ei tutkintoa	23 % (41)	74 % (132)	3 % (5)	100 % (178)
	toisen asteen ammatillinen	25 % (29)	69 % (79)	6 % (7)	100 % (115)
	ammattikorkeakoulu	32 % (20)	68 % (42)	0 % (0)	100 % (62)
	korkeakoulu	38 % (15)	53 % (21)	10 % (4)	100 % (40)
YLIOPPILASTUTKINTO					
	tutkinto on	33 % (63)	62 % (118)	5 % (9)	100 % (190)
	tutkintoa ei ole	23 % (46)	75 % (152)	3 % (6)	100 % (204)
NYKYINEN TAI TULEVA TYÖALA					
	humanistinen/pedagoginen	43 % (18)	55 % (23)	2 % (1)	100 % (42)
	yhteiskunnallinen/sosiaalinen	25 % (6)	71 % (17)	4 % (1)	100 % (24)
	tekninen/rakennus	25 % (18)	72 % (51)	3 % (2)	100 % (71)
	matemaattinen/luonnontiet.	32 % (9)	68 % (19)	0 % (0)	100 % (28)
	hallinnollinen/juristinen	14 % (1)	86 % (6)	0 % (0)	100 % (7)
	markkinat/kauppa/yritys	25 % (18)	79 % (49)	6 % (4)	100 % (73)
	muut palvelut	25 % (10)	71 % (29)	5 % (2)	100 % (41)
	terveys/sairaanhoito	28 % (12)	70 % (30)	2 % (1)	100 % (43)
	maa/metsätalous	8 % (1)	83 % (10)	8 % (1)	100 % (12)
	järjestöt/kirkko/ III sektori	20 % (1)	80 % (4)	0 % (0)	100 % (5)
	taide/käsityö	0 % (0)	100 % (6)	0 % (0)	100 % (6)
ASUINKUNTA**	kaupunkiseudun keskukset	31 % (73)	66 % (158)	3 % (8)	100 % (239)
	kaupunkimainen kunta	17 % (3)	83 % (15)	0 % (0)	100 % (18)
	kaupunkien läheinen maaseutu	21 % (19)	73 % (65)	6 % (5)	100 % (89)
	ydinmaaseutu	23 % (10)	70 % (31)	7 % (3)	100 % (44)
	harvaan asuttu maaseutu	25 % (6)	75 % (18)	0 % (0)	100 % (24)

* Luokkaan ”Pohtii yrityksen perustamista” kuuluvat ne vastaajanuoret, jotka (1) suunnittelevat vakavasti yrityksen perustamista, (2) haluaisivat perustaa yrityksen, mutta ovat siirtäneet sen tulevaisuuteen, (3) olisivat valmiit perustamiseen, jos keksisivät jonkin hyvän yritysideoita ja (4) perustaisivat, jos sen ehdot ja rahoitus selvästi helpottuisivat.

** Alueellista sosiaalitaloudellista erilaistumista kuvaavat segregatioluokat (1–5) tulevat Stakesin kuntalialuokituksesta, joka perustuu kuntien yksilötasoisin (ei siis vain kuntakeskiarvojen) sosiaalista ja hyvinvointia kuvaaviin tietoihin. Luokitus ei kuvaa vain fyysisistä tai maantieteellistä sijaintia ”kesk uksessa” tai ”periferiassa” tai taloudellisia seikkoja. Luokitus etenee välillä 1–5, ja vahvimmat/sentristisimmät kunnat ovat ensin (Espoo... ja viimeisenä Puolanka). Ks. tarkemmin Kainulainen & Rintala & Heikkilä 2001.



KUVIO 6: ”Suunnittelen vakavissani yrityksen perustamista lähiaikoina.” (% , Nuorisobarometri 2004, N=1820.)





MITKÄ SOSIAALISET RYHMÄT OVAT VALMIITA YRITTÄJIKSI?

Raportin (ks. taulukot 4 ja 5²⁵) ja Nuorisobarometrin 2004 aineistot (kuvio 6; sen tarkemmasta lisätulkinnasta ks. Myllyniemi 2004, 31; Rouvinen & Väänänen 2004, 58–70) täsmentävät kuvaa nuorten asenteista yrittäjäksi ryhtymistä kohtaan. Keistä tulee ja keistä voi tulla yrittäjiä nuorten omien ajatusten mukaan?

Nuoret naiset ryhtyvät ratkaisevasti harvemmin yrittäjäksi kuin miehet: nuoret miehet antavat kaksin verroin enemmän yrittäjälupauksia. Naisten ja miesten ero yrittäjyyssharkinnoissa ja visioinneissa ei ole lainkaan yhtä selvä. Aineiston miehet ovat naisia aktiivisempia erityisesti tulevaisuuteen siirretyn tai sytyttävän uuden yritysideoita polemiikkeissa.

Aineiston nuorten ikäryhmät näyttäisivät jakautuvan yritysasenteissaan siten, että iän myötä yrittäjyysvalmiudet vähentyvät ja yrityksen perustamisspekulaatio passivoituu. (ks. kuvio 6, s. 74) tai tarkentuvaan selitykseen (Rouvinen & Väänänen 2004, 63–66, erityisesti regressioanalyysin tulokset). Sen mukaan iällä on epälineaarinen vaikutus yrityksen perustamislupauksen antamiseen. Perustamisen todennäköisyys kasvaa aina 25 ikävuoteen saakka, mutta alkaa sen jälkeen laskea. Laskua tapahtuu analyysin mukaan sekä matalasti että korkeasti koulutettujen nuorten aikuisten keskuudessa. Myös tämän raportin taustalla oleva data osoittaa yrittäjyysmotivaation monelta osalta laskevan 25 ikävuodesta eteenpäin. (Ks. taulukot 4 ja 5; vrt. myös Rouvinen & Väänänen 2004, 58–70.)

Aineiston mukaan korkeamman koulutuksen (korkea-aste ja ammattikorkea) suorittaneet lupavat vähemmän perustavansa tai harkitsevansa yrityksiä. Havainto siitä, että yrittäjyyshalut laskevat (korkea)koulutuksen myötä, ei ole Suomessakaan uusi (Uusitalo 2001). Suomessa ja kansainvälisesti tätä seikkaa on selitetty hyvin monipuolisesti ja erilaisilla rationaalisen elämänsuunnittelun taustoilla ja piirteillä²⁶. Vielä ilman tutkintoa olevat tai sitä vaille jääneet nuoret sekä toisen asteen todistuksen saaneet pitävät ovea auki erityisesti tulevaisuuden yrittäjyydelleen. Samoin ilman tutkintoa elävät ja ammattikorkeakoulun suorittaneet nuoret haluaisivat ryhtyä yksityiseksi ammattilaiseksi tai yrittäjäksi, jos ja kun dramaattinen idea tulee vastaan. (Ks. taulukko 5.) Myös barometrin mukaan keski- ja korkea-asteen koulutus ja opiskelu pienentävät todennäköisyyttä ryhtyä yrittäjäksi puoleen. Molemmat aineistot viittaavat myös siihen, että ylioppilastutkintoa vailla olevien nuorten keskuudessa yrittäjyysinto on korkeammalla. Ei-ylioppilaat ovat myös usein nuorimpia ryhmiä aineistossa. Raporttiaineiston mukaan ei-ylioppilaat siirtävätkin yrittäjäratkaisuja tulevaisuuden suuntaan ja odottavat rohkeiden tekojen sosiaalis-taloudellisten ehtojen ja rahoituksen reformeja. Ylioppilaat taas ovat perustamisspekulaatioissaan aktiivisimmillaan tuumatessaan läpimurtoa yritysinnovaatioiden ja -ideointien suunnassa. Varsinkin barometriaineisto indikoi sitä, että turvattu kokopäiväinen palkkatyö vähentää todennäköisyyttä ryhtyä toimiin yrittäjäasiassa.

Nuorten oppi- ja työalojen merkitys ei ole erityisen vahva selittämään nuorten ihmisten yrittäjämotivaatioita. Humanistis-pedagogisille, matemaattis-luonnontieteelliselle, terveydenhoidolle sekä sosiaalis-yhteiskunnalliselle alalle vihkiytyneet nuoret ovat keskimäärin vähiten liikkeellä omien yritysten vihkimisessä. Sen sijaan markkinoiden, kaupan ja yritystoiminnan piirissä puhetta itsellisten työpaikkojen perustamisesta riittää enemmän. Myös monien pienten aineistoryhmien – kuten taide- ja käsityö, maa- ja metsätalous, hallinto ja kolmas sektori – (tilastollisesti epäluotettavat) haajatiedot vihjaavat vahvaan haluun pohtia yrittäjäpolkuja tulevaisuudessa. Ryhmien suhde yrittäjyyspohdiskeluun tai sen tulevaisuuteen on erilainen. Terveys- ja sairaanhoito-alalle orientoituneet kyllä harkitsevat yrittäjyyttä, mutta siirtävät sen tulevaisuuteen. Yksityisellä sosiaali- ja terveystaloudella saattaa juuri nyt olla tulevaisuuspohdintojen paikka tai noususuhdanne: tulosvastuu ja kuntien palvelutuotannon uudistus siintävät edessäpäin. Koulutusmuodot ja -sisällöt seuraavat entistä tiukemmin koulutuskysynnän muutoksia.

Markkina-aktiiviteetteihin ja rakennus-tekniikalle alalle opiskelevat tai sieltä valmistuneet uskovat yritysideoita syntymisen merkitykseen omissa visioissaan. Palveluiden ja sosiaalis-yhteiskunnallisten



alojen opiskelijat ja ammattilaiset taas – hiukan yllättäen – ovat aktiivisia yrittäjyyssharkinnoissaan juuri silloin, kun pohditaan yrittäjyyden ehtoja ja rahoitusta. Pienten palvelu- ja sosiaalialan tuottajien aktiivisuus on uutta ja yrittäjätuki etsii heidän keskuudessaan muotoaan. Barometriaineisto vahvistaa perustutkimtoa, kasvatusta, tekniikkaa, terveysalaa ja (muuta) palvelualoja opiskelevien heikohkot yrittäjyysorientaatiot. Barometrin luokittelemat kaupallis-yhteiskuntatieteellinen koulutus ja humanistis-taiteelliset opinahjot näyttäisivät tuottavan huomattavaa yrittäjyyspääomaa ja -motivaatiota. (Ks. edelleen taulukot 4 ja 5 sekä kuvio 6; vrt. myös Rouvinen & Väänänen 2004, 58–70.)

Seutukuntien määrittely ja luokittelu kyselytutkimuksissa on kirjavaa ja ongelmallista. Barometritutkimuksen perinteisten jakojen mukaan näyttäisi siltä, että Pohjois- ja Länsi-Suomessa todennäköisyys perustaa yritys on pienempi kuin Etelä-Suomessa. Samoin vahvistuu ajatus, että yritysten perustamisusko kasvaa tullessamme kaupunkimaisesta ja taajaan asutusta kunnasta maaseutumaisiin kuntiin. Rouvinen & Väänänen (2004, 64) tähdentävät myös sitä, että kunnan tulotasolla on U-muotoinen vaikutus: tulojen kasvun myötä todennäköisyys ensin laskee ja sen jälkeen nousee. Kunnan työttömyysaste rapauttaa työttömyysmotivaatiota.

Tällä tyypittelyllä on kuitenkin heikko yhteys paikkakuntien sosiaalis-taloudellisten seikkojen määrittelemään asemaan alueellisessa erilaistumisessa. Raportissa onkin turvauduttu monipuoliseen Stakesin yksilötasoiseen paikkakuntien sosiaalis-taloudellista erilaistumista koskevaan tietoon (ks. taulukko 5). Nuorten sisäinen maassamuutto opiskelupaikan ja työn perässä on ollut historiallisen rajua, ja nuoret eivät vastusta kehityssuuntaa. Sen mukaan voimakas alueellinen segregatio ei määrällisesti merkitse dramaattisia eroja nuorten yrittäjyysponnisteluissa; kaupunkiseudun keskukissa asuvat nuoret eivät elä missään yritysvimmassa, he ovat ehkä vähiten kiinnostuneita yritysten pystyttämistä. Pohdittujen yrittäjämutojen ja kulttuurien täytyy olla myös hyvin erilaisia segregatioluokasta riippuen: yritysten ja palveluiden tuotanto- ja asiakaspotentiaalit varioivat rajusti erilaisilla paikkakunnilla.

YRITYSOPTIOT OSATAAN ESITTÄÄ KONKREETTISESTI

Erilaisten nuorisoryhmien aktiivinen halu kirjoittaa omista yritysvisioistaan tilanteessa, jossa heillä on annettu siihen taloudelliset mahdollisuudet, oli hurja. Kaksi kolmasosaa nuorista kertoi avoimen vastauksen muodossa ideoistaan ja yritysajatuksistaan. Pieni osa vastaajista myös perusteli kielteistä päätöstään olla perustamatta yritystä. Tavallisten kysymysten viestimälle nuorten yritysavoimuudelle tämä vastausten määrä ja keskusteluinto ovat varmennus.

TAULUKKO 6. Naisten ja miesten vastaukset avokysymykseen ”Jos sinulle annettaisiin taloudellinen mahdollisuus perustaa oma yritys, minkä yrityksen perustaisit?”. Ristiintaulukko. (N=417.)

	Aktiivinen, tarkka vastaus	Ylisummainen vastaus	Ei vastausta	Kaikki
Nainen	32 % (81)	36 % (92)	32 % (83)	100 % (256)
Mies	26 % (41)	45 % (73)	29 % (46)	100 % (161)
Koko aineisto	29 % (122)	40 % (165)	31 % (129)	100 % (417)

Pojat²⁷ kirjoittavat hiukan tyttöjä enemmän omasta mahdollisesta yrityksestään. Samalla on tärkeää huomata ainekirjoitusaineistonkin alleviivaama seikka, että tytöt kuvaavat yritysvisionsa aktiivisemmin ja tarkemmin kuin pojat huolimatta siitä, että he eivät konkreettisesti väitä perustavansa yksityisiä firmoja tai yrityksiä. Pojat antavat viestin yrityshaluistaan, mutta ovat yritysennakoinneissaan pyö-



reämpiä ja niukkasanaisempia. (Ks. taulukko 6.)

Aktiivisimmin ikäryhmistä vastasivat juuri 22–24-vuotiaat nuoret. Näin aktiivisen omakohtaisesti yrittäjyyskeskusteluun osallistuneet nuoret jakautuivat samalla tavalla kuin Rouvisen ja Väänäsen (2004, 65–67) tarkassa ja isolla aineistolla tehdyssä Nuorisobarometri-tulkinnassa²⁸. Yhteinen tulkinta aineistosta mahdollistaakin tulkinnan: aiheet perustaa yritys ja kirjoittaa niistä kasvaa 25 ikävuoteen, mutta sitten innostus alkaa laskea. Myös 18-vuotiaat ja sitä nuoremmat aineiston nuoret visioivat suhteellisen aktiivisesti ja tarkasti omia yritysajatuksistaan; kaksi kolmasosaa antoi vastauksen, yli puolet heistä aktiivisen ja tarkan kuvauksen. Yrittäjyyttä koskevat rujot realiteetit eivät ole vielä ”pilanneet” heidän idealismiaan. Seutukohtainen tarkastelu – edelleen alueellista erilaistumista kuvaavan muuttujan mukaisesti – osoittaa vahvasti, toisin kuin yritysperustamishaluja suoraan luokittelevan kysymyksen vastaukset, että kaupunkiseudun keskusten vastaajat ovat yleisaktiivisia ja samalla erittäin halukkaita sekä tarkkoja vastaajia. Yrittäjämäinen ja yksilöllinen elämäntapa on keskuksissa yleinen ja kulttuuripääomaa yritysperustamiselle löytyy (Paakkunainen & Myllyniemi 2007). Ja saattaa olla, että syvän maaseudun yrittäjät, joiden ryhmä tässä kyselyssä oli varsin pieni, ovat avovastauksissaan myös aktiivisia yritysperustajia. He pohtivat vakavaa tilannettaan lähinnä ”pakkoyrittäjyysyistä”. (Ks. taulukko 6; vrt. taulukot 4 ja 5.)

Ammattikorkeakoulun tutkinnon suorittaneet nuoret näyttäisivät aktiivisimmin vastaavan yritysperustamista koskevaan kysymykseen. Ammattikorkeakoulujen voimakas käytäntö- ja markkina-kysyntäorientaatio saattaa heijastua tässä: he ovat oppineet jäsentämään asioita yrittäjätermin ja -ratkaisuin. Kulttuuri on kasvattanut myös hurjia odotuksia. Toisen asteen ammatillisen tutkinnon suorittaneet ovat myös suhteellisen aktiivisia. Tutkintoa suorittamattomat ovat tässä vertailussa passiivisimpia kirjoittajia, vaikka ilmaisevat suorassa yrittäjyysoptiota koskevilla vastauksillaan kaikkein lämpimimmän viestin. Kaikkein vähiten yritysperustamistaan puhuvat korkeakoulu- tai yliopistotutkinnon suorittaneet nuoret aikuiset – heillähän oli myös vähiten haluja yritysten pystyttämiseen suoran kysymyksen vastauksissa. Viimeksi mainittujen visiointiaktiivisuudessa on se jännittävä ja kulttuuripääomasta viestivä puolensa, että he kirjoittelevat firmaharkkinnoistaan kaikkein eniten ”aktiivisesti ja tarkasti”. Hyvin koulutetuilla saattaa olla pöytälaatikoissaan varsin jäsenettyjä ja laskettuja yritysperustajia.

Vastaukset haastattelun kysymykseen ”Jos sinulle annettaisiin taloudellinen mahdollisuus perustaa oma yritys, minkä yrityksen perustaisit (idea, sijainti ja työntekijöiden määrä vuoden kuluttua)?” jakautuvat edelleen jännittävästi ajatellen vastaajien nykyistä tai tulevaa työuraa. Erot eivät ole tilastollisesti yleistettävissä koko Suomen nuorisoon, mutta kannattaa pohtia, miksi juuri yhteiskunnallis-sosiaalisen sekä taide- ja käsityöurien nuoret uskaltavat harkita ja spekuloida myös omin sanoin yritystään, jos sen resurssit olisivat taatut. Toisaalta ei ole suuri yllätys, etteivät humanistis-pedagogisesti ja matemaattis-luonnontieteellisesti orientoituneet nuoret ole omien tekstienkään tasolla aktiivisia firman perustajia tai itsellisiä ammattilaisia. Sen sijaan teknisen/rakentamisen alan ja markkinoiden/kaupan/yrityssektorin nuoret ovat avopohdinnoissaan yllättävänkin varovaisia. Viimeksi mainitusta ryhmästä yllättävän moni, joka kolmas, jätti vastaamatta avokysymykseen. Saattaa olla, että näillä yritystoimintaa lähellä olevilla koulutus- ja ammattialoilla ollaan myös realistisia yritysperustamisen suhteen – vaikka sitä kysymyksenasettelussa taloudellisesti stimuloitaisiinkin. Näiden alojen nuorilla ei aina suinkaan ole omaa yritystä salarakkaana! ”Pirä (turhat) mölyt mahasnas – niin oot pulleee!”, sanoo eteläpohjalainen sananlasku Teuvalta.



KESKUSTELU NOUSEVISTA JA DYNAAMISISTA PALVELUISTA

Taulukossa 7 on kuvattu ja luokitellen eritelty lähes kolmesataa avovastausta. Ne olivat sukupuolen mukaan luokiteltuja vastauksia kysymykseen, minkä yrityksen he perustaisivat taloudellisen mahdollisuuden auetessa siihen. Lähes kaikki vastaajat esittivät konkreettisen idean yrityksestä, sen sijoittumisesta ja henkilöstöstä. Muutamilla ideointi oli osoitteetonta, keskeneräistä tai yritysraatkaisut siirrettiin tulevaisuuteen, vanhemmalle iälle. Peruskouluikäisten kirjoittajien mielikuvaharjoitukset ja abstrakti utopismi oli poissa: ideat nostettiin esiin omien elämäntilanteiden ja valmiuksien kautta. Enää ei heijasteltu ideoita lähisuvun tai opettajien odotusten mukaisesti. Jotkut olivat niin määrätietoisia ja impulsiivisia yrittäjiä, että he jopa vinoilivat tutkijoille turhasta sekaantumisesta hyviin ja kilpailukykyisiin ideoihin. Nämä nenäkkäät huomautukset tai monimieliset kommentit ovat samalla asiallinen ja terveellinen näpätys ja muistutus tutkijalle. Pitää koko ajan muistaa, että myös yrittäjyyttä pohtivat nuoret haluavat oikeutetusti pitää salassa monia tietojaan ja pohdintojaan. Oikea yrittäjä ”pitää mölyt mahassaan”. Naiivin avoimia vastaajat eivät ole. ”En osaa sanoa muuta kuin, että idea olisi ollut uutta, ehkä outoakin, mutta sillä ei niin hirveästi olisi väliä, sillä markkinat ovat auki sille, joka ne osaa avata, ei vain välttämättä sille, joka on avain.” (M 18.) ”Jos minulla olisi kannattava yritysidea, en varmasti kertoisi sitä teille.” (N 23.) Kaikkea ei voi eikä tule tutkia. Itsepäistä tutkijaa saatetaan hutkia.

Muutammat vastaajista olivat jo nyt yrittäjiä, mutta se ei tarkoita pysähtymistä – uuden ja laajentamisen ideointi on käynnissä:

Olen juuri hankkimassa kioskin, jossa olen työskennellyt kaksi vuotta, joten vaikea kuvitella tällä hetkellä muuta alaa, vaikka kai niitä haaveita on vaikka mitä. Sain starttirahan ja Finnveran naisyrittäjälainan. Sijaintiin ei voi vaikuttaa, mutta se on ihan hyvällä paikalla. Tällä hetkellä pärjätään osa-aikaisella; 1 h. (N 26.)

Avaisin toisen liikkeen, eli ketjuuntuisin ja maksaisin ensimmäisen liikkeen velat pois (=Parturi-kampaamo-kauneushoitola, yrittäjiä liikkeessä tällä hetkellä, 7h.) (N 27.)

Seuraavassa yritysidea (ks. taulukko 7) on keveästi luokiteltu tuote- ja palvelualueiden mukaisesti. Näyttäisi siltä, että perinteinen käsityöperinne on rapissut nuorten keskuudessa, vaikka tätä traditiota auto- ja erikoispajoissa vielä pidetäänkin elossa. Käsityöläisyys on selvästi virittäytynyt sosiaalisten ja asiantuntija- ja koulutuspalvelujen suuntaan; erikoistuminen on valttia. Suomen yrittäjien selvitys todentaa, että nuorten valinnat vastaavat nousevia yritysaloja Suomessa²⁹. Spesifeissä palveluissa nuoret voivat käyttää sosiaalista ja harrastuspääomaansa. Pääoman kasaamisen, virtuaalibisneksen tai pörssin suunnassa liikutaan niukasti. Niitäkin lähestytään asiallisesti konsultoinnin kautta. Isommasta markkinoinnista ja kannattavuudesta tunnutaan kannettavan ilmaistua huolta lähinnä nuorten miesten isompaa tuotantopääomaa vaativissa hankkeissa. Myös kunnianhimoiset ja tuottavat kansainväliset bisnekset loistavat poissaolollaan. Niillä ei elämöidä avovastauksissa. Muutammat – nuorten mielisissä selvästi pidempään muhineet – palvelut ja sosiaaliset ideat leviävät kuitenkin kauas maailmalle.



TAULUKKO 7. Nuorten avovastauksissaan mainitsevat yritysajat. (N=417.)

1. Kulttuuri-, ohjelmisto- ja mediapalvelut	13 (naisia 5 / miehiä 8)
2. Eläimet ja luonto sekä elämykset	14 (naisia 12 / miehiä 2)
3. Sosiaali- ja terveyspalvelut	21 (naisia 21)
4. Kauneushoito ja vaatetus	21 (naisia 18 / miehiä 3)
5. Kodinsisustus- ja muut (erikois)liikkeet	24 (naisia 15 / miehiä 9)
6. Ravintola ja ruoka sekä matkailupalvelut	21 (naisia 16 / miehiä 5)
7. Urheilu, kuntoilu ja liikunta	13 (naisia 6 / miehiä 7)
8. Tietotekniikka/Atk	7 (naisia 1 / miehiä 6)
9. Asiantuntijakonsultointi, suunnittelu- ja tutkimuspalvelut	14 (naisia 8 / miehiä 6)
10. Tekniikka, metalli, rakennus, energian tuotanto	20 (miehiä 20)
11. Autoilu, kuljetus ja liikenne	12 (naisia 1 / miehiä 11)

Maatalouden luontosuhde on korvautunut hevostalleilla, eläinhoidoilla ja luontoekskursioilla. Aineistossa mukana olevat maanviljelijät eivät hehkuta o milla erikoistumisillaan tai tuotteillaan. Lähimmäksi maataloutta tullaan maatilamatkailun kautta. Hoitoala on selvästi lähestynyt eläinten maailmaa ja erikoistunut. Traditionaalinen PK-yrittäjyys merkitsee nyt kekseliäisyyttä palveluiden innovaatioissa, muodoissa ja paikoissa. Se kiinnittyy uusiin taitoihin, verkkoihin ja teknologioihin. Vain autohuollon ja liikenteen sekä monien tekniikan ja rakennuksen alojen tuote- ja työkuvat muistuttavat meitä suoraan PK-perinteestä ja vanhastaan tutuista peruspalveluista.

Autoilun ja liikenteen ja toisaalta tekniikan ja rakennuksen osaaminen on edelleen vahvaa miehistä aluetta. Tässäkin suunnassa luettelo on yllätyksellinen. Tietotekniikka ja atk eivät hallitse nuorten miesten ideointia. Kulttuurin ja median, eläinten ja luonnon, sosiaalis-terveydellisen alan sekä asiantuntija- ja konsulttipalveluiden kirjo laajenee, ja näiden alueiden palvelutuotteet täyttävät perinteisemmän PK-kulttuurin kenttää. Niissä yhdistyvät luovasti uudet taidot ja etäisyyksiä kyseenalaistavat teknologiat ja mediat. Myös yrittäjyys elää ”paikattomassa” verkossa ja nopeiden, etäältä rakentuvien yhteyksien kautta.

SUKUPUOLITTUNEET YRITYSMARKKINAT

Ideoiden aiheet ja ammatti-ajat ovat radikaalisti sukupuolittuneet. Vain kulttuurin ja median, urheilun ja liikunnan sekä asiantuntijapalveluiden kenttiä voidaan pitää molempien sukupuolten kilpailukenttänä ja sitä rikastuttavien innovaatioiden alueina. Tässä suhteessa tulevaisuus ei näytä järin luovalta. Vaikka aiheet ovat harkittuja, on niissä hiukan sitä makua, että niiden esittäjät tuntevat nousevan keskiluokan makuja. Avokysymyksen kautta on helppoa erottautua. Nuoret ovat muoti-, sisustus- ja urheilumaailman lehtensä lukeneet. Mistään brändihurjastelusta tai mielikuvien tuottamotaiteesta ei voi kuitenkaan missään nimessä puhua. Yritysideat eivät ole tuulesta temmattuja vaan sofistikoituneesti eroteltuja ja realistisen kuuloisia. Vallankin miehiset, autoiluun, tekniseen ja atk-perustaiseen tuottamiseen ja asiantuntijuuksiin liittyvät ideat ovat tästä maailmasta, arkisen tuotannon tarpeista lähtöihin. Myös naisten sosiaali- ja terveyspalvelut ovat kiehtovia juuri tässä realistisessa mukiinmenevyydessään ja kysyntätietoisuudessaan. Sosiaalis-eettiset ideat limittyvät osaksi tuote- ja palvelumaailmaa. Ne lupaavat hyvää myös julkisten (mielen)terveyspalvelujen tuottamisen monipuolisille tavoille.



Kaikkein suosituimpia yrittäjyyden aloja olivat kodinsisustus ja muut vastaavat erikoisliikkeet, ruoka ja ravintolabisnes, kauneudenhoito ja vaatetus sekä sosiaali- ja terveyspalvelut. Kuten kulttuurin, luontoon, asiantuntijapalveluihin ja liikunnallisiin tuotteisiin liittyvissä ideoinneissa, näillä suosituilla aloilla vastaajilla oli mahdollisuus uniikkeihin ja persoonallisiin ideointeihin. Yleiskauppiat ovat vähissä – vallankin useimmilla naisilla merkki-, asiakas- ja tunnelmatekijät ovat ratkaiseva tai kantava osa yritysideaa. Standardisiakin ratkaisuehdotuksia näiltä aloilta löytyy, vaikka ne keskittyvät pikemmin miehille suorittaville ja teknisille aloille.

Post-materialistiset, pehmeät ja sosiaalis-eettisesti vetoavat yrittäjäaktiiviteetit löytyvät luonnollisesti sosiaali- ja terveyspalveluiden räätälöidyistä taidoista, asiakkaan kokoisista palveluista ja terapiasta. Luonnon ja hevostalli-paradigman mukainen palvelutoiminta tarjoaa myös tavallisesta tavarakaupasta poikkeavat sosiaaliset ja elämykselliset asiakassuhteet sekä luontosuhteen. Elämänpoliittiset sävyt nuorten omissa konkreettisissa ehdotuksissa liittyvät osaksi hyvin erilaista osaamista ja kompetenssia aina kulttuurisista palveluista, luonnontuotteista kolmannen maailman terveysprojekteihin ja softien ja kestävän kehityksen mukaisten tuotteiden tarjoamiseen asti. Myös asiantuntijoiden ja konsulttien maailma paljastaa elämänpoliittiset mahdollisuutensa – ammatilla voi politikoida, osaaminen voi asettua erilaisiin asiakkaiden toiveisiin ja tarpeisiin. Lobbaja käyttää tietojään, retoriikkaansa ja pelitaitojaan erilaisiin lähtöihin, asiakkuuksiin ja projekteihin. Ostajat voivat toimia ristiriitaisten etujen ja arvojen puolesta. Yritysideoinnissa ei vielä kuitenkaan vaihdeta potentiaalisen ”vastustajan” leiriin.



LAMA, RAHANTEON PAHA JA PORTFOLIOSUKUPOLVI

YRITTÄJÄALAT NOUSEVAT JA LASKEVAT – NUORET TIETÄVÄT SEN

Yrittäjyysideoinnin jälkeen on hyvä jäädä pohtimaan yrittäjäksi ryhtymisen esteitä. Voi myös miettiä sitä, onko yrittäjyysmuodoilla spekulointi niin yleinen puhetapa nuorten kesken, että se elää omaa elämäänsä ja yrittäjyyspäätökset jäävät jonnekin sivuun, konkreettisesti näkemättä. Onko ideointi vain kuluttajan ja katsojan identiteetin rakentelun osa, virtuaalista aivovoimistelua ilman toimintaa?

Avoin ja ideoiva suhde yrittäjyyteen ei johda yritysten perustamisiin. Seuraavien empiiristen tarkastelujen väitelauseet on kehitelty kouluaineiston ja muun yrityskirjallisuuden pohjalta. Eri tasoilla ne nostavat tai ”kaivavat” esiin yritysmaailmaan liittyviä ennakkoluuloja. Nuoret liittävätkin yritysintoa rajaavat tekijät globaaleihin ehtoihin ja kiristyvään kilpailuun ja riskeihin. Kuvion 7 (ks. s. 88) mukaan nuoret tuntevat ja omaksuvat yritystilastojen faktat ja trendit. He tuntevat aika lailla yrittäjyyden reunaehdoja ja ovat varsinkin teksteissään valmiita visioimaan niitä uusiksi. Joka kolmas nuori (30 % vastasi väitteeseen ”hyvin / melko paljon”) ajattelee, että ”on väistämätöntä, että yritykset maa- ja metsätaloudessa sekä teollisuuden ja kaupan piirissä vähenevät”. Yli kolmannes (38 %) kuitenkin epäilee tätä, eikä näin usko ajankohdan trendin kohtalonomaisuuteen. Perinteiset yrittäjyyden sammut – agraaribisneksistä teollisuuteen ja kauppaan – elävät nuorten keskuudessa. Kehittyvät yritystalouden sektorit ovat nuorten tiedossa tiukemmin. Ne sopivat nuorten kehitys-odotuksiin ja toimivat myös tyttöjen, ja erityisen usein poikien, kirjoitusten käyteaineina. Suuri osa (45 %) aineiston nuorista panee tyytyväisänä merkille, että ”rahoitus-, palvelu- ja rakennusyritykset lisääntyvät” tällä hetkellä. Varsinkin palveluala on nuorten suosiossa, ja samalla he uskovat juuri sen kasvoptioihin³⁰. Joka seitsemäs vastaaja (15 %) epäilee eikä halua uskoa tilastotrendin jatkuvuuteen. Kuten jo edellä on todettu, nuorten yrittäjyysasenteissa on usein kyse myös markkinaraon näkemisen tavasta, uskosta, Joka voi vahvistuessaan muuttaa joitain ajan trendejä yrityssektoreilla.

Tässä empiirisessä tarkastelussa tulevat esiin myös yrittäjyyden erot suhteessa muihin työnteon muotoihin, itsekuriin ja innovatiivisuuteen. Yrittäjäksi ryhtyminen on ”perusreilu” ratkaisu. Sitä pidetään kunnon työnä: ”Erityisen vahvana ja vaateliaana työn muotona – käytännöllisenä koulumenestyjille kuulumattomana” (opettajan haastattelu) tai ”Intiiminä, jotenkin paljaana, työn ja sen kehittämisen maailman kohtaamisena” (yrityspolitiikan tuntijan haastattelu). Vain joka kahdeskymmenes aineiston nuori (6 %, ks. kuvio 8, s. 89) haluaa leimata yrittäjäksi ryhtyvät tehokkaan työntekijän mallin ulkopuolelle. Ajatuksen ”yrittäjäksi ryhtyvät ne, jotka eivät muutoin saa kunnon töitä” halusikin kiistää valtaenemmistö (82 %) kyselyn vastaajista. Tuo 6 prosenttia saattaa vaikuttaa yrittäjän kielteiseen tai kyseenalaiseen profilointiin ja skandaali-imagoon kansalaisyhteiskunnassa. Nuoretkin tunnistavat yrittäjän ”mollaamisen” helppouden:

On helppoa olla toisella työssä, vaikka osallistuisikin tuotannon kehittämiseen y.m., koska silloin on työssä vain noin 40 tuntia viikossa. Yrittäjä on aina työssä. Vastuu painaa yrittäjän harteilla, ja työntekijät ajaa vaan omaa etuaan ja valittaa kaikesta, koska luullaan että pomolla on helppoa kun on pomona ja omistaa paljon rahaa. (M 28, Yrittäjyyskyselyn avovastaus.)

Yrittäjien työn arvon ja kunniallisuuden sijaan avovastauksissa nousevat esiin yrittäjälämän riskisyyttä, stressisyyttä ja epäonnistumisen pelkoa koskevat arviot ja väitteet. Tällaisen ennakkoluulon



ja osittain julkisuudesta ja kansalaisyhteiskunnasta tukea saavan tiedon merkitystä korostavat monin tavoin myös yrityshautomojen, yrittäjapolitiikan ja yritystoimittajien ammattilaiset. He puhuvat ”stereotyyppioista”, ”yhdessä käsittelemättömistä vaarakokemuksista”, ”inspiraatiota tappavan ja ylisummaisen yksipuolisen riskikuvan antamisesta”, ”laman seurausten ja yksittäisten keissien suurentelusta” ja ”sensaatio- ja keltaisesta lehdistöstä”. Muutamat kamalat ”yrityskokemukset, konkurssit ja saneeraukset ovat sellaisia, jotka oikeasti elävät kymmeniä vuosia joidenkin seutujen ja sukujen elämässä ilman sensaatiouutisiakin.” Toisaalla näiden toimijoiden suunnassa julkisen koulutuksen ja yrittäjapolitiikan tuki- ja hautomomuotojen kehittymättömyys katsotaan asioiksi, jotka ylläpitävät käsitystä yrittäjälämän pahasta riskisyydestä ja epäonnistumisen jatkuvasta läsnäolosta. Opettajat haluavatkin usein suojella nuoria liian suoralta yrittäjäpuheelta ja -todellisuudelta etteivät nuoret säikähtäisi ja ”joutuisi liian suurten haasteiden ja liian moneen suuntaan risteävien ja hajottavan paineisten odotusten piiriin, jotenkin puristuksiin – pakkoon olla jotain, ihan itse ja yksin”. (Opettajan haastattelu.)

LAMA JA KONKURSSIPELKO HYYDYTTÄVÄT INNOSTUSTA

Omissa avovastauksissaan³¹ nuoret nostavat yrittäjälämän tiukat olosuhteet ja epäonnistumisen riskin keskeiseksi syyksi vähäiselle yrittäjyydelle nuorten keskuudessa. Yrittäjapolitiikan ehtoihin tässä raportissa palataan myöhemmin. Tässä on kuitenkin hyvä nostaa esiin yrittäjälämäntavan ja sen erityisen riskin pohdintoja myös avovastauksista. Valtaosa aineiston nuorista (57 %, ks. kuvio 7, s. 88) on omaksunut ajatuksen ”Epäonnistunut yrittäjä leimataan kurjalla tavalla Suomessa”, 22 prosenttia vastaajista samastuu ajatukseen vain vähän. Julkisuus, lähiyhteisöjen viidakkorummut, lama- ja lainapuheet – jopa kouluopetus – ovat tehneet tehtävänsä. Nuorten mielestä yrittäjät saavat harvemmin toisen tilaisuutensa tai maineen palautuksen. Konkurssit ovat vain ani harvoin kuniakkaita. Epäonnen stigma konkurssitapausten ympärillä elää näkyvästi – ainakin nuorten yleisten pelkojen tasolla. Omakohtaisista tai lähipiirin konkurssikokemuksista ei avovastauksissa monesti suoraan puhuta. Tämän raportin kirjoittajan keskustelut nuorten aikuisten konkurssin tehneiden kanssa jopa osoittavat, että he kykenevät avaamaan – ainakin jälkiviisaasti – omien valintojensa heikot ja hyvät perusteet ja analysoimaan yrittäjän mahdollisuuksia ennen ja jälkeen konkurssin yleistä konkurssipelkokeskustelua paremmin. Yrittäjien rohkeat motivaatiot ja mielikuvitus eivät kuole konkurssissa, vaikka esimerkiksi laman jälkeistä velkasaneerausta saakin Suomessa odottaa.

Konkurssin uhka on yrittäjäpuheen peruspelko ja se heijastuu muissa keskeisissä yrittäjäksi ryhtymistä jarruttavissa perusteluissa. Riski on nuorten yrittäjäpuheen erityinen puoli ja haaste. Yleisessä tulevaisuuspuheessa riskillä on monet kasvot, konkreettisesti yrittäjäpuheessa ollaan varovaisempia. Samalla se on yrittäjäksi ryhtymisen keskeinen este. Riskin ja epäonnistumisen hallitsematon pelko, pääoman niukkuus, laman kourat ja osittain juuri siihen liittyvä lainan ottamisen pelko, vapaa-ajan ja elämän kuihtuminen yrittäjän elämässä ja liikeidean luomisen stressi ovat tämän pelon ja ennakkoluulon sukulaisia, sen vaaleamman värisiä nimityksiä. Ne toistuvat teksteissä.

Riskipelkoa kuvataan yleisillä kielikuvilla sekä käänteisesti riskien minimointi-ideoilla ja yrittäjäpaineita heijastelevilla ihmiskuvauksilla. Yrittäjyydessä on todennäköistä, että epäonnistuu. Toisaalla riskiopeista puhuvat nuoret palaavat yrittäjäriskin kuvaamisen stereotyyppioihin. Ihminen on turvallisuushakuinen. Riskien minimointi kokemuksella ja tieto- ja taloustuella on myös koko ajan esillä nuorten kirjoituksissa. Nuoret haluavat tiedon siitä, että riski otetaan käsittelyyn ja jaetaan, jolloin se saadaan jonkinlaiseen hallintaan ennen yrittäjäksi ryhtymistä. Miksi vain ani harvat nuoret sitten ryhtyvät yrittäjiksi?



Epävarmuuden vuoksi. Loppujen lopuksi monet ihmiset ovat turvallisuushakuisia. Taloudellisen epävarmuuden ja suhdannevaihteluiden varaan ei voi elämää rakentaa. (N 28.)

Raha ratkaisee. (N 23.)

Yrittäjyys vaatii paljon rohkeutta, työtä ja taitoa ollakseen tuottoisaa. On paljon helpompaa etsiä itselleen ns. valmis työpaikka. Tilanne voisi parantua yrittämisen riskejä pienentämällä. Henkilökohtaisen konkurssin riskiä voisi pienentää. (M 17.)

Epäonnistumisen pelko lisää tietoa etukäteen yrittäjyydestä ja siihen liitetystä riskeistä ja niiden ennaltaehkäisyistä. (N 26.)

Yrittäjyys nähdään liian riskialttiina. Ei kukaan halua huonoksi osoittautuneen liikeidean takia loppuiksi ”velkavankeuteen”. En tiedä, voiko asialle tehdä mitään. (N 29.)

Yrittäjyys koetaan haastavaksi ja stressaavaksi. Siinä on suuret riskit ja todennäköistä, että epäonnistuu. Enemmän panostusta yrittäjyyskoulutukseen. (N 22.)

Ihmiset haluavat ensin työkokemusta ja seurailta sivusta. Kouluihin enemmän konkreettista opetusta. (M 22.)

Riskit on suuret. Pitää tehdä enemmän töitä, että saa edes saman rahan kuin palkallinen. Verotus on kova. (N 22.)

Monissa avovastauksissa pelko kuitenkin jalostuu suhteellisemmaksi, harkinnan suuntaan. Huomataan, että epäonnistumisella on helppo pelotella ja mielletään, että riskillä ja riskillä on eronsa. Nuoret jopa tunnistavat terävästi sen, että aikakautemme positiivinen yrityspuhe kumotaan henkilökohtaisella tasolla, että itse ei uskalleta ottaa yrittäjäaskeleita. Median ja opetuksen sisältämä yrittäjyydellä pelottelu ja typerä yrittäjädraaman taju tunnistetaan. On poliittinen ja tulkintakysymys, kuka lopulta ylläpitää yrittäjyyteen liitettyä pelkotilaa:

Pitäisi antaa enemmän tietoa yrityksen perustamisesta. Tulisi kannustaa enemmän yrittäjyyteen, eikä paasata niin paljon riskeistä. (M 22.)

Yrittäjyyttä pidetään vaikeana ja pelottavana asiana omalla kohdalla, vaikka muuten suhtauduttaisiinkin yrittäjyyteen yleensä myönteisesti. (N 26.)

Median kauhutarinat konkurseista. (N, ikä ei tiedossa.)

Ehkä yrittäjäksi ryhtymiseen liittyy pelko menettämisestä. (M 18.)

Sen takia kun ”pelkää” aloittaa jotain isoo! (M 20.)

Syy nuorten yrittäjyyden vähyyteen; Kaikki kaupan alaa opiskelleet (niin kauppakorkeassa kuin ammattikorkeakoulussa) oppivat välttämään yrittäjyyden RISKIÄ. Toisin sanoen oppilaitokset kertovat yrittäjyydestä ja samalla varoittavat ja toteavat: ”Huonosti siinä käy kuitenkin”! Lannistavaa opetusta! (M 29.)

Lama, lainan saannin helppous ja lainanhoidon epäonnistumiset sekä muutoinkin tiukka (opiskelijan) arki on opettanut monille, että palkkatyön tekeminen on turvallisempaa kuin itsenäisen ammatinharjoittajan ja yrittäjän elämä. Laman opetus ja lamaa koskevat mieli- ja opetuskuvat elävät monien avovastauksissa, ja näin ei ole ollenkaan ihme, että nuorella sukupovella, ylipäänsä, on ”pelko ja kauhistus // mielessä // kun he kuulevat laina-sanan”. (Yrittäjäpolitiikan tuntijan haastattelu.) Nuorten lama- ja lainakammo on konkreettisesti ja uskottavasti läsnä tekstifragmenteissa. Erään kirjoittajan mukaan lama on vienyt uskon koko nuorisoon, ison kriisin yli voi kurkottaa vain kokemuksella:



Vanhemmat koki sen lamana ja näin ollen ”tunnot” siirtyvät nuorisolle. Itseä myös lainan ottaminen ”kauhistuttaa”. Aika tekee tehtävänsä ja asenteet muuttuu, opastuksen avulla. (N 22.)

Nuoret rypevät opiskeluaajan köyhyydessä, siksi palkolliseksi on helpompi hakeutua, kun toimeentulo on taattu. (M 22.)

Lamasta on liian vähän aikaa, nuoriin ei uskota. (N 25.)

Tällä hetkellä ”yrityksikäiset” ovat lama-ajan lapsia, joten varmasti takaraivossa piilee läheiset yritys-epäonnistumiset. Täytyy vain yrittää luoda luottamusta tulevaisuuteen. (N 23.)

Yrittäjyys on niin kallista ja riskialtista hommaa – koko ajan on pelko, että kaikki menee pieleen ja suurimmalla osasta yrittäjiltä saattaa mennä lainojen takia mennä koti ja autot ja luotto. Yrittäjyyteen liittyy liian vakavia riskejä, kuten se jos mokaat kerran... niin se voi tehdä loppuelämästäsi yhtä helvettä. (M 17.)

MARKKINARAKO JA LAATUAIKA PEITTYVÄT STRESSINPELOLLA?

On kiinnostavaa, ja samalla tyrmistyttävää, huomata, että yrittäjyyden kynnyksiä kartoittavissa avovastauksissa myös markkinarako-teema ja ainutlaatuisia liikeideoita koskeva puhe muuttuvat paineiksi, nuorten kokemaksi stressiksi. Loistavan liike-idean löytämisen mantra on yritysmaailman elämänsuola ja brändi, mutta samalla se on nuorille stressinen kynnyks ryhtyä yrittäjäksi. Tästä havainnosta on myös yrittäjäpolitiikan ja -propagoinnin opiksi. Ohittamattoman ja ainutlaatuisen liike-idean paineinen pohdinta kertoo meille paljon siitä, miten suuresti sisäistettyä, yksilöllisesti vastuullistettua, omakohtaisen yrittäjyyden harkinta on.

Yrittäjyydessä on paljon riskejä, on myös vaikea keksiä toimiva liikeidea. En tiedä miten tilannetta voitaisiin parantaa. (M 16.)

Luulen, että nuoria pelottaa sijoittaa kaikki kiinni yritystoimintaan, sillä konkurssiin voi aina ajautua. Lisäksi kilpailu on niin kovaa, että on vaikea keksiä aivan niin hyvää liikeideaa, että lyö muut laudalta. (M 26.)

Suomalaiset kuvittelevat, että pitää olla uusi ja mullistava liikeidea tai tuote, jotta voi menestyä. Todellisuudessa riittää, että tekee jonkun olemassa olevan ja keskittyy asiaan entistä paremmin. (M 25.)

Nuorten yleispohdinnan mukaan yrittäjäpolkua ei valita senkään takia, että tosi-firman pyörittäjillä ei jää aikaa muuhun: perhe-elämään, rauhoittumiseen tai elämän uusintamiseen. Konkurssissa leimaantuminen, yrittäjän ylisuuret ”24 tuntia joka vuorokaudessa” -vastuut ja yksinäisyys liittyvät yhdeksi yrittäjäelämästä varoittavaksi syyryppääksi. Nuoruuden laatuaikaa, hartaita harrastuksia ja rikasta elämää ei helposti vaihdeta yrittäjän stressiin ja raatamiseen. Koulutusyhteiskunnassa riiputaan pitkään itsekurillisessa koulussa, yrittäjäksi ryhtyminen merkitsisi elämän ”laatuajan” siirtämistä vieläkin eteenpäin, eikä odotteluun ole enää oikein voimia. Kannattava ja tyydyttävä yrittäjyys on olemassa, sitä voisi tavoitella, mutta liian monen ajan, elämänmerkityksen ja rauhantilan menettämisen jälkeen:

Nuoret pelkäävät epäonnistumista, riskejä ja leimaantumista mahdollisesti konkurssin tehneeksi yrittäjäksi. Ehkä se suuri taloudellinen riski saa monet nuoret luopumaan yrittäjyysunelmasta. Itse en henkilökohtaisesti uskalla perustaa yritystä, koska pelkään epäonnistuvani. On suuri vastuu ja 24h huoli siitä, että yritys on vahva ja kannattava. Olisi todella stressaavaa toimia yrittäjänä. Vaikka tukena olisi vaikka ketä niin loppujen lopuksi sitä on aivan yksin. Haluan elämäni varmuutta, palkkatulon ja säännöllisen 8h/töitä/vrk ja perhe-elämän!! (N 22.)



Nuoruus on juhlaa ja laatukulutusta, nuorella yrittäjällä ei ole siihen aikaa ja rahaa. Miksi odotella? (N 19.)

Nuorten tieto yrittäjyydestä on liian vähäistä. Mielestäni yrittäjyys saattaa olla kannattavaa, mutta aivan liian työlästä ja aikaa vievää. (N 23.)

Se vie kaiken vapaa-ajan, kun työpäivät ovat niin pitkiä ja vapaa-ajallakin pitää tehdä tilauksia yms. Lisäksi voi joutua konkurssiin. (N 16.)

Liikaa vastuuta ja stressiä ja jää vähän vapaa-aikaa. Pitäisi olla paremmat mahdollisuudet palkata työntekijöitä yritykseen. (N 29.)

Yrittäjyydessä on liian suuret riskit ja työ vaatii 24-tuntista sitoutumista. Nuoret eivät halua tällaista sitoutumista ja vapaa-ajan pienenemistä. (N 26.)

Myin linnunpönttöjä lapsena. Nyt voisin tehdä suurempaa, muttei jää aikaa, rahaa tai uskoa. Opiskelen ja seurustelen niin hartaasti. (M 24.)

Raataminen suhteessa palkkaan saattaa ainakin 1-2 ensimmäistä vuotta olla todella suuri. Verotus on varmasti yksi pääsystä, tuskinpa niihin on muutoksia tulossa vielä pitkään aikaan, jos koskaan! (N 24.)

Ei nuorena halua sitoutua niin suuriin riskeihin, ei ole pääomaa, eikä olisi vapaa-aikaa!! (N 20.)

SYNTI, PAHUUS JA KATEUDEN PIRU

Talouden arvojen ja kilpailumentaliteetin renessanssi viime vuosien julkisuudessa on synnyttänyt keskustelun ahneuden ja kateuden arvoista: *Greed is good* ja *Money speaks* ovat television pelijuontajien ja liiketalouden perusmetaforia, jotka tunnetaan myös nuorten ainekirjoittajien keskuudessa. Useimmat kilpa-aineita kirjoittaneet nuoret haluavatkin arvostella näitä arvoja tai keskittyä PK-yrittäjyyteen, jossa pääomien ahneen kasaamisen lisäksi on muitakin arvoja. Samalla nuorille on vaikeata löytää arvoja ja termejä, joilla yrittäjyyttä tai vaihtoarvojen tasoista aktiivisuutta voisi ylipäänsä positiivisesti käsitellä. Filosofit Ollila (2003) on äärimmäisen huolestunut ahneuden ja kateuden arvojen mutkattomasta liittämisestä yrittäjän ja aikamme huippuosaajan rooleihin. Hän sanoo sen myös yrittäjäjärjestöille ja -ideologeille. Rahan himoon ja keräämiseen liittyvistä arvoista on tullut aikamme sisäisiä hyvän arvoja – kyse ei ole vain rahan instrumentaalisesta arvosta tai tavoiteltavuudesta. Ahneuden ja kateuden pitäminen yrittävän nuorison hyveenä tekee siitä eräänlaisen talouden muukalaislegioonan.

Samalla suorittavan portaan ”siivoojien” ja ”huippu-osaajien” tason aktiivien mahdollisuus olla ahne on täysin erilainen. Viimeksi mainituilla on oikeus olla ahneita, ja se vie yhteiskuntaa eteenpäin; siivoojan puolestaan tulee olla nöyrä ja ahkera. Näissä arvioissaan Ollila yhtyy nuorten ainekirjoittajien eettiseen huoleen globaalista taloudesta ja inspiroi heitä filosofin argumenteillaan sangen viihdyttävien kääntein. Toisaalta Ollilakin näkee verkostoituneessa ja vuorovaikutuksellisessa taloudessa toisenlaisen kehityslinjan: talouden siunauksellinen johtoajatus ei liitykään ihmisen materiaaliseen laajentumishaluun vaan vuorovaikutukseen. ”Puhelimesta” saattaa tulla yrityskehityksen kielikuva. (Ollila 2003, 97–106.) Samoin globaalin maailman ihmisten riippuvuus toisistaan on edennyt niin pitkälle, että se alkaa vaatia ”kateuden kammitsoimista”. Mielikuva muistuttaa lukuisia *Yritys Hyvä* -kilpailun sanomia.

Laajemmassa filosofisessa tarkastelussa (Sihvola 2003, 19–30) voimme ihmetellä, miksi länsimaaisessa filosofiassa talous ylipäänsä on jäänyt sokeaksi pisteeksi. Usein taloudellinen toiminta, raha ja vaihtoarvoinen aktiivisuus saavat moraalifilosofisessa keskustelussa negatiivisen sävyn tai jopa tuomion. Lutherin kuulut, taloudellista toimintaa legitimoivat lauseet liittyvät nekin enemmän



arkisen aherruksen ja taloudellisten edellytysten piiriin. Työn hiki tekee ahkerasta suorittamisesta arvokkaan kutsumuksen, erottamattoman osan jumalaisen hyveellisyyden välittämisessä. Talouden vaihdosta ja kasvukehistä puhuminen onkin sitten paljon hankalampaa. Aristoteleen ja 1800-luvun suurten teoreetikoiden, kuten Karl Marxin, suhde talouteen on moraalinen: taloudellista vaihtoa pidetään vähäarvoisena, kyseenalaisena tai vaarallisena asiana. Vaihdannan voitollisuus on erityisen epäilyttävä asia. Ihmisen sisäiset luonteen hyveet liittyvät filosofian pitkässä linjassa pikemminkin kohtuullisuuteen, rauhallisuuteen ja anteliaisuuteen. Intellektuaalinen ajattelu saa myönteisiksi määreikseen käytännöllisyyden ja teoreettisen viisauden. Kauppiaat, liikemiehet, pankkiirit ja klassisessa suhteessa talouteen elävät palkkatyön tekijät – eli kaikki vaihtoarvoisessa aktiivisuudessa mukana olevat toimijat – turmeltuvat omissa toimissaan ja kehissään. Heillä ei ole sen enempää Aristoteleen kuin Marxinkaan mukaan mahdollisuutta hyveelliseen elämään. Tiukat marxilaisethan näkevät vaihdannan voitollisuuden, sen vieraantumisvaikutukset ja tätä hyötysuhdetta suojelevan valtion valheen teoriansa pääsisältönä. (Sihvola 2003, 24–30.)

Myös nuorilla kirjoittajilla on omat vaikeutensa arvottaa yleisesti vaihtotaloutta, yrittäjän arjen ratkaisujen etiikkaa ja näiden merkitystä. Näyttäisi siltä, että nuoret jäävät väittelemään teesistä, jolla kuvataan talouden termien tunkeutumista muiden elämänalueiden piiriin. Ajatus, että ”kaikkia elämänvoimia pidetään nykyään turhaan pääomana”, kuvastelee talouden instrumentaalisten arvojen sisäistymistä ja henkistymistä, juurtumista elämän muiden arvojen mitaksi. Joka neljäs (26 %, ks. kuvio 8) nuori vahvistaa ajatuksen. Monet pienyrittäjätkin poissulkevat pääoman mukaisen ajattelun omasta yrityksestään. Sadoissa aineissa yritys liitetään sieluun – ei hyötyyn:

Vaikka ansaitsisin kolme kertaa enemmän eläinruokakaupalla tällä yritysmaailmalla, en sitä tee... mutta rakkaan isäni perintöä vaalin. Eikä sieluakaan voi myydä. Ajattelen kauppani eräänlaisena saarena valtameressä tai majakkana syksyn hämärässä, tämän pienen maalaiskunnan sykkivänä sydämenä. (”Yritykseni – maalaiskylän sydän”, tyttö Alavudelta, v. 2002.)

Joka kolmas (32 %) hyväksyy ajatuksen elämänvoimista pääomana. Muutamat nuoret myös kirjoittavat markkinakielellä – sumeilemattoman imperialistisesti. Valtaosa aineiston nuorista (41 %) ei kuitenkaan halua tai osaa ottaa selvää kantaa asiaan, osalle tällainen elämänarvo mittaaminen jää vieraaksi ja siksi se torjutaan. (Ks. kuvio 8.) Kaksi viidestä nuoresta (39 %) ajattelee edelleen, että ”rahan tekemisestä puhuminen on edelleen vähän synti”. Lähes yhtä montaa nuorta (35 %) ajatus ei häiritse, vaan he voivat toimia aika lailla moraalisen vapaasti rahan ja pääoman maailmassa. Tässä on pikemminkin kyse nuoria ympäröivien yhteisöjen yleisistä normeista kuin nuorten omista arvoista: taloudelliseen toimintaan ja kilpailuun liittyvää ahneutta ja kateutta haluttaisiin kitkeä. Melkein puolet aineiston nuorista (45 %) uskoo, että ”kateus ihmisten välillä rajoittaa yrittäjyyttä”. (Ks. kuvio 7.) Kyse ei siis ole ensisijaisesti siitä, että yrittäjien elämä perustuisi katkerille tai kateellisille pontimille, vaan siitä, että yrittäjää usein epäillään kateudesta, ja itse epäilijät ovat kateellisia. Yrittäjyys ei aina istu muun työn ja yhteisön eettiseen pirtaan. Ihmisten väliset skismat ovat tavallaan este oikealle yrittäjyydelle:

Ainaskin täällä Kainuussa jos joku haluaa yrittää niin heti ollaan lyömässä ideat maanrakoon ja kateuksissaan puhutaan roskaa selän takana. Pitäisi saada kannustusta ja uskoa omaan itseensä, mutta niin kauan kun täällä asuu niin sitä vaikeampaa se tulee olemaan. (M 25.)

Pitäisi luoda yrittäjyys positiiviseksi jutuksi peruskoulussa ja jatkokoulutuksessa. Antaa nuorten omien uusien ja erilaisten ideoiden päästä esille niitä tyrmäämättä. Helpottamalla rauhoitusta. Ehkä tällainen myös vähentäisi suomalaisten peruskateutta toisia kohtaan, jolloin olisi myös vapaampaa tuoda uusia brändejä markkinoille. (N 21.)



TERVE KATEUS, KILPAILUN VOIMA JA MAAILMAN PARANNUS

Lähes kolmannes nuorista (29 %, kuvio 7) ajattelee, etteivät ihmisten väliset katkeruudet tai ahne vertailu rajoita yrittäjyyden mahdollisuuksia. Joidenkin nuorten mukaan myös kilpailun arvot – jopa kateus – ovat eteenpäin vievä voima. Oma osastonsa nuorten kirjoituksia ovat ne, jotka rajoittavat tarkastelunsa ekonomian piiriin, talouden sektoriin. Se vapauttaa kirjoittajan elämän ja hyveellisyyden kenttien välisestä ongelmasta, ja taloutta voi mitata sen omimmin arvoin, rahallisesti ja tuottavuutta kunnioittaen. Lisäksi halutaan itse olla perustamassa yrityksiä, joissa ahneus ei vie, vaan jonkinlainen sille vaihtoehtoinen arvo vie yritystä eteenpäin: ”Yrittäjien tie aukaistaan aina jutuissa liian kovana – haluan pehmoyrittäjäksi. Elämän tavoite ei ole rikastuminen tai häijyt ihmissuhteet.” (M 22.)

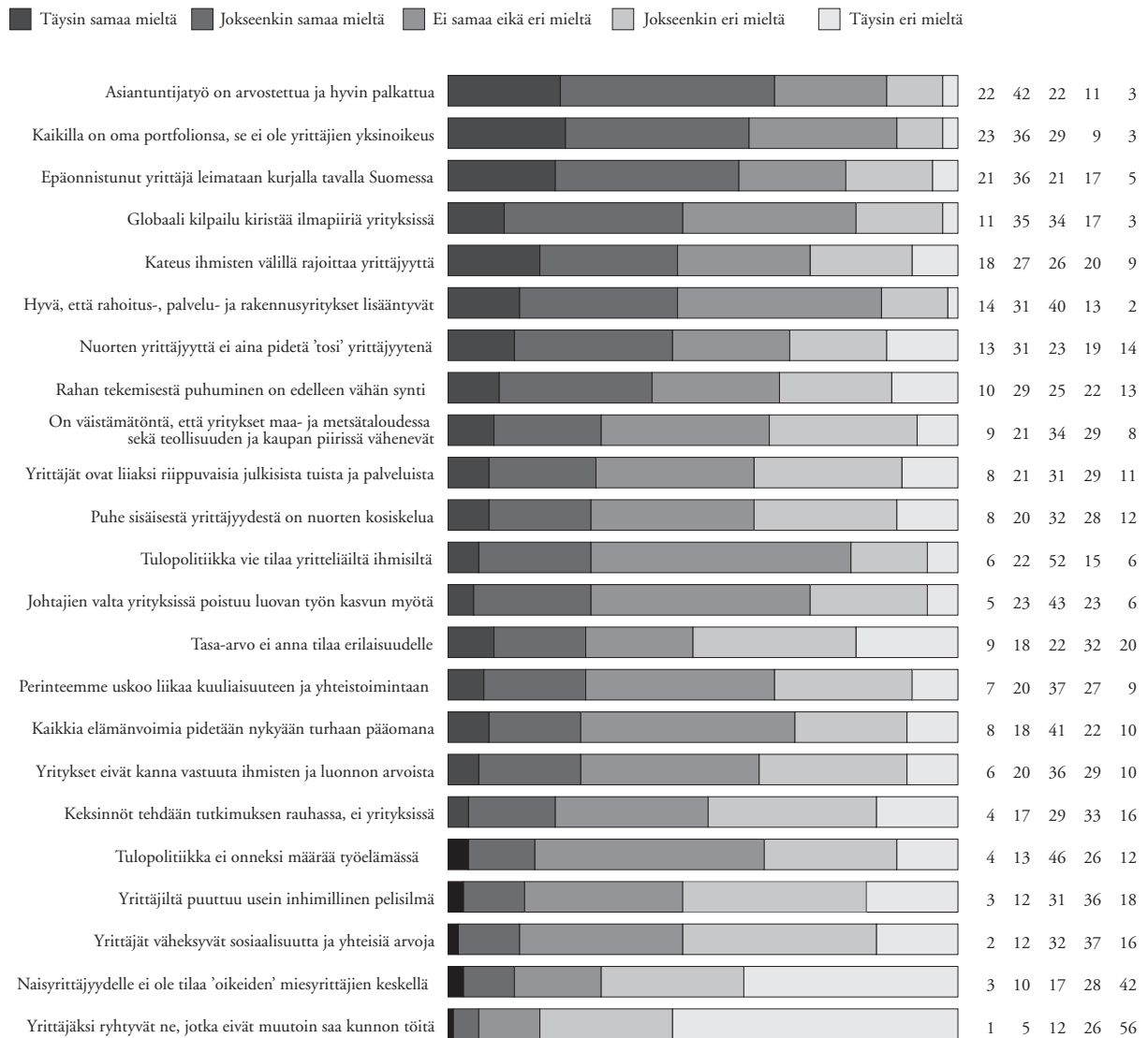
Aineissa, joissa PK-yrittäjien etiikka nähdään konkreettisena ja raadollisena, mustavalkoisten arvioiden tuolla puolen, yritysten arkinen etiikka on hyväksyttävissä ja yrittäjä voi itse hallita tuotteidensa vaikutuksia. Samalla nuori yrittäjä itse miettii, miten venyttää reiluja ja kaupattavia arvojaan ja tuotenormejaan. Aristotelisen tiukasti voisi ajatella, että vaihdannan voitollisuus alkaa korvata hyvän elämän edistämisen mahdollisuutta. Kaikki nuoret eivät ole aristotelisen tiukkoja: kaikki vaihto tai pieni vilppi ei turmele. Porilaisen Kaarinan aineessa ”Yrittäjä täydellä sydämellä” (v. 2003) pieni yrittäjä myy kieloja ja päivänkakkaroita torilla ja nauttii samalla luonnosta täysin siemauksin. Hän ei mitenkään varo tai siunaile ajatuksiaan, kun rahaa alkaa kertyä luonnontuotteilla, tarttuvalla oikea-aikaisella hymyllä ja pienellä ”fuskaamisella”.

Yrittämisen onnellinen kehä on kirjoittajalle auki ja maailmaa voi parantaa yrittämisellä:

Olin oppinut viime vuosien aikana asettamaan kielot kimppeihin kerroksittain niin, että kukat näyttivät pitkiltä ja suurilta ilman valtavaa määrää. Hymyilin kieloämpäreiden takaa ohikulkeville kasvoille. Hymyyni vastattiin ja sain myydyksi jokaisen kimpun. Yhteensä sain 200 euroa eli 40 euroa tunnilta. Jos tekisin kahdeksan tuntia päivässä 20 päivänä kuukaudessa tienaisin 6400 euroa kuussa puhtaana käteen // palkkioni on kasvanut silmissä. Viime kesän tienestit ovat pankissa kasvamassa ja uutta tulisi tuosta vain. // [Nyttemmin lehtimyyjänä, KP] kulkiessani ovelta ovelle ja hymyillessäni torilla pystyn tartuttamaan heihin iloa. Samalla pääsen tavoitteeseeni, kaupantekoon. // Maailmanvalloitus saattaa onnistua samalla periaatteella. Siinä ei välttämättä tarvita maailmanlaajuisia verkostoa, toimistoja ja tehtaita. Minäkin jo riitän. Yksi ihminen voi liikuttaa paikallaan ensin kotia, sitten kylää ja lopulta koko maailmaa. // Yrittäminen on elämäntapa, yrittäjänä tahdon antaa siivet unelmilleni ja huomata osaavani lentää. Tahdon jakaa hyvää oloa ja koulutusta ympäri maailman. Vaikka tuotteet vaihtuvat vuosien mittaan, yrittäminen pysyy. Tavoitteenani on valloittaa maailma ja parantaa sitä.

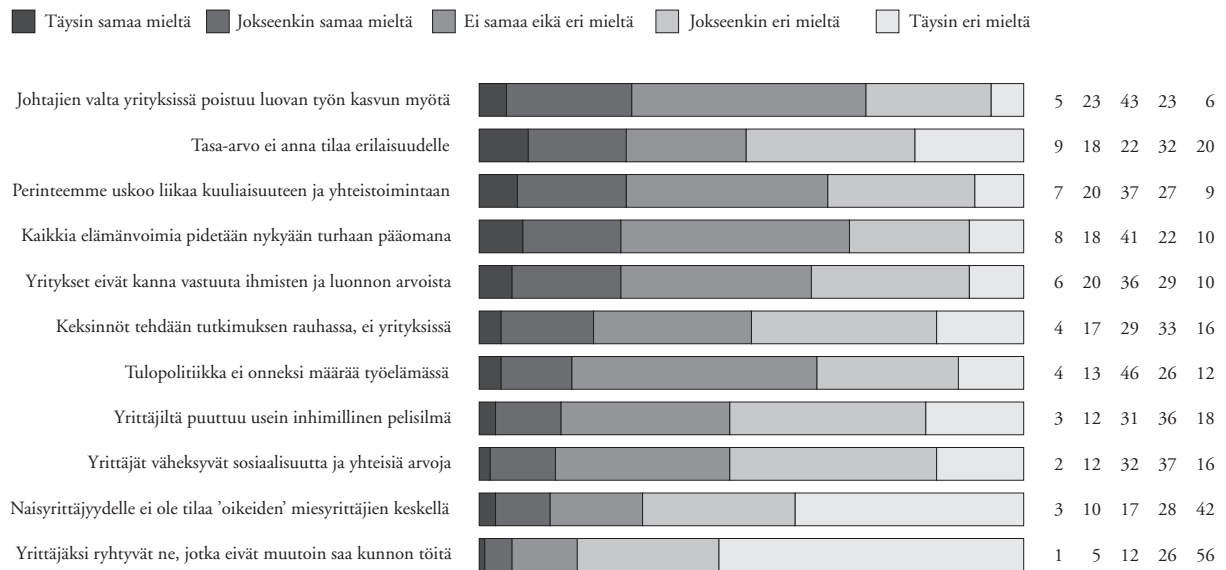


KUVIO 7. Miten hyväksyt seuraavat yrittäjäelämän hankaluuksia ja ongelmallisuutta alleviivaavat väitteet? (N=417.)





KUVIO 8. Miten hyväksytyt seuraavat yrittäjäelämän hankaluuksia ja ongelmallisuutta alleviivaavat väitteet? (Haast., N=417)



PK-YRITTÄJYYS ETIIKAN JA TALOUDEN YHDISTÄJÄNÄ

Kun nuorilta tivataan ajatuksia yrittäjien inhimillisistä, sosiaalisista ja yhteisistä sekä luontoarvojen kunnioittamisesta (ks. kuvio 8), selviää, että nuoret eivät syyllistä yrittäjiä. PK-yrittäjät eivät juuri poikkeaa muista ihmisistä ja heidän humanistisista ja ekologisista arvoistaan. Huomattava osa aineiston nuorista jotenkin vierastaa koko kysymystä yrittäjien epäsosiaalisuudesta tai epäekologisuudesta. Yritykset ja yrittäjät ovat nuorten mukaan sekä ihmisen että luonnon arvojen ja sosiaalisten ja yhteisten arvojen kannalla ja heillä on inhimillinen pelisilmä. Lähtökohtaisesti pienimuotoisten yrittäjien elämänintressejä ei leimata tai niitä ei nähdä turmeltuneina. Arviot ovat sopusoinnussa kilpakiirjoitusten perustulkinnan kanssa: nuoret uskovat yrittäjien yhdistävän omat perusarvonsa yrittäjyyden tavassa ja tuotteissa. PK-yrittäjät ovat nuorten retorinen silta yhdistää eettiset ja taloudelliset arvot. Merkittävin arvostelu yritysmaailman arvoja kohtaan nousee eko-sosiaalisten asioiden suunnassa.

Yrittäjän sosiaalinen pelisilmä on *Yritys hyvä* -kilpa-aineissa keskeinen ja jo kilpailulautakunnan otsikoissa ja aineistoissa etukäteen rakennettu teema. Sosiaalisuus liittyy usein paikallisiin ja rauhallisen ilmapiiirin korkean kvalifikaation kulttuuripalveluihin, jotka ovat henkisesti laiskojen tapojen sekä tupakka- ja alkoholikulutuksen vastaisia saarekkeita. Kuntosalilla voidaan yhdistää idea sielun- ja ruumiinkunnosta. Salilla voi myös ystävystyä, sovittaa riitoja ja rakastua, jokaiseen asiakkaaseen osataan paneutua henkilökohtaisesti, puhumattakaan heidän lapsistaan ja eläinystävistään (tyttö Ristiinasta, v. 2002). Yrittäjäperheen matkassa eläminen ei ole vain kurimusta, yrittäjäisiä ei salaile onnistumisistaan, vaan järjestää hienoja perhejuhlia voittojen kunniaksi ja lapset pääsevät mukaan Eurooppaan kulttuuriretkille raaka-ainehankintamatkojen extra-paikoille (tyttö Lahdesta, v. 1987). PK-yrittäjän sosiaalisessa pelisilmässä asuu usein "veitikka"; kun kokeneelta naisjohtajalta kysytään, miksi hän työskentelee samoissa tiloissa työntekijöiden kanssa, hän vastaa: "Enhän minä muuten voisi valvoa teitä." (tyttö Jyväskylästä, v. 1985). Pohjalainen sosiaalinen pelisilmä harkitsee asiakasta ja katsookin jo melkein kieroon:

Rehellinen, selvä ja yksinkertainen kieli. // ei kierrellä, kaarrella puhkua ja ähkiä // liioittelulla puhut itsesi pussiin // ulkonäkö asiakkailla pettää, ryysyissä voi kulkea miljonääri. // Kohtelee kaikkia yhtä kohteliaasti. Laatu



korvaa korkeat hintasi. // Yliarviointi johtaa rehentelijän maineeseen. Yritä olla nahoissasi. Älä riko periaatteistasi, älä anna miesasiakkaalle suurempaa alennusta kuin naiselle. Hyvä maine leviää nopeasti, mutta huono sitäkin nopeammin. // Ole asiakkaittesi luottamuksen arvoinen. (”Miten voitat yrityksessäsi asiakkaittesi luottamuksen?”, poika Isostakyröstä, v.1988.)

Ikään kuin ”pisteenä iin päälle” nuoret kiistävät kyselyn väitteen ”tasa-arvo ei anna tilaa erilaisuudelle” (52 % kiistää asenteen – 27 % hyväksyy sen; ks. kuvio 8). Enemmistö ei näe nuorten kulttuurien välisiä eroja tasa-arvon toteuttamisen esteenä. Näin voi luontevasti tulkita, että myös yrittäjien erilaiset hankkeet ja tuotteet sopivat ihmisten ja työnteon maailmaan, mikä erilaisuudessaankin voi tavoitella yhteistä elämisen egalitaarista tapaa. Neljäsosa nuorista kuitenkin huomioi maailmaa siten, että tasa-arvo on jossain suhteessa tasapäistävä asenne. Se ei siedä liikaa erilaisuutta. Joukossa on myös nuoria, joiden ajatusten mukaan vahvasti hajaantunut ja erilaistunut (heterogeeninen) yhteiskunta ei voi perinteisessä mielessä olla universaalinen tasa-arvoinen.

JOKAINEN AMMATTILAINEN ON ”SISÄINEN YRITTÄJÄ”

Ulkoisen yrittäjyyden termillä viitataan itselliseen työhön kykenevän ihmisen valmentautumiseen oman yrityksen perustamiseen. Ammattitaito, johtamisen taidot, kokemus, yritystietous ja markkinatuntemus kuuluvat tämän kompetenssin piiriin. Sisäisen yrittäjyyden käsite viittaa yrittäjäasennetta sisäistyneemmin omaehtoisiin, riskejä kaihtamattomiin ja innovatiivisiin yksilön elämänvoimiin sekä opiskelu- ja työasenteisiin. Puhutaan tavallaan yksilön taitojen kombinaatiosta, joissa yrittäjämäiseen omatoimisuuteen liittyy joustavuus, sitoutuneisuus, omanarvontunto ja hyvän elämän hallinta sekä tuloksellisen ja yritteliään toimintatavan seuraaminen (Lehtinen 2002; Huuskonen 1998, 4–7; Seikkula-Leino 2006). Huolimatta siitä, että termi ”ulkoinen” viittaa melko suoraan muodolliseen yrittäjään ja ”sisäinen” taas yksilön intention dynaamisessa, kehittyvässä ja epävarmassa yhteiskunnassa ja kysynnän maailmassa, ero ei ole lainkaan selvä. Varsinkin näin on, kun käsitteisiin eritoten kouluissa liitetään ohjelmallisesti myönteinen asenne yrittäjyyteen. (Seikkula-Leino 2006; Huuskonen 1998.)

Nuorten kouluaineiden yllyttämänä kyselytutkimuksessa nuorille esitettiinkin väite ”puhe sisäisestä yrittäjyydestä on nuorten kosiskelua”. Opettajien lisäksi myös mediassa työskentelevät raporttia varten haastatellut ihmiset ovat olleet huolissaan nuorten elämäntavan ja koulunkäynnin liiallisesta yksilövastuusta ja yrittäjämäisyydestä. Olikin aika yllättävää, että 40 prosenttia nuorista (ks. kuvio 7) ei pidä yrittäjyyspuhetta kosiskeluna tai yrittäjämäailman propagointina. Hyvin selvästi relevantti osa nuoria on sisäistänyt puhutavan ja hahmottaa nuorten elämänmaiseman yksilöllisesti, vastuullisten valintojen kautta. Nuorten ainekirjoitusteksteistä löytyy sisäisen yrittäjyyden kasvukertomuksen helmiä, joissa kyseinen viritys kantaa suvusta itsekuuriin ja räätälöivään opiskeluun sekä oikeatahtiseen yrittäjävisioon. Ilman sisäistä yrittäjyyttä ihminen ikään kuin riutuu pois:

Lopulta, kun yrityksemme olisi tarpeeksi laaja ja omavarainen ja rahaa riittäisi monien ihmisten työllistämiseen, meidän ei tarvitsisi käyttää enää halvimpia materiaaleja vaan voisimme panostaa tuotteiden laatuun ja taiteelliseen efektiin. Tähän vaiheeseen on kuitenkin hyvin pitkä tie. Kultaisena sääntönä voisin pitää ”tukevan portaan periaatetta”: täytyy rakentaa vähän kerrassaan ja huolellisesti, ennen kuin tavoittelee huippua. On hyvin vaikeaa nähdä niin pitkälle, että voisi suunnitella kaiken varmalle pohjalle. Itse en osaa vielä katsoa näitä unelmia pidemmälle. Aion ehkä hankkia jonkinlaisen yrittäjyyteen ohjaavan koulutuksen, ennen kuin alan tositoimiin. Suvussamme ei ole juuri ollenkaan varsinaisia yrittäjiä, mutta en silti pidä haaveitani hoopoina. Yrittäjyys on tulevaisuutta. Koskaan ei voi tietää, millaisia esteitä eteensä saa ja selviääkö niistä, mutta tärkeintä on muistaa sisäinen yrittäjyytensä. Jos ihmiset eivät olisi kautta aikojen yrittäneet, ei olisi keksitty tulta, hehkulamppua, höyrymoottoria, kirjoitustaitoa tai ylipäätään mitään. Yrittäminen on kaiken elämän perusta. Se on meille lähes yhtä tärkeää kuin vesi. Jos ihminen ei yritä, hän kuihtuu. (Petra Kotkasta, v. 2006.)



Alle kolmannes (28 %, kuvio 7) allekirjoittaa teesin sisäisestä yrittäjyydestä nuorten kosiskeluna. Nuoret myös käyvät polemiikkia asiasta ja pohtivat yksilöllisen kilvoittelun ja yhteisöllisyyden suhdetta ja näiden kahden erilaisen kehityssuunnan vaihtoehtoisuutta ja rinnakkaisuutta. Missä määrin yhteisölliset kokemukset ja voimat ovat edellytys yrittäjämäisille elämänintentioneille ja niihin oppimisille, on kiinnostava kysymys, ja se vaivaa esimerkiksi monia nuoria kilpakirjoittajia. Yhteisöllisyyttä ja yksilöllisyyttä ei kohdata aina dikotomisesti, vaan voimme puhua esimerkiksi altruistisesta yksilöllisyydestä (Beck & Beck-Gernsheim 2002) tai, kuten edellä huomasimme, yksilöllisestä erilaisuudesta tasa-arvon keskellä. Tätä yksilöllistymisen tendenssiä onkin vahvoin tavoin tulkittu sosiologiassa ja riskiyhteiskunnan teoriassa.

Portfoliosukupolvella (Paakkunainen 2006a) viitataan yhteiskuntaan, jossa yksilöiden tulee esittää aikuistumisen lukuisissa solmukohdissa omaa erityistä osaamistaan osoittavat dokumentit, jonkinlainen taitosalkku. Yhteiskunnan ja talouden toiminta turvaa yritteliäisiin, innovatiivisiin ja riskinottokykyisiin yksilöihin, joiden varassa kilpailukykytalous ja kilpailuvaltio toimivat tehokkaasti. Nuoret ”tee-se-itse”-kansalaiset tuottavat ja rakentavat tavallaan itse oman elämänsä ja elämäkertansa. Paradoksaalisesti – jos yksilöllisesti vastuullinen yhteiskunta toimii tehokkaasti ja itsekurillisesti – he tuottavat samalla myös yhteiskunnan ja uusintavat sitä. Samalla he tavallaan luovat oman epäonnistumisensa, kun osa heistä epäonnistuu kilpailuyhteiskunnassa ja alkaa käsitellä sitä itsesyytöksin³². Myös yhteiskunnalliset ja eettiset valinnat yksilöityvät: nuorten on pakko – vaikka eivät aina niin haluaisikaan – ottaa yksilöinä kantaa ja vastuuta yhteiskunnan arvovalinnoista, ongelmista ja riskeistä. Portfolioyhteiskunnan vastuun mukaisesti nuoret sekä joutuvat reagoimaan että politikoivat elämäkertansa puitteissa – kansalaisina, kuluttajina, opiskelijoina ja ammattilaisina – omilla valinnoillaan. Portfolioyhteiskunnassa monet nuoret ajattelevat, että yrittäjiä ja aktiivisia kansalaisia kasvaa samasta puusta ja opeista: jokainen meistä on vähintäänkin sisäinen yrittäjä ja valitsija.

Myös Hoikkala ja Paju ovat pohtineet (2002, 26–29) laman jälkeen nuoruutensa eläneiden nuorten sukupolven luonnetta. Ajatus ”yksilöllisen pakkovalinnan sukupolvesta” perustuu teesiin, että 2000-luvun Suomessa nuorista ei voi enää puhua kollektiivisina sukupolvina, joita yhdistää jokin kaikkien jakama poliittinen kokemus (vrt. Mannheim 1928/1952). Pakkoyksilöllistyminen nuorten tilanteena viittaa massayhteiskuntaan: kaikkien on pärjätäkseen oltava nuorekkaan yksilöllisiä ja ainutkertaisia. Individualismi merkitsee myös sitä, ettei vahvoja kollektiivisia identiteettejä ja yhteisöjä synny enää entiseen tapaan. Yksilön kokemus yhteiskunnasta pirstoutuu. Se muokkautuu eri tavoin ja eri tasoilla niin nopeasti, ettei yhteisiä, myöhemmän elämän ajattelutapoja rakentavia (maailmankuvan) avaimia pääse enää helposti muotoutumaan alle 20-vuotiaiden nuorten elämässä.

TAISTELU YKSILÖLLISISTÄ TAIDOISTA, OSAAMISESTA JA TYYLIN PÄÄOMASTA

Nuorten sisäisen yrittäjyyden mukainen puhetapa tarkentuu, kun huomaamme, että valtaosa nuorista (59 %) hyväksyy väitteen ”Kaikilla on oma portfoliosa, se ei ole yrittäjien yksinoikeus”. Vain joka kymmenes (12 %) väheksyy teesiä³³. (Ks. kuvio 7.) Teesin hyväksyminen ei ota kantaa siihen, onko portfoliovaatimus oikeutettu ja korrekti. Se on osa yhteiskunnan ja työmarkkinoiden kysyntävaatimusta ja yksilöllistä henkeä. Yksilöllisyys saa tässä tietenkin erilaisia sävyjä lähtien humanistisesta originaalisuudesta – esimerkiksi ainekirjoittajan, oppiaineen hallitsijan tai piirtäjän omintakeisuudesta – ammattikorkeakouluille tyypilliseen markkinoiden vaatimuksille antautumiseen, niin sanottuun markkinaessentialismiin (Beck 1993) saakka. Tunnettu jo raportin muista osista muutamia sofistikoituneita brändiyhteiskunnan kritiikkejä, mutta ne usein laajentuvat myös yrittäjien koulu- ja kokemussalkkujen monimieliseen pilkkaamiseen.



Lahjakas tyttö pojan vaatteissa asettelee sanansa niin monimielisesti ja sarkastisen proosan kaltaisesti, ettei lukija tiedä, milloin kirjoituksen narsistinen sankari paljastaa portfolioaan tässä maailmassa, milloin sadussa:

Minä olen James, hyvää päivää. Nimeni on sievä, sulavasti sointuva ja globalisaation kaunistama tässä puhtaassa Suomen maassa. Olen valmis brändi. // Kysynette, mitä sitten olen ja teen. Tärkeitä seikkoja toki. Olen siis James, tarkentaen luova arkkitehti alias nuori lahjakkuus, ja uskon, että minulle oli kysyntää yltääkseni voiton puolelle toteuttaessani kysynnän ja tarjonnan laen normistoa. Ehkä vastaatte minun olevan unelmoija ja turha haihattelija, että kuljen yksin pää pilvissä ja miten puheeni raikaavat tyhjyyttä jo kädenmatkan päähän – mutta ähäkutti, oma itseluottamukseni onkin niin korkea, ettette voi minua musertaa. Erte ainakaan täysin hetkessä, ja minä, minä aion yrittää. // Koulutukseni löi mitä luultavammin aavistuksen verran ylitse siitä, mitä perimmäisesti haluan tehdä, mutta ei se mitään, sillä on kiehtovaa hallita monta alaa. Ja mikäli on yhä tiedoissa pitelemistä, niin on hyvä osata aina hieman liikaa, kuin että liian vähän. Puutteet lyövät niin ikävästi, ja sivaltavat omaa ammattitaidon naamiota aivan liian rutkasti, jotta sen kaltaisen riskin ottaminen olisi missään suhteessa kannattava seikka. On helpompaa ensiksi paiskia töitä opiskellen, sillä vankkoilla tiedoilla luodaan luja tausta, josta ei voi olla muuta kuin hyötyä. // Sallinette, mainostan hieman tässä välissä. // Tein rikkinäisen pesukoneesi rummusta tarjoiluastiaston, muovaan äitimaan savesta uudet kovan mallin käsilaukut ja taon näin uudet muoti-ilmiöt niin catwalkeille kuin Tampereen esikaupunkiin. Olen haistanut uudet tuulet ja kierrätyksen modernin ailahduksen. Takerruin kiinni, ja nyt surffaan ajatuksellani vielä pitkälle. Uskon niin. Todella uskon.” (”Koetuksella ja yrittäen, James”, Meltaus Iivi, Napapiirin yläaste, v. 2005)

Portfoliokoulun ja yhteiskunnan kritiikki ei liity vain erikoistumisen, työnjaon tai markkinoille/kysynnälle alistumisen kritiikkiin ja uusyhteisöllisyyden muotojen etsimiseen. Monet nuoret liittävätkin sen aineissaan ja avovastauksissaan liian yksilölliseksi ja räätälöidyksi kehitettyyn koulutus- ja ammattiajatteluun, joka jopa estää yrittäjäksi ryhtymistä:

Joka puolella puhuttavassa henkilökohtaisessa yrittämisesenteessä mennään yli. Pitäisi karjaista ja opettaa nuoria oma-etuiseksi yhteiskunnan jäseniksi. (M 29.)

Huoli toimeentulosta, jos yritys ei menestykkään, vaivaa nuoria. Nuorten liiallinen kunnianhimo koulutuksen suhteen ”painaa myös yrittäjäpohdintoja”. Kouluissa pitäisi kannustaa enemmän yrittäjyyteen. (N 29.)

Portfoliokannanottoihin liittyy tärkeä viesti siitä, että sisäisen yrittäjyyden henki koulutus- ja työelämässä ei tue yrittäjyyttä instituutiona, vaan liittyy koko yhteiskuntaan: aktiiviseen kansalaisuuteen ja ammatillisuuteen. Ammatillisuus ei tarkoita tässä vain luovia ammattikuvia ja töitä, kuten taidetta, tutkimusta, konsultointia ja kehittämistä tai journalistiikkaa, vaan kaikkia ammattitaitoja ja asiantuntijuuksia. Hyvin koulutetuista ja sofistikoituneista, monipuolisen koulutus- ja kokemussalkun omaavista nuorista ammatillisuuskilpailusta tulee jopa nuorille yrittäjäorganisaatioille haaste. Hekin haluavat olla ”tähti-ammattilaisia”³⁴ hämmentäessään nuorten ennakkoluuloja yrittäjyysmallista työn tekemisen mallia kohtaan. Toisessa suunnassa, suomalaisen nuorisotyön ja jopa dynaamisen, sosiaalis-eettisen ja informaalisen syrjäytymisen vastaisen verkkotoiminnankin piirissä on tyypillistä korostaa ammattiosaamisen – portfolion – merkitystä. Epävirallinen, riskeissä karaistunut kokemus halutaan legitimoida portfoliossa, ikään kuin virallistaa se (Paakkunainen 2006a; 2006b).

Toisaalla tässä raportissa nousee esiin se yleistä portfolioteesiä tukeva seikka, että monet nuoret uskovat sekä aktiivisen yhteiskunnallisen kansalaisen että yrittäjän kasvavan samanlaisen opetuksen ja resurssien piiristä. Nuorten mukaan yhteiskunta- ja yrittäjäaktiivit on tehty ainakin osittain samasta puusta. Yksilölliset taidot jylläävät yhteiskunnassa, niistä kamppaillaan ja kilpaillaan yhteiskunnassa. Ei olekaan ihme, että aineiston enemmistön (66 %) edessä välkkyekin ajatus ”asiantuntijatyö on arvostettua ja hyvin palkattua”; vain 14 prosenttia vastaa uskovansa teesiin vain melko tai hyvin vähän (kuvio 7). Portfolioyhteiskunta tarkoittaa siis pikemminkin luovan ja asiantuntevan luokan (esim.



Florida 2002) ja sen mukaisen kulttuuripääoman hegemoniaa. Yrity maailma ei ole kenttä, johon ensimmäiseksi kuvitellaan yksilöllisten taitajien orientoituvan. ”Kynäilijät, kirjailijat, tutkijat ja leif salmenit ovat luovia, niiden palvelut ostetaan vaikeivat he ns. yrittäjiä olekaan.” (M 28.)

Aika moni nuori myös jatkaa luovan luokan ideologiaa ja uskoo, että ”johtajien valta yrityksissä poistuu luovan työn kasvun myötä” (28 % hyväksyy ja 29 % väheksyy teesiä, ks. kuvio 8). Nuoret polemisoiivat hierarkkista johtamista kyseenalaistavaa tendenssiä, joka maailmalla liitetään myös yrity maailman sisälle ja yhteiskunnalliseen valtakeskusteluun sekä ajatukseen vallan dynamiikasta ja innovaatioriippuvuudesta (Florida 2002). Toinen – filosofi Ollilankin lämpimän sosiaalisesti esiin nostama kehityssuunta – liittyy verkostotalouteen. Sen on katsottu merkitsevän sosiaalisten ja dialogisten taitojen ja yritysvalmiuksien nousua. Aineiston nuoret jäävät pohtimaan ja väittelemään tästäkin teesistä: ajatus, että verkostoituva työ luo uutta yrittäjyyttä, saa kolmanneksen tuen ja toisaalta kolmanneksen väheksynnän (ks. kuvio 5).

Koulutusta ja asiantuntijatyötä kunnioittavassa ilmapiirissä ajatus ”keksinnöt tehdään tutkimuksen rauhassa, ei yrityksissä” ei kuitenkaan saa suurta kannatusta (21 %); sen sijaan puolet aineiston nuorista (49 %) epäilee tätä tulkintaa (ks. kuvio 8; vrt. Kevätsalon päinvastainen teesi, 2004). Tässä nuorten käytännöllistä ja yritysvaltaista innovatiivisuutta alleviivaavassa hengessä on kyse myös nuorille tyypillisestä praktisuudesta. Suomalaisnuoren ideologiassa käytäntö tulee ennen teoriaa. Samoin Nokian tyyppisten *high tech* -yritysten oma tutkimustoiminta on nuorten tiedossa. Nyrkkipajan malli elää omalla tavallaan, esimerkeillään ja myytin muodollaan. Yliopistot saatetaan nähdä kynäilijöiden, abstraktin tiedon ja byrokratian laitoksina.

Raisiolainen Ilkka (v. 1985) todentaa tämän yritysdynaamisen kuvan; hän ei kosiskele eikä ihastele yliopiston autonomiaa. Nuorilla on usein positiivinen asenne yliopiston ulkopuolisten keskusten ja yrityskontaktien innovatiivis-dynaamiseen voimaan:

Ajatuksenani olisi perustaa erillinen kasvinjalostuslaitos yliopiston ulkopuolelle tätä kasvia [innovatiivista hybridiä, joka auttaisi juuri kehitysmaita, KP] varten, koska yliopistossa projekti tulisi ennen pitkää hautautumaan byrokratian ja määrärahojen puutteeseen. Palkkaisimme joitakin johtavia alan tiedemiehiä laitokseen, joka jalostaisi em. kasvin. Olen myös lähettänyt kirjeen muutaman johtavan biokemian teollisuusyrityksen johtajalle ja toivon, että voisimme järjestää neuvottelun kaikkien osallisten välillä ja sopia laitoksen sijoituspaikkakunnasta jne...tarkemmin.

Moni nuori rakentaa atk-alalla itselleen täysin epävirallisen yrittäjäksi nousun tarinan³⁵.

NAISET KIRJOITTAVAT YRITTÄJÄTIET AUKI

Sukupuoli ei ole tässä aineistossa lopullinen este yrittäjäksi ryhtymisessä; nuoruus ja sukupolvi voi olla suurempi kuilu uskottavan yrittäjyyden suunnassa. Nuoret avaavat raikkaasti sukupuolen sinettejä yrittäjyydelle. Naiset nousevat aktiivisesti esiin molemmissa perusaineistoissa. Silti yritys-elämän realismi on tuttu kirjoittajille. Perusasenne kyselyssä oli kuitenkin selvän toiveikas. Valtaosa vastaajista (70 %) torjuu ajatuksen, ettei naisyrittäjillä olisi tilaa ”oikeiden” miesyrittäjien rinnalla. Vain 13 prosenttia hyväksyy teesin. (Ks. kuvio 8.) Naisten reaalin ja asenteellinen nousu yrittäjäksi saa tukea aineistosta. Nuorten naisten retoriikka on myös vakuuttavaa. Innovatiiviset yritykset ovat usein naisten aloitteita. Myös muualta nuorisotutkimuksesta tulee tukea naisten modernille joustavuudelle ja miesten konservatiivisuudelle – jopa yrittäjäksi joutumisen taakasta puhuttaessa. Karvonen (2006, 12–13) jopa kärjistää suomalaisen alueellisen erilaistumistarkastelun toteamalla, että suomalaiselle maaseudulle jää enemmän poikia. Heillä ei ole tyttöjen tapaan yhtäläisiä oman tulevaisuutensa tekemisen avaimia. He jäävätkin vanhempien ja tradition varaan – ja paradoksaalisesti jatkavat maatilaa tai yritystä.



Monille miehille yrittämisen maailma on tosissaan naturalistisen miehinen. Lahjakkaat ”havukka-aholaiset” mieskirjoittajat voivat metsämarjayrityksissään edetä pojan ja perusjuntin maailmasta yrittäjäkeisareiksi ja pröystäillä Mooseksen nimeen:

Marjat ovat olleet lähellä suomalaisen perusjuntin sydäntä jo ammoisista ajoista. // Alun perin olikin tarkoitukseni ideoida oma marjastusyrittys. Sitten kuitenkin tajusin sen: mitä sitä ideoimaan kun yritys on jo olemassa, tässä ja nyt. Ja olen vieläpä elänyt siinä koko pienen ikäni. // Mehut ja hyytelöt vain kauppojen hyllyihin. Ja ehkäpä teksti seuraakin otteita tulevan pääjohtajan varhaisista vaiheista. Ehkä tämä pieni poika onkin jonain päivänä Suomen suurimman marjayrityksen johtaja, ”Marjakenttien Keisari”. Kuka tietää. Mutta nyt täytyy kyllä lähteä suunnittelemaan yritykselle nimeä ”Marjamaakarit”...”Suomen marja”...”Virtasen hillo ja hyydyke”, sepäs kuulostaa hyvältä... Totta Mooses, siinä se on! (”Keskiäikaista keräilykulttuuria”, kuusamolainen Iiro, v. 2005.)

Nuoret naiskirjoittajat ovat kirjallisen leikin mielessä mukana tässä naturalismissa. Tytöt osaavat olla äärimmäisen realistisia ja kirjoittaa poikamaisen fyysisesti ja ponnekkaasti:

Aloitin hommat. Hiki virtasi, ja kiukku-suonet supistuivat. // Isä rikkoi jalkansa, JOUDUIN autokorjaamolle töihin. // Mokia sattui tietenkin, mutta Suomen pojat ovat syntyneet kestävämmän kolhuja. Isä tervehti jalka paketissa // isä oli raatanut päivästä toiseen, äidin sanat soivat korvissani. ”Nyt on pakko toimia!” Isäkin kävi aina välillä moikkaamassa asiakkaita jotka ”...ihan reiluja jäppiäisiä”. (”Pojasta polvi paranee – kokemuksia yrittäjäperheen elämästä”, salolainen tyttö, v. 1988.)

Naisten kokemus on kuitenkin taajaan se ”toinen”. Se liittyy usein pienyrittäjän arjen toistuviin, itsekurillisiin puoliin, erityisesti siihen, ettei arvosteta ja pitää taistella – luoda karaisevia malleja, esteettisiä elämyksiä. Maalaitelaisen Ann-Katrin aineessa torikauppiana toimiva nuori nainen raportoi yrittäjän arkipäivää, innostuu ja pettyy, mutta kaikesta huolimatta arjen merkitys kirkastuu esteettisenä maton värien sommitteluna:

En del vill bara titta, andra köper. Men så finns det ju människor som gärna vill kritisera mig och mitt jobb också. De slänger ur sig kommentarer som: ”Att du bara kan stå och sälja så här gräsliga mattor! Vem har vänt dessa?” Då känner jag mig lite sårad men jag har lärt mig kanska mycket om människor och hur man ska ta dem, under mina år som torghandlare, så jag tar inte kritiserande ord så hårt längre.

Mutta sitten torikauppias saa sadan maton merkittävän erikoistilauksen mieheltä, jolle nuori ja toimielias nainen torikauppiana on yllätys. Niinpä kauppias pohtii ristiriitaisen päivän päätteeksi:

Redan i kväll tänker jag börja väva på beställningsmattorna. Jag har bestämt att den första ska ha både som grundfärg med stark av vitt, brunt, gult och mitt grönt i.

Välillä naiset yltyvät feministiseen poljentoon ja kertovat meille, kuinka miehet kärsivät avustavien, yksineläjä-yrittäjien ja aiemmin vaatimattomuuden kuosissa eläneiden naisten noususta menestyjiksi: ”Ehkä miestä loukkaa se, että nainen pääsee edelle. Miehen oltava vahva kestääkseen sen, että nainen suurituloisempi.” (”Hyvä tietää yritystä perustettaessa”, tyttö Ulvilasta, v. 1987.)

Kirjallisesti lahjakas Elli Joensuusta (v. 2005) kirjoittaa ohjelmallisesti, tutkii itse pienellä gallupilla yrittäjyyden ehtoja ja argumentoi kilpalautakunnan tiedoilla – ja päättyy modernin naisen ja ainekirjoittajan paradigmaksi, komeasti:

Vanhat arvot tulevat enemmän esille sukupuolijakaumassa, kun naisten osuus yrittäjyytlukemissa jää varsin vähäiseksi. Kasvatuksen mukana usein kehittyy tietynlainen sukupuolirooli, joka on kulttuurissamme edelleen tytöille enemmän tottelijan kuin käskijän osa. // Suomessa kuitenkin arvostetaan yrittämistä ja asenteet ovat myönteisiä omaa yrittämistä kohtaan. // Kenestä on yrittämään ja kuka yrittää? Kenestä tahansa on varmasti



ainesta yrittämään, jos vain tahto, järki ja terveys pysyvät suunnitelmissa mukana. Yrittäjä tarvitsee kuitenkin tiettyjä luonteenpiirteitä, jotta pärjäisi hyvin oman yrityksensä herrana. Näitä luonteenpiirteitä ovat luonnollisesti yritteliäisyys, määrätietoisuus, positiivisuus, oma-aloitteisuus, ahkeruus, rohkeus – lista näistä on loputon. Jokainen ihminen on yrittäjänäkin yksilö, eikä kukaan muu voi tulla arvioimaan hänen sopivuuttaan oman elämänsä valintoihin. // Yhteiskunnan muutosten mukana naisilla on yhtenevät mahdollisuudet yrittää kuin miehilläkin, joten vastauksen täytyy löytyä muualta. Sukupuoliroolit ovat pitkälle juurtuneet ihmisten mieliin, ja yhä edelleen moni nainen valitsee ennemmin lieden ja kolme lasta kuin yrittäjän vapauden ja taakan. Tämä on kuitenkin yksilöllinen tekijä, ja erot sukupuolten välillä tasoittuivat kovaa vauhtia kehityksen mukana. Toinen selitys tälle voisi löytyä siitä, kuinka naisille on yleensä luontaisempaa olla laskelmoiva ja varovainen suurissa päätöksissä, kun taas miehet ovat useammin jääneet vähemmälle riskinarvioimiskyvyssä. Ehkä vanhanaikaiselta kalskahtava puhe ylpeistä, omaa tietään raivaavista miehistä on edelleen jossain määrin totta. Tulevaisuutta ennustaakseni uskoisin että naisten asema myös miehille perinteisesti kuuluvissa töissä lisääntyy. Teknologian kehittyminen on auttanut tasoittamaan fyysisten ominaisuuksien tärkeyttä. Tämäkin perinteinen kysymys hennoista naisista fyysisessä työssä on menettämässä arvoaan. Suurin syy kuitenkin naisten vähäiseen yrittäjyyteen johtuu erilaisista elämänarvoista ja asenteista kuin miehillä.

SUKUPUOLIONGELMA MUUTTUUKIN SUKUPOLVIONGELMAKSI

Nuorten sukupolvien keskuudessa näyttääkin siltä, että sukupuolikysymys ei liikuta heitä enää sukupolviuongelman tapaan. Kuten sosiaalis-taloudellisessa ja poliittisessa polemiikissa ylipäätään (Paakkunainen & Myllyniemi 2007, 35–60), nuori polvi nostaa sukupolvien väliset kulttuuriset jännitteet entistä tärkeämmiksi myös yrittäjyyskeskustelussa. Kolmasosa vastaajista (33 %) epäilee ajatusta, ettei nuorten yrittäjyyttä pidettäisi oikeana yrittäjyytenä. Heidän ei ole vaikeaa punnita tarjottujen koulutusten, apujen ja hautomoiden kanavia. Melkein puolet aineiston vastaajista (44 %, ks. kuvio 7) kuitenkin hyväksyy väitteen. Nuoret siis ajattelevat, että osa nuorten yrittäjyysaloitteista on vanhempien silmissä leikkimielisiä: vakava yrittäjyys koittaa vasta kokemuksen ja kypsän iän myötä. ”Kokeilun paikkojahan on, mutta kyllä vatsassa kurisee kun näihin leikkikioskeihin tarttuu siviilissä” (M 26). Myös yrityspolitiikan seuraajat tunnistavat tämän nuorten realistisen varovaisuuden:

Ei nuoria ole helppo puijata yrityskokeiluihin ja starttirahoihin. Ammattikorkeakoulujen puolella on kokemusta siitä, miten nuoret suorastaan suuttuvat, jos heitä viedään keveiden yritysmallien kanssa. // Virtuaaliharjoitukset ovat eri asia, niissä tiedetään, että leikitään ja seikkaillaan.

Sukupuolen ja sukupolvien väliset kuilut yrityskulttuurissa ovat jännittäviä. Naiset ovat omassa *gender*-kamppailussaan ja ekonomistisemmissä yrityskampanjoissaan oppineet vakuuttavia moderneja puhetapoja ja askeleet yrittäjyyttä kohden. Mutta nuoret ikäryhmät epäilevät monipolvisen yrityspropagoinnin keskelläkin rooliaan ja mahdollisuuksiaan tosi-yrittäjinä. Yritysjärjestöjenkin nuorisohjelmat ikään kuin ymmärtävät kokemattomia nuoria, valistavat ja tyynnyttelevät. Puhepaikkoja, aktiivisia persoonia ja toimijuuksia eivät programmit nuorille anna – ne ovat sektoripolitiikan ja asiantuntijan puhetta. (Vrt. Suomen yrittäjät 2002.) Joissain avokysymys- ja ainekirjoitusteksteissä nousee esiin aiheita, joista voi nähdä, että yritysmaailmassa on nuorten mielissä olemassa vuraat keski-ikäisten yritykset ja niiden saavutetut markkina-edut. Tälle kentälle ei ole helppo tunkeutua, isot toimijat elävät omaa elämäänsä. Julkiset suuret ideat ja yritykset määrittelevät yrittäjyyden ideologian. (Ks. erityisesti media-analyysi s. 150–159.) Nuorten yrittämistä koskeva sukupolvihorisontti muistuttaa nuorten pätkätyöpalkansaajien puheita suurten sukupolvien eduista (Paakkunainen & Myllyniemi 2007, 35–60; Paakkunainen & Hoikkala 2007, 150–153).

Yritys Hyvä -kilpailuaineissa tuetaan rakentavaa sukupolvidialogia. Otsikoilla ja aineistoilla ymmärretään nuorten vaikeuksia saada tietoa ja perustaa yritys. Omien lähisukulaisten esimerkki



rauhottaa yleistä sukupolvien vastakkaisuutta. Kilpakirjoituksissa nousevatkin päällimmäisiksi nuorten ymmärtämiseen ja sukupolvidialogiin liittyvät teemat. Yrittäjyyspolitiikan ja sen kehittämisen kannalta olisi kuitenkin mielekästä tunnistaa myös sukupolviristiriidat. Kuten työläis- tai keskiluokkaishistorioissa on huomattu, ero sukupolvien välillä on usein suurempi kuin perinteisten luokkien välillä (Roos 1985). Sukupolvipuheeseen liittyy myös tietty ambivalenssi; vaikka esimerkiksi kyselyt osoittavat sen kokemuksen vahvuuden, itse johtopäätökset sukupolvikamppailun muodoista tai sillanpääasemista ovat harvinaisia (Paakkunainen & Hoikkala 2007). Vaasalainen lukiolaistyttö (v. 2005) lainaa kilpa-aineiston ajatuksia, stereotyyppioita, suurten sukupolvien eläkkeelle lähdestä ja vakuuttuu juuri nuorten yrittäjien alkuperäislainojen edessä. Nuoriin on

(s)uhtauduttu joskus jopa tavanomaista ymmärtäväisemmin. Huomaamme, että vaikka Janillekin ”nuori ikä aiheutti alussa kaikenlaisia pikkuvaikeuksia”, on nuoresta iästä ollut myös hyötyä. Nuoret ovat ehkä vanhempia avarakatseisempia myös muualle maailmalle, ja tämä on kaiken lisäksi vielä yksin tärkeä ominaisuus, jopa valttikortti. // Uusia ja varsinkin nuoria yrittäjiä tarvitaan, sillä pian suuret ikäluokat ovat jäämässä eläkkeelle, ja yhä enemmän erilaisia palveluita täytyy olla saatavilla. Myös nykyiset palvelut pitäisi saada säilymään. Nuorten yrittäjien ansiosta pystytään myös luomaan uusia työpaikkoja. // Sananlasku ”Minkä nuorena oppii, sen vanhana taitaa” pitää hyvin paikkansa myös yrittäjyydessä, sillä mitä nuorempana yrittämisen aloittaa sitä enemmän tärkeää kokemusta karttuu ja pystyy paremmin toteuttamaan ja kehittämään yritystään. Monia yrittämisessä kiehtoo myös nykyään yhä enemmän arvostettu vapaus ja mahdollisuus vaikuttaa asioihin itse. // Nuoria yrittäjiä tarvitaan, ja siksi onkin tärkeää, että nuoret innostuisivat yrittämisestä. Tiedelehdessä 4/2004 ilmestyneessä artikkelissa ”Nuorissa kytee yrittäjähengi” kerrotaan nuorten yrittämishalun olevan kasvussa. Artikkelissa todetaan nuorten pitävän oman yrityksen perustamista ”luonnollisena ja tasaveroisena vaihtoehtona palkkatyölle”. Tämän ansiosta tulisi nuoria kannustaa rohkeasti yrittämään. Tunnuksilauseeksi nuoria yrittäjiä kannustamaan voitaisiin ottaa Jacob K. Javitsin lausahdus: ”Rakasta omaa maatasi. Älä pelkää riskejä. Ja luota nuoriin.”

MITEN YRITTÄJYYDEN SUKUPOLVIKUILUT RATKOTTAISIIN?

Joensuulaistyttö Elli (v. 2005) tutkii myös sukupolviuongelmaa. Hän ottaa todesta vanhemman ikäluokan sarkastisen irvailun pullamössösukupolvesta ja liittää sen työmoraliin tasoon. Hän ottaa monta askelta realistisen sukupolvikeskustelun suuntaan nimeämällä nuorten haluttomuuden epämiellyttävään ja hikiseen työntekoon yrittämisenkin piirissä. Hän lähestyy toisesta suunnasta kevään 2006 muotikeskustelua siitä, miten nuoret suhtautuvat sarjalliseen ja heikosti palkattuun fyysiseen ”paskaduuniin” (Hoikkala & Salasuo 2006).

Nuoriso, joka on tottunut saamaan kaiken valmiina, saattaa liiankin usein etsiä helpointa mahdollista vaihtoehtoa tulevaisuudelle. // Mistä eväät yrittäjyydelle? Pohjusta kaikelle, kuten myös kehittymiselle kohti omatoimista aikuista lähtee lapsuudesta. Ala-asteiässä lapsi kehittää näkemyksen työnteosta ja oppimisesta. On kaukaa haettava sanoa, että ala-asteiässä selviää, onko ihmisestä yrittäjäksi vai ei, mutta pohjusta tulevalle työnteolle alkaa kehittyä. // Nuorten työmoraali on toinen asia, josta jatkuvasti ollaan huolissaan. Yhä enemmän nuorten keskuudessa työnteko nähdään epämiellyttävänä, mutta pakollisena. Tämän asennemallin mukaan yrittäjyys on vain lisää työtä ja pakkopullaa – oman työn puitteiden kehittäminen ei aina kuulosta houkuttelevalta. Se selittää osittain miksi tästä halutaan luistaa niin kauan ja hyvin kuin mahdollista. Nuorena opittujen asenteiden muuttaminen aikuisuudessa on osoittautunut hankalaksi.

Nuoret suostuvat useimmiten vanhempien sukupolvien ”toista se oli meidän nuoruudessamme” -askellukseen. Nuoret tuntevat vanhempiensa avainkokemukset työteliästä yrittämisestä, vanhemmat puolestaan ymmärtävät nuoriaan ja antavat opintorahoja ja asuntoja lapsilleen. Sukupolvet eivät osaa riidellä, vaikka kokemukset jakavat heitä. (Pajamäki 2007) Suurten sukupolvien eläkkeellelähtö on riskikokemus. Yrittäjyysaineita ja osin yrittäjyyskirjallisuutta painaakin usein se, että draama yrittäjän polun valitsijoille haetaan jatkuvuudesta, ”väinölinnalaisesta maalta kaupunkiin” -lineariteetista ja



sukupolvien kaveruudesta kansalaisyhteiskunnassa. Kilpailulautakunnan odottama kirjoituksen syke noudattaa ”Suo, ämpäri ja minä” -kaavaa ja tuottaa usein mielekkäitä moderneja tuoteideoita. Mutta sukupolvikeskustelu ei näiden täkyjen avulla etene. Sodan polvien sukupolvikokemus ikuistetaan vain hiukan ironisoiden. Mauno Koiviston sukupolven kanssa mennään metsään – kahdessa mielessä:

Taidan itsekin valitettavasti kuulua siihen sukupolveen, joka litkii E-koodein varustettua värjättyä vettä janoonsa, napsii vitamiininsa purkista ja valittaa, kuinka kaikki hyvä lihottaa. Niin, ja unohtaa kokonaan ne kotimaiset marjat. Toteaisivat monet meidän vanhemmistamme tähän väliin. He, jotka eivät kuitenkaan kiireiltään enää aikuisena ehdi soille ja metsiin marjajahtiin. Onneksi meille nykynuorille on kuitenkin vielä siunattu niitä uut-
teria mummoja ja kummeja, jotka jaksavat tuputtaa meille puolukkapuuroa ja mustikkasoppaa yhtä auliisti joka vierailulla. Mutta kuinkas sitten suu pannaan, kun suuret ikäluokat heittävät marjurin nurkkaan? Taitaa silloin ensimmäinenkin hilla jäädä poimimatta. Ellei sitten...Minustahan voisi tulla marjayrittäjä! (”Suo, ämpäri ja minä”, Marianne Aitoosta, v. 2005.)

Monet kouluaineet nimeävät ja problematisoivat useita sukukronikkojen haasteita ja epäjatkuuuksia. Vanhemmat eivät ole oppineet yrittäjyyttään sisäisen yrittäjyyden ja portfoliohengen piirissä ja heidän kollektiiviset velvollisuutensa tai yleiset yritys- ja markkinatalousmissionsa eivät aina kosketa nuoria. Nuoret näkevät yrittäjyyden myös henkilökohtaisena mahdollisuutena, omien arvojensa perustalta tapahtuvana valintana. Vanhemmille se on ollut pakko: sosiaalinen ja poliittinen yhteisponnistus. Sukupolvien ohipuhuminen on todellisuutta. Kyse on myös siitä, kuka tai ketä uskaltavat puhua ja tehdä sen yrittäjäpoliittisesti näkyväksi.



YRITTÄJYYSKASVATUSUUDISTUS VIE OPETUSTA ETEENPÄIN

YRITTÄJYYSHENKI STRATEGIAKSI JA OPETUSSUUNNITELMIIN

Meillä on nyt yrittäjyyskasvatus kouluissamme. Siitä on olemassa norminsa. Sen käytäntöön panon piti päättyä vuonna 2006. Yksi *Yritys Hyvä* -kilpajointituksen alkutaipaleen tavoitteista – yrittäjyystiedon ja kasvatuksen edistäminen ja institutionalisointi kouluissa – on toteutumassa viime metreillään. Tämän tutkimusraportin aineisto kerättiin pääosin vuosina 2004–2005, jolloin tämä uusi pedagogiikka koettiin koulutuspoliittisesti hyväksytyksi ja otettiin osaksi koulutusinstituutiota ja jota sovellettiin (implementoitiin) eri kouluasteilla. Tässä mielessä raportin aineisto kuvaa hyvin ratkaisujen valmisteluvaiheita, nuorten yrittäjyyskasvatuskokemuksia ja lähestymistapaa uudistukseen.

Kun muutoshankkeet ja reformit ovat yhteiskunnassa auki ja keskustelun alla, ne inspiroivat myös nuoria kansalaisia kasvatuspoliittisiin kannanottoihin. Yhteiskuntapolitiikassa oli ja on yrittäjyyskasvatuksen sovelluksista ja tilasta käytävän kamppailun vaihe. Uudistukset ja ideaaliset ohjelma- ja suunnitteluasiakirjat eivät aina toteudu. Ne eivät käytännössä saa niille aiottua huomiota, tilaa ja aikaa. Niistä muokkaantuu ”nahkapäätöksiä”, tai ne kohtaavat opettajien ja nuorten suunnasta (muutos)vastarintaa tai saavat aivan uusia tulkintoja. Usein päädytään päätöksentekijöiden ja ratkaisujen kohteiden, opettajien ja oppilaiden, vääntöön ja kompromisseihin. Kahden soveltaja- ja vastaanottajatahon vaihtoehdoista toteutuukin se politiikan kuulu ”kolmas”, ei kenenkään ennakoima käytäntö. Tätä vaihtoehtoa voi pohtia tutkimuksen aineiston avulla ja ennakoida, mitkä yrittäjyyskasvatuksen asiat ja tavoitteet toteutuvat. Minkälaisen muodon yrittäjyyskasvatus ja -polku saavat seuraavissa hallituksissa, nuoriso- ja lapsipoliittisissa kannanotoissa ja politiikkaohjelmissä?

Lukuvuonna 2006–2007 peruskoulun kaikille luokka-asteille suunniteltu yrittäjyyskasvatus on lain mukaan toteutettava. Noin viidentoista vuoden jahkailun ja poliittisen kamppailun jälkeen yrittäjyyden pedagogia läpäisee oppiaineita, opetuksen tapoja ja sisältöjä. Jo Ahon hallituksen aikoihin lama-Suomessa yritettiin ajaa läpi laajahkoa yrittäjypoliittista ohjelmaa myös nuorten ja koulua käyvien keskuudessa. Aika ei ollut sille kypsä, ja sen toteutuksessa tapahtui myös ylilyönnejä³⁶. Yrittäjäteema on institutionalisoitu jo vuotta aiemmin osaksi lukion oppisisältöjä ja ainekohtaisia omakohtaisia suoritusvaatimuksia. Yrittäjyyden ulkoinen ammatillinen puoli liittyy suunnittelu- ja toteutusasiakirjoissa sisäiseen asenteelliseen ja motivoivaan puoleen. Puhutaan vahvasti ulkoisesta ja sisäisestä yrittäjyydestä. Opetusuudistuksen tavoitteena on edetä molemmilla tasoilla. Tavoitteena on itse maailmankuvaansa, oppimis- ja toimintatapojaan harkitseva yksilö, joka kykenee suunnittelemaan elämänsä ja projektejaan. Tämä itsellinen toiminta tapahtuu yhtä lailla kansalaisyhteiskunnan sosiaalis-eettisissä, taloudellisissa (yritysmaailma) kuin poliittisissakin maisemissa.

Itse asiassa yrittäjyyskasvatuksen toteutuskeskustelu yhdistää nämä elämänalueiden taidot hyvinkin kunnianhimoiseksi ideaalikansalaisuudeksi. Kaikissa keskeisissä asiakirjoissa – esimerkiksi Opetushallituksen perusteissa opetussuunnitelmiksi 2000–2006 – on uusia velvoittavia aihekokonaisuuksista, joista yksi on ”aktiivinen kansalaisuus/osallistuva kansalaisuus yhdistettynä yrittäjyyteen. Aihekokonaisuutta on käsiteltävä kaikissa oppiaineissa ja sen lisäksi sitä voidaan toteuttaa teemapäivin, -viikoin tai esimerkiksi koulukohtaisten kurssien avulla.” Paikalliset ja itse muotoillut menetelmät, yhteiskunta- ja yritysdialogit ja avoimet päätöksentekotavat inspiroivat oppilaita ja opiskelijoita tekemään asioita itse. Näin tapahtuu ainakin paperilla. Yrittäjyyskasvatuksen läpiajamista auttaa strategia, ja hallituksella on yrittäjyydestä oma politiikkaohjelmansa 2003–2007. Pedagogian muodot, sovellukset



ja sisällöt ”lonksahtavat” dokumenteissa kauniisti yhteen. Eri elämänalueiden aktiviteettien välillä ei ole ongelmia. Toisaalta klassisen humanistisen sivistysidealin ja yhteiskunta- ja markkinatarpeita (yrittämisen tavoilla lähestyttävää kysyntää, odotuksia) vastaavan yritteliään elämänasenteen välillä ei ole dokumenteissa noteerattua ristiriitaa – lähinnä vain luovia jännitteitä.

IHANTEELLISIA PAPEREITA YRITTÄJYYTEEN KASVAMISESTA

Lukion tulee olla opiskelijalle oppimisen ja osallistumisen mahdollistava avoin ja myönteinen opiskeluympäristö, jossa tuetaan mm. opiskelijan kasvua aikuisen vastuuseen kansalaisyhteiskunnan toimivuudesta. Tavoitteena on, että opiskelija oppii edistämään yhdessä muiden kanssa ihmisoikeuksia, demokratiaa, tasa-arvoa ja kestävää kehitystä. (Opetushallitus 4.2.2005.)

”Osallistuva kansalaisuus ja yrittäjyys” -aihekokonaisuus muodostaa paperilla kompaktin paketin, jonka puitteet ovat kiinnostavat. Vaikka pyrkimyksenä onkin omaehtoisten, suvereenien ja riskejä pelkäämättömien toimintatapojen iskostaminen nuorten keskuuteen, puhutaan väliin vain osallistumisen valmiuksien ja yrittäjämäisille toimintatavoille valmiin pohjan luomisesta (mt., 1–2):

Tavoitteena on, että oppilas oppii

- ymmärtämään kouluyhteisön, julkisen sektorin, elinkeinoelämän ja järjestöjen merkitystä, toimintaa ja tarpeita yhteiskunnan toimivuuden näkökulmasta
- muodostamaan oman kriittisen mielipiteen erilaista asiantuntijuutta hyödyntäen
- osallistumaan tarkoituksenmukaisella tavalla ja ottamaan vastuuta yhteisten asioiden hoidosta omassa kouluyhteisössä ja paikallisyhteisössä
- kohtaamaan ja käsittelemään muutoksia, epävarmuutta ja ristiriitoja sekä toimimaan yritteliäästi ja aloitteellisesti
- toimimaan innovatiivisesti ja pitkäjänteisesti päämäärän saavuttamiseksi sekä arvioimaan omaa toimintaansa ja sen vaikutuksia
- tuntemaan työelämää ja yritystoimintaa sekä ymmärtämään näiden merkityksen yksilölle ja yhteiskunnalle

Keskeiset sisällöt

- perustietoja kouluyhteisön, julkisen sektorin, elinkeinoelämän ja järjestöjen toiminnasta sekä työnjaosta demokratian merkitys yhteisössä ja yhteiskunnassa
- erilaisia osallistumis- ja vaikuttamiskeinoja kansalaisyhteiskunnassa
- verkostoituminen oman ja yhteisen hyvinvoinnin edistämiseksi
- osallistuminen ja vaikuttaminen omassa koulussa ja elinympäristössä sekä oman toiminnan vaikuttavuuden arviointi
- yrittäjyys ja sen merkitys yhteiskunnalle, perustietoja yrittäjyydestä ammattina sekä työelämään tutustuminen

Virallisissa linjauksissa (Opetusministeriö 2004) yrittäjyyskasvatus mielletään monitieteiseksi ja laiminlyödyksi pedagogian osaksi. Samalla se sidotaan kirjallisesti kauniin tavoin hallituksen alue-, sosiaali- ja maahanmuuttajapolitiikkaan. Eurooppalainen ja kansallinen kilpailukyky on kirjoittamisen välttämätön ”kitti”. Se on sidos viime vuosien hallitusohjelmiin. Koulutuspoliittisesti se kiinnittyy esimerkiksi laajenevaan oppisopimuskoulutukseen ja yhteiskunta- ja markkinadynaamisiin ajatuksiin. Euroopan unionin kilpailukykyideologia ja Komission yrittäjyyden vihreä kirja (2003) väikkyvät taustalla. Strategian kieli tulee suurelta osin yleiseurooppalaisesta, yhteiskunnallista ja taloudellista dynaamisuutta ja joustavuutta alleviivaavasta sanastosta ja kielipelistä. Se on käyttöön kivettyvää eurokieltä – jo aiemmin tässä raportissa maistelemaamme, kaikkiin sosieteetteihin laajenevaa *Enterprise*-retoriikkaa. Myös Nuorisopolitiikkaa koskeva valkoinen kirja (2001) tavoittelee yritteliään ja yhteiskunnallisesti aktiivin nuoren kasvattamista ja osallistamista.

Perusopetuksen tasolla opettajataitoja, resursseja ja aineistoja prepataan käytännön opetusta



varten. Yhtäällä koulujen opettajat ja työhön ohjaajat, toisaalla yritystoimijat perehtyvät toistensa toimintaolosuhteisiin, arkisisältöihin ja myöhemmin, siirtymäkauden jälkeen (2004–2006), pystyvät tehokkaasti ”puhaltamaan yhteen hiileen”. Monet opettajienkin haastatteluiden mukaan korrekrit ja harkitut toimet, kuten työelämän tutustumisjaksot (”TET”) ja niiden resursoitu ja mietitty niveltäminen muuhun opetukseen ja oppilaiden taitojen kehittämiseen ”asteittain ja harkitusti” (opettajahaastattelu), voi sisältää monia *learning by doing* -oppimisen ”oivia ekonomistis-realistisia tilaisuuksia”. Mahdollisuuksia siis on!

TARVITAANKO YRITYSKASVATUKSEN PARTNEREILLE YHTEINEN KIELI?

Yrityskasvatuksen sisällöstä tai sen kouluopetukseen soveltamisen vahvuudesta ei ole yksimielisyyttä, vaikka siihen hallituksen ja opetusministeriön dokumentoinnissa ja jonkinlaisessa sanktiopuheessa pyritäänkin. Koulutason sovellukset ovat hyvin erilaisia ja eritasoisia. Yhteinen puhetapa ja strategiset käsitteet – itse asiassa institutionalisointi – ovat osa prosessin hallittavuutta ja hallintaa opetusbyrokratian näkökulmasta. Mutta toimijat eivät osaa hallinnon ja sen koordinaation mukaan pelata yhteen. Hallituksen poliittiset ohjelmat, valtakunnalliset ja paikalliset ”strategointipaperit ja niitä pyörittävät uudet toimeliaat verkosto- ja euroammattilaiset”³⁷ eivät toimi yhdessä: syntyy epävirallisia piilo-opetussuunnitelmia, ja ne alkavat elää omaa elämäänsä. Tätä ei pidetä julkisesti toivottavana. Projektin epäonnistuminen ja alatason toimijoiden passiivisuus yrityskasvatuksen organisoinnissa antaa tilan opettajien yliolkaisuudelle ja yrittäjäkasvatuksen uusien aineistojen unohtamiselle. Yrityssi-asiat esitellään muun yhteiskunnan ja talouden instituutioina ja etujärjestöinä. (Opettajahaastattelu ja yrityspolitiikan tuntijan haastattelu.)

Yleisen arvion mukaan yrittäjäyyskasvatuksen toiveet ja vaatimukset tulkitaan paikallisissa strategioissa ja opetussuunnitelmissa liian yritys- tai liikekeskeisesti. Kun ei ole aikaa ja motivaatiota syvällisemmälle tiedon ankkuroinnille ja räätälöinnille, liiketalous ja yrityksen käytännön toimintamallit suorasukaisesti esitellään koululaisille – joko työpaikalla tai vierailujen kautta. Yrittäjäyyskasvatuksen pedagogiasta ja tässä suhteessa myös markkinoinnista puhuminen on opettajahaastattelujen mukaan aika lailla pinnallista ja keskeneräistä. Markkinointiin on ollut kova kiire – ennen sisältöjen ja ikäryhmäspesifien opetuksellisten ankkuripaikkojen löytämistä. Paikallisen opetuksen kytkeminen paikallisiin elinkeinostrategioihin ja niiden historiaan ja kulttuuriin myös osana hallituksen poliittista yrittäjäyysohjelmaa tuntuu vaikealta ja liian kunnianhimoiselta. Jo TET:n ja yritysvierailujen sisällöstä huolehtiminen on suuri haaste. Siinäkin lipsutaan.

Ei ole yhteistä arviota siitä, mitä kaikkea koulu, opettaja tai oppilas kestää, mitä ”asiakkaat voivat vastaanottaa”. Yrittäjäyyskasvatushankkeesta paikallisella tasolla vastaavat partnerit eivät ehdi ja ole motivoituneita kulttuurisiin selvityksiin ja tutkielmiin, joita edellytetään paikallisen yrittäjäyyskulttuurin niveltämiseksi osaksi yritysten ”tuloa” kouluun. Samalla kunnallisen hallinnon edustajia, poliitikkoja, yrittäjäpartnereita ja opettajia pitäisi opettaa ja kurssittaa yrittäjäyyskasvatuksen paikalliseen tietoon ja traditioon – ja yhteistoimintaan. Opettajat on jo ”kylästetty muissa verkostoprojekteissa ja kampanjoissa” niihin. Opettajien, yrittäjien ja yrittäjäyysstrategian toimeenpanijoiden on vaikeata jäsentää opetushaasteita ja -sisältöjä yhdessä, sillä yhteistä aikaa dialogille ja sisällön tuottamiselle ei ole.

Opettajien ja muutamien yrittäjäaktiivien lisäksi eri toimijoiden yhteistä valmisteluprosessia on myös ajankohtaisissa evaluaatioissa arvioitu sangen kriittisesti. Uudistus toteutuu, mutta sen valmistelu ja partnerit ovat olleet passiivisia: vitaalisia yhteistyörooleja ei ole löytynyt. Ylätason suunnittelijoilla on käsitys, että yrittäjäyyskasvatus-uudistuksella voidaan voittaa isojakin ongelmia, luoda yhteinen partnereiden tapa tuottaa paikallisesti ja yrityskohtaisesti puhuttelevia aineistoja erilaisille ikä- ja



kouluryhmille. Opettajien mukaan on kyse ”hurjasta // aika historiallisesta tehtävästä”. Rankaksi esimerkiksi seuraava: ongelmien ratkaisuun tähtäävä keskeinen suositus – ajatus yhteisen yrittäjyyttä koskevan kielipelin oppimisesta(!)³⁸ uudistuksen partnereiden välillä – tuntuu aivan liian heppoisesti ja utooppisesti muotoillulta yrittäjyyskasvatusprosessin osaratkaisulta. (Seikkula-Leino 2006; useimmat opettaja-haastattelut.)

Suomalainen strategiaperustainen uudistamisohjelma ja yhteiskunnallis-poliittinen vastuullisuus eivät siis toteudu tässäkään (vrt. monipuoliset ja tuoreet kontribuutiot, Rantala & Sulkunen 2006). Monet sovellukset sekä opettajien ja oppilaiden innostumiset voisivat antaa tukea toisenlaisillekin vaihtoehdoille, esimerkiksi koulun tasolla nouseville realistisen pienimuotoisille pedagogisille kontakteille ja kumppanuuksille³⁹. Yleisevaluatio osoittaaakin, opettajien ja yrittäjypoliitikkojen (haastatteluiden) tukiessa sitä, että yrittäjyyskasvatuksen kehittymistä perusopetuksen opetussuunnitelmauudistuksessa (Seikkula-Leino 2006) voi kuvata sitkaaksi ja ristiriitaiseksi. Yrittäjyyskasvatukseen on herätty, mutta vain kolmasosa tutkimuksen vastaajista⁴⁰ ilmoitti olevansa mukana yrittäjyyskasvatuksen verkostossa ja sisäänajossa.

Yrittäjyysisältö ei ole mennyt kouluissa odotetusti läpi. ”Opetussuunnitelmauudistuksen normiperustaa ja yrittäjyyskasvatuksen tavoitteita ajatellen tulokset osoittavat, että yrittäjyyskasvatusta ei ole riittävästi huomioitu opetussuunnitelmatyössä.” Yrittäjyyskasvatusta ei yksinkertaisesti tunneta paikallisten politiikka- tai opetussuunnitelmastrategioiden mahdollisten tekijöiden keskuudessa. Sekä koulun ja elinkeinoelämän että hallinnon ja luottamusmiesten keskuudessa viritys on heikkoa, asenteet usein jopa julkilausutun stressiset ja negatiiviset. Näin ollen käytännön toiminta jää leväperäiseksi. Mutta onneksi idealistisia ”tuulispäitäkin” löytyy. Paljon jää kuitenkin yksittäisen opettajan ja hänen innostuksensa ja taitonsa varaan.

Kaikki jää riippumaan tietenkin siitä, kuinka nuorten kontaktit ja yhteistyötavat yritysmaailman suunnassa opettajien saattamana tai spontaanimminkin edistyvät. Minkälaisia aineistoja ja ongelmanratkaisutehtäviä tulisi laatia? Miten ne asettuvat osaksi paikallisia markkinoita ja yrittäjien kulttuureja? Kuinka paljon aikaa nuorten valmentamiseen ja heidän työkokemuksensa analysoimiseen ja kehittämiseen koulun ja sen muutamien kontaktien toimesta oikeasti jää? Missä aineissa ja millä tavalla erilaiset kokemukset nivELYTYVÄT yleiseen kouluelämään, yhteiskunta- ja taloustietoon?

Myös liiketoimintaosaaminen on opettajankoulutuksen ja oppisisältöjen kehittämisen ohjelmassa. Useimpien opettajien ja pedagogian tutkijan (tutkijateemahaastattelu) mukaan sovellusten muoto, merkitys ja vaikuttavuus riippuvat ajasta, valmistelu- ja käytännön kokemusten käsittelyvalmiuksista ja paikallis-henkilökohtaisista intellektuaalisista, inspiroivista ja ideologisista seikoista. Ydinvalinnat ovat opettajan pedagogian muotojen ja didaktiikan ratkaisuja. Sosio-pedagogisen, ongelma- ja ratkaisukeskeisen tai osallistavan menetelmien taidoista on myös kyse. Yhteiskuntaan sukeltavan opetuksen rakentamista ei kaikissa oppilasryhmissä synny lainkaan – ainakaan julkitavoitteiden kannalta. Ryhmädynamiikka ei toimi omaa aktiivisuutta vaativissa ryhmissä. Opetuksesta sivuun jäänti, syrjäytymisongelma, ei väisty minnekään yrittäjyyskasvatuksessakaan, vaikka muutamit luokkahuonevillikot voivat yhteiskunta- ja yritysvierailuista myös innostua.

OPISKELIJAT ODOTTAVAT TYÖELÄMÄVIPINÄÄ – OPETTAJAT HERMONA!

Opettajien kiireisessä kasvatuskeskustelussa kysytään, miten aineistot, koulun ja yrityksen dialogit ja vierailukäytännöt liitetään yhteen, paketoidaan ja tulkitaan osana muuta tietoa ja yhteiskuntaa. Entä miten taloutta ja yrittäjyyttä jäsentävät käsitteet ja toisaalta taloutta ja yrittäjyyttä koskevat tiedot ja yrittäjyysasenne, itse toiminta ja sitä esiin kutsuva motivointi – retoriikka ja mainosjulkisuus – li-



mittyvät? ”Yrittäjyysopistoista” ja ”kylmästä liikemiesasenteesta ja rahapeleistä” osana pedagogiikkaa varoitetaan yleisesti, mutta ulkoisen ja sisäisen yrittäjyyden termistö on selkeästi osa sivistysajatusta. Samalla ne koskevat asiakirjojen ja suunnitelmien soveltamista, implementaatiota. Käsitteiden käyttö ja käytännön editointi ei tietenkään ole sujunut vain myötäkarvaan ja koulupoikamaiseen tapaan. Opettajat ja oppilaat eivät ole ottaneet kaikkea vakavasti: yrittäjyysinnolle myös naureskellaan.

Akateemisessa maailmassa käsitteistä käydään tiukkaa ja monipolvista polemiikkaa. Opettajien, ja varsinkin kulttuuritoimittajien keskuudessa, termeillä tehdään myös pilaa ja niiden jatkuvalle viljelylle paikassa kuin paikassa naureskellaan: ”Miten meissä kaikissa asuu firman perustaja tai sisäinen yrittäjä...!” (Helsingin Sanomat, 12.11.2005.) Mediassa ollaan huolestuneita yrittäjyyskasvatuksen markkina- ja liikemieshenkisyydestä ja liian varhaisesta yrityshengen iskostamisesta nuoriin. Ajatellaan, että puhe eurooppalaisista yrittäjäpolvista on hiukan monimielistä, kun lahjakkaat nuoret ovat pikemminkin suuntautuneet pitkälle koulutusuralle ammattilaiseksi. (Ks. media-analyysi s. 150, kohta A.) Kaikki yrittäjyysopintoja pohtineet tahot, kuten opettajat, kulttuuri-ihmiset ja toimittajat, eivät ollenkaan innostu sisäisestä ja ulkoisesta yrittäjyydestä oppiaineena. He arvostelevat tai päivittelevät suorasukaisesti varsinkin sisäisen yrittäjyyden sanaparia ja ihmettelevät, miksi tutkijatkin puhuvat omaehtoisesta yrittämisestä: ”Mitä se muunlainen yrittäminen sitten on?”. Esimerkiksi tämän raportin media-aineisto osoittaa, että hyvin koulutettujen ja lahjakkaiden nuorten yrityspoluille ja sisäiselle yrittäjyydelle itse sanomalehtiteksteissäkin ironisesti naureskellaan (ks. media-analyysi s. 150–159).

Osa opettajista haluaisi nähdä yhtä lailla kansalaisosallisuuden kuin yrittäjyydenkin osana laajempaa yhteiskunnallisesti ja humanistisesti virittynyttä sekä kypsästi harkittua opetusohjelmaa. Kuinka saada tuotettua nuorten eteen omakohtaiset tiedot siitä, mitä on olla perheenisä tai äiti, terveellisten elämäntapojen monikulttuurinen persoona, vastuullinen kansalainen, palkkatyöntekijä (*homo faber*), autonominen taiteilija, tutkija tai asiantuntija – tai jopa yrittäjä? Opettajien mukaan vahvat yhteiskunnalliset osallisuudet tai yritysmaiset harjoitukset – liikemiessovelluksista puhumattakaan – tulevat ajankohtaisiksi peruskoulun jälkeen, jos tulevat. Työhön ja työelämän toimintatapoihin on silti hyvä käydä tutustumassa jo peruskoulun viidennellä luokalla. Valtaosa oppilaista tavoittelee jatko-opiskelun polkuja tai työelämän paikkoja. Heillä on opettajien mukaan tarpeeksi tekemistä henkilökohtaisissa opintosuunnitelmissaan. ”Oman elämänsä yrittäjät” näkevät yritystoiminnan omasta vinkkelistään, mutta eivät halua heti rynnätä käytännön poluille sen enempiä työkuviin kuin yrittäjäputkienkaan tasolla. Työelämäntutustumisjaksot tietenkin piristävät useimpia, ja niitä halutaan lisää, vaikka työt yleensä mielletäänkin aika tylsiksi. Hyvät työtehtävät menevät harvoille. Ne suosivat lahjakkaita muutoinkin sivuun jäävien koululaisten kustannuksella. Ilman opettajan ja koulun tietovarantojen tukea ja myötäelämistä TET:kin on yksinäistä puuhaa. (Tutkijahaastattelu, muutamat *Yritys Hyvä* -aineet ja opettajahaastattelut.) Muutamat opettajat, jotka suhtautuivat myönteisesti yleistietoa ja tuntumaa yritysmaailmaan parantavaan *Yritys Hyvä* -hankkeeseen, eivät nähneet tarpeelliseksi kehittää yrityskontakteja radikaalisti, vaan näkivät ne ammatillisemman opetuksen osana.

Kaikella on aikansa – juuri hiukan elämää kokeneiden ja realististen kaksikymppisten ja työelämään kurkottavien nuorten keskuudessa tehokkaat ja sovitut sekä hyvin duunatut yritysajoitukset, oppisopimukset ja opetusmodulit koulujen ja työprojektien välillä tuottavat tulosta. Uudet yritykset voidaan esitellä Teille [tutkijalle, KP]. // Tälle jo peruskoulussa viljellyn oman taidon ja aktiivisen asenteen merkitys...voi olla olennainen. Mutta tiedämmehän (hmm), miten vähän viritetty tai aktiivinen monen peruskoulupojan asenne on, vaikka jotkut käytännön taidot ja työpaikat jotenkin kiehtoivatkin...pitää osata puhua erilaisille ihmisille ja ikäryhmille. // Puheen avaimet on kokeilun ja pitkän oppimisen takana, varttuneempienkin osalta. (Yrityshautomo-aktiivien teemaryhmähaastattelu.)

Hallituksen yrittäjyyden politiikka-ohjelma ja strategiat elävät omaa elämäänsä. Niiden puitteissa nousee esiin koko ajan relevantteja ja ei-toiminnallisen ohjelmaretoriikan tason esityksiä, puheenvuoroja ja raportteja⁴¹, mutta ne eivät aina oikein avita peruskoulutason yrittäjyyskasvatuserityksiä. Kansalaisaktiivi-



suutta inspiroivassa politiikka-ohjelmassakin tavoitteet ja riimit tulevat ylhäältä. Ei ole kumma, että molemmat ohjelmat ovat olleet samaan aikaan hedelmällisen keskustelun ja innostuksen, turhautumisten ja suomalaisen byrokratian kokemuksia. Myös syksyn 2005 media-aineisto (ks. media-analyysi s. 150–159) antaa politiikka-ohjelmasta väliaikaisen projektin ja ylätason puheen vaikutelman. Ohjelmajohtajan harvinainen vierailu yrityksessä on suuri uutinen. Maan päälehti on varovainen tai kyyninen, ja Kauppalehti taas monesti yhdistää talouden ja kilpailukyvyn tarpeet koulutuksen funktioihin.

Muutamissa raportin haastatteluissa valtiollistuneen, hallituksen toimeenpanovaltaa kaikessa kunnioittavan perinteen kritiikki ”nousee pyytämättäkin falsettiin”. Valtionhallinnon sektoreiden välit ovat monien informanttien mukaan yritysasiainkin aktivoinnissa pikemminkin uudelleen kärjistyneet kuin lämmenneet tai verkottuneet. Oppilaita, opettajia ja pedagogiaa lähellä elävien toimijatahojen mielipidettä, todellisia voimavaroja ja heidän välisiä kynnyksiään ei aina ole jaksettu pohtia. Strategia onkin vanhan kansallisvaltiollisen ”Suunnitteluasiakirjan” kaltainen. Ohjelmajohtamisesta ei tajuta paljoakaan ja (tutkija)arvioijat ovat liikkeellä jälkikäteen. Arviointi- ja palautekäytännöt eivät paikkaa puuttuvaa pedagogista ja demokraattista julkisuutta ja kritiikkiä. Euro- tai kansalliset ohjelmat, strategiat ja opetussuunnitelmat inspiroivat tai yhdistävät paikallisia toimijoita heikosti. Hyvässä ja pahassa tapahtuu yrittäjyyskasvatuksessakin paljon sellaista, mitä ei lainkaan tavoiteltu: toteutuu se ”politiikan kolmas”, ei kenenkään haluama pedagoginen vaihtoehto, joka elää oppilaan ja opettajan oman aktiivisuuden varassa. Silti uudistus on askel eteenpäin, vaikka jättääkin vastuun opetusaineistojen tuottajille.



KOULUN HENKI JA YRITTÄJYYSKASVATUKSEN PAIKKA NUORTEN KILPA-AINEISSA

LÄHTEET JA KUVAUS EPÄVIRALLISESTA MAAILMASTA JA KANSALAISYHTEISKUNNASTA

Yritys Hyvä -kilpikirjoitusaineet antavat huiman näköalan nuorten tapaan omaksua yrittäjyyttä koskevat ajatustottumukset koulussa ja sen liepeillä (reseptio). Se antaa myös mahdollisuuden miettiä, miten nuoret ymmärtävät koulutuksen ja yrittäjyyden välisen suhteen. Voi myös pohtia, miten nuoret teksteissään ymmärtävät yrittäjyyskasvatusta. Aineita voi lukea yrittäjyyskoulutus mielessään, vaikka aineet ovatkin vähäisen yrityskokemuksen omaavien, 15-vuotiaiden oppilaiden, tulkintoja ja mielikuvitusharjoituksia. Yrittäjyyspuhe ja -kokemus tulevat nuorten maailmaan yhä koulun ulkopuolelta: ilman opetusaineiston ja opettajan apuja ja filttäreitä. Tämä ulkopuolisuus ja yksityisyys on osa yksityisen yrittäjyyden ilmiötä, sen olemisen tapaa. Nuoret kirjoittavat koulun ulkopuolelta tulevan epävirallisen tiedon, puheen ja median perusteella; juuri tähänhän yrittäjyyskasvatus pyrkii saamaan aikaan jonkinlaisen muutoksen, virallistamaan yrittäjyystiedon ja kokemuksen tai ainakin vitalisoimaan kouluopetusta yrittäjäkontaktien avulla.

Yritys Hyvä -aineiston perusodotukset (opettajat ja raati autoritaarisena yleisönä), tehtävänantojen otsikot ja ongelmat ovat muuttuvia, aikalaishengen mukaisia. Nämä erilaisten aineistojen tukemat odotukset toteutuvat nuorten teemoissa ja osin sisällöissäänkin. Aikaansa seuraavat opettajat ja järjestelytoimikunnan jäsenet osaavat ideoida tuoreita otsikoita. Myös nuoret herkästi jatkavat, syventävät ja esimerkiksi tyyllisesti hyväksikäyttävät annettuja lähestymiskulmia. Mutta nuorilla on myös oma tulkinta-autonomiansa. Tämän tutkimuksen haastatellut, tutkimukseen osallistuneet nuoret, eivät ylipäänsä uskoneet, että ”opettajat ja yrittäjäkilpailut syöttävät tietoja oppilaille ja saavat takaisin omat viestinsä”⁴². Nuorilla on omat tietolähteensä ja niiden pohjalta nouseva tietojen yhdistämisen akrobatiansa.

Myös koulua ja yrittäjyyskasvatusta koskeva aineistopolemiikki heijastelee ajanvirtaa ja poliittista päiväjärjestystä. Koulu ja sen tieto eivät ole enää keskellä kylää. Tieto vaatii tulkintaa ja omintakeisia sovellusyrityksiä, kun sen auktoriteetti on asetettu kyseenalaiseksi. Markkinat ja media varjostavat ja haastavat koulun tietotalona. Ja varsinkin yrittäjyyden myyttinen ja reaalinen synty ja taitoudet ovat aina tulleet Suomessa koulujen ja julkisten instituutioiden ulkopuolelta. Kyse on muodinmukaisesta ”epävirallisesta oppimisesta” – Euroopan unionin in- ja non-formaalien tiedon ja taidon puheenparresta – tai käsityöläisten ja palveluyrittäjien hiljaisista sosiaalisista taidosta. Keski-ikäistyneet ikäluokat ovat jo kyllästyneet jatkuvan ja elämänikäisen koulutuksen mantroiin. Niihin suhtaudutaan kriittisesti samalla tavoin kuin sisäisen yrittäjyydenkin puhetapoihin. Jos joku täysin sydämin julistaa näitä ideologioita, hänelle saatetaan mediassa hiukan ironisesti heilauttaa kyynistä olkapäätä. (Ks. media-analyysi s. 150–159.) Ylipäänsä uusien elämäntaitojen pedagogisointi ei ole helppoa.

Yrittäjyyden myyttisyys on aina ollut epävirallisen tiedon ja taidon varassa ja reaaliyksinäisissä – tässä suhteessa mikään ei ole muuttunut. Suoraan koulua ja yrittäjyyskasvatusta koskevia analyysieja tai tarinoita ei olekaan kouluaineaineistossa paljon. Tämä ei ole ihme; myös kyselytutkimukset osoittavat, ettei yrittäjäksi ryhtymisen tärkein vaatimus ole pitkä koulutus. Vain alle viidennes Nuorisobarometri 2004 -aineiston nuorista tähdensi vastauksissaan, että yrittäjäksi ryhtyminen vaatii pitkän koulutuksen (Myllyniemi 2004, 27). Saman aineiston mukaan kyyninen suhde koulutuksen takaamaan työhön on seikka, joka nostaa rajusti todennäköisyyttä ryhtyä yrittäjäksi (Rouvinen & Väänänen 2004, 63–64.) Vain suhteellisen harvoissa realistisissa aineissa koulutus on yleisresurssi,



jonka ”päälle” tai josta poiketen rakennetaan yrittäjyyden ideaa: vain ani harva kuvaa koulutuspolkuja tai harmitonta koulupoikaa yrittäjyyden metaforana. Kaikkina vuosina runsaat maatalousyrittäjäaineetkaan eivät syvenny tai pelkästään koulutusvaatimuksiin. Koulutuksen lisäksi jostain ihmeestä vain tupsahtavat agrobisneksen EU-raportointikyvyt, tietokoneavusteiset palvelut ja tekniikat. ”Yrittäjä aina keinon keksii!”.

Vain muutamissa kilpa-aineissa yrittäjyyden visio toimii symmetrisesti ja nuorten opintosisällöt ”loksahtavat paikalleen” yrityksen perustamisessa, ja sitä tukevat opinto-ohjaajat ja opettajat ideoivat projektin etenemistä. Savonlinnalainen Henna (v. 2000) saa tukea lähihoitajaopettajilta, ja hänen liiketoimia opiskeleva ystävänsä omilta opettajiltaan. Heitä kehoitetaan menemään yrityskursseille, kun yksityisyrittäjän idea nousee esille. Yhdessä motivoidut opiskelut saavat hyvät arvosanat, lähitukea ja vielä lisätodistuksen yrittäjä-asenteista ja sosiaalisista ekstra-valmiuksista.

Kouluosaaminen nousee arvoonsa aineiden yhteiskunnallisissa utopioissa, joissa yritysprojektit ovat vaikkapa kansainvälisiä ja solidaarisia tieto-taidon vientejä Intiaan tai jamaikalaiseen bastakulttuuriin. Kouluaineet eivät ole koulutuspoliittisia puheenvuoroja vaan pikemmin visioita ja tarinoita. Toisaalta koulutusaineiden vähyys johtuu tehtävänannoista. Se juontuu yksinkertaisesti myös siitä, ettei 15-vuotiailla kirjoittajilla voikaan olla tiukan realistista ja koettua näppituntumaa yrittäjämaailmaan; ”mutu-perustaiset” empatiat, lähipiirin perhe- ja agraarit kokemukset sekä kuvitteelliset tekstit ja mielikuvaharjoitukset ovat aina olleet yleisiä Yksityisyrittäjien säätiön kilpakirjoituksen historiasa⁴³. Reilut toistakymmentä prosenttia suomalaisyrittäjistä on korkeakoulututkinnon suorittaneita. Heidän kokemuksensa ja mallinsa ei välity aineissa kovin aktiivisesti. Olemassa olevien yrittäjien osalta ei voi puhua koulukammosta, vaikka he usein raportoivatkin yrittäjyydsmotivaation tulleen koulun ulkopuolelta. Tarkkojen tietojen mukaan PK-yrittäjät ovat keskimääräistä koulutetumpi väestönosa (Suomen yrittäjät 2005).

ITSEKURI KANTAA PAKKOYRITTÄJÄÄ ETEENPÄIN

Koulu on useille nuorille, ainakin mielikuva-aineissa, aika tylsä ja aamu-unen katkon paikka. Se, mikä yhdistää koululaisen ja yrittäjän elämänmaisemia, onkin aineissa toistuva aamuhätytys, ”kello-soi-paina-nappulaa” -kokemus tai romanttisemmin joskus myös ”kuk-ko-kie-kuu, herää jo!” -huuto. ”Virkku-yrittäjä” tönittää ylös: se paineistaa koulupäivää ja näyttää olevan koululaisten yleisin yhteinen aineissa raportoitu kokemus: koululainen ja yrittäjä ovat omaksuneet erilaiset päiväjärjestykset ja arjen itsekurit. Itsekurin oppiminen on yrittäjyyden ehto ja herätyskello on nuorten paradigma tälle itsekurille. Yrittäjät heräävät vapaaehtoisemmin, oikeita haasteita varten. Sonkajärveläinen Johanna (v. 2000) hylkää hausassa jutussaan ”yrittäjämahiksensa”, kun ei osaa herätä nytkään aamulla tarpeeksi varhain ja motivoituneena. Nuoret puhuvat lapsekkaasti ja suoraan sen, mitä me vanhemmat emme aina osaa. Lopputulemassa hän päätyy skeptis-ironiseen itsetutkiskeluun:

Minusta ei ole yrittäjäksi. Pelkkä yksilönä selviäminen jatkuvaa kilpailua ja paremmuutta korostavassa yhteiskunnassa on tarpeeksi raskasta. Siksi kunnioitankin yrittäjiä. Heissä on kansakuntamme toivo, heidän kaltaisiaan tulisi ainakin valtion mielestä kaikkien veronmaksajien olla: nopeita, voimakkaita sekä ennen kaikkea suunnattoman rohkeita, lyhyesti sanottuna aikaisia lintuja.

Portfolioyhteiskunnassa hylätään yrittäjyys, kun ammattilaiseksikin pääseminen vaatii tiukkoja herätyskelloja, niiden jatkuvaa pirinää ja liian varhaisten matojen noukkimista.

Varsinkin 2000-luvulla tämä yrittäjäideologia on sisäistetty, mutta se on saanut myös kriittiset, sivistyksen ja ihmisen kehityksen rajojen pohtijat liikkeelle myös koulutus- ja ammattikeskustelussa. *Yritys Hyvä* -kilpailua läheltä seurannut sanoo ”ainetekstin muokkaamisen ja nuorten koko elämän



olevan yrittämistä // koko ajan jokainen tekee omia valintojaan”. Yrittäjämäinen suhde maailmaan ja kanssatoimijoihin voi olla vallitseva ja ainoa pysyvä suhde tai asenne nuorten hektisessä koulun ympärille rakentuvassa HOPS⁴⁴-elämäntavassa. Nuori litteraari tyttö otsikoi kirjoituksensa ”Koko elämä on yrittämistä”. Hän vapautuu tälle ajatukselle kokonaan vain siirtymällä ahdistavasta opettajanhuone-ammattilaisesta omaan kirjakauppaansa, kirjallisen vaihtotalouden piiriin; kirjahyllyjen ja -pakettien välissä elä ja sykkii lujasti! Ammattilaisten (tässä metaforana juuri opettaja) elämä on niin täynnä yrittäjämäistä ja keskinäisen kilpailun henkeä, että hän päättää vapautua rupeamalla yrittäjäksi. Yrityskirjallisuudessa esitetään usein, että yrityshengen läpimurto erilaisissa työyhteisössä on kunnia-asia yrittäjille, mutta vain he voivat varjella autonomisinta – sitä itseään, alkuperäistä yrittämistä.

Kirurgin uraa määrätietoisesti ja uskottavasti rakentava nuori (v. 2003), joka haluaa tehdä lähimmäisille hyvää, rinnastaa itsekurillisen opiskelutaipaleen ja professiopolkunsa yrittäjän tiehen. Motivaatiot, elämän rimanylitystyylit ja treenit ovat itse asiassa samat. Yrittäjiin liitetyt positiiviset laatusanat itsenäisyydestä ja luovuudesta riskinottoon lainataan monesti työntekijöiden, ammattilaisten ja jopa pätkätyön maailmaan. Tämän raportin kantava teema ja tulkinta – ajatus, että yhtä lailla menestyvä palkkatyöläisammattilainen kuin yrittäjäkin ovat (pakko)yksilöllistettyjä – toteutuu myös lukuisten muiden 2000-luvun aineiden tulkinnoissa, lopputulemissa ja otsikoissa. Koulutus- ja työharjoitteluportfoliota on rakennettava jatkuvasti, eikä pienyrittäjyys enää eroa omana erityisenä projektinaan. ”Yritän aina parhaani” -huudahdus sopii kivettyneen kielikuvan tapaan niin kouluun kuin työ- ja yritys-elämään.

IRTONAISET TAITEET, FREELANCER-AKTIVITEETIT

Koulutus voi taidepuolella olla kesken ja vakituiset virat ikuisessa haussa, mutta freelancer voi olla oman elämänsä herra ja yrittäjä. Hän voi irtautua palkkatyön kellon ja tylsän työn vankilasta, mutta monessa suhteessa myös yrittäjän taloudellisista laeista ja hikiuorittamisen normeista. Monet aineiden väsäjäät seuraavat keskiluokan autonomisen elämäntavan etsimisen kaavaa: eurooppalainen koti ja huolet vapauttava pankkitili liittyy elämäntapaan, joka antaa mahdollisuuden yrittää, harrastaa, matkustaa ja asua perheen kanssa ”Euroopassa” ja ylittää kiehtovia riskejä ja taitokynnyksiä. Lahjakas tyttökirjoittaja (v. 2003) otsikoi, että ”yrittäjä asuu meissä jokaisessa” ja ironisoi yrittäjäidentiteettiä. Niin nopeasti on muuttunut maailma: kun yrittäjä katsoo aikansa peiliin, hänen on vaikea erottautua ja nähdä omintakeisia kasvojaan. Jos jotain näkyy, se merkinnee ylityöteliään ihmisen hiukan kireitä tai ennen aikaisen ryppyisiä kasvoja.

Jutut, oivallukset ja tarinat viherpeukaloista, veneentekijöistä, nörtti-firmoista, mielikuvamarkkinatuotoista, kulttuuristen palveluiden ristiriitaisista markkinoista, hulluista ja taiteellisista tyypeistä ja ideoista ovat kaikki aktiviteetteja, jotka sopivat opetusinstituutioon vain heikosti. (Iso)vanhemmilta perityt yrittäjäintohimot ja -taidot eivät tule koulusta aina silloinkaan, kun nuori tuo sukuyritykseen mukaan moderneja tekniikoita ja taitoja. Aineiden mukaan nekin on itsellisesti, jotenkin ihmeellisesti, hankittu. Suomalaisen sisun ja taistelun metaforat kelpaavat 2000-luvullakin: Alussa oli suo, kuokka ja Jussi, eikä koulua ollut nähtykään! Suo käy hyvin suomalaisaineiden kirjallisesta metaforasta, lähteestä, yrittäjäasenteen testistä ja haasteesta, vihreän yrittäjätuotannon resurssista – ehkä useammin kuin ”koulun ovi” ajatuksena sivistyksen hankkimisesta tai sen tuomisesta käytäntöön yrittäjän perustilanteessa. Yrittäjyys kulkee myös nuorten suvuissa. Tavallisimmista aineissa (ei vuosittaisessa voittaja-ainejoukossa) se on hyvinkin mutkatta ”(veren)perittyä”. Myös otsikot ja kilpakirjoituksen laatijat ovat vasta myöhään halunneet murtaa tätä nuorten tulkintalinjaa. Yrittäjyys on haluttu – monista perustelluista syistä – nähdä myös koulupinkojen elämäntien vaihtoehtona, yritys jatkuvuuden ja sukupolvenvaihdosten näkökulmasta. Viimeisen kymmenen vuoden aikana



otsikot ovat olleet ongelmakeskeisempiä ja niissä on haluttu mielipiteitä selittämään esimerkiksi yrityskuolemia. Myös olemassa olevan yrittäjäkunnan siirtyminen eläkkeelle kymmenen–viidentoista vuoden perspektiivillä vaikuttaa kysymyksenasetteluun koulussa ja kilpailussa.

Itsekriittisissä ja ristiriitaisten yrittäjäpolkujen elämäntarinoissa, jotka nekin ovat omakohtaisia ja fiktiivisiä, koulussa menestyminen ei ole hääviä. Taide-aineet ja käsillä tehtävät työt tosin sujuvat, mutta vanhemmat usein varoittavat ”turhista aineista”, joiden ei nähdä edistävän töihin pääsyä. Näin nuoria työnnetään aloille, joilla he eivät viihdy. Myös työttömyys uhkaa. Tulevaisuus voi kuitenkin saada uuden suunnan itsenäistymisen myötä:

Olin silloin 15-vuotias neitokainen, yhteiskoulussa viimeistä vuotta. Olin päättänyt etten lukioon menisi, minulla ei ollut juurikaan lukupäätä. Olin epävarma jatkopaikan valinnastani. // Minua kiinnosti kuvaamataide ja olin hyvä siinä, mutta vanhempani tekivät minulle selväksi, että siltä alalta en kunnan ammattia saisi. // Innostuin savitöistä ja menin kansanopistoon vuodeksi. Olin todella lahjakas käsistäni ja minua alkoi kaduttaa [työttömyyteen johtanut opistopolku, KP]. Esitin alunperin siskoni loihtiman ajatuksen miehelleni. Työttömyysaikana se ei käynyt. Sitten myöhemmin mieheni vei minut ajelulle, // ja hän sanoi tämän valkoisen rakennuksen olevan minun syntymäpäivälahjani – savipaja! (Tyttö, v. 2000.)

Aina ei informaalinen ja dynaaminen oppiminen tarkoita taideaineita, harrastusta ja liikuntaa. Noora Hämeenkyröstä (v. 2000) määrittelee tulevan yrittäjän ”oppimiskyvyn” sosiaalis-psykologisesti, eräänlaisena yrittäjänvaistona. Hän ”kasvaa yrityksensä kehittyessä” ja lisäksi hänen täytyy ”oppia lukemaan ihmisiä, että hän voi vastata hyvin heidän tarpeisiinsa ja odotuksiinsa.” Kaikki yrittäjän salaiset avut eivät olekaan ”hiljaisen puurtamisen” kykyjä. Grillikioskin pitäjä voi olla seutukunnan sosiaalinen apu ja piristäjä ihmistuntemuksensa ja puheenpartensa ansiosta, ei niinkään vahvan ham-purilaiskonetta vääntävän käsivarren takia. Toisenlainen aineiden realismi liittyy ”hyvin arvosanoin ylioppilaaksi valmistuneen” keskisuomalaisen Niklaksen (v. 2000) tapaan vanhempien kuoleman tai muun draaman kautta yrittäjänpolulle lähtemiseen. Näennäisen kannattamaton isän romuliike kehittyi pian toimivaksi ”afääriksi”. Hikoilun ja yrityksen myynnin jälkeen maisemat muuttuvat avo-Jaguarin näkymiin Atlantassa. Usein poikien ja poikakertojaminää käyttävien tyttöjen dramaattikkaa höystävät täydellisesti ilman koulupääomia toimivat taidot: ”pienoishelikoptereita ideoivat tietoyhteiskuntagurut”, aikakoneet ja sattumat lähtien maailmanlaajuisista markkinaihmeistä, tietokone-operaatioista ja päätyen juopontuuriin pokeripelissä. Huippu-urheilijaksi nouseminen on aina ollut kouluton tie rikkaaksi, julkisuuteen ja tähtiin – myös köyhälle. Puhdasta fiktiota onkin usein hankala lukea koulutuksen tai sen suunnittelun arviointina.

YRITTÄJÄSIIPIEN UNIIKKI LIIKE

Tyttöjen onnekkaita fortuna-käänteet teksteissä ovat kuitenkin useimmin kulttuurisempia, romanttisempia: koulutusosaaminen auttaa lykästämässä esimerkiksi järveläläistä Heidiä (v. 2000), jonka kansalaisopiston ranskantunnit pelastavat hänet isoäidin mallien esittelijäksi ja toimiston johtajattareksi Pariisiin. Tytöille ominaiset harrastukset vievät mukanaan, niiden myötä perustetaan (fiktiivinen ainekirjoituksen) yritys. Suhde vapaa-ajan muistoihin ja harrastuksiin jatkuu monin säikein kovan yrittämisenkin ajankohtaistuessa: espoolainen Sanna (v. 2000) piirtää pulpettipöydällään kuvaa ”Laatuun panostavasta ratsastuskoulusta pääkaupunkiseudulle: Kun vuosien kuluttua käynnistän ratsastuskouluni, on kiinnostavaa nähdä, mikä kunta ymmärtää parhaiten yritystäni ja auttaa minua sopivan alueen etsimisessä. Uskon, että ratsastuskoulustani tulee menestystarina. Mutta vaikka en rikastuisikaan tallin pidolla, saan tehdä sitä, mistä eniten pidän.”

Poikiakin intensiivisemmin yritysidealit heijastelevat tyttöjen identiteettityötä. Perustetussa baarissa Joanna (Koski, v. 2000) tapaa poikaystävänsä, pohtii elämän tarkoitusta koulutuselämäntavan ”tuolla



puolen” ja asettaa romanttisen, mutta kaupallisesti toimivan, tavoitteen ”...asettaa Cafe-kyltin tilalle... uutuuttaan kiiltävän taulun, jossa lukee... Paratiisi, avoimna hämärästä aamunkoittoon”. Näyttää vahvasti siltä, että tämän raportin kirjoittajan eteläpohjalaiselta yrittäjäisältä opitut lauseet – ”Elämäs on koko aijan yritettävä eteheppäin, ittekurilla ja ny ku son maharollista koulunpenkillä. Ku muut lasketteloo, niin sä istut nyhtyriää koulunpenkis!” – eivät ole nyky-kouluaineiden realismia. Nuorilla on ilmeinen kaipuu kirjoittaa toisin: elämä on täynnä kouluja ja siihen ankkuroituja lupauksia. Pikkuihmeet murtavat koulun viitseliäiden ja ankarien opetussuunnitelmien ja pitkospuiden voimaa.

Vähemmän kouluessessään loistavat nörttipojat ja peliaddikit elävät tunnetusti kouluelämäntavasta itsenäistynyttä peli-aikaansa. Mutta yritysaineissa nämä uuden ajan itsepäiset harrastuspiiriläiset kykenevät hurjiin koulun ulkopuolisiin toimiin. ”Hyppää mielikuvitukseesi” (v. 1997) -aine kuvaa *Brainstation*-firman hurjan tarinan, joka poikamaisesti vie mennessään jossain koulun tavoittamattomissa. Terveysvaalinnan huipputeknologiaan perustuvat ”virtuaalisuudet”, vanhustenhoidon korkeateknologiset hoito- ja turvallisuusjärjestelmät ”Eldernetissä” (1998) ovat komeita ja kepeydestään tietoisia kirjallisia sivalluksia. Ne ovat koulun tieto- ja valtapiirille ulkoisia, hallitsemattomia autonomisen nörttitaidon ja utooppisen pelin maailmoja, moderneja tulevaisuuden opintokerhoja ja idealisoivia nuorisoseuroja. Hiukan vanhempi on miehinen virallisten teiden tuolla puolen seikkaileva tarina ”Romu-Roopesta Roope-sedäksi” (v. 1997). Tässä koulutietoa ei tarvita tai se on jopa ”haitolla”. Nuori on jonkinlainen yksinäinen oivaltava sheriffi koulun katveessa tai takapenkillä. Nuori, joka valmistelee yhteisön perustamista taloudellisilla ratsastuksillaan. Usein kouluoppi on vain yksi – väliin jossain suhteessa välttämätön, inspiroiva tai provosoivakin – henkilökohtaisen yritysutopian rakentamisen resurssi.

(Koulu)instituutiot ovat aina jossain mielessä luovuuden ja rohkeasti harkitsevan elämän ja asioita muuttavan asenteen kuolema. Nuoret tunnistavat tämän ja ottavat etäisyyttä kouluun pyrkien tällä ”omien siipien uniikilla voimallaan” vakuuttamaan opettajia ja lukijoita taidoistaan. Tulkinnan ja taiteen kyvyt rinnastuvat yrittäjän maailmaan myös koululaisten aineissa⁴⁵. Jo vanhastaan on ollut niin, että humanistiset tulkinta- ja taideilmauksen taidot nousevat esiin tiukassa yksilöllisessä kilpailussa, ja uniikimmat yritykset erottautuvat muista. Se on (autonomisen) keski-luokan ja naisvaltaisen kulttuurikoulun taiteen vanha laki.

MIKA PUHUU VAROVAISESTI TIEDON KOKONAISUUDESTA 1980-LUVULLA... (KARIKATYYRI I)

Humanistisin äänenpainoin yksilöllisiä ja yrityshenkisiä koulutusperiaatteita pohtivat, 1980-luvun puolivälin kirjoittajat ryhmittivät standardeja epäileviksi yrityshenkisiksi ja avoimen yksilökeskeiseksi puheenvuoroiksi. Näin kävi varsinkin lahjakkaimmissa aineissa – joissa empaattis-pohdiskelevat tytöt irrottelevat yrittäjyyden avaruudessa. Irtonainen markkinakieli voi nyt jäsentää vähän kaikkea, myös koulutuspolitiikkaa ja kasvatusta. Itsekurillista yksityisyrittäjää on taottu ja markkinarakoja on etsitty aina kilpailuaineissa, mutta mielikuvitusarjoitukset niiden etsinnässä ovat muuttuneet konkreettisista ja helpoista kasvutarinoista monimielisempään ja erilaisten kirjoittajaleirien suuntaan. Yrittäjyyskeskustelun kautta haetaan hurjia markkinavisioida, mutta myös sen kritiikkiä. Uudenlainen haasteellinen markkinamaailma on se, missä kirjoitetaan. Löytyy narsistisia, asiallisia ja yritys vastuuta penäviä eetikko-kriitikkoja. Markkinahegemonia ja -elämäntapa jakavat myös nuoret eri leireihin ja ”puolueisiin”. Tämä ”historiallinen” muutos näkyy hyvin kirkkaasti kahden huippuaineen välillä (lappeenrantalainen Mika, v. 1986 ja hämeenlinalainen Sampo, v. 2002).

Mika etsii parikymmentä vuotta sitten varovasti koulun yrittäjyyskasvatuksen ongelmia: ”Jokainen tuleva yrittäjäkin istuu muiden oppivelvollisuusikäisten tavoin koulunpenkillä yhdeksän vuotta, jona



aikana hän oppii itsenäisyyttä, päätöksentekokykyä, oivalluskykyä, arviointikykyä ja muita hyvältä yrittäjältä edellytettäviä ominaisuuksia.” Hän ei yhdy täysin ”nuivaan” kirjatietokoulun arvosteluun. Se voi antaa yleispohjan elämälle. Silti hän keskittyy ”elämänläheisen” ja samalla ”yrittäjäystävällisen” opetusaineksen pohdintaan. Perusongelma kouluissa on ”irrationaalisen pikkutiedon jakaminen”, jonka parempi yhdistely maalaisjärjen ja päättelyn avulla auttaisi paljon esimerkiksi tulevien yrittäjien oivallus- ja arviointikykyä. 1980-luvun pedagogisen hengen mukaisesti hän laajentaa kritiikkiä niihin opettajiin, jotka uskovat edelleen autoritaariseen ja yksisuuntaiseen liialliseen ”vastaanottavan lahjakkuuden” kunnioitukseen ja penää tilalle oppilaiden oma-aloitteisuutta. Aikalaisidean mukaisesti opettajien tuli tuolloin enemmän kysyä ja keskustella eikä aina vaan siirtää tietoa tentattavaksi. Idea asioiden ja faktojen tulkinnallisuudesta sekä nuorten omasta ilmaisu- ja analyysitaidosta oli vielä 1980-luvulla joillekin koulun toimijoille hiukan radikaali, uusi.

Mika empii modernin kyynisesti uudistus-sanan monilla merkityksillä leikkien: ”...toisaalta opetusmetodien muuttaminen itsenäisyyttä kasvattavampaan suuntaan olisi kuitenkin sen verran vaativa tehtävä, että tuskin veisi muuhun tulokseen kuin omituisiin kokeiluihin... joista palattaisiin oppilaiden koekaanina olon jälkeen vanhaan. No, olisihan se eräänlaista kouluelämän yritystä.” Hän ei ollut ”radikaalien uudistusten kannalla”, mutta halusi tuoda yleissivistävien aineiden rinnalle ”piristävän poikkeuksen... yksityisyritteliäisyyden harjoittelun”, jolloin jokainen joutuisi vuorolaan valmistelemaan aiheesta ”miniluennon” ja käyttämään tietoa myös oppikirjojen ulkopuolelta. Näin yrittäjyysasenne samastuu moderniin sivistykseen ja asioiden omaehtoiseen analyysikykyyn. Kirjoittajan mielessä ovat myös kouluesitelmien tuskaisuudet: ”Tällaiseen tehtävään vapaaehtoiseksi tarjoutuminen kasvattaisi oma-aloitteisuutta, tiedon hankinta itsenäisyyttä ja tietojen karsinta ja valikointi arviointikykyä. // Mikäli samaa tahtia pidettäisiin yllä koko lukukausi, työ muodostuisi tervanjuonniksi eikä enää kasvattaisi muuta kuin stressiä.” Lopputulemassa hän puolustaa yleissivistystä nimenomaan jatko-opintoja varten eikä näe koulun tehtävänä itsenäisten yrittäjien kasvattamista. Hän käyttää taitavasti pääoma-metaforaa ja paljastaa yleissivistyksen monitasoiset arvot: ”...eikö yleissivistyksen mausteeksi voisikin ajatella kannustamista oma-aloitteiseen ratkaisujen etsimiseen nimenomaan sellaisissa asioissa, joihin ei välttämättä ole yhtä ainoaa oikeaa vastausta. Sellaiseen työskentelyyn harjaantuessaan oppilaat saisivat samalla ei-rahallista pääomaa, josta olisi suurta apua myöhemmässä elämässä ja vaikkapa yrityksen perustamisessa.”

SAMPO REPII AUKI KOULUTODISTUKSIA JA ”ARVIOINTI- JA SUORITUSPAKKOKASVATUSTA” (KARIKATYYRI II)

Mikaa selvästi vanhempi Sampo kirjoittaa 2000-luvun ohjelmaa, ”Innovatiivista yrittäjäkasvatusta nuorille” (v. 2002), jolle löytyy tukitekstejä opettajien ja kilpailuraadin nykymaailmasta. Ristiriitaiset ja stressaantuneet odotukset koskien koulua, oppilasta ja todistusta sekä (perus)koulutuksen ajatus yhtenäisestä opintotodistuksen kuosista saavat lahjakkaan realistis-satiirisen – ja väliin ohjelmallisesti idealistisen – kirjailijan tekstissä kyytiä ja tosielämän räväkkää palautetta. Opetussuunnitelmat eivät anna hänen mukaansa sijaa luovuudelle tai innovatiiviselle yrittäjyydelle. Kilpailukykyiseen maailmankylään ja sen muutoksiin reagointi ei voi reagoida vain kriisiavulla, kilpailukykyisellä koulutuksella, kansainvälisyyskasvatuksella ja kielitaidolla:

Opintaival on täynnä onnistumisia ja epäonnistumisia, meriittejä sekä moitteita, joita jakavat tuomarinkaapuihin pukeutuneet numerot ja latinasta lainatut kirjaimet. Näin varmistuu, että nuorella on jatkuvasti suorituksen paine selkänahassa, kuorma, jota vaativat kantamaan mitä erilaisimmat voimat, toisiinsa yhdistyneinä ja vahvasti



liittoutuneina: silmissä loistava kiilto paremmasta arvosanasta, nahassa polttavat ja mieltä ylentävät, ulkoapäin tarmokkaasti toteutetut piskaniskut ja kunniamaininnat, tai kaikista yksinkertaisimmin, oma sisäinen velvollisuudentunto.

”Visionäärisen idealismin ja uusien ulottuvuuksien” edessä on paljon ”pysähtyneitä rakenteita, instituutioita, ihmisiä”. Erilaiset välttämättömyydet ja menetysovit tekevät meistä ”opaskoiria taluttamaan vanhuudenheikkoo isäntäänsä”. ”Taloudellisen kasvun, dynaamisten tuotantovoimien sekä ostovoimaisen, erilaisia tuotteita innokkaasti hamuavat kuluttajat” ovat perusta turvalliselle ja onnelliselle elämän tavoittelulle. Tämä vaatii jonkinlaisen tuntemattomuutta pelkäämättömän taloudellis-yhteiskunnallisen ilmapiirin luomista, ”missä innovatiivisuus ja yrittäjyys kukoistavat” ja missä kuljetaan jotenkin ryhmätietoisesti, solidaarisesti, ”rinta rinnan... kehityksen etulinjassa”. Tästä ilmapiiristä nousee ”avoin koulun yrittäjähengi, jossa sosiaaliset vuorovaikutusmahdollisuudet sekä tilaisuus kehittää omaa potentiaalia” panevat kehitykseen liikettä. Sammon ohjelman mukaan ”arviointiperusteinen palkitsemisjärjestelmä” estää oikeiden ihmisten valitsemisen korkeakouluihin, joihin tulisikin saada aina pääsykokeet. Se luo tenttikeskeisen ja itse opetussisältöistä ja niiden pitkäaikaisesta omaksumisesta välinpitämättömän kieron kouluarjen. Todellinen ”motivaatio tiedon omaksumiseksi jää puuttumaan, turruttava oma-aloitteellisuuden puute” jää. Kun oma kiinnostus vie opiskelua eteenpäin, ”muodostuvat avainsanoiksi eriyttäminen, valinnaisuus ja yksilöllisyyttä korostava yhteishenki” – yrittäjähengen ideaalit.

Kun yrittäjiä pakotetaan kuosiin, ”arviointi- ja suorituspakkokasvatuksen” mukainen henkinen ehdollistaminen vallitsee, latistaa tai tappaa innovatiivisuutta. Ohjelmasta seuraa liberaaleja, mutta perusteltuja, johtopäätöksiä: ”Miksi peruskoulussa ei tarjota mahdollisuutta opiskella omia kykyjään vastaavalla tasolla, ainakin karkeasti ottaen? Eikö tästä hyötyisi sekä yksilö että yhteiskunta? Opiskelija ei enää kokisi itseään yhtä turhautuneeksi tai tyhmäksi...” Ajatus, että yrittäjyys koskee vain vähemmistöä koulutuksessa, ei poista tarvetta varhaiseen yrittäjyyskasvatukseen. ”Kuka sanoo, etteikö tietynlainen yrittäjyyshenki olisi universaali ominaisuus? Ero on vain siinä, kuinka hyvin – tai huonosti – tämä luontainen taipumus ilmenee...” eli kuinka yrittäjyyden dynaaminen asenne pääsee ympäristössä esille.

Sammon terävän ohjelman – joka on erittäin ajankohtainen ja jakaa nuorten kirjoittajien visioita ajankohtaisen poliittisesti – mukaan tulisikin ”(s)iirtyä pois koulutuksellisesta yhtenäisyysideologiasta, joka pyrkii muovaamaan valmiiseen yhteiskuntaan sopeutuvia palkansaajia sen sijaan, että luotaisiin yhteiskuntaa kehittäviä yksilöitä. Yhteiskunnan holhoava asenne joko tukahduttaa kytevänsä inspiraation, tai pakottaa sen itsensä ulkopuolelle, jolloin kipinä saa lisää happea ja usein kääntyy yhteiskuntaa vastaan. Pakottaminen turruttaa ajatuksen ja motivaation eikä jäljelle jää muuta kannustinta kuin erilaisten keinotekoisien toukokuisten seremonioiden kautta saavutettava häilyvä kunnia.” Kritiikin takaa nousee aikalaisutopia yrittäjyyden hengen läpäisemästä, riskejä karttamattomasta elämäntavasta, jossa ihmisen ”kohtalo riippuu ennen kaikkea hänen omista kyvyistään ja taipumuksista, ei yhteiskunnan ennalta määräävistä paineista ja velvoitteista”.

Tämä sosiaalisin termein etenevä liberaali holhousyhteiskunnan koulutuksen kritiikki on läsnä nuorten ja opettajienkin maailmassa – silloinkin kun sitä vastustetaan. Siinä on mukana myös tietty altruistisuus, siis ajatus, että sosiaalisuus ja yksilöllisesti motivoitu kilvoittelu ja opiskelun eriyttäminen voidaan yhdistää. Valtion ja hallinnon toimintatavan yksilöllis-liberaali arvostelu saa myös vasemmisto-libertaristisia piirteitä ja argumentteja. Oma-aloitteinen itsehallinnallisuus ja yrittäjäasenne voidaan jo varhain yhdistää sosiaalisiin perusvalmiuksiin, jopa yhteiskunta-aktiivisuuteen. Myös haastatellut opettajat näkevät realistisena visiona kansalaisyhteiskunnassa aktiivisen oppilaan, jonka osallisuus yhdistyy vankkoihin ja käytännössä koeteltuihin tietoihin osallistumisverkostoista ja yritysmaailmasta. Kaikki tämä voi sopia yleissivistävän pedagogian raameihin, jos aikaa jää ”kaiken hössötyksen ja ihanneasiakirjojen paineessa” (pelkistetty metafora opettajien kolmesta haastattelusta). Tämä on hiukan eri asia kuin tasa-arvon ja kilpailun vastakkaisuutta tankkaava vaalikeskustelu koulun kehittämistä.



OPETTAJIEN HUOLI, MARKKINOIDEN KIELTEISET UTOPIAT JA KRITIIKKI NOUSEVAT

Nyky-yhteiskunnassa yhteiskuntapolitiikassa käsiteltävät sosiaaliset erot ovat vahvasti myös kulttuurisia (mm. nuorisokulttuurit, oppilaiden sukupuoli- ja sukupolvierot, monikulttuurisuuden ja elämänasenteen mukaiset tulkinnat sosiaalisesta). Siksi on vaikea ajatella, että mikään oppi voisi ”tasapäistäen” ratkoa nykyisiä yhteiskunnan ongelmia; niille voidaan antaa moniarvoinen ja suvaitsevainen kunnioituksen mukainen käsittelyn tila, myös opetuksessa. Yrittäjyyskin on käsite, jonka kulttuurinen tulkinta vaihtelee. Sampo vihjaa kansalaisyhteiskunnan kulttuureista käsin ajatukseen, että aktiiviset ja yrittäjämieliset yksilöt ja ryhmät voisivat olla tasa-arvon tai yhtenäisen sivistyksen sijaan yleinen oppivelvollisuuden visio. Eikä kyse ole standardivisiosta vaan moniarvoisuudesta, pluralismista. Myös monet opettajat tunnistavat haastatteluisaan herkästi nyky-yhteiskunnan jännitteet, mutta useimmiten he kokevat jo nyt yleissivistyksen olevan uhattuna yhteiskunnallisessa sosialisatiossa ja suoritusvaatimusten eriytymisen alkavan liian varhain. Omintakeisten ja yritysmaailmaa jäljittelevien oppimisvaatimusten keskellä lapset ”menevät kuoreensa”, ”maailma on menettänyt päiväjärjestyksensä... ja hyvän ja pahan arvojen puut... // Se on liian täynnä yksilöllisiä valintoja, harhoja ja vaatimuksia.” (Opettajien teemahaastattelut.) Osa opetushallinnon dokumenteista puhuu samasta, jopa tasa-arvon ja opiskelutasojen eriyttämisen tasolla. Toisaalla Sammon kuvailema dynaaminen kilpailutalous ja -valtio ovat suoraan kolmen viimeisen suomalaisen poliittisen hallituksen ohjelmasta. Tasa-arvosta siellä puhutaan vain kerran, kun taas kilpailukyvyyn liberaali dynamiikka muotoilee voimallisesti sosiaalisia ohjelmia.

Opettajat ovatkin monesti päätyneet kasvatuksellisiin valinkauhoihin. He joutuvat pohtimaan – halusivat he sitä tai eivät – mikä yrittäjyydessä on sovellettavissa osaksi koulun oppisisältöjä, ja mikä siinä on taas liian kylmää ja epäinhimillistä. Kuinka varhain nuoret ovat valmiita tiukan kilpailun ja oma-aloitteisten tai jopa yrittäjämäisten valintojen tekemiseen? Mikä on vastareaktio varsinkin niiden lasten ja nuorten keskuudessa, joilla ei ole itsenäisiä ja ristiriitoja ratkovia kompetensseja? Eräs opettaja viittaa kilpailupatologioihin, toinen entisestään voimistuvaan syrjäytymiseen. Joku lisää, että vain sosiaaliset valmiudet sekä vankat tiedot yhteiskunnasta ja taloudesta antavat edellytykset yhteiskunnalliselle ja yritysmaailman valinnoille. Muutoin voi puhua ”ylipedagogisoinnista”, jonka tuloksena voi olla jonkinlainen ”uus-taistolaisuuden ylimielinen aalto... osana yritysmaailman renessanssia. // Opettajien tehtävänä on olla sellainen moniarvoisuuspoliisi (heh-heh), ettei mikään perusideologia tai opetustapa saa yliotetta muista. // Tasa-arvo ei voi määrittellä sitä...mitä sivistys on... // ...talous ja markkinahenki eivät voi – tai sen ei tulisi – määrittellä, mikä on oppilaan tai yhteiskunnan mitta, miten luemme valistus- tai uskontokirjojamme!”

Kielteiset mallit ja utopiat kirjoittamisen otsikkoina ovat yleistyneet. Viimeistään 2000-luku ja kilpailuun mukaan tulleet lukiolaisaineet tuovat mukanaan moninaisen kritiikkimuodon, (itse)ironian ja satiirin. Tällöin taloutta, markkinoita ja yrittämistä koskeva tieto ja rationaali suunnittelu asettuvat kyseenalaisiksi. Sen sijaan yksilölliset ja hyvin vaihtelevat tulokulmat – markkinoita ja palveluita koskevan tiedon ja yritysajatusten sirpaloituminen – heijastuvat vahvasti. Voi puhua jopa aikalaisradikalismista. 2000-luvun hengen mukaan, jota Sampo edellä viljeli, yleisopinnoista ei kannata arvostella kouluarvosanojen standardien mukaisesti. Erilaisille yrittäjyyksille ja lahjakkuuksille on annettava tilaa: yrittäjyyden tuki vaatii siis universaalien tasa-arvottomien (modernin suuren kertomuksen tasapäistämisestä) purkamista. Nousee esiin pohdittu kuva universaalista riskiä kohtaavasta ja vastuullistavasta yksilöllisyydestä. Nuoret ovat innolla ja omakohtaisesti valmiita tarttumaan 1990-luvun laman, globalisaation, yksilöitymisen ja kaiken markkinaperustaistumisen vaikutuksiin myös koulutuksen ja yrittäjyysvalmiuksien kannalta.

Koululla ei ole nykypäivän haasteisiin yksikäsitteisiä vastauksia. Jokainen nuori tarvitsee omat tietonsa ja toimintavalmiutensa vastatakseen haasteisiin. Tällainen vastuun yksilöityminen tarkoittaa



samalla, että monet relevantit yritysmaailman faktat ja asenteet kyseenalaistuvat ja politisoituvat. Miehiset yrityskulttuurit saivat jo 1980-luvulla ”teräviä feministisiä läiskäyksiä” ja tasa-arvokommenteja. Mutta 2000-luvulla tullaan naisironian ja tietoisien naisnäkökulman kirjoittajien aikaan. Kaikki tytöt eivät syö opettajan ja koulun kädestä, vaikka opettajat saattavatkin suosia puolifeministisiä kannanottoja kouluaineissa. Markkinoiden ja suurten firmojen toiminnan logiikka ja globalisaatio yhtä lailla kuin EU:kin saavat kirjoittajat jakautumaan, ja koululaispolemiikki politisoituu nopeasti. Kaikki mielipiteet eivät ole lainassa yrittäjä- tai duunari-isältä. Yksilöityminen näkyy erilaisissa painotuksissa, kun kehitetään koulua ja pohditaan yrittäjäoppien ja vastuiden luonnetta. Globaali solidaarisuus ja ekologinen vastuu ovat markkinoistuneen maailman keskellä vaikeita paloja monille eettis-poliittisesti argumentoiville kirjoittajille. Tämä ei tarkoita, etteivätkö juuri humanistit ja jopa tasa-arvosta tai syrjäytymisestä huolestuneet nuoret olisi ainekirjoituksissaan perustamassa omia yrittäjyyksiään, sosiaalisia tai yhteiskunnallisia palveluita tuottavia idea- ja konsultaatioyrityksiä. Mielikuvayritykset ovat myös sosiaalisen, kulttuurisen ja poliittisen erottautumisen mahdollisuuksia.

Joka puolelle tunkeutuvan yritysmäistymisen (*enterprise*-retoriikka), markkinoistumisen, kilpailun sekä ”elämys- ja imagotuotannon” kritiikki sopii hyvin suomalaiseen kouluun ja sen humanistiseen kritiikkimuotoon. Tosi-tv:n, pudotuspelien kylmyyden ja irvokkaan elämystuotannon kritiikki – jonkinlainen yrittäjämaailman kielteinen utopia – saa muotoja, joilla selvästi kosiskellaan vanhan yleissivistävän ja humanistisesti itsekurillisen, jo hiukan vanhemman opettajatädin suosiota, jollei muutoin niin 2000-luvun rohkaistuneen satiirisella taidolla. ”Hyvästi faktat ja kaikkiselittävät eurot – olen oma itseni, ainutlaatuinen, voisin vaikka myydä tämän tuotteeni!”. Kaikki tavaramuotoistuminen ja hyödykeperustaistuminen tuottaa kaipuuta vanhaan sivistysjärjestykseen, joka sekini joskus voi olla ”nostalgia tuote”. Ja tällä voi kouluaineessa pelata, vaikka tavarat, mainosten fetisismi ja pintasarjat välillä veisivät mukanaan ja pitäisivät vallassaan moralisoivia kirjoittajiakin.

KOULUTUNNEILTA PUUTTUU KOSKETUS KÄYTÄNTÖÖN – NUORET ETSIVÄT OMAT REITTINSÄ YRITTÄJYYTTÄ KOSKEVAN TIEDON ÄÄRELLE

Suorat kouluopetusta koskevat kommentit lahjakkaiden nuorten aineissa liittyvät koulutuksen laadullisiin, vaikkapa erityisosaamisen puutteisiin (kouluun yrittäjyyden resurssina). Samaan aikaan kiinnitetään huomiota opetuksen epäkäytännöllisyyteen. Samoista asioista koulutusta saatetaan myös kehua ja syyllistää itseä ja omaa ”passiivista joukkosieluista luokkahuoneasennetta”, joka ei suosi yrittäjäksi ryhtymistä. Samoin koulun luovat aineet kotitaloudesta luonnontieteisiin ja atk- ja matematiikkaperustaisiin ”pelitaitoihin” nousevat puutteellisena yrittäjyysinspiraationa esiin. Kouluopetuksen kehittäminen ei ole yrittäjyyskasvatuksen vaatimien sisältöjen keskiössä. Sen sijaan koulu avaa puutteineen päivineen – varsinkin epävirallisessa päiväjärjestyksessään – inspiraatiolähteitä yrittäjyyspohdinnoille. Koulun tavoitteet eivät toteudu, ja se voi usein olla lähtökohta yritysten perustamiseen: taloustietokilpailujen esimerkki konkurssiyrityksestä sekä Villen ja Kallen irtisanomisesta johtaa rohkeaan yrittämiseen ja nuoren joutsenolaistytön opastavaan aineeseen (v. 2006) koskien sitä, miten harkitaan yrityksen edistämistä. Voi olla laajemminkin niin, että juuri opetuksen ei-aiotut opit ja elämäntulkinnat voivat viedä monia nuoria yrittäjyyttä kohti.

Koulukin voi ”lempiopettajien” kautta inspiroida jotain hulluteltavaa ja pehmeää taitoa, josta sitten myöhemmin voi olla yrittäjyyden perustaksi. 15-vuotiaiden tarinallisuus voi napata koulun kotitaloustunneista yhden polun yrittäjärunoon, jossa lapsuuden keittiöharrastukset johtavat työharjoitteluun ja kokkikouluun, ideaan tuotekeskeisestä PK-firmasta:



Kotitaloustunnillamme valmistimme afrikkalaista ruokaa. Kaikki sujui hyvin, ja opettaja päästi meidät vähän aikaisemmin. Kotitalous on lempiaineeni, ja valitsin sen heti ensimmäiseksi valinnaisaineeksi. Ruoanlaitto on aina kiehtonut ja miellyttänyt minua. // Kokkauksen ja minun yhteinen taipaleemme alkoi jo minun ollessani ihan pieni. Ruoanlaitto sisältyi kaikkiin leikkeihini. Olin hieman erilainen poika muihin verrattuna pienenä. Toisten leikkiessä autoilla ja traktoreilla minä sitkeästi valmistin ruokaa vanhemmilleni [pienestä saakka seurannut sallivia vanhempia keittiössä, KP].

Opetus ja kilpailun aiheet sekä aineistot suosivat edelleen mielikuvitusta: kuvitteellista kertojaminää, menestystarinoita ja tuote(palvelu)ideoita, utopioita isoista globaaleista aiheista, paikallisia ja perheen tradition mukaisia tai ekologiset teemoja ja niiden ympärille rakentuvaa hiukan romantisoitua kertomusta. Koulu jää paikaksi, josta (odotettuja ja palkittuja) huomioita tehdään – samalla toistellaan suomalaista perusasennetta koulun paperimakuisuudesta ja toisaalta sosiaalisten kontaktien ja työelämän käytännöllisyydestä:

On kaukaa haettava sanoa, että ala-asteiässä selviää, onko ihmisestä yrittäjäksi vai ei, mutta pohjustusta tulevalle työnteolle alkaa kehittyä. // Myöhempään ratkaisuun yrittäjyydestä vaikuttavat nuoren aiemmat kokemukset ja asenteet yrittäjyyttä kohtaan. Koulut yrittävät antaa tietoa yrittäjyydestä, mutta usein tieto ei tavoita kuulijaa. Siksi tiedot perheen ja tuttavien parista vaikuttavat vahvasti. (Joensuu, v. 2005.)

Yrittäjysteemat avautuvat entistä enemmän eettis-poliittisten havaintojen kautta, joilla on koulussa luja paikkansa. Suomalaiselta suolta noussutta sisutraditiota ja miehen asemaa yrittäjyyden stereotypiana joskus jopa pilkkataan:

Kuva suomalaisista on edelleenkin jämähtänyt suohon, kuokkaan ja Jussiin. Maalaisjärkeä ja sisua mainostetaan edelleen, vaikka todellisuudessa esimerkkejä on vaikeampi löytää. Eikö tähän suomalaisihanteeseen sopisi täydellisesti oman tiensä raivaaminen myös taloudessa? // Vanhat arvot tulevat enemmän esille sukupuolijakaumassa, kun naisten osuus yrittäjyysslukemissa jää varsin vähäiseksi. Muitakin selityksiä tälle ilmiölle kuitenkin löytyy. Kasvatuksen mukana usein kehittyy tietynlainen sukupuolirooli, joka on kulttuurissamme edelleen tytöille enemmän tottelijan kuin käskijän osa. (Joensuulainen lukiolaistyttö, v. 2005.)



MITÄ NUORET AJATTELEVAT YRITTÄJYYSKASVATUKSESTA?

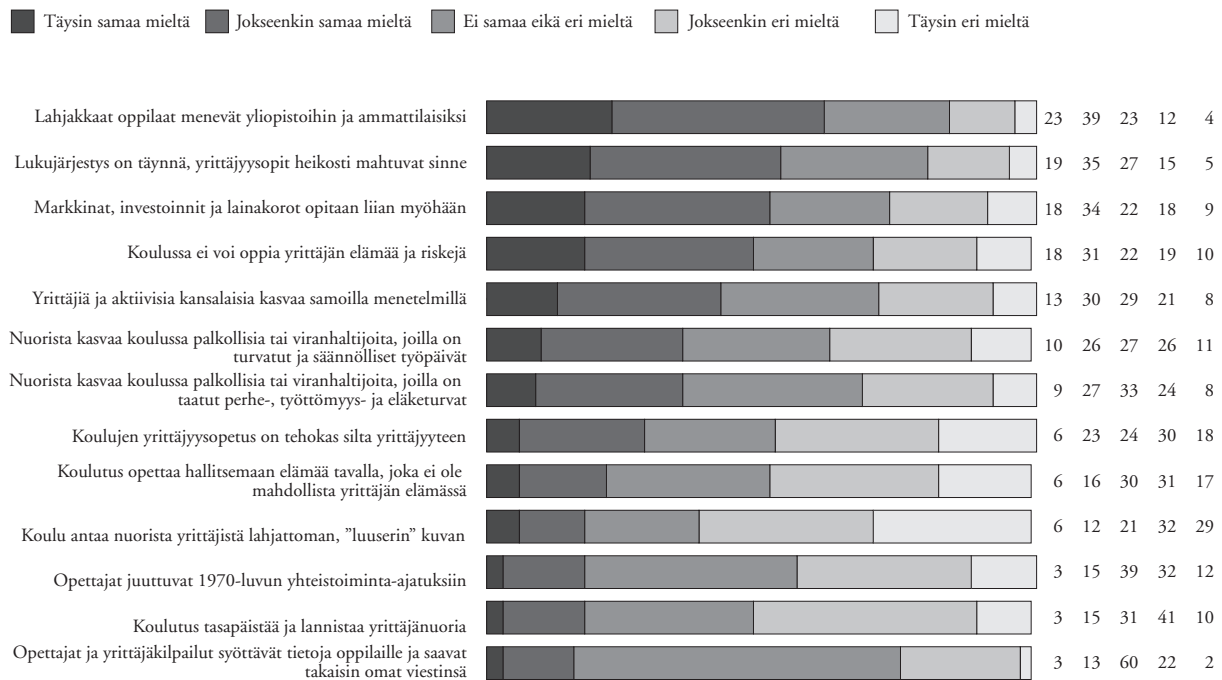
YRITTÄJYYTTÄ KOSKEVAT ASIAT EIVÄT OLE KOULUN PÄIVÄJÄRJESTYKSESSÄ

Kyselytutkimuksen osio tukee nuorten aineiden tulkintoja koulun yrittäjyyshengestä. Harvat koulun yrittäjäkasvatusta kilpailuaineissa arvioivat koululaiset kirjoittavat opetuksen radikaalista kehittämisestä tai yrittäjyyskasvatuksen yksityiskohdista. Koulun ja yrittäjyyden suhde jää kilpa-aineiden otsikoissakin marginaaliin. Eivät edes lahjakkaat ainekirjoittajat avaa kovin vapaaehtoisesti koulua ja opetusta yrityskeskustelulle. Toisaalla nuorten aineet puhuvat yrittäjyydestä epävirallisten, sankarillisten ja hikistä työtä vaativien toimien asiana. Samalla kun koulun, (palkka)työn ja yrittäjyyden vaatimukset ovat samankaltaistuneet, yksilökohtainen kilpailu ja taidot ovat 2000-luvun ”must”! Osittain juuri nuorten kirjoitusten kautta opin tutkijana nuorten yrittäjyysajattelua. Näin oli mahdollista laatia nuorten kokemusmaailmaa lähellä olevia kysymyksiä (väitelauseita) survey-kyselyyn koulun ja yrittäjyysmaailman suhteesta. Niitä on avattu seuraavassa (kuvion 11 tulkinnat).

Kvantitatiivisessa aineistossa 16–29-vuotiaat vastaajat arvioivat nykyisiä tai vuosien takaisia koulukokemuksiaan. Nuorten arvosteleva perustulkinta on, että koulun toiminnassa yrittäjyyden asia ei ole noussut kunnolla päiväjärjestykseen. Koulu on jättänyt yrittäjyyden käsittelyn ja yrittäjäämmäin vaihtoehdon sivummalle. Kaikki nuoret eivät kuitenkaan halua yrittäjyyttä vahvasti esiin koulutuspolullaan. Silti viimeisen 10–15 vuoden aikana annettu kouluopetus saa analyttisen ja realistisen kohtelun nuorten arvioissa. Suuri osa vastaajista ajattelee, että nykyinen koulu ei ole paikka, jossa voisi oppia yrittäjän elämää ja riskejä ja kolmasosa taas uskoo koulun mahdollisuuteen. On huomattava myös se, että koulua tässä kriittisesti arvioivat nuoret voivat myös ajatella, ettei kouluinstituutio ylipäänsä voi olla ”yrittäjyysopisto” tai vahvasti mukana yrittäjäpolkujen virittämisessä. Yrittäjyysopinnot tulisi ajoittua ammatilliseen vaiheeseen koulutuksessa. Peruskoulun tulisikin virittää lähinnä yrittäjyyttä koskevia asenteita. Tätä tulkintaa tukee selvästi se, että noin puolet nuorista kieltää väitteen ”koulutus opettaa hallitsemaan elämää tavalla, joka ei ole mahdollista yrittäjän elämässä”. (Ks. kuvio 9.)



KUVIO 9. Miten allekirjoitat seuraavat koulun hengen ja yrittäjyyskasvatuksen arvioinnit? (N=417.)



Koulu siis nuorten mukaan voi auttaa yrittäjämäistä elämänsäntettä – omaehtoisia, sisäiseen yrittäjyyteen liitettyjä laatuja ja riskinottoa – mutta ei konkreettisesti opeta yrittäjyyden alkeita tai tue yrittäjän ammattia. Markkinoilla ei käydä koulun kautta kokeilemassa yrittämisen edellyttämiä monia taitoja. Yritystalouden perusekikatkin jäävät vieraaksi. Yli puolet nuorista arvioi saamiaan opetus sisältöjä jälkiviisaasti, mutta selvän tyyliä: ”markkinat, investoinnit ja lainakorot opitaan liian myöhään”. Onkin kirkastettava esiin edellä esitetyn kuvion perusviesti yrittäjyysopetuksen kannalta. Viimeisen 10–15 vuoden aikana saatu kouluopetus ei rakenna polkuja yrittäjän ammattiin: miltei puolet nuorista haastaa väitteen, jonka mukaan ”koulujen yrittäjyysopetus on tehokas silta yrittäjyyteen”. Nuorten arvio yrittäjyyskasvatuksen käytännöistä on tyyli. Tämän takana ovat sekä tiukat opetuksen nuoret kriitikot että realistisen (lähihistoriallisen) tilannearvion tekijät. Yhteiskuntapoliitikot voivat sen sijaan pohtia, kuinka selvän tuen nuoret tässä antavat nykyiselle yrittäjyyskasvatusta koskevalle reformille tai sen laajentamiselle. Silti tulee huomata, että lähes kolmasosa nuorista uskoo koulutuksen ja yrittäjyyden yhteyksiin, ja neljäsosa ”keskimäärin” yhtyy ajatukseen polkujen olemassaolosta.

ONKO NUORI YRITTÄJÄ JA KANSALISAktiivi TEHTY SAMASTA PUUSTA?

Samaan aikaan tulee muistaa, että nuorten koulussa menestyvä parhaimmisto ja heidän elämänsuunnitelmiaan arvioivat nuoret aika ykskantaan näkevät, että ”lahjakkaat oppilaat menevät yliopistoihin ja ammattilaisiksi”. Muutamien tutkimukseen osallistuneiden nuorten mielestä yrittäjyyteen liitetty epävarmuus ja jatkuva riski tavallaan hiostavat koulukilpailua ja vievät koulupinkot opiskelun huipulle: ”Pelko epävarmasta toimeentulosta ajaa idearikkaat älykkäät ja hyvin koulutetut nuoret varman toimeentulon oravanpyörään.” Yritän elämässä parhaani” -asenne on surveyssä ja aineissa vallitseva,



muttei se tarkoita läheskään aina yrittäjämaailmaan suuntautumista⁴⁶. Yrittäjyyskin on avoin mahdollisuus – vähintään puolet harkitsevat sitä tämänkin aineiston mukaan, mutta se ei nykyisen nuorten yrittäjähenkisessä koulu- ja elämäntavan oloissa usein kuitenkaan toteudu. Yrittäjyyden mentaliteetti ja (pakko)yksilölliset suorituspainet saavat vallan – aina niin, että yrittäjyyden sankaruus ja omaehtoiset vastuulliset kansalaiset tarkoittavat nyt paljon muitakin kuin PK-alan työmyyriä. Suuryritysten kapea eliitti, noin prosentti kansasta, ei nuorten oman elämän polutuksen piiriin kuulu.

Tässä kannattaa pysähtyä tämän raportin yhden keskeisen ” uutisen ” edessä, jota pohditaan raportissa muuallakin. Miltei puolet vastanneista nuorista on sitä mieltä, että ”yrittäjiä ja aktiivisia kansalaisia kasvaa samoilla menetelmillä”. Tätä nuorten asennetta kuvaavaa tulosta tukevat myös muut empiiriset muuttujat ja aineistot. Nuorten ”hyperyksilöllisessä” (Beck 1998; Beck & Gersheim-Beck 2002) arjessa poliittinen ja yrittäjäkansalaisuus muistuttavat paljon toisiaan. Kyse on kyvystä ryhtyä toimintaan, puhutaan sitten markkinoilla tai yhteiskunnassa aktiiveista nuorista. Tässä mielessä hallituksen ja opetusministeriön tapa ajaa yhtä aikaa ja yhdessä aktiivista kansalaisuutta ja yrittäjäkasvatusta (v. 2003–2007) ovat korrekkejä. Niillä on tilaus nuorten arkiajatuksissa: aktiivisen kansalaisen tietotarpeet ovat olennaisesti samat kuin harkitsevan PK-yrittäjänkin perusvalmiudet. Yksilöityneen kilpailuyhteiskunnan eräänlaista arkipäiväistymistä ihmisten asemaa mitattavana suoritus- tai kilpailukyvyyn kohteena osoittaa myös se myöhemmästä kuviosta esiin nouseva nuorten arvio, että ”tulostavasti asenne on osa kouluopetusta”, jota kolmannes vastaajista kannattaa (ks. kuvio 10). Arvio kuitenkin jakaa nuoria; kaikki eivät ole vakuuttuneita sisäistyneestä tai toteutuneesta kilpailukoulusta, jossa toimitaan itse asetettujen ja mitattavien tulostavoitteiden mukaan.

Havainnot antavat mahdollisuuden myös riskiyhteiskunnalliseen tulkintaan. Ihmiset ovat globaalien markkinoiden aikakaudella yhteiskunnallisesti vastuullisia yksilöitä, he joutuvat itse harkitsemaan omia eettis-poliittisia ratkaisujaan myös sosiaalisiin, kulttuurisiin ja poliittisiin ongelmiin. Poliittiset instituutiot toimivat epäkelvosti. Omissa koulutuksissaan, henkilökohtaisissa opinto- ja kokemussalkuissaan, kulutuksessaan ja yhteiskunnallisessa toiminnassaan yhtä lailla pappi, tutkija, poliittinen aktiivi kuin yrittäjäkin ovat vastuussa, heillä on yhteinen ongelma: ”Esimerkiksi, Tsernobyli on täällä tänään, meidän kaikkien päänvaiva, emme pääse sitä pakoon kirkon, hallinnon tai asiantuntijuuksien taakse. Meidän on se kohdattava.” (Beckiläinen riskin perusmetafora.) Kaikki nuorten kuvittelemat ammattilaiset joutuvat omissa ammateissaan ottamaan kantaa uusiin riskeihin, ekologisiin, työn jakoa ja uusia teknisiä sovelluksia koskeviin epävarmuuksiin ja elämänstandardien rapautumiseen. Kukaan tai mikään ei enää tee sitä meidän puolestamme; epävarmuus ja asioiden aukinaisuus on samaan aikaan eräänlainen vapaa toimintatila. Yrittäjyyden muodonmuutos on yksi puoli tätä kehitystä, omintakeiset vastuulliset harkinnat koskevat yhtä lailla talouden kuin yhteiskunnankin toimijoita. Ja kun ihmiset katsovat yrittäjään ja palvelun tuottajaan, he odottavat tältä monia eettis-poliittisia vastuita ja palveluita. (Beck 1993, 1998; Beck & Beck-Gernsheim 2002; Paakkunainen 1993; Paakkunainen & Hoikkala 2007 sekä kuvio 9).

JÄÄVÄTKÖ TASAPÄISTÄMISEN JA TASA-ARVON TIUKAT ARGUMENTIT HISTORIAAN?

Eivät vain koulun sinnikkäät ”pinkot” vaan elämässä sitkaat menestyjät ylipäänsä saavat yrittäjyydestä elämänsä mallin ja kiitoksen⁴⁷. ”Oman onnensa seppä” -ajatukset ja ”korkeakoulukareerit” (teemahaastattelun keski-ikäisten termejä) eivät kuitenkaan hallitse sillä tavoin koulun henkeä, että yrittäjät ymmärrettäisiin pakkoyrittäjiksi tai lahjattomiksi, joilla ei ole yhteiskunnan markkinoille sukeltaessaan muuta kuin sisua tai epätoivoista yrittäystä. (Kuvio 9.) Koulu on säilyttänyt tai kyennyt parantamaan moniarvoista mentaliteettia ainakin tässä suhteessa: yrittäjät ovat omin tavoin ja lahjoin



arvokasta väkeä nuorten valtaenemmistön mielestä.

Aikuisten tapaan nuoret kokevat arkensa olevan niin stressattua sekä liian monien ulkoisten ja jo sisäistettyjen vaatimusten täyttämää, että on vaikea ajatella työ- ja koulutuselämän lisävaatimuksia. Tämä koskee selvästi myös uusia koulutuksen yrittäjäpolkuja ja -oppeja: puolet nuorista on sitä mieltä, että ”lukujärjestys on täynnä, yrittäjäyysopit heikosti mahtuvat sinne” (kuvio 9). Taas tulee kiinnittää huomio viidennekseen vastaajia, jotka saattaisivat olla heti valmiita ottamaan yrityssisällöt osaksi opetussuunnitelmaa.

Ilmapiiri kouluissa saattaa olla nykyisten nuorten sukupolvien mukaan sillä tavalla yksilöitynyt ja avoin, että vanhat ideologiset rintamat ”tasapäistämistä” ja ”70-lukulaista kollektiivista opetushenkä” koskevissa keskusteluissa ovat merkittävästi rapautuneet. Kuten toisaalla tässä julkaisussa tulee esiin, useimmat nuoret uskovat voivansa yhdistää sosiaalisen ja tasa-arvoisen hengen yksilökilpailun mentaliteettiin. Altruismi ja yhteinen toiminta eivät ole aina vastakkain yksilöllisen harkinnan ja punnertamisen kanssa. Miltei viidesosa nuorista on kuitenkin valmis tiukkaan ja mahdollisesti väliin äänekkääseenkin polemiikkiin tasapäistämisestä tai liian yhteisöllisistä opetusmenetelmistä: ”koulutus tasapäistää ja lannistaa yrittäjänuoria”. Samaten noin viidennes on sitä mieltä, että ”opettajat juuttuvat 1970-luvun yhteistoiminta-ajatuksiin”. (Kuvio 9.)

Sen sijaan väite, jossa korostetaan koulutuksen sillanrakennusta palkkatyöläisistä ja turvallisuushakuista elämäntapaa kohden, saa nuoret jakautumaan kahden erilaisen tulkinnan kannalle. Nuoret selvästi jakautuvat kahtia pohtiessaan sitä, tukeeko koulu turvattua kahdeksan tunnin työpäivää ja sosiaali- ja eläketurvaa tavoittelevia elämänodotuksia. Kysymykset eivät anna vastausta siihen, kuinka toivottava asiantila on. 2000-luvun alussa myös koulutuksen tavoitteet ovat kiistanalaisia. Ihmisten on joka tapauksessa otettava omakohtaisia vastuita, pyrkivät he sitten palkkatyöläisturvan tai riskisemmän yrittäjäyden tai freelancerin työmallien suuntaan. Pätkätyö kummittelee varmaan tässäkin; työelämästä puhuminen on epävarmaa.

MIHIN KOULU VIE: PALKKATYÖLÄISELÄMÄNTAPA JA MUUT ARVOVALINNAT?

Kun nuorten yrittäjäyys- ja kouluajatuksia (kuvio 9) tarkastellaan yhdessä ja etsitään muuttujien yhteisiä ulottuvuuksia, löytyy yksi relevantti mahdollisuus rotatoidusta faktorimatriisista (taulukko 8). Seuraavat faktorit tavallaan tihentävät ulottuvuuksillaan useiden muuttujien kuvaamia ajattelutapa ja asennemuuttujia. Esimerkiksi ”palkkatyöläiselämäntapa opetuksessa” (faktori 1) -ulottuvuus kuvaa sellaista nuorten asennevaruutta, jonka mukaan viranhaltijoiden ja palkollisten turvalliset elämänehdot ja ei-yrittäjämäinen elämänhallinta ovat osa kouluopetusta. Taulukossa kuvataan myös tämän asenneulottuvuuden perusjoukko: minkälaisissa sosiaalisissa ryhmissä ulottuvuuden henki on vahva (plus-hyväksyntä) ja missä se taas on heikko (miinus-vieroksunta)⁴⁸.



TAULUKKO 8. Koulun henki ja yrittäjyys(kasvatus)asenteet. Rotatoidun faktorimatriisin ja sen muuttujien ja faktoripistemäärien keskiarvojen tarkastelu eräissä sosiaalisissa taustoissa. (N=417.)

FAKTORI 1 Palkkatyöläiselämäntapa opetuksessa	FAKTORI 2 Koulun henki on 70-lukulainen, tasapäistävä, tukee kuvaa pakkoyrittäjä- luuserista	FAKTORI 3 Koulu yrittävän ja kansalaisaktiivin yhteishengen ja yksilön kasvattajana	FAKTORI 4 Hektisessä koulussa yrittäjyysoppi jää marginaaliin
Nuorista kasvaa koulussa palkkollisia tai viranhaltijoita, joilla on turvatut ja säännölliset työpäivät Nuorista kasvaa koulussa palkkollisia tai viranhaltijoita, joilla on taatut perhe-, työttömyys- ja eläketurvat Koulutus opettaa hallitsemaan elämää tavalla, joka ei ole mahdollista yrittäjän elämässä	Opettajat juuttuvat 1970-luvun yhteistoiminta-ajatuksiin Koulutus tasapäistää ja lannistaa yrittäjänuoria Koulu antaa nuorista yrittäjistä lahjattoman, ”uuserin” kuvan Markkinat, investoinnit ja lainakorot opitaan liian myöhään	Yrittäjiä ja aktiivisia kansalaisia kasvaa samoilla menetelmillä Koulujen yrittäjyysopetus on tehokas siltä yrittäjyyteen	Lukujärjestys on täynnä, yrittäjyysopit heikosti mahtuvat sinne (Markkinat, investoinnit ja lainakorot opitaan liian myöhään)
Hyväksyy... + 28 v. tai vanhemmat + miehet + toisen asteen ammatillinen koulutus ja korkeakoulu + ydinmaaseutu ja harvaan asuttu maaseutu + aktiivinen, tarkka kuvaus yrityksen perustamisesta (avoin) + haluaisi perustaa yrityksen, mutta on siirtänyt sen tulevaisuuteen	Hyväksyy... + 22–24-vuotiaat + toisen asteen ammatillinen koulutus + kaupunkien läheinen ja harvaan asuttu maaseutu + suunnittelee vakavissaan yrityksen perustamista (N=11) + perustaisi yrityksen, jos ehdot ja rahoitus selvästi helpottuisivat	Hyväksyy... + perustaisi yrityksen, mikäli keksisi hyvän liikeidean + perustaisi yrityksen, jos ehdot ja rahoitus selvästi helpottuisivat	Hyväksyy... + 22–24-vuotiaat + ammattikorkeakoulu + aktiivinen, tarkka kuvaus tulevasta yrityksestä (avoin) + suunnittelee vakavissaan yrityksen perustamista (N=11)
Ei hyväksy... - 18 v. tai alle ja 25–27-vuotiaat - ammattikorkeakoulu - kaupunkimainen kunta (N=18) ja kaupunkien läheinen maaseutu - ei vast. yrit. perust. kysymykseen - ei tule perustamaan yritystä - suunnittelee vakavissaan yrityksen perustamista (N=11)	Ei hyväksy... - 28 v. tai vanhemmat - ammattikorkeakoulu - kaupunkimainen kunta (N=18) - ei tule perustamaan yritystä - perustaisi yrityksen, mikäli keksisi hyvän liikeidean	Ei hyväksy... - kaupunkimainen kunta (N=18), ydinmaaseutu ja harvaan asuttu maaseutu - ei tule perustamaan yritystä - suunnittelee vakavissaan yrityksen perustamista (N=11)	Ei hyväksy... - 28 v. tai vanhemmat - ydin- ja harvaan asuttu maaseutu - ei tule perustamaan yritystä

Jo aiempi muuttujien analyysi osoitti, että palkkatyöläiselämäntapa opetuksessa (faktori 1) on tärkeä nuorten keskustelu-ulottuvuus, joka myös jakaa nuorten koulun roolia koskevia mielipiteitä. Tekstiaineisto viittaa siihen, että asiaa selvästi pohditaan joidenkin nuorten keskuudessa. Varttuneemmat vastaajat pohtivat vähemmän tuoreista koulukokemuksistaan käsin työelämäntapoja ja näkevät



koulun antavan suuntaa enemmän virka- ja palkkatyön suuntaan. Nuorimmat vastaajat, joilla on enemmän kokemusta muun muassa luokattoman koulun valinnaisuuksista ja yrittäjyyspaketeista sekä TET:stä, ovat usein toista mieltä. (Taulukko 8.)

Samassa hengessä on helppo nähdä, että erityisesti ammattikorkeakoulututkinnon suorittaneet uskovat koulun moniarvoiseen opetukseen – onhan ammattikorkeakouluopetuksessa sisään rakennettuna vahva paradigma markkina- ja kysyntäorientoituneesta koulutusmallista. Näyttäisi siltä, että miehet naisia enemmän tulkitsevat koulun ”jauhavan enemmän palkkademareita kuin yrittäjiä ja maanviljelijöitä” (vanha pohjalainen poliittinen kielikuva). Maaseudun nuoret ovat taipuvaisia näkemään koulun samoin, lähempänä palkkatyöläiselämäntapaa. Nuoret, joilla on vakavia yrityspohdintoja, ovat kokeneet koulun virka- ja staattisuuden ja turvallisuushakuisuuden. He vieroksuvat koulun oppisisältöjä jonkinlaisina ”palkkatyön putkitutkintoina”. (Taulukko 8.)

Kakkosfaktori – ”koulun henki on 70-lukulainen, tasapäistävä ja tukee kuvaa pakkoyrittäjä-luuserista” – osoittaa, että vanha poliittinen polemiikki vieläkin jakaa nuorten arvomaisemaa. Näin on, vaikka jako ei ole dramaattinen, eikä aineet usein palaa tähän poliittisesti aiemmin keskeiseen teemaan. Pieni vähemmistö pauhaa teeman sisällä, niin uusoikeiston kuin uusvasemmistonkin suunnassa. Yli 28-vuotiaiden ja ammattikorkeakoulututkinnon suorittaneiden keskuudessa ei tulkinta koulun moniarvoisuuden ja yrittäjyyden vastaisesta ilmapiiristä pidä paikkansa. Samalla tavoin ajattelevat ne nuoret, jotka eivät aikeidensa mukaan tule perustamaan yritystä tai perustaisivat yrityksen, mikäli keksisivät sille hyvän liikeidean. Kiinnostavaa on huomata tämän rinnalla se, että vastaajaryhmä, joka ”perustaisi yrityksen, jos ehdot ja rahoitus selvästi helpottuisivat”, puolestaan näkee koulun ahtaana ja tasapäistäväenä, 70-lukulaisena. He odottavat poliittisia muutoksia niin koulussa kuin yrittäjäpolitiikassakin.

Kolmosfaktori – ”koulu yrittävän ja kansalaisaktiivin yhteishengen ja yksilön kasvattajana” – on jännittävästi aineistosta nouseva, uusi keskusteluavaruus. Onko niin, että lähitulevaisuudessa tämä yrittäjyysopintojen yritysälämäsilloja ja yleisiä aktiivisen yksilön kansalaisuuden taitoja pohtiva polemiikki nousee tulevaisuudessa? Saako liberaali kansalaisuus Suomessa markkinoiden ja kuluttajuuden lisäksi myös kansalaisaktiivit kasvot? Siihen viittaisi myös opetusministeriön visioinnit sekä nuorten individualistinen arvo- ja osallistumismaisema (EUYOPART 2006; Paakkunainen & Hoikkala 2007). Jännittävää on myös nähdä se, että yrityksen perustamista pohtivat ja jossittelevat nuoret – joilta puuttuu idea tai tarpeellinen yhteiskunnan tuki – uskovat tähän yksilölliseen yhteiskuntaan osallistumiseen koulun opetussuunnitelmissa. Oireellista on myös se, ettei maaseudulla ja ei-yrittäjäorientoituneissa piireissä oikein uskota tähän yleisen opetuksen tukeman yksilöllisen kansalaisaktiivismin voittokulkuun. (Taulukko 8.)

Heikoimmin latautuneessa nelosfaktorissa – ”hektisessä koulussa yrittäjyysoppi jää marginaaliin” – päivitellään tai vastustetaan väitteitä, joiden mukaan koulussa ei ehditä lukea yrittäjyysasioita, ja yrittäjyysosiot tulevat liian myöhään nuorten lukujärjestykseen. Yhtäältä ammattikorkeakoulututkinnon suorittaneet ja toisaalta vakavasti yritysperustamiseen suhtautuvat nuoret ovat ahdistuneet yrittäjyyskasvatuksen asemasta ja viipyvistä sovelluksista kaiken kiireen keskellä. Vanhemmat vastaajat vieroksuvat tällaista analyysia. He saattavat olla enemmistöltään jo urautuneita virka- ja muita ammattilaisia ja heillä on etäisyytensä koulun stressiin. On luontevaa, etteivät ne, joilla ei ole paperilla minkäänlaisia yritys suunnitelmia, huolestu yrittäjyysopintojen marginaalista asemasta. Maaseudun nuorille yrittäjyyskasvatuksen heikko asema ja liian vanhoille ajankohtaistuva opetus eivät ole ongelmia.



YRITYSOPINNOT: KIEHTOVA IDEA-AINEISTO YRITTÄJYYSOPIINNOISTA

MITKÄ OPETUSSISÄLLÖT VOIVAT SILLOITTA KÄYTÄNNÖN JA KOULULUOKAN?

Kerhokeskus – Koulutyön tuki ry ja monet yhteistyötoimijat ovat tuottaneet monia yritysaineistoja koulujen käyttöön. Aineistot ovat käytännön testissä hioutuneet ja löytäneet tiensä luonteviksi, mutta entistä puhuttelevimmiksi osiksi muuta opetusta. Vuonna 2004 aineistoon kuuluvan *Yritys Hyvä*-tehtävävihkon osana nuorten toivottiin lyhyesti ideoivan, miten yrittäjyyttä voisi eri kouluaineissa opiskella. Aineistot olivat käytössä peruskoulun loppuvaiheessa, ja erilaisia vastauksia kertyi 165 kappaletta. Vaikka parhaat kolme palkittiin, voi arvioida, että vastaukset kertovat paljon niistä ajatuksista ja tiedosta, joita tavallisilla nuorilla on yritys-elämästä ja sitä koskevan tiedon itse artikuloidusta tarpeesta.

Yritys Hyvä -aineistot eivät suoraan saaneet kiitosta nuorten palautteissa. Toisin kuin kilpailussa valikoituneet aineet nämä hajanaiset ja vilpittömät vastaukset antavat mahdollisuuden kurkistaa tavallisten peruskoululaisten yritys-käsityksiin. Vastaukset ovatkin kiinnostavia, ja muutamat omintakeiset ja värikkäät ilmaisut ja ideat pistävät heti tutkijan silmään. Joskus anekdootit ovat kiitollisin tulkinnan mahdollisuus; aina ei kannata etsiä tyypillisyyksiä (Palonen 1984). Usein nuorten kommentit ovat fragmentaaraisia, heitonomaisia ja niissä toistuu monet samat perusideat. Tylsän luokkahuoneopetuksen, kalvojen ja standardisten tuntisisältöjen vastainen tunne on vahva. Koulujen ovien aukaiseminen, opetustapojen keventäminen, leikillistäminen sekä erilaiset harjoittelun, tuntisisältöjen tai pelien käytännölliset kehitys-ideat tunkevat esiin vastausten sekavan rikkaasta aineistosta. Itse asiassa, vastaustekstit osoittavat, että peruskoulua päättävillä tytöillä ja pojilla on sekä hajanaisen markkinamaailmaa koskevan tiedon että oman pohditun mielipiteen puolesta selvästi tarvetta uudennlaiselle yritysmaailman oppi-aineille ja -sisällöille. Toisaalta nuorten maailma on täynnä markkinoilla tuotettuja tavaroita, palveluita ja oppimistapoja, toisaalta heidän tietonsa tavoista, joilla nämä elämän kiintopisteet tuotetaan – edes lähiympäristön PK-yritysten mielessä – on aika vaatimaton. Kysymys on myös (salatusta) vallasta. Ennen kuin nuoret voivat olla yhteiskunnallisesti ja kulttuurisesti kriittisiä, heidän tulee tietää aika paljon esimerkiksi juuri yritys-elämän perustoiminnoista ja liikeideoiden ehdoista.

Ei ole yllättävää, että ekonomistinen mutta radikaalisti koulun omasta luokkahuoneopetuksen koodista poikkeava yritys-vierailuperinne, koulussa vierailevat tavalliset yrittäjät ja yritysjohtajat, nousivat arvoonsa. Aiheesta oli yhteensä 20 ideaa 165 kirjoituksen perusehdotusten joukossa (20/165). Nuoret uskovat, että tällä tavoin yritys-faktat ja yrittäjämaailman maisema tulevat esiin. Samalla he toki mieltävät, että kyse yritys-silmien ymmärtämisestä vaatii myös yritys-sihmisten ja fyysisten yritysten toimintamaiseman tuntemista, ”*fiilistä*”. Usein nuorten toiveisiin liittyykin jokin sisällöllinen tai paikallinen viritys. Pelot yrityksistä näyttäisivät vähentyvän arkisten kontaktien myötä. Nuoret hakevat myös piristystä. Työelämän tutustumisjaksot (TET) joutuvatkin tässä pohditun kritiikin alle, ne antavat usein vain irrallisen työpisteeseen rajatun mahdollisuuden jäsentää yrityksen toimintaa.

TET ON TOTTA!

Työssäoppimista koskevat kokonaisuudet tai eri ympäristöissä organisoitavat oppimisprosessit ovat kätevä tapa piristää opetusta. Mutta heikosti resursoitunut, vain puolittain suunnitellut ja haperosti opettajan kanssa räätälöidyt ja uusiin oppimisympäristöihin heitetty (vrt. Pietas-rooli) projektit voivat



jättää oppilaat sängen yksin. Pinnallisista kokemuksista koskien pikkunäppäriä työkokemuksia ei kasva sen kummempaa yrityskokemusta tai -tunnelmaa. Onkin varottava opetuksen taipumista kokenaan yhteiskunnan ja markkinoiden kysynnän ja käytäntöjen varaan⁴⁹. Yrityksen kokonaisuuteen tutustuminen ohjatun tiedon ja materiaalin avulla sekä karismaattisten yritysihmisten kuuleminen olisi monta kertaa kiehtovampaa. Samoin tietoa työstävien pienempien ryhmien vierailut ja saatujen aineistojen analyysit voisivat olla perusta innostavalle oppimisprojektille.

No, yhteiskuntaopissa voitaisiin vaikka tehdä projektit, joissa ”perustettaisiin” omat yritykset ja muutaman tunnin ajan sitten seurattaisiin yrityksen kehitystä. Opettaja voisi antaa vaikka jonkinlaisia ongelmatilanteita. Olisi virkistävää saada myös joku nuori (20–35 v.) menestynyt yrittäjä kertomaan ihan todellisesta yrittäjän arjesta. Historiassa voisimme tutustua (tai yhteiskuntaopissa!) johonkin merkittävään, pienestä ideasta lähteneeseen yritykseen, tms. Itse tekeminen on ehkäpä (projektit, toisille oppilaille esittäminen/opettaminen) parhaita tapoja, sillä asioita yrittäjyydestä saattaa olla muuten hankala käsittää. Juu – ei muuta, tai no kuviksessa voisi piirtää/maalata oman yritystilan ja äidinkielessä voitaisiin kirjoittaa kuvaus siitä, miltä omassa yrityksessä näyttää tms. moi. (Iita, Järvenpää.)

Viitasaaren yläkoulua käyvä Jani (v. 2006) kirjoittaa komeasti ja ohjelmallisesti ”Sammumattomasta liekistä” – koulun ja TET:n kautta uutta sisältöä ja syvyyttä saaneesta kokkitaitojen hankinnan ja ravintolayrityksen haaveesta. Jutun sidoksena täytyy olla jotain mielikuvitusta konkreettisempaa, niin uskottava, mutta samalla mallittava ja inspiroiva TET-kokemus on:

Nyt yläasteella olen nauttinut kovasti kotitaloustunneista, eikä ollut ihme, että valitsin sen heti valinnaisaineeksi. Noin vuosi sitten, kun ensimmäinen TET-viikko lähestyi, kävin kysymässä liikennemyymälän ravintolasta harjoittelupaikkaa, jonka onnekseni sain. Viikon aikana sain tutustua ravintolakeittiöön ja kokkien työhön. Aluksi harjoittelin tiskaamista, mutta pian sain kokeilla salaattien tekemistä sekä ruoka-annosten pöytään tarjoilua. Viikko kului todella nopeasti, ja viimeisenä päivänä minulle tarjottiin kesätyöpaikkaa. Otin tarjouksen innokkaana vastaan; kevät kului nopeasti ja kesä vaihtui tilalle. Tein kesätöitä melko paljon. Kesätyöt eivät rajoittuneet vain pariin viikkoon, vaan sain jatkaa töitäni. Opin lukuisia keittiötaitoja, joita tulen tarvitsemaan nykyisen alan opiskeluissa. Näin kesäloma alkoi lyhentyä ja koulu ja arki lähestyä. Koulu oli jo alkanut, kun sain soiton viime kesän työpaikastani. He kysyivät, haluaisinko tulla heille töihin. He ehdottivat, että jos haluan, voisin käydä joskus viikonloppuisin sekä pikku lomilla tekemässä lyhyitä työpäiviä. Pidin ajatuksesta ja vastasin myönteisesti. Niinpä seuraavalla viikolla istuin jo johtajan kanssa keskustelemassa työasioistani. Nyt syksyn ja talven aikana olen tehnyt silloin tällöin joitakin työpäiviä. Sain myös tarjouksen kesätyöpaikasta samassa paikassa. Nyt kun peruskoulu loppuu keväällä, olen päättänyt lähteä opiskelemaan ravintolakokiksi syksyllä. Tietysti olen tiennyt sen jo kauan, että kokkialalle lähden opiskelemaan. Jos pääsen hakemaani ravintolakouluun, tarkoittaa se muuttamista toiselle paikkakunnalle. Muutto olisi suuri muutos elämässäni, mutta sen muutoksen olisin valmis tekemään. Haaveenani on myös oman ravintolan perustaminen. Välillä uppoudun ajattelemaan sitä, millaisen ravintolan haluan. // Kokin paloa minussa ei mikään saa sammumaan.

”KUIVAHARJOITTELUA”, TOIVON ANTAMISTA JA MIELIKUVITUSTA

Erilaiset oppiaineiden sisältöön liittyvät lisäkurssi-ideat sekä valinnaisainepohdiskelut (ehdotuksia 47/165) ovat oivaltavia. Oppilaat purkivat teoreettista opetusta yritysmaailman suuntaan. Soveltaminen oli useimmiten aika suoraviivaista: ”...jos on kiinnostunut käsitöistä, käsityön opettaja voisi kertoa mahdollisuuksista ja oppilas voisi kehittää taitojaan idean pohjalta” (Eveliina, Hämeenlinna). Usein idea oli myös omintakeinen. Monet oivalsivat näiden oppisisältöjen antavan muutoin sivuun jääville uusien mahdollisuuksia: ”Kannustetaan erityisesti oppilaiden omaa ajattelua ja myös mielikuvitusta. Vahvistetaan joka oppilaan omaa vahvaa osa-alueita, ettei epätoivo iskisi, jos ei kaikissa



aineissa loista.” (Meri, Hämeenlinna.) Muutamat määrittivät yrityshenkisen opetuksen oikeudeksi omien taitojen vapaaseen kehittämiseen ja sen aseman tunnustamiseen koulussa: ”...voisin säveltää omia biisejä ja miettiä sen tulevaisuutta...” (vrt. Steiner- ja Montessori -pedagogiikat)!

Yrittäjyyskurssit sopivat hyvin nuorten suunnittelemaan yläasteen opetukseen. Kuitenkin monet puhuvat ”pakkosyötön” estämisestä ja vieroksuivat yksityisyrittäjän asemia tai vastuita. Mutta ”köksän tunnilla” saatettiin valmistaa oikeasti tai harjoitellen markkinoille tuotteita ja pohtia eri valintojen merkitystä tässä. Matematiikka ja tietotekniikka voivat olla liiketalouden, talouden kysynnän ja tarjonnan, palkan- ja yritysverotuslaskennan sekä markkinoiden tulkinnan oivia apukeinoja. Moni kirjoittaja oli valmis ottamaan leikkisijoittamisen ja pörssisijoittamisen leikkimuotoiset kilpailutkin varsinaisten oppiainemenetelmien osaksi. Tällaisia virtuaalisovelluksia toki on olemassa.

Haastattelututkimukset voisivat monien mielestä soveltua jo yläasteelle. Ne voisivat auttaa laajemminkin yhteiskunnallisen tiedonkeruun ja analyysin peruslogiikan oivaltamisessa. Markkinoille ja yhteiskunnalle on taas yhteistä ”tilastototuusien” manipuloinnin ja erilaiset kontekstualisoinnin keinot. Numero ei ole yksi ainoa, pitävä fakta tai tosi! Tulee kysyä, kuinka numero on saatu ja mihin sitä verrataan. Tietotekniikasta kiinnostuneiden poikien keskuudessa omaksutut tekniikat voisivat olla lähtökohta oppimiselle ja etenemiselle kohti yhteiskuntaa ja markkinoita. Yleensä poliitiikan ja markkinoiden ongelmat tutkimuksen ja pätkäilyn kohteena pakottavat oppimaan analyysitekniikoita! Esiin nousi useita tekniikoita laskumalliesimerkeistä tilasto- ja ekonomisiin ohjelmiin. Nuoret keksivät myös oivia ja vähemmän realistisia uusia oppeja teorian ja käytännön väliin, mistä esimerkkinä on ”elektroninen yrittäminen”.

Ekonomiaa koskevat taidot liittyvät kirjoittajien mukaan muihin yleissivistäviin aineksiin, yhteiskuntaoppiin ja käytännön firman perustamisharjoituksiin. Vieraat kielet aukevat myös asialle: bisneksen, tilinpidon ja pääoman hallinnan sanastot kiinnostavat ja vallitsevat maailmalla. Yhteiskuntaoppiin sijoitettaisiin oppialueen peruskurssit, kuten monissa nuorten viesteissä alleviivatut yrittämisen haitta- ja ahdistavat puolet ja pelot. Onkin jännittävää pohtia, mitä tämä tarkoittaa: onko kyse epäonnisen yrittämisen ongelmien ja kohtaloiden poliittisesta ja eettisestä käsittelystä yhteiskunnassa? Vai halutaanko verrata yrittäjän ja duunarin perusmotivaatioita ja yhteiskunnallisia ajatusmuotoja toisiinsa?

Joku älykkökriitikko ymmärsi koko *Yritys Hyvä* -aineiston kysymyksen manipulaationa, ”piilomainontana, jolla salakuljetetaan” yrittäjyysajattelu eri oppiaineiden kautta oppilaiden maailmaan. Jotkut halusivat asettaa nuoret oppitunnilla roolipeliin – vastakkain tai rinnakkain harjoittelemaan työnantajaa ja työnhakijoita. Samoin eräs biologiasta kiinnostunut halusi nostaa luonnolle sumeilemattomasta yritystoiminnasta kertyvät haitat yhteiseen käsittelyyn. Näin ongelma- ja ratkaisukeskeinen sosiopedagogia saisi konflikteja oppimisen provokaatioiksi – oivallista valtio-opinkin perusteiden kannalta, elämänankkureiden tai arvojen eroista oppimista⁵⁰. Se rikkoisi myös kaikkea yksimielisyyssoppia, jota suomalaiskoulun luokkahuonehyminä on edelleen tulvillaan. Yrittäjyysmaailmaan meno ei voi olla yhteen tai yhtenäiseen maailman sukeltamista. On tärkeää ymmärtää jo varhain eroja ja yhtäläisyyksiä yhteiskunnan, talouden ja kulttuurin roolikuivissa sekä eroja erilaisten yrittäjien välillä.

ANTAUTUUKO OPETUS MARKKINOILLE, JOS OPPILAIKEN IDEAT VIEVÄT OPETUSTA?

Nuoret vastaajat, jotka ovat valikoituneet aika yritysmuotoisista yksilöistä, etsivät yrittäjyysopin muodoista jonkinlaista ”kuivaharjoittelua”. Ideoissa on usein myös aika välineellinen asenne oppiaineisiin – vai, tulisiko vastaukset lukea myös kepeinä heittoina? Koulututkimukset toistavat, kuinka oppilaiden sosiaalisten ongelmien ratkaisujen tavat ovat usein ”teknisiä”. Vain kerran nuori pohtii sisäisen ja ulkoisen yrittäjyyden⁵¹ eroa. Sosiaalisia sovelluksia löytyy paljonkin. Biologiassa



haluttiin tunnustella yrittäjyyden merkitystä hyvinvoinnin, kehon ja mielen kannalta. Äidinkielen suunnalla esimerkit veivät heti yritysmaailman oman retoriikan ja mainonnan propagointitaitoihin. Kuvaamataidonkaan estetiikka ei pyristele vastaan hyödykemaailman laelle. Logot, fyysiset tilat ja mainokset tulevat ”luonnollisesti” – ilman sen kummempaa pohdintaa – työn alle nuorten vastaajien luonnehtimissa tuntikehyksissä. Luovuus ja markkinat elävät saman katon alla hyötyen toisistaan.

Oppilaidenkin teksteissä näkyvä yrittäjäajatuksen kouluihin työntämisen kritiikki ja välineellisyys sen toteuttamisessa osoittavat, että on varottava ”yrittäjien tonttia ja valtaa radikaalisti laajentavia” (opettajien ja hautomoiden väen ajattelutapa) vaatimuksia ja instrumentaalis-poliittisia oikopolkuja. Yksi nuori⁵² on selvästi torjumassa kaiken oppisisällön, joka vaatii lisää ja lisää itsekurillista oppimista – mikä joitakin oppilaita selvästi ”potuttaa” ja johtaa aika fundamentalistiseen koulukritiikkiin. Yrittäjyys ei voi kävellä oppisisältöihin noin vain, sen tulee olla osa arvioivaa ja taustoittavaa pedagogista ainesta ja tarkastelutapaa. Näin se saa saman aseman kuin palkka(työ), kuluttaminen tai sosiaaliset harrastukset. Sama kohtalo on yrittäjien ja nuorten etujärjestöillä – pureksimatta tai ilman taustoitettavaa kriittistä esittelyä niitä ei voi kouluun päästää kuin vaalikampanjapäivinä. Joissain nuorten yksitotisissa ehdotusviesteissä näkyy mekaanisen yrittämisen kunnioittaminen, malli jonkinlaiselle pedagogiselle militantismille⁵³. Ilman harkintaa ja nuorten arvostelun vastarintaa EU-kampanjat, yrittäjyyskasvatusprojektit ja yrittäjyys koulun läpilyövä pedagogisena periaatteena muistuttavat kohta 1970-luvun kekkoslaista rauhankasvatusta tai YYA-teemaviikkoa⁵⁴.

Matematiikan tunneilla usein kuulee, että ei näillä laskuilla tee mitään elämässä. Tunneilla voitaisiin opettaa yrittäjyydessä hyödyllisiä laskuja ja muistiinpano-periaatteita (esim. taulukoita) Taulukoita voitaisiin myös harjoitella tietotekniikan tunneilla. Äidinkielen tunneilla harjoiteltaisiin eri tilanteita, joissa hyvä puhetaito on tärkeää (esim. neuvottelu, kokous jne.) Yhteiskuntaopin tunneilla kerrottaisiin veroasioita ja esimerkkejä yrityksistä. Kaikki kielitaito on aina hyvä eli vieraisa kielissä voisi opiskella yrittäjyyteen liittyvää sanastoa. Yrittäjyydestä voisi myös järjestää pienkurssin haluaville jossa kerrottaisiin yrittäjyyden perusasioita ja jos luokkaan saataisiin joku oikea yrittäjä kertomaan ylä- ja alamäistä. (Riku, Turku.)

OMAT KOULUN KIOSKIT, HARJOITUSYRITYKSET JA LEIKKIFIRMAT

Koulun tai jonkun opiskelijaryhmän yhdessä opettajien kanssa perustama yritys, yritysharjoitus tai mielikuvitushanke olivat toiseksi suosituin idea opetussisällöiksi (ehdotuksia 36/165). Useissa pohdinnoissa yrityksen idea saattoi lukijastakin tuntua aika realistiselta ja sosiaalisessa mielessä toteutettavalta ajatukselta. Onhan monissa kouluissa kokemusta esimerkiksi koulun kanttiinin tai kioskin pyörittämisestä oppilaiden harrastuskerhon, luokan tai yhdistyksen voimin. Yritys ei tarkoita ”rahan pauloihin” antautumista, vaan markkinaraon, liikeidean ja vastuiden monipuolista tajuamista käytännön ja kantapään kautta. Varsinkin peruskoulun jälkeisessä opetuksessa yritykset ovat läsnä koulun arjessa, esimerkiksi koulukioskien ja kulttuurituotannon organisaatioina ammattikorkeakouluissa. Varovaisuus on tietenkin tässä valttia. Ongelmatilanteissa voidaan yritysten muodosta ja rajoista oppia.

Useat nuoret paketoivat ideaa harjoitusyrityksestä. Myös sillä voisi olla kytköksiä koulun koko opetusohjelmaan ja oppilaiden sosiaalisen vuorovaikutuksen tapoihin. Esimerkiksi ”joukko oppilaita voisi alkaa pitää joka viikot kierrätyspistettä, se loisi vastuullisuutta”. Tässä katsannossa eri tavoin suojatut ja kasvatukselliset firmat lähestyisivät osuustoiminnallisen yrityksen asemia. Olennaista kuitenkin olisi se, että kysyntä- ja tarjontatekijöiden, arjen ja yrityksen liikekäytännön lisäksi voitaisiin pohtia yritystoiminnan eettistä ja sosiaalista vastuuta. Koulu voisi tukea antamalla tiloja oppilaiden käyttöön. Nuoret voivat tietenkin perustaa kerhoja ja vetää niitä itse. Oppitunneilla voitaisiin antaa



oppilaille vapauksia edistää ideoitaan. Vapaamuotoisen itseapuverkoston, yhdistyksen, osuustoiminnan ja yrityksen eroja sekä erilaisia mahdollisuuksia olisi myös hyvä pitää esillä.

Harjoitusyrityksistä voisi luoda verkkoon aikamoisen mallisovelluksen, josta myöhemmille opiskeluasteille on jo olemassa monia markkinasovelluksiakin. Tällaisista harjoitusyrityksistä käsin voitaisiin oppilasvastausten mukaan aika helposti simuloida markkinakyselyitä ja markkinoinnin suunnitelmia. Myös firmojen sijoitusehdot ja -paikkakuntaharkinnat liittyvät tähän. Vain muutamissa kokeiluissa epäillään omien tuotteiden käyppyyttä tai niiden yliarvioitua, manipuloitua tai vieraannuttavaa tarvetta, käyttöarvoa ja imagoa. Brändeistä puhuvat vain muutamat. Harva nuori näkeekään ”omia virheitä” tai markkinalogiikan yksipuolisuuksia itseä lähellä olevassa liiketoiminnassa. Yritysten ja niiden tuotteen mielekkyyden pohdinta tuntuukin riippuvan opettajan ja yritysasiantuntijoiden kriittisestä arviosta.

Jotkut nuoret jättävät pohdinnan ”leikin tasolle”, mikä ei merkitse mielikuvituksettomuutta tai hankkeen pedagogista avuttomuutta. Ryhmät voisivat suunnitella omat firmat, ja ne joutuisivat monipolvisen koulutuntikritiikin alaiseksi. Tutkielmat voisivat esimerkiksi yrittäjähaastattelujen, pankinjohtajakäyntien, sukufirmakokemusten ja nettilähteiden avulla piirtää esiin eri tavoin koeteltavia yritysprojekteja. Tässä nuoret penäävät juuri sitä, mihin yrittäjäyyskasvatusprojektin paikalliset partnerit ovat heitä yrittäneet virittää – opetuksen empatiaan, peliin ja mukana ideoivaan rooliin. Monissa nuorten tekstioitteissa uskotaan, että nuoret voisivat vaikkapa näytelmien tai taiteenomaisten videoiden kautta tavoittaa jotain markkinoiden ja yritysten roolipeleistä ja intresseistä. Monet ideat lähestyvät viime vuosien luovimpia yritysneuvonnan ja -hautomoiden muotoja:

Yhteiskuntaopin tunnilla voitaisiin perustaa luokan oma yritys ja toteuttaa kaikki yrityksen alan ja nimen miettimisestä tuotekehittelyyn. Ja yrityksen lopettaminen tai konkurssiin ajautuminen käytännössä. Oppilaat voisivat täyttää kaikki tarvittavat paperit ja toimittaa ne ”eteenpäin” opettajalle. Tunteihin voitaisiin sisällyttää vierailuja, esim. pankinjohtajan luona. Pankinjohtaja voisi kertoa kuinka helposti kyseessä oleva pankki antaa lainaa uusille yrityksille alkupääomaksi ja hän voisi kertoa antaisiko lainaa nuorten suunnittelemaalle yritykselle, jos he toteuttaisivat sen todellisuudessa. Mielestäni kaiken tekeminen käytännössä opettaisi nuorille paremmin ja mielenkiintoisemmin kuin pelkkä kirjoista luku. Ehkä se että on tehnyt kaiken jo kertaalleen antaisi nuorille itsevarmuutta siihen kun he todella suunnittelevat oman yrityksen perustamista. (Tiina, Kajaani.)

PELI VIE – PELI TUO: YRITTÄJÄPELITAUTOJAKIN TARVITAAN

Mielikuvitusyritystä lähellä ovat nuorten erityisen kokemuksen inspiroimat yritysmaailmaa simuloivat tai muistuttavat rooli-, liikevoitto-, näytelmä- ja yritysleikit ja pelit (ehdotuksia 10/165). Roolipelit lähestyvät jopa larppauksen muotoja. Joku esittää yritysleikkejä opinto-ohjaajan tunneille, toinen puhuu ongelmanratkaisutilanteista, joiden eteen markkinasektorin toimija päivittäin joutuu.

Oppilaiden vastausten mukaan markkinaelämänkin kuviot on alistettavissa ”totisen” leikin sääntöjen alle. Tunnetusti leikin säännöt ovat vakavat, ja niiden rikkoja on pelinpilaja, leikinrikkokkoja (Gadamer 1988). Esimerkiksi Saksassa on olemassa politiikan pelin (*Spiel*) sosiaalipedagogisia sovelluksia, mutta pariin kymmeneen vuoteen ne, yhtenä likaisen pelin muotona, eivät ole olleet lasten ja varhaisnuorten suosiossa. Sen sijaan markkinaehtojen mukaiset ja eettisesti avoimen härskit ”valloita maailma ja ole onnellinen” -pelit kuten nuorten tässäkin esiin nostama kuulu Monopoli⁵⁵ (vrt. amerikkalaisten post-marxilaisten kapitalistinen Monopoli) ovat muodikkaita. ”Pelistä voidaan sääntöjen mukaan aina pudottaa jotkut pois”. Mutta koulusovellukset ovat lähempänä arkimaailmaa, ja niissä tunnustetaan sattuman paikallaolo. Kuten tässäkin raportissa on tullut selväksi, ainakin pienen yrittäjäkapitalistin silmässä asuu sosiaalinen katse. Nettipelit⁵⁶ ovat avoimia sosiaalisille sovelluksille myös markkinoiden suuntaan. Suomessa jäädään kuitenkin usein Nokian tyyppisen teknologian



rajoihin – esimerkiksi arkkitehti-, seutukaava- ja muut ammatteja ja firmoja simuloivat pelit tulevat turhan usein ulkoa. Peli ja leikki lähestyvät jo kantasanojensa kautta näytelmää, jossa voitaisiin monen nuoren mielestä empaattisesti tavoittaa yrittäjän sielunmaisemaa, jännitteistä elämäntarinaa ja kohtalokkaita konkursseja. 15-vuotiaiden tarinoissa on tragiikan tuntua, jaksotusta, kuten seuraavat kirjoitukset osoittavat:

Yrittäjyyttä voisi opettaa pelin kautta. Oppilaat perustaisivat mielikuvitusyrityksen. Siinä oppilaat saisivat tutkia rahoitusmahdollisuuksia ja tuotteiden hinnoittelua. Peliin kuuluisi pelikortit jotka kertoisivat yrityksen menestyksen ja vaikeat ajat ja siinä oppilaat saisivat miettiä miten tästä jatketaan. (Sanna-Mari ja Henna, Sonkajärvi) // Yrittäjyyttä voisi käsitellä erilaisten yrittäjyyteen liittyvien näytelmien avulla. Sen avulla oppisi paljon yrittäjien toiminnasta ja hyvän näytelmän onnistumiseen tarvitaan luovuutta ja mielikuvitusta ja näytellessä saa ”todellisen” tuntuman millaista on olla yrittäjä. Esim. voisi luoda näytelmän missä nuorehko ihminen päättää ryhtyä yrittäjäksi, perustaa oman yhtiön, yhtiö alkaa tuottaa rahaa ja työntekijöitä tarvitaan paljon. Nuorehko yrittäjä on saanut tavoitteensa täytettyä, kunnes kaikki alkaa menemään huonommin, työtulos huononee ja sitten yritys joutuu konkurssiin. Näytelmässä voisi kuvata konkurssin jälkeistä elämää ja toiminta tapoja. Mutta tuo on vaan yksi esimerkki, näytelmien aiheita on rajattomasti. (Heini, Kuusamo.)

Lisäksi nuorilla oli monia muita yleisiä tai hyvinkin yksilöityjä yrittäjyyskasvatuksen ainekohtaisia edistämiseksi. Ryhmätöitä ja niiden monipuoliset tavoitteet ja toiminta- ja tietoperustat olivat muodikkaita. Niitä oli vastaajien ideoinnissa sovellettu koulua varten ja monesti niiden taustalla oli myös ihmishuhtaiden maksimeja. Joku nuori pohti brändien maailmaa ja uskoi, että kekseliäitä mainoslauseita kokeilevan projektin tarkoituksena voisi olla myös hauskojen sisältöjen, kikkojen ja niiden uskottavien rajojen harkinta ja testaaminen oikeassa yritysmaailmassa. Sosiaalisessa ja taloudellisessa mielikuvituksessa on kyse myös humanistisesta ytimeästä. Voidaan oppia eri elämäntaitojen ja organisaatioiden paradokseista, rajoista ja yhteistoiminnasta. Julkiset, poliittiset ja taloudelliset organisaatiot käyvät koko ajan kamppailua keskenään: mitä enemmän näitä suhteita pohditaan ja treenataan esimerkiksi kouluissa, sitä enemmän voi puhua myös synergiasta ja sovittamattomien etujen lakaamisesta. Mikä estäisi meitä vielä tästäkin laajentamasta yleisöjä, esimerkiksi vähemmän ansaitsevien (eläkeläis-)yleisöjen suuntaan? Yhteisprojektit seniorien kanssa ovat osa sosiaalipedagogiaa varsinkin Saksassa. Samalla muutamien nuorten tunnistama sukupolvittainen oppiminen voisi näkyä käytännössä, myös eettis-poliittisesti.

Olisi hauska tietää, mitä keskimääräinen yhteiskuntaopin opettaja sanoisi seuraavasta rahan tuottamisen pikku-sammosta. Jos ja kun voittorahojen yhteiskunnallinen hinta ja -etiikka käsiteltäisiin myös, voisi idealle löytyä hyvinkin tilaa yhteiskuntaopin tunnilta:

Yhteiskuntaopissa voisimme aloittaa sivuprojektin, jossa luokan vapaaehtoiset oppilaat jaettaisiin 2–5 hengen ryhmiin ja jokaiselle ryhmälle kerrottaisiin tuote, jota heidän täytyisi myydä koulussa (esim. karkkia tai limsaa) vaikka kuukauden ajan mielellään voitolla. Ryhmille annettaisiin alkupääomaa 5–10 €. Kuukauden lopulla opettaja keräisi voittorahat ja ne säästettäisiin vaikka luokkaretkeä varten. (Tanja, Pellosniemi.)

16–29-vuotiaiden kyselytutkimuksen (N=417) suomalaisnuorista kolmasosa (yhteensä 125)⁵⁷ pohti aktiivisesti avovastauksessaan, ”mikä on perustavin ja mieleenpainuvin koulukokemus yrittäjyyden teemasta”. Vastaukset olivat monimielisiä, koska suuri osa nuorista ei suinkaan ollut tyytyväinen kouluelämän yritysopetukseen tai -motivoointeihin. Yrittäjyyskasvatus on huomioitu vastaajien kouluissa hyvin eri tavoin ja tasoilla. Osaa koko kysymys huvittaa tai herättää turhauttavan muiston, toisille taas muistui mieleen imponoivia oppimuistoja tai epävirallisia kouluajan inspiraatiolähteitä tai ihmisiä. Tulokset nuorille ”kolahtaneista” kokemuksista tukevat vankasti 15-vuotiaiden kouluaineiden ja varsinkin yrittäjyysaineiston tiedustelun välittämiä tietoja niistä tekijöistä, joita nuoret odottavat yrittäjyyskasvatukselta ja yrittäjäksi johtavalta kokemuspöluilta.

Parilla kymmenellä nuorella (19) oli täysin turhauttava tai masentava kokemus kouluinstituution



yrittäjäsisällöistä. Merkittävä ryhmä nuorista empi, oliko koko yrittäjyys minkäänlaisena teemana esillä oman koulutusperiodin aikana. Käytännöllisen surkea, mutta yksikäsitteinen aineiston viesti olikin: yrittäjyyskasvatuksen ja markkinatoimijoiden asemaa ei ole lainkaan turvattu kaikissa kouluissa. Yrittäjäpolun mahdollisuudesta ammatinvalintana ei voi puhua, kun sitä ei ole koskaan esitelty kaikille nuorille. Monet 16–17-vuotiaatkin olivat ”pihalla kuin lumiukko” yrittäjätietouden suhteen: 2000-luvullakin on olemassa kouluja, joissa ei ole puhuttu mitään yrittäjyyskasvatuksesta. TET:it, sisäiset yrittäjyydet ja opetussuunnitelmien imperatiiviset lauseet on yksinkertaisesti ohitettu tai pinnallistettu.

Muutamilla nuorilla oli hajanaisia muistikuvia yrityssisällöistä – teoreettisuus, satunnaisuus ja valinnaisuus (4) ovat jääneet mieleen: ”Yrittäjyysopinnot olivat kaikkiaan pelkkää teoriaa, ei mitään konkreettista”. ”Yrittäjyyttä ei käsitelty normaaliopetuksessa, se tuli valinnaisuuden myötä”.

Osa vastaajista ei ollut lainkaan tyytyväinen (8) konkreettisiin yrittäjäoppeihin, mutta jaksoi olla sarkastinen ja pirullinen. Asia on painanut mieltä ja siitä on puhuttu. Sarkasmin toinen puoli on jonkinlainen poliittinen toimintalupaus, ”takataskussa on vielä käyttämättömiä kortteja” erilaisiin yrittäjäpoliittisiin toimiin, ”mielialagraffiteihin” ja polemiikkiin.

Myös kaksi kolmasosaa haastattelututkimukseen osallistunutta, jotka eivät reagoineet avokysymykseen kouluajan yrittäjäteemoista, olivat suurelta osaltaan ”sormi suussa” (ambivalentti tai tyhjä olo ja suhtautuminen) kysymyksen kuultuaan. Vastauksensa antaneista kuitenkin valtaosa, kolme neljäsosaa, pohti kouluajan inspiiraatioitaan monessa suhteessa ja monella mielellä.

YRITYSHARJOITELMISTA OMIIN PROJEKTEIHIN JA INNOSTAVAAN SIMULAATIOON

Ne nuoret pohtijat, joilla oli käytännön kokemuksia työ- ja yritys-elämästä tai markkinamaailman toimijoiden vierailuista kouluissa (n=36) kiittelevät tai arvostavat kokemusta. Monet ilmaisut osoittavat, että kontaktit eivät ole jääneet muodollisiksi: opetus ja kokemus ovat täydentyneet ainakin vastaajien miellissä korvaamattomalla tavalla tai henkilökohtaisin sidoksien. TET-kirjaimet nousevat tässäkin myönteisesti esiin, mutta myös muut työssä oppimisen ja -harjoittelun muodot tulevat mainituiksi. Samalla on huomattava se, että myönteinen käytännön kokemus ei tässä suinkaan aina asetu käsitteellisempää tai koulumuotoista työmuotoa vastaan vaan voi täydentää sitä. Korrekti yrittäjyyskasvatus ja sen opettaja toimii mentorina tai Pietaksena koulun ja yrityksen välissä. Ihmisen toimintaa ohjaa useimpien yhteiskuntateorioiden mukaan aina jonkinlainen kulttuurinen jäsenyys ja kokemus ja käsitteellinen tapa hahmottaa asioita ja tehtäviä.

Murrosikäisten peruskoulunuorten tapaan myös varttuneemmat kyselyn nuoret nostavat yrittäjyyden osalta stimuloiviksi koulukokemuksiksi pienryhmätyöskentelyn sekä peli- ja simulaatiomenetelmät, joilla tavoitellaan ja kokeillaan yritysmuotoa ja -käytäntöä (n=21). Tämä myönteinen ”kokemuspedagogian” klassinen oppimiskokemus yllätti tämän raportin kirjoittajan, joka epäili alun perin vain 15-vuotiaiden tietokonefriikkien oivaltavan simuloinnin ja pelinomaisen oppimisen ajatuksen! Vanhemmatkin ovat tietokoneaddikteja, mutta myös sosiaalisen opin ja leikin vakavia kannattajia. Hyvä näin: näissä opeissa painaa myös kyky kulttuuriseen peliin heittäytymiseen ja oivallukseen. Monissa ihmisen muutosta ja kehittymistä filosofisissa ja kulttuurisissa teorioissa (kielen, vuorovaikutuksen, inhimillisen dialogin ja empatian) pelinomaisuus on avainasemassa. On hauskaa ja provosoivan kivaa huomata, että yritysmaailman lähetyksessä toimii tämä herkkää vaistoa vaativa pärjäämisen, taitamisen ja sosiaalisten suhteiden laji ja muoto. Yrittäjien kohdalla on myös usein kyse epävirallisista keinojen ja sosiaalisten roolien oppimistavoista ja -peleistä.



BUSINESS PLAN JA KONKURSSIN TEHNYT OPETTAJA

Perinteisemmät koulun työ-, projekti- ja suunnitteluopit ovat monesti osa vaikuttavaa käytännöllis-räätälöivää oppia. Oppimisympäristö ja aineistonhankintatavat siirtävät pedagogian painopisteen luokkahuoneen ulkopuolelle. Parhaimmillaan se lähestyy edellisen ryhmän innovatiivisia metodeja ja oppimiskuvioita (n=20). Kurssit ja yritystoiminnan käytäntöjä tavoittavat työmuodot, toimivat karismaattiset opettajat sekä epäviralliset ”kolahdukset” ja oppisuunnitelmat tuovat yrittäjän elämäntapaa ja erilaisia toimintatapoja lähemmäksi opiskelijoita. Koulujuttuja arvioivat muistot – tarkat ja yksilöidyt kuvaukset – osoittavat, että esiin nostetut kokemukset ovat kääntäneet nuorten oppitien suuntaa. Epäitsenäiset oppilaat ovat voineet saada käytännön virikettä omia herätteitä kohtaan:

Business plan -viikonloppu (jos muistan nimen oikein). // Oman yritysideo keksiminen. // ”Perustin” oman yrityksen alusta lähtien itse opettajan neuvoilla. // Kaupallisissa opinnoissa meillä oli oma kioski. (M16) Taisi olla eräs uuden yritysideo keksiminen ja esittäminen ryhmätyönä. En kyllä edes muista mikä se oli, niin vähän meillä keskityttiin yrittäjyyteen! // Markkinoinnin kilpailukeinot sekä Maslow`n tarvehierarkia. // Ammattikoulu-yritysesittely, joka tehtiin haastatteleamalla. Peruskoulu- ja lukioajoilta ei muistikuvaa edes ole! // Oman opinnäytetyön teko; tutkin millaisilla matkailutuotteilla pienet kunnat voisivat houkutella EU-matkailijoita. // Matikan tunnit ja ekonomian tunnit. // Yrittäjyyskurssi tekussa. // Biologian opettajan pyrkimys alkaa freelancer-luontokarkoittajaksi. // Meillä oli yrityksen perustaminen -kurssi, jossa opin paljon. // Oman yrityksen perustaminen -kurssi. // Päätöslaskelmat -kurssi, jossa oppi kannattavuuteen liittyviä seikkoja ja laskemaan sitä, sekä ennakoimaan. // Oma ryhmätyö, jossa tutustuttiin johonkin yritykseen. // Yrittäjyyskurssi kankaanpään opistossa. // Yrityksen perustaminen, sidosryhmät, rahoitus ja kannattavuuslaskenta. Kaikki perustamiseen liittyvät teemat olivat mieleen painuvia. // Liikesuunnitelman kehittäminen. // Musiikkiprojektissa mukana oleminen.

Osa avovastauksista raportoi kouluajojaan siten, että perinteinen oppi, yrittäjäsosialisaation raadolliset mutkat ja ikuiset viisaudet ajoittuvat juuri opiskeluaikaan:

No tietysti se, että molemmilla vanhemmilla on oma yritys – joten olen kahden tulen välissä. // Yrittäjyyden opinnot vasta tulossa, mutta laatu ja asiakas ovat mielestäni johdon ohella avainasemassa. // Sijoittaminen pörssiasakkeisiin ja sijoitusten seuraaminen sekä oman virtuaalifirman perustaminen. // Työtä ja työtä, ei lomiam. // On itsensä pomo, riskien suuruus, ajan puute. // Se kuinka riskialtista se on. // Lama-aikana kirjoitin aiheesta aineen hyvin arvosanoin.

Avovastaukset ovat siitä hieno tiedonlähde, että sen kautta on mahdollista lukea myös yksilökohtaisia draamoja ja oppeja. Usein ihmiset oppivat toisiltaan, yleisistä ja henkilökohtaisista kriiseistä, elämäntarinan aiemmista ongelmista, virheistä tai (työ)voitoista. Tässä raportissa myöhemmin esiin nouseva konkurssin peikko nousee esiin tässäkin; monet nuoret halusivat kohdata opetuksessa konkurssin esimerkiksi pankinjohtajan tai epäonnistuneen yrittäjän hahmossa. Poikkeavat yritysjuoksuuden karimat ja harrastukset pysäyttävät monia, kiinnostuksen kohteet ja yritysmaailman hahmottamisen tavat voivat sopivan kokoisten frustraatioiden ja haasteiden keskellä muuttua. Epävirallisilla tilaisuuksilla, kohtaamisilla on paikkansa, kun yrittäjien maailma ja intohimot aukenevat opiskelijoille. Jari Sarasvuon – koskettava ja toisia ärsyttävä – ääni kuuluu tässäkin aineistossa:

Opettajan firman konkurssi. // Biologian opettajan erityisammatti-intressi. Vanhempi kurssitoveri kertoi oman yhden hengen yrityksen perustamisesta käytännönläheisesti. // Kääntäjä, joka aikoi perustaa oman firman. // Kun opettaja puhui tietyistä yrityksistä joka ikinen tunti. // Jari Sarasvuon vierailu. // Hirveä kaupallisten aineiden opettaja, sai potkut myöhemmin. // Opettaja KN, joka raportoi omista matkoistaan ja katui, ettei ollut aikoinaan yrittänyt sillä alueella, jonka osasi (kirjan tekijä).



NUORTEN KANNAT YRITTÄJYYSKASVATUKSEEN

TEOREETTINEN KOULU EI AVAA OVIA YRITTÄJÄVIERAILLE

Seuraavat kuviot (10–11) tarkentavat mielekkäällä tavalla nuorten aineiden sanomaa, yrittäjyyskasvatuksen ainekohtaisia ideoita ja avovastausten tulkintoja. Luettuaan kilpa-aineiston perustekstit ja nuorten ideat tutkijan oli helppo muokata haastattelututkimuksen (avo)kysymykset opetusmenetelmistä ja sisällöistä. Vain harvoin kyselytutkimuksissa tunnetaan yhtä paljon haastateltavien aivoituksia sekä osataan kysyä mielekkäällä tavalla asioita ja vastarintaa sisältäviä asenne-arvoja. Tässä on yksi erilaisen, samassa tutkimuksessa käytettyjen menetelmien ja aineistojen (triangulaation) mieli. Nuorten keskuudessa testatut väitteet on tässä (kuvio 10) asetettu järjestykseen niiden saaman hyväksynnän ja suosion mukaisesti.

Tekstiaineistoissa vahvasti lämminneet tulkinnat nuorten yrittäjyyskasvatuksen sudenkuopista ja kehittämisvisioista nousevat selvästi pinnalle myös tilastollisessa tarkastelussa. Perusluottamus koulun yrittäjyyskasvatuksen kehittämisvisioon on selvä. Selvän nuorten enemmistön mukaan se voi ratkaisevasti vähentää yrittäjyyteen liitettyjä turhia ennakkoluuloja, riskejä ja pelkoja. Tämä rohkaisee opettajia, hallintoa ja partnereita. Koulun ja työelämän välinen vuorovaikutus on tässä avainasemassa. Yhteistyön, vaihdon ja hyödyn tulee olla molemminpuolista. Työharjoittelut⁵⁸, TET ja monipuoliset yritysvierailut ovat *top ten*-listan kärjessä, ja toisaalla nuoret vastaavat selvästi kysymykseen yrittäjävierailuista: suurin osa nuorista on sitä mieltä, ettei koulussa vieraile tarpeeksi monipuolisia yrittäjiä. Samalla tavalla nuoret selventävät tutkijalle, ettei koulu suinkaan anna tarpeellisia tietoja yritysten kannattavuudesta ja markkinoinnista. Melkein samalla voimalla tulee selväksi, että nuoren PK-yrittäjän erityisen niukat sosiaaliset olosuhteet – heikkojen tulojen ja itsekurillinen arki – eivät tule esiin suoraan koulusisällöistä; nuoret saavat tiedon tästä muualta, omista havainnoistaan ja ”arkisista viidakkorummuista”. (Kuvio 10.)

Jännittävä riskiyhteiskunnallinen testikysymys tässä yhteydessä oli se, saavatko nuoret tietoa markkinoiden ”yhteiskuntavastuusta”. Samaa asiaa lähestyttiin myös laajemmin kysymällä, osallistuvatko he yritysten ekologista ja sosiaalista vastuuta koskevaan keskusteluun. Kyselyyn osallistuneiden nuorten vastaus hankalaan tutkimuskysymykseen on epäilevä ja epävarma. Kuitenkin myönteisten vastausten ilmestyminen kuvaan on ainakin spekuloitava merkki siitä, että yrityksetkin ovat 2000-luvun koulu- maailmassa pohdiskelevan ja vastuuta penäävän katseen alla, ehkä päivä päivältä enemmän? Erilaisten yhteiskuntavastuun kantajien etiikka sekä teemaan liittyvä poliittinen retoriikka on aikamme kiehtovimpia poliittisia keskusteluita. Nuoret opiskelijatkin voivat pohtia, onko yhteiskuntavastuu toimijoiden imagon rakennusta vai osa todellista yhteiskunnallisen vastuun laajentumista ja sisäistymistä. Mitä on akateeminen, taloudellinen tai yhteiskuntaideologinen tieto ja vastuunymmärrys? Entä niiden keskinäissuhde?

Opetuksen abstraktisuus ja menetelmät nousevat tässä empiiristen tulosten suoraan valokeilaan. Populaari ja koulukeskustelussa pitkään kivettynyt ajatus koulun epäkäytännöllisyydestä pulpahtaa taas voimalla esiin. Puolet nuorista kannattaa väitettä, jonka mukaan ”Koulussa oppii tietoja ja käsitteitä – ei toimintaa”. Nuorten kannanotot väitelauseeseen ”Koulun paperinmakuinen tieto ei kosketa käytäntöä” ovat jo astetta miettelämmät. Ja kun asenteita problematisoiva teesi ”Yrittäjyyskin on teoriaa ja sanoilla luomista” tulee vastaajien pureksinnan alle, voimme huomata, että teorian (käsitteiden) ja käytännön suhde on nykyisin moniulotteisempi myös nuorten keskustelussa ja koulunpenkeillä. Hyvä näin!

Vain harvat nuoret vanhan ja ilkeän insinöörivitsin tapaan uskovat, että työ on aina jonkinlaista yksinkertaista luonnon kaavan kaltaista muokkaamista, jossa ei sanoja ja teorioita tarvita. Nytemmin myös luonnon, tekniikan ja talouden ilmiöt nähdään osittain sosiaalisesti rakentuneina (tarkkailijan omassa päässä luotuna): niiden tulkinta riippuu ihmisen taustasta, kulttuurista sekä teorioista ja ar-



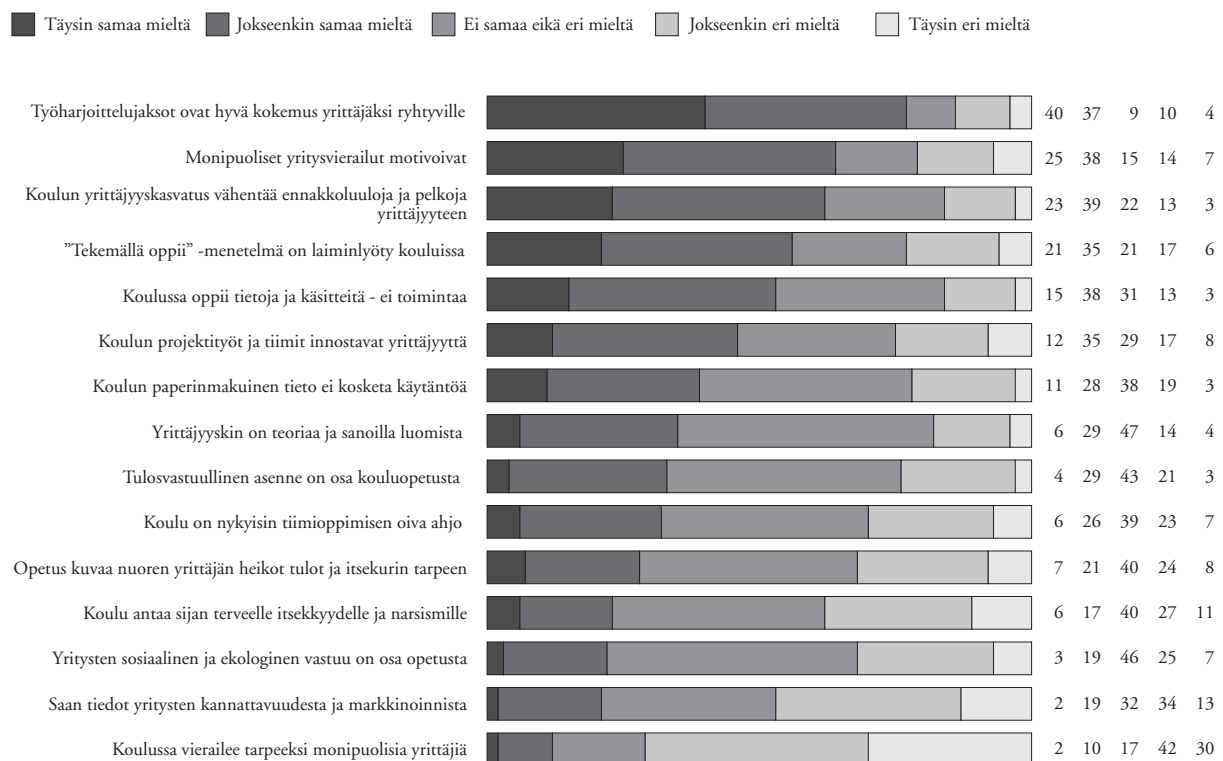
voista. Toisaalta yrittäjyyskin on entistä enemmän muuta kuin tekemistä tai käsillä puurtamista: on luotava esteettisiä arvoja ja muotoja, mielikuvia, mainoksia sekä kulttuurisia tuotteita ja palveluita. Myös yrittäjyys on merkitysten (uusien tulkintojen, tietoperustojen, brändien) tuotantoa.

”LYYRAMAISTERIN” LUOKKAHUONEESTA TEKEMÄLLÄ OPITTUIHIN TAITOIHIN

Menetelmäkeskustelun kannalta on myös kiintoisaa nähdä, että projekti- ja tiimityöt (erilaisissa oppimisympäristöissä) sekä tekemällä oppii -periaate ovat edelleen aineiston nuorten suosiossa. Pedagogiassa suosiotaan kasvattavat tiimi- ja projektityö tavallaan välittävät äärimmäistä autoritaarista ”lyyramaisterin” luokahuoneopetusta ja työelämän ryömivän käytännöllistä ja suorittavaa työoppia. Kuten edellä opimme, käytännön ongelmaratkaisuja hakevat sekä yleistiedon ja menetelmien saloja avaavat projektit, jotka koko ajan saavat laadukasta ohjausta opettajalta, ovat kallis ja vaativa työmuoto kouluissa. Nuoria ei voi vain lähettää työelämään tai kirjastoon. tekemällä oppimisen menetelmä istuu hyvin lähtökohdaksi monissa kouluissa ja opiskelijaryhmissä, joilla on ollut vierastamis- tai syrjäytymiskokemuksia luokahuoneopetuksen peruspoljennosta ja kilpailusta. (Kuvio 10.)

Aiemminkin pohditut koulun tiukat (pakko)yksilölliset toiminta- ja arviointitavat saavat tässä lisävalaisua. Tulovastuullinen asenne toteutuu kouluopetuksessa, mutta kaikki nuoret eivät ole siitä niinkään varmoja, ja neljäsosa kiistää sisäistetyn tulos- tai laatuvaluuperiaatteen onnistumisen. Markkinaehtoisen tuloskontrollin trendi on olemassa, mutta nuorilla on vielä muitakin kilvoittelun ja arvopohdinnan sekä niillä pelaamisen humanistisia tai piilo-oppisuunnitelman mukaisia tavoitteita ja keinoja opiskelussaan.

KUVIO 10. Nuorten asenteet kouluopetuksen menetelmiä ja sisältöjä koskeviin väitteisiin. Miten hyväksyt koulun opetusta koskevat seuraavat arvioinnit ja väitteet? (N=417.)





Ajatus, että suomalaiskoulu olisi ”kokonaan päässyt tai eksynyt eroon” yhteisistä arvoistaan, ei saa kannatusta haastatteluaineistosta. Koulu antaa nuorten vastaajien mukaan aika heikosti sijan ”...terveelle⁵⁹ itsekkyydelle ja narsismille”. Tulos on ristiriitainen, ja erot eivät ole dramaattiset, mutta ainakin tällä hetkellä on niin, ettei yksilöllisyys ja oppimistapojen tai -rytmin valinnaisuus ole johtaneet täydelliseen hajautumiseen ja egoismiin oppiyhteisön ihmiskäsityksen tasolla. Yksilö voi haluta elää sosiaalisesti ja huomioida muita omissa koulu yhteisön (oppimis-)valinnoissaan. (Kuviot 12 ja 13.)

Aineiston monimuuttujamenetelmä (taulukko 9, faktorianalyysi) nostaa heti esiin latautuneen myönteisen ulottuvuuden. Ykkösfaktori ”tiimi- ja työelämäopetuksen kynnyksiä madallettu” saa korkeimman latauksen kouluopetusta koskevien yhteismuuttujien joukossa. Se yhdistää keskeisiä viime vuosien opetusmuotoa koskevia uutuuksia yrittäjyyskasvatuksesta projekteihin ja tiimityöhön. Tulevaisuuden kannalta on myös kiintoisaa huomata, että juuri hyvin koulutettujen keskuudessa asuu tällainen myönteinen kouluja koskeva kokemus. Yrittäjäpolitiikan kannalta löytyy myös relevantti yhteys: tiimi- ja työelämäkuviot ovat kunnossa nimenomaan sellaisten nuorten keskuudessa, jotka joko halusivat perustaa yrityksen, mutta ovat siirtäneet sen kauemmas tulevaisuuteen tai sellaisten vastaajien keskuudessa, jotka voisivat perustaa yrityksen, kunhan ehdot ja rahoitus merkittävästi helpottuisivat. Myönteinen koulusta tuleva yrittäjyyskasvatuskokemus yhdistyy siis PK-yritysten harkintaan. Ajatus on jäänyt elämään näissä ryhmissä! (Taulukko 9.)

Vastaavasti yritysajatuksen ohittavat tai kieltävät eivät usko tähän myönteisen yrittäjyysopin kehityssuuntaan. Liikeidean puutteessa firman tai toiminimen perustamista pohtivat eivät ole saaneet tähän yllykettä koulun yrittäjähenkisistä projekteista. Aktiivisesti ja tarkasti avovastauksissaan yritysvisionsa kertovat nuoret eivät liioin usko kouluopetuksen inspiraatioon menetelmien tasolla. Vastaajien vanhemmissa ja miehisissä ryhmissä ollaan myös kyynisiä tai epäluuloisia. Kouluopetuksen kasvatukselliset puitteet useimmiten saavatkin juuri naisten luottamuksen. Ammattikorkean tutkinnon suorittaneet arvostavat omaehtoisuutta, mutta heillä on katkera kokemus (Paakkunainen 2002) opinahjojensa kyvystä toteuttaa ideaaliaan. Heikosti resursoitu ja pohdittu opetuksen työelämä- ja kysyntälähtöisyys tuottaa lupauten jälkeen suuria pettymyksiä, mainoslehtisiä.

Kakkosfaktori kokoaa muuttujia, joiden kautta nuoret arvioivat tekemällä, toimimalla ja käytännössä tapahtuvilla menetelmillä toteutuvaa kouluopetusta. ”Käytännön, tekemällä oppimisen ja toiminnan kentillä pettynyt” (faktori 2) ovat juuri amk-koulutuksessa olleita. Myös vanhemmat vastaajaryhmät ja maaseudun kokemuspiiri nostavat arvostelua korkealle. Vakavasti ja kirjoittamalla ideoiden yritystä perustavat nuoret yhtyvät kritiikkikerhoon. Sen sijaan nuorimpien haastateltujen keskuudessa ei esiinny kritiikkiä, samoin (toistaiseksi) ilman mitään tutkintoa opiskelevat, aineiston nuorimmat, eivät halua arvostella moderneja menetelmiä ja niiden soveltamista koulutyössä. Nuoret, joilla ei ole aikeita tai intohimoa perustaa yritystä, eivät näe ongelmaa koulun paperinmakuisessa epäkäytännöllisyydessä. (Taulukko 9.) Toisaalta, nuorimmat ovat todennäköisemmin saaneet kosketuksen yrittäjyyskasvatuksen sisältöihin ja TET:iin. ”Yritysvierailut innostavat” -faktoriulottuvuus (3, taulukko 9) ei ole vahvasti latautunut vaan muodostuu vain yhden muuttujan ympärille. Väitteen kannattajaryhmät ovat kiinnostavia: hyvin koulutettujen, vanhempien vastaajien ja yritystä tarkasti pohtivien nuorten keskuudessa yritysvierailut motivoivat. Sen sijaan erityisen nuorten vastaajien ja vielä kouluja käyvien (tutkinto ei valmis) keskuudessa yritysvierailut eivät jostain syystä viehätä. Ne eivät ole uusia, niihin on saatettu (jo) pettyä?

Jostain syystä juuri 19–21-vuotiaat nuoret kokevat myönteisessä valossa koulutuksen syventävää ja sosiaalis-ekologista tietoa problematisoivan faktoriulottuvuuden (faktori 4, taulukko 9). Sen sijaan vakavien yritysaikeiden kanssa painivat nuoret ja ammattikorkean läpikäyneet eivät usko syvälliseen, dialogiseen ja eettis-ekologisesti pohdittuun yritystietoon. Kyynisiksi jäävät myös vanhimmat vastaajat.



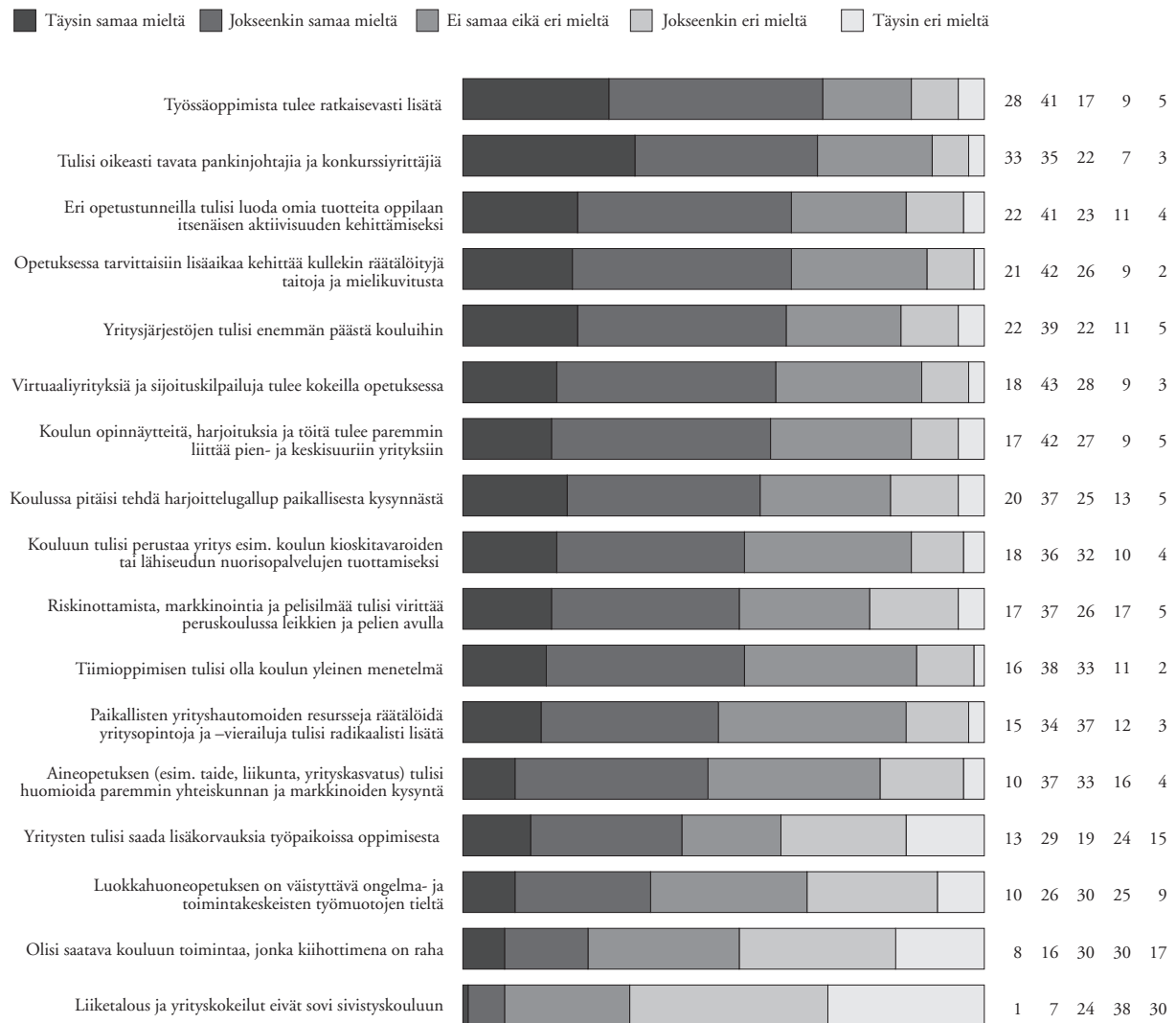
TAULUKKO 9. Nuorten asenteet kouluopetuksen menetelmiä ja sisältöjä koskeviin väitteisiin. Rotatoidun faktorimatriisin ja -pistemäärien keskiarvojen tarkastelu eräissä sosiaalisissa taustoissa*. (N=417.)

FAKTORI 1 Tiimi- ja työelämäopetuksen kynnyksiä madallettu	FAKTORI 2 ”Learning by doing, action and practice” – laiminlyöty	FAKTORI 3 Yritysviereilut innostavat	FAKTORI 4 Syventävä ja sosiaalis- ekologinen tieto
<p>Kouluprojektit ja tiimit innostavat yrittäjyyttä</p> <p>Koulun yrittäjyyskasvatus voi ratkaisevasti vähentää yrittäjyyteen liitettyjä turhia ennakkoluuloja, riskejä ja pelkoja</p> <p>Työharjoittelujaksot ovat hyvä kokemus yrittäjäksi ryhtyville</p> <p>Koulu on tiimioppimisen oiva ahjo</p> <p>Yrittäjyys on teoriaa ja sanoilla luomista</p>	<p>Koulussa oppii tietoja ja käsitteitä – ei toimintaa</p> <p>”Tekemällä oppii” - menetelmä on laiminlyöty koulussa</p> <p>Koulun paperinmakuinen tieto ei kosketa käytäntöä</p>	<p>Monipuoliset yritysvierailut motivoivat</p>	<p>Saan tiedot yritysten kannattavuudesta ja markkinoinnista</p> <p>Koulussa vierailee tarpeeksi monipuolisia yrittäjiä</p> <p>Yritysten sosiaalinen ja ekologinen vastuu on osa opetusta</p>
<p>Hyväksyy...</p> <p>+ ylioppilastutkinto</p> <p>+ ydinmaaseutu</p> <p>+ haluaisi, mutta on siirtänyt sen kauemmas tulevaisuuteen</p> <p>+ perustaisi, jos ehdot ja rahoitus selviävät helpottuisivat</p>	<p>Hyväksyy...</p> <p>+ 28 v. tai vanhempi</p> <p>+ toisen asteen ammat. koulutus</p> <p>+ ammattikorkeakoulu</p> <p>+ kaupunkien läheinen maaseutu</p> <p>+ harvaan asuttu maaseutu</p> <p>+ aktiivinen, tarkka kuvaus yrityksen perustamisesta (avoin)</p> <p>+ suunnittelee vakavissaan yrityksen perustamista (N=11)</p>	<p>Hyväksyy...</p> <p>+ 25 v. tai vanhempi</p> <p>+ toisen asteen amm. koulutus</p> <p>+ korkeakoulu</p> <p>+ ylioppilastutkinto</p> <p>+ kaupunkimainen kunta (N=18)</p> <p>+ harvaan asuttu maaseutu</p> <p>+ aktiivinen, tarkka kuvaus yrityksen perustamisesta (avoin)</p>	<p>Hyväksyy...</p> <p>+ 19–21-vuotiaat</p>
<p>Ei hyväksy...</p> <p>- miehet</p> <p>- 28 v. tai vanhempi</p> <p>- ammattikorkeakoulu</p> <p>- aktiivinen, tarkka kuvaus yrityksen perustamisesta (avoin)</p> <p>- ei tule perustamaan yritystä</p> <p>- valmis perustamaan yrityksen, mikäli keksisi hyvän liikeidean</p>	<p>Ei hyväksy...</p> <p>- 18 v. tai nuorempi</p> <p>- ei ammatillista koulutusta</p> <p>- ydinmaaseutu</p> <p>- ei tule perustamaan yritystä</p>	<p>Ei hyväksy...</p> <p>- 18 v. tai nuorempi</p> <p>- ei ammatillista koulutusta</p> <p>- kaupunkien läheinen maaseutu</p> <p>- suunnittelee vakavissaan yrityksen perustamista lähiaikoina (N=11)</p>	<p>Ei hyväksy...</p> <p>- 28 v. tai vanhempi</p> <p>- ammattikorkeakoulu</p> <p>- aktiivinen, tarkka kuvaus (avoin)</p> <p>- suunnittelee vakavissaan yrityksen perustamista lähiaikoina (N=11)</p>

* Ks. selitys edellisen rotatoidun faktorimatriisin popularisoidulle kuvaukselle. Extraction Method: Maximum Likelihood. Rotation Method: Varimax with Kaiser Normalization.



KUVIO 11. Nuorten kannanotot kouluopetuksen kehittämistä koskeviin väitelauseisiin. Miten hyväksyt koulun opetusta koskevat seuraavat kehittämisväitteet? (Haast., N=417)



NUORTEN POPULAARIOHJELMA YRITTÄJYYSKASVATUKSESTA

Taulukko 9 kertoo tarkemmin, miten nuoret suhtautuvat opetuksen konkreettisempaa kehittämistä koskeviin väitelauseisiin. Ne mahdollistavat populaarisen ohjelman kirjoittamisen. Ohjelman paino yrittäjäpolitiikassa kasvaa, kun tiedämme, että kannanotot ovat aineiston koko ikäryhmän tukemat. Mukana ei ole vain nuoria yrittäjiä. Kun vastaukset kuvataan järjestyksessä, suosituimmasta kehittämissuunnasta vähiten kannatettuun, saadaan oiva yhteenveto. Lista on realistinen kuva aiemmista analyyseista, jotka ovat perustuneet vähemmän edustaviin aineistoihin. Työn ja koulun vuorovaikutusmuodot täsmentyvät näissä väitteissä.

Nuoret pohtivat aktiivisesti kantaa ottaen yrittäjien oikeutta saada korvausta työssä oppimisen resursoinnista ja kehittämisestä yhtä lailla lisäkorvausten puolesta kuin niitä vastaan. Myös yrittämisen nurjat ja pelottavat puolet tulisi nuorten mielestä nostaa esiin. Pankinjohtajien ja konkurssiyrittäjien tapaamisessa saattaisi olla tirkistelyn eksotiikkaa, mutta vain näin koko kuva yritysmaailmasta voisi todellisuutta vastaavassa mielessä tarkentua. Nuorilla ei näytä olevan mitään sitä vastaan, että yritys-



järjestöt ja muut paikalliset partnerit tulisivat mukaan koulujen yrittäjäkeskustelujen syventämiseksi. Pallo on heitetty myös paikallisille yrittäjille. Kädenojennukseen ei aina tartuta – siitä on hallituksen yrittäjyysohjelma ja yrittäjyyskasvatuksen kumppanuuskokeilu oivia esimerkkejä. Voi tietenkin kysyä, riittääkö partnereilla aika ja toiseksi: koulua lähellä olevien partnereiden hyväksikäytöllä on varsinkin peruskoulussa rajansa – pian eri intressitahot Suomen Partiosta Greenpeaceen ja SAK:hon kehrittelevät omia mannekiinejaan taitavine retorisine temppuineen.

Räätälöidyt, kunkin opiskelijaryhmän omia aiheita syventävät alateemat nousevat entistä määrätietoemmin tässä analyysissä esiin. Tämä koskee taitojen ja mielikuvitusta inspiroivien työmuotojen lisäksi nuorten omia tuotteita. Jos johonkin niin työelämä- ja yritysoppiin voi liittää opinnäytteiden tuotteistamisen. Nythän sitä tungetaan osana tulostavasti operaatioita kaikkialle, aina kulttuuria ja uskontoa myöten. Kehittelyn logiikka tuottaakin pian yritysystävällisen peruspalvelun: koulun opinnäytteitä, harjoituksia ja töitä tulee liittää paremmin pien- ja keskisuuriin yrityksiin. Näinhän tapahtuu jo nyt. Yleiskuvan saaminen tilanteesta on vaikea, koska tilanne eroaa ikäryhmien ja koulu- ja työmuotojen välillä. Tämän markkinahenkisen johtopäätöksen kanssa kannattaa olla myös varovainen, harjoitustöiden tulee avautua eri puolelle yhteiskuntaa – yhtä lailla kulttuuriin, sosiaalisiin suhteisiin kuin politiikkaan ja talouteen. Parhaimmillaan näistä töistä voi olla yritykselle hyötyä, varsinkin jos nuoret keskittävät tarmonsensa johonkin isompaan projektiin ja selvitystyöhön. Tällainen voisi olla paikallinen harjoittelugallup paikallisesta kysynnästä. Mikään ei estä kehittämästä tällaista tilastokyselyä myös kriittiseen suuntaan, jossa yritysten tuotteet ja toiminnan rajat joutuisivat arvioitavaksi esimerkiksi nuorten sosiaalis-ekologisten ideaalien ja arvojen näkökulmista.

”JO ON AIKUIHIN ELETTY”: LIIKETALOUS JA YRITYSKILPAILUT SOPIVAT SIVISTYSKOULUUN

Virtuaaliyrityksiä ja sijoituskilpailuja voi pitää vakavina leikkeinä, joilla voi olla aiempien nuorten virittävien koulumuistelujen tapaan ohittamaton ja pysyvä merkitys nuorten yritysasenteiden kannalta. Ohjelmia ja kehittämisideoita nousee esiin tässäkin raportissa. Nuoret eivät muutoinkaan ole tosikkoja tai moralisoi ”rahalla pelaamista” – ainakaan tiettyyn pisteeseen saakka. Moraalinen raja tulee silloin kun toiminnan kiihokkeeksi nousee pelkkä raha ja voitontavoittelu. Moraalinen raja piirretään selvästi. Nuorten mukaan riskinottamista, markkinointia ja pelisilmää tulisi virittää peruskoulussa leikkien ja pelien avulla. Koulun tulisi perustaa yritys esimerkiksi koulun kioskitavaroiden tai lähiseudun nuorisopalvelujen tuottamiseksi. Näistä sosiaalisista palveluyrityksistä ja -yhdistyksistä nuorilla oli paljon opettavaisia muistoja. (Kuviot 10 ja 11.)

Nuorten markkinamyönteiset asenteet koulutuksen kehittämisessä ovat rohkeita ja radikaalin rikkovia, jos ajattemme suomalaisen koululaitoksen historiaa, jossa on viime vuosikymmenien aikana jopa varottu kasvatukselle ja pedagogisesti varmistetulle tiedolle vieraita elementtejä, arvomaailmoja ja instituutioita. Ajan hengen mukainen ajattelu heijastuu hurjalla tavalla siinä, että seitsemän kymmenestä nuoresta hyväksyy ajatuksen ”liiketalous ja yrityskokeilut sopivat sivistyskouluun”. Vielä parikymmentä vuotta sitten ajatusta olisi pidetty epäsosiaalisen röyhkeänä ja viisikymmentä vuotta sitten kasvatuksellisesti moraalittomana. Tällä hetkellä nuortenkin keskustelussa on kyse siitä, miten sivistyskoulu osaa tulkita ja toimia yrittäjyysaasteidensa kanssa – kuinka Sivistys (*Bildung*) voi autonomisesti kohdata markkinoiden logiikan (*enterprise*) ja tehdä sen käsiteltäväksi? (Kuvio 11.) Tätä pohdittiin pitkään talouden moraalia koskeneessa kappaleessa.

Tiimioppimisen menetelmä on nuorille tuttu, ja se saa kannatusta. Sen sijaan luokkahuoneopetuksen (fyysisiä ja työnjaollisia) rajoja rikkova ongelma- ja toimintakeskeinen pedagogia ei ole nuorille niinkään tuttu. Suhde siihen jääkin viileämmäksi. Nuorilla ei näytä olevan myöskään mitään



sitä vastaan, että perusaineita avataan yhteiskuntaan ja markkinoille (kysynnälle). On varmaa, että opettajat suhtautuvat asiaan perustellen ja näin kriittisesti. Jos ja kun vastataan erilaisin yhteiskunnallisiin tilauksiin tai markkinoiden tarpeisiin, tulee olla myös rutkasti aikaa sovelluksille ja kriittisille työmuodoille ja vertailuaineistoille. Nuorilla on muissakin kouluelämän asenteita ja toiveita mittaavissa gallupeissa taipumusta yliarvioida omaa aktiivisuutta ja tukea vähemmän realistisesti samaan aikaan hyvinkin rikkaita ja erilaisia kehitysvaihtoehtoja⁶⁰. Tämä on osa myöhäismodernia identiteettipeliä; teemasta ja asiasta riippuen kantamme, optiomme ja identiteettimme muuttuvat. Kuten koulun kilpa-aineet viestivät, lahjakkaat kirjoittajat voivat käyttää hyväkseen hyvin erilaisia oppiaineita ja yhteiskunnan kenttiä. Yhteiskunnallinen ja kulttuurinen aktiivisuus sekä yritystoiminta voivat perustua erilaisiin identiteetteihin ja aineksiin, mutta niiden työstämisen vaatii samoja kompetensseja sekä omintakeisia ja itsepäisiä tulkintoja.

16–18-vuotiaat nuoret näyttävät tunnevan myös koulujen kanssa verkottuvat yrityshautomot (kuvio 11). Aktiivinen toiminta ja myönteinen julkisuus ovat tehneet tehtävänsä: miltei puolet nuorista kannattaa väitettä, että ”paikallisten yrityshautomoiden resursseja räätälöidä yritysopintoja ja -vierailuja tulisi radikaalisti lisätä”. Ne ovatkin osoittautuneet dynaamisiksi ja tuloksellisiksi. Ne ovat kyenneet luomaan vahvalla seudullisella kumppanuusverkoillaan nuorille toimivia yritysharjoittelupolkuja, hautomoratkaisuja ja asiantuntijaresursseja. Mutta koulujen ja hautomojen suhteessa on miettimistä. Missä vaiheessa nämä palvelut ajankohtaistuvat? Ovatko hautomot kiinnostuneita koululaisten ja opiskelijoiden inspiroinnista? Niiden toiminta osoittaa, kuinka hyvin resursoitu, ajoitettu ja paikallisesti rakennettu toiminta tuottaa jopa alle 25-vuotiaiden keskuudessa yrityspäätöstasoisia tuloksia. Parhaimmillaan koulujen ja yritysten yhteistyö sekä huolella solmitut työharjoittelu-, oppisopimus- ja projektisopimukset voivat ennakoita ja johtaa yhteiskunnan toimesta tuettujen yritysideoiden syntymiseen ja niiden lämmittämiseen aina PK-yrityksen perustamisen asteelle. Tällainen ”rakenne” vaatii kuitenkin sitkeää toimintaa ja eri partnereiden luottamuksen kasvua. Muutamilla paikkakunnilla Suomessa tällainen innostus ja luottamus ovat selvästi nousseet – ja nuorten yrityksiä on syntynyt. (Varsinkin kahden maakunnan hautomomiehen teemahaastattelu.)

KOULUPILOTIT, YRITYSHAUTOMOT, VIRTUAALIKOKEILUT, GALLUPIT

Nuorten kommentoimien opetusta kehittävien uudistamistunnusten varassa suoritettut faktorianalyysit (taulukko 10) tuottavat hedelmällisiä ja tarkentavia huomioita. Kaikki neljä saatua ulottuvuutta viittaa jollain tavoin konkreettisiin ja sofistikoituneisiin muotoihin kehittää koulun ja yritystaitojen yhteyttä. Yhteistyöpedagogisten ratkaisujen mahtuminen koulujen tuntikehyksiin tai niiden resursointi jäävät tässä sivummalle. ”Käytännön yrittäjyystöiden suorittaminen ja pilotointi koulussa” on vahvasti latautunut faktori 1. Se kutoo yhteen erilaisia yritysmaailman suhteen joustavia yhteistyölankoja, työmuotoja ja konkreettisia palveluvaihtosopimuksia työelämän kanssa. Useimmat niistä on vahvasti esillä nuorten omissakin (avo)teksteissä. Ei ole sattuma, että juuri yrityksen perustamiselle avoimet toimeliaat nuoret toimivat tämän myönteisen teesin mukaisesti. Sekä ammattikorkean että korkeasteen tutkinnon suorittaneet samastuvat faktorin perusideaan. Tiiviit, tietoa ja yleiskokemusta vaativat toimenpidekokonaisuudet eivät sen sijaan saa nuorten ja koulua käyvien keskuudessa kannatusta. Koulupilotointien kokonaisuus on nuorten naisten aktiivisuuden paikka. Nuorilla naisilla on avoin suhde arvoihinsa ja joustavaa etäisyydenottokykyä. Harvaan asutulla maaseudulla ei tälle näyttäisi olevan resursseja ja ideavoimaa. Yrittäjyyspäätöksille selkänsä kääntäneet eivät innostu konkreettisista toimista ja pilotoinneista koulun ja markkinatoimijoiden välillä.

Yrittäjyyskasvatuksen reformisuuntia heijastelevat yksilölliset, luovat ja oppiainekohtaiset so-



vellusmuuttajat muodostavat jonkin verran latautuneen kakkosfaktorin ”räätälöidyt tuotteet ja tiimipelisilmä”. Ei olekaan ihme, että ulottuvuuden positiivinen tulkinta saa tulta jo hieman vartuneempien nuorten ja hyvin koulutettujen keskuudessa. Tuki tämän ulottuvuuden myönteiselle tulkinnalle nousee, kun tullaan nuorten kannalta ”onnellisille seuduille”, keskikokoisille kasvualueille ja nuorten piireihin, joilla on yrittäjäsuunnitelmia. Luovat ja täsmäsuunnatut yrittäjähenkiset kouluideat eivät saa tuulta siipiensä alle myöskään alle täysi-ikäisten piireissä, maskuliinisessa ajattelussa eikä yrittäjäideoille olkapäitään kohauttavissa nuorten ryhmissä. (Taulukko 10.)

Myös kolmas faktoriulottuvuus kokoaa luovia ja pelinomaisia muuttujia: ”virtuaalisia, sijoitus- ja työelämäoppeja palkittava”. Liikeideaa pähkäilevät, yrityspäätöksille avoimet nuorten aikuisten ryhmät ja selvästi hyvin koulutetut opiskelijaporukat olisivat valmiita virtuaalioppiin ja antamaan yritykselle korvauksia luovasta kouluyhteistyöstä. Maaseudulla ei herätä myönteisesti mukaan ulottuvuuden mukaiseen keskusteluun. Yrityssuunnitelmia väsäävät ja sellaiset nuoret, jotka ovat siirtäneet PK-startin mahdolliseen tulevaisuuteen, eivät juuri syty mukaan.

Myös neljäs faktori rakentuu puoliakateemisten tai koulun ja yrittäjämaailman yhteisiä projekteja vaativista ideoista (muuttujista): ”aineopinnot, yrityshautomot ja omat yrityspilotit käyttöön”. Tämän ulottuvuuden myönteinen perusajatus viehättää kasvualueiden nuoria ja sellaisia vastaajia, joilla näyttäisi olevan tutkinto koulumuodoista, joissa viime vuosina on pilotoitu koulusisältöjen ja markkinakysynnän (yrittäjäosapuolten) välillä. Yrittäjäammattista piittaamattomat nuoret ja toisaalla erityisen nuorten keskuudessa tiedonvaihto ja kehittämistyö koulun ja yritysten välillä ei tule kysymykseen.



TAULUKKO 10. Nuorten kannanotot kouluopetuksen kehittämistä koskeviin väitelauseisiin. Rotatoidun faktorianalyysin ja -pistemäärien keskiarvojen tarkastelu joissain sosiaalisissa taustoissa⁶¹. (N=417.)

FAKTORI 1 Käytännön yrittäjyystöiden suorittaminen ja pilotointi koulussa	FAKTORI 2 Räätälöidyt tuotteet ja tiimipelisilmä	FAKTORI 3 Virtuaalisia, sijoitus- ja työelämäoppeja palkittava	FAKTORI 4 Aineopinnot, yrityshautomot ja omat yrityspilotit käyttöön
<p>Koulussa pitäisi tehdä harjoittelugallup paikallisesta kysynnästä</p> <p>Tulisi oikeasti tavata pankinjohtajia ja konkurssiyrittäjiä</p> <p>Yritysjärjestöjen tulisi enemmän päästä kouluihin</p> <p>Kouluun tulisi perustaa yritys esim. koulun kioskitavaroiden tai lähiseudun nuorisopalvelujen tuottamiseksi</p> <p>Koulun opinnäytteitä, harjoituksia ja töitä tulee paremmin liittää pien- ja keskisuuriin yrityksiin</p> <p>Liiketalous ja yrityskokeilut sopivat sivistyskouluun</p>	<p>Opetuksessa tarvittaisiin lisää aikaa kehittää kullekin räätälöityjä taitoja ja mielikuvitusta</p> <p>Eri opetustunneilla tulisi luoda omia tuotteita oppilaan itsenäisen aktiivisuuden kehittämiseksi</p> <p>Tiimioppimisen tulisi olla koulun yleinen menetelmä</p> <p>Riskinottamista, markkinointia ja pelisilmää tulisi virittää peruskoulussa leikkien ja pelien avulla</p>	<p>Virtuaaliyrityksiä ja sijoituskilpailuja tulee kokeilla opetuksessa</p> <p>Yritysten tulisi saada lisäkorvauksia työpaikoissa oppimisesta</p>	<p>Aineopetuksen (esim. taide, liikunta, yritys kasvatus) tulisi huomioida paremmin yhteiskunnan ja markkinoiden kysyntä</p> <p>Paikallisten yrityshautomoiden resurssseja räätälöidä yritysopintoja ja -vierailuja tulisi lisätä</p> <p>(Kouluun tulisi perustaa yritys esim. koulun kioskitavaroiden tai lähiseudun nuorisopalvelujen tuottamiseksi)*</p>
<p>Hyväksyy...</p> <p>+ 22–24-vuotiaat ja 28 v. tai vanhemmat</p> <p>+ ammattikorkeakoulu</p> <p>+ ylioppilastutkinto</p> <p>+ kaupunkimainen kunta (N=18)</p> <p>+ aktiivinen, tarkka vast. yrityksen perustamisesta</p> <p>+ suunnittelee vakavissaan yrityksen perustamista (N=11)</p> <p>+ perustaisi, jos ehdot ja rahoitus helpottuisivat</p>	<p>Hyväksyy...</p> <p>+ 22–24-vuotiaat</p> <p>+ korkeakoulu</p> <p>+ kaupunkimainen kunta (N=18)</p> <p>+ kaupunkien läheinen maaseutu</p> <p>+ suunnittelee vakavissaan yrityksen perustamista (N=11)</p> <p>+ perustaisi yrityksen, jos ehdot ja rahoitus helpottuisivat</p>	<p>Hyväksyy...</p> <p>+ 22–24-vuotiaat ja 28 v. tai vanhemmat</p> <p>+ ammattikorkeakoulu ja korkeakoulu</p> <p>+ ylioppilastutkinto</p> <p>+ kaupunkim.kunta (N=18)</p> <p>+ suunnittelee vakavissaan yrityksen perustamista (N=11)</p> <p>+ valmis perustamaan, mikäli keksisi hyvän liikeidean</p>	<p>Hyväksyy...</p> <p>+ 19–21-vuotiaat ja 28 v. tai vanhemmat</p> <p>+ toisen asteen ammatillinen koulutus ja ammattikorkeakoulu</p> <p>+ kaupunkimainen kunta (N=18)</p> <p>+ suunnittelee vakavissaan yrityksen perustamista (N=11)</p>
<p>Ei hyväksy...</p> <p>- miehet</p> <p>- 18 v. tai nuorempi</p> <p>- ei ammatillista koulutusta</p> <p>- harvaan asuttu maaseutu</p> <p>- ei vast. yrit. perust. (avoin)</p> <p>- ei tule perustamaan yritystä</p>	<p>Ei hyväksy...</p> <p>- miehet</p> <p>- 18 v. tai nuorempi</p> <p>- ei tule perustamaan yritystä</p>	<p>Ei hyväksy...</p> <p>- 18 v. tai nuorempi</p> <p>- ei ylioppilastutkintoa</p> <p>- ydinmaaseutu</p> <p>- harvaan asuttu maaseutu</p> <p>- aktiivinen, tarkka vast. yrit. perust. (avoin)</p> <p>- perustaa yrityksen, mutta on siirtänyt sen tulevaisuuteen</p>	<p>Ei hyväksy...</p> <p>- 18 v. tai nuorempi</p> <p>- kaupunkien läheinen maaseutu</p> <p>- ei tule perustamaan yritystä</p>

* Faktorin III k.o. muuttujan lataus oli täsmälleen yhtä suuri kuin F1:n vastaavan muuttujan lataus.



YRITYSVIRIKKEIDEN JA -TIEDON LÄHTEET JA OMAKSUMINEN SEKÄ MEDIA

TYÖ, SANOMALEHTI JA KOULU OVAT SÄHKÖISTÄ MEDIAA EDELLÄ YRITYSVIESTINNÄSSÄ

Oma arkinen, epävirallinen kokemus ja tieto ovat nuorille kouluopetuksen ja median lisäksi korvaamatonta, kun he pohtivat ja syventävät yritys näkemystään. Sähköinen media ja sanomalehdet täydentävät itse hankittua ja koulukokemuksen tuottamaa tietoa. Kuten edellisessä kappaleessa nousi esiin, median tieto ei aina vastaa PK-yrittäjien tai nuorten kokemusta taloudesta ja yrittäjäkansalaisuudesta. Talouspuheita ja uutisointia ei oteta aina vastaan lainkaan. Toisaalta PK- ja ammatinharjoittajan yrittämisen propagointi on muodikasta. Toisaalta nuorten mukaan yrittäjyyttä on liian helppo syytellä. Kauhutarinat konkursseista syntyvät helposti, kun ne kerran mediassa nostetaan esiin. Julkisuus on yrittäjyyden voimavara ja kamppailukenttä, tuotteita ja yrittäjyyden missiota myydään ja perustellaan sekä arvostellaan tällä kentällä.

Seuraava taulukko (11) nostaa hyvin esiin nuorten yritystiedon ja -inspiraation lähteitä. Median lisäksi juuri välittömät kontaktit yritysmaailmaan, kouluopetus ja sosiaalinen lähipiiri nousevat keskeisiksi. Voikin helposti nähdä, että yrittäjyyden tieto- ja omaksumislähteet ja -kanavat ovat yhtä epävirallisia kuin yrittäjyys itsekkin. Instituutit auttavat yrittäjyyttä lähestyttäessä ja sitä koskevan tietoperustan keräämisessä, mutta omat yritys vierailut, perheyrityskontaktit, sukuyhteydet ja kaveripiiri nousevat virallisia ja organisoituja tietolähteitä tärkeämmiksi. Mikään ei näytä korvaavan palkkatyötä ja työharjoittelua yrityksissä. Myös kouluaineiden aiheistossa vahvasti elävät lähipiirin yritykset ja suvun lämmin viidakkorumpu toimivat hyvin. Kaikista ongelmistaan huolimatta kouluopetus on tullut yritystiedon markkinoille ja auttaa myös työharjoittelun organisoinnissa.

Sanomalehdet ja sähköiset mediat ovat luoneet monia (ala)julkisuuksia, ja näyttää siltä, että sieltä siivilöityy yleistiedon ja sensaatiouutisten lisäksi paljon myös asiallista ja rakentavaa tietoa ja yrittäjyystuntemuksia nuorten tarpeisiin. Internet sekä nuorten oman kulutuksen ja kulutustuotteiden kautta inspiroitava kiinnostus ja tiedonhalu näkyvät vastauksissa. Tätä kautta tieto ei kuitenkaan leviä yrittäjyystiedon pääkanavien tapaan. Tässä on kuitenkin selvä kehittämismahdollisuus: monien foorumien kautta yritykset ja palvelutuottajat voisivat myös perustaa yritystiedon ja -hautomoiden tietovarantoja. Tällaiset inspiraatiolähteet saattavat unohtua omien tavaroiden ja tuoterepertuaarien mainonnan rakentelussa. Osaksi firmat ovat myös varovaisia omien yritys- ja tuotantokulttuurien esittelyssä: tuote on esillä, ei sen tuottamisen tapa ja yrittämiskulttuuri. Joskus yrityksen tuotteiden ja palveluiden propagointi perustuukin salamyhkäisyyteen, seikkailun vaarasta muistuttavaan myytisyteen, mikä kiehtoo erityisesti ainekirjoittajapoikia⁶².

Netti voi tässä suhteessa ollakin paradoksaalisen epäliberaali ja kapea foorumi tai tiedonlähde. Myös internetin keskustelu- ja chat-palstoilla käytävässä keskustelussa yrittäjyyttä koskeva tieto inspiratio eivät viihdy. Kuitenkin juuri nuorisokulttuurissa ja netissä kehittyy kovalle yrityspelille ja alkuperäisiä tuottajia kunnioittaville normeille vieraita tuotannon ja vaihdon muotoja, joissa tietoperustat vaihtuvat vauhdilla. Netti voisi tulevaisuudessa olla myös uudella tavalla liberaalin ja sisällöistä innostuneen nettiakrobaattinuorison oppimispaikka. Verkkososiaalisuus voisi yllyttää innovatiivista kehitystä. Linus Thorvaldsin epäitsekkeitä teknologiset innovaatiot ovat useimpien nuorten tiedossa.



HAUTOMOT, NETTI JA TUOTTEIDEN KAUTTA RAKENTAVA JULKISUUS VIELÄ HEIKKOA

Nuoret osaavat lukea myös tutkimuksia, mutta voi olla, että sellaista populaaria tietoa, joka inspiroisi yrittäjyysratkaisuja, on olemassa vain vähän. Myös markkinatietoa pantataan, ja lähellä nuorten elämäntapaa ja puuttuvia yrittäjyyskompetensseja olevat tutkimukset jäävät kirjastoihin pölyttymään. Kaunokirjallisuus ja elokuvat kietoutuvat tunnetusti yrittäjyystarinoiden ympärille, mutta näiden virikkeellinen merkitys nuorten katsojien suunnassa ei ole taattu. Kyse on konkreettisista ja ainutlaatuisista informatiivisista esityksistä ja kulttuuriprojekteista – kuten koulussakin, yksi inspiroiva opettaja voi korvata monta mykkää pedagogia. Toisaalta kulttuurin suunnassa on ennakkoluuloja ja klassisen humanismin mukaisia vaikeuksia avata yrittäjien sydämiä ja toimintatapoja. *Citizen Kane* – maailman arvostetuin elokuva – ei sattumalta palaa päähenkilönsä huikean yrittäjänousun jälkeen lapsuuden perustaviin kaipuun kohteisiin.

Vaikka yrityshautomot ja yrittäjäjärjestöt saavat monissa tilanteissa nuorten arvostusta, näiden toimijoiden tietoperustojen merkitys on vielä nuorten ikäryhmää ajatellen marginaalinen. Kyse onkin syventävästä tiedosta, jota nuori hankkii yritysaikeisiin motivoituneena.

TAULUKKO 11. Oletko saanut yrittäjyyttä koskevia tietoja ja virikkeitä seuraavista tietolähteistä? (%)

Palkkatyö tai työharjoittelu yrityksessä	59
Sanomalehdet	58
Kouluopetus	56
Itselleni tuttu (perhe)yritys	50
TV ja radio	48
Perheeni tai lähisukuni jäseniltä	42
Yritysvierailut tai yrittäjäkontaktit	38
Oma ystävä- ja kaveripiiri	37
Internetin tietolähteet	34
Oma kulutus- ja harrastusmaailmani	19
Tutkimukset	18
Kaunokirjallisuus ja elokuvat	13
Yksi inspiroiva opettaja koulussa	11
Työnvälitys tai ammatinvalintapalvelu	9
Yrityshautomot tai yrittäjyysprojektit	5
Nuorisotiedotus	3
Internetin chat- ja keskustelupalstat	3
Yrittäjäjärjestöt tai niiden raportit	1
Jokin muu, mikä	1

Yritys Hyvä -kilpa-aineiden inspiroimana on kuitenkin tarkemmin perehdyttävä nuorten ajatuksiin yrittäjyyden ja median välisistä suhteista. Median merkitystä nuorten taloutta, työtä ja yrittämistä koskevan tiedollisen, kokemuksellisen ja arvottavan horisontin luojana ei voi ohittaa. Toisaalta, yrittämisen markkinat täyttävät meidän arkemme tiloja, julkisuuksia ja mainostiloja. Yrittäjyys lepää markkinajulkisuuden varassa, jonka tiloja ja valtaa on radikaalisti ja äärimmäisellä kekseliäällä sensitiivisyydellä laajennettu ja syvennetty viime vuosikymmenien aikana. Yrittäjien markkinoilta



olemme oppineet monen ainekirjoittajan tapaan sen, että merkki- ja brändijulkisuus usein ainakin joiltain osin yhdistyy taustan yrittäjää ja tuottajaa koskevaan mielikuvaan ja se elää osittain omaa elämäänsä, riippumatta tavaroiden ja tuotteiden käyttöarvoista. Kriittinen osa nuorisoa erottaakin vahvasti tuotteiden mainosjulkisuuden ja itse pienyrittäjyyden eetosta koskevan julkisuuden toisistaan. Tällöin mallia haetaan muiden elämän alueiden nuorten globaalijulkisuudesta: ”Monet nuorten ryhmissä ja kansainvälisesti uskaliaat toimivat liikkeissä. Se viehättää. Miksei yrittäjänkin voisi tuottaa tavaroita ja uutisia niin, että välittää muista ja tuo nämä asiat julki!”.

PINNALLISTA POPULISMIA ARVOSTELLAAN

Seuraava kuvio (12) osoittaa, että nuoret ovat aika lailla ristiriitaisten mediatunteiden vallassa silloin kun puhutaan yrittäjyydestä. Ja väliin he ovat erittäin kriittisiäkin median välittämää yrittäjäkuvaa kohtaan. Tämä koskee varsinkin PK-yrittäjyyttä ja nuorten yrityshankkeita rakentavia (kulttuurisia) faktoja ja merkityksiä mediassa. Isot taloudet ja firmat ovat sangen hyvin esillä nuortenkin lukemissa medioissa. Arvostelun tarkempi tulkinta ja sen liittyminen erilaisiin julkisuuksiin ja medioihin ei ole tässä mahdollista. Aineiston nuorista suurempi osa on kuitenkin suhteellisen tyytyväinen tai vähän huolestunut (36 %) kuin tiukan kriittinen (28 %) median yrittäjäkuvan suhteen, kun asiaa kysytään väitteellä ”Suomessa saa monipuolisen ja terveen kuvan yrittäjäelämästä”. Läpi linjan (kuvio 12) nuoret perustelevat tätä arviotaan median pinnallisuudella sekä kovien välttämättömyyksien ja ekonominen laskennallisuuden korostumisella. Yli kolmannes pitää mediatunnelmaa liian kovana – puhutaan liikaa talouden laeista ja välttämättömyyksistä. Talouden pakot, yksipuoliset faktat ja käskymuodot (imperatiivit) hallitsevat. Makrotalous – sen mittaaminen, pörssin renessanssi, globaalit kohtalonomaiset tendenssit – hallitsee uutis- ja raporttikuvastoa.

Neljäsosa nuorista ei jaa tätä kriittistä yrittäjän kuvaa mediassa: he hahmottavat talouden ja yritystoiminnan isot kehät osana yritysmaailmaa ja kokevat myös kvantitatiivisen taloustiedon relevantiksi. Mediakuvan pinnallisuutta tähdentää nuorten huomio, etteivät uniikit ilmiöt taloudessa, yritysten taustalla ja kehityksessä pääse läpi julkisuudessa. Juuri tuo yritystoiminnan menestyksen ratkaiseva sattumanvaraisuus, riskissä karaistuva originaali laatu ja kehitysajatus kiinnostavat nuoria. Tämä kuitenkin puuttuu aineiston nuorten mukaan yritys-julkisuudesta, tai se kuvaillaan liiallisen draamatiikan tai henkilöivän tyylin avulla. On kuitenkin olemassa myös ryhmä nuoria, joita puhuttelevat juuri yrittäjäkarismat esimerkeillään.



KUVIO 12. Samastun seuraaviin arvioihin julkisten tiedonlähteiden ja median uutisten yrittäjyyskuvasta. (N=417.)



Noin puolet kyselyyn vastanneista nuorista on samaa mieltä väitteen kanssa, jonka mukaan ”uutisointi on vastausten mukaan populistista, ja tähtää vain uutiskynnyksen ylittämiseen”. Nuorten mielessä media tavallaan syöllistyy itsekin pintatason markkinatemppeihin – journalistisiin ratkaisuihin ja tuotteisiin ilman syvyyttä ja sisältöä. Valtamedia ei jaksakaan tuottaa aineistoja PK-yrittäjyydestä – ei ainakaan nuorille. Erityisesti nuoret kritisoivat virtuaalirahajuttuja ja rikastumissatuja, jotka ovat iltapäivä- ja viikkolehdistön suosikkilistoilla yritys- ja talouselämästä puhuttaessa. Nuoret ovat arvioissaan myös ristiriitaisia. Toisaalta median kuva yrittäjistä on nuorille vierasta isojen kapitalistien ja pääoman tarkastelua. Toisaalta nuoret pitävät toimittajien kuvaa yrittäjyydestä liian populistisena ja menestystarinakeskeisenä, jolloin kurkitaan yrittäjien ja managereiden vaatekaappeihin. Mediaa on helppo kritisoida ja löytää erilaisista tiedon tuotannon foorumeista aina joku ”syylinen” talouden



ja yrityksen erheelliseen kuvaan. Nuorten ainekirjoittajienkin kesken on suuria eroja siinä, kuinka he osaavat ja haluavat käyttää median lähteitä ja juttuja yrityskirjoituksissaan. Tieto ja julkisuus sekä tiedon epävarmuus ovat yksi osa yrityspolitiikkaa. Uutisilla ja yksipuolisella tiedolla voidaan myös pelotella. Joskus yrittäjätkin voivat pienyrittäjäolosuhteita dramatisoimalla lisätä pelkoja yritysvastuita kohtaan, kuten asian ilmaisee joensuulainen tyttö: ”Verotus on yksi tekijä, joka vaikuttaa yrittäjyysaktiivisuuteen. Suomen alhaista yritteliäisyyttä on tällä pyritty selittämään. Myös nuorison usein vähäiseksi jäänyt tieto kansantaloudesta ja sen tekijöistä pelottaa ja antaa usein vääriä mielikuvia.”

Nuorten tapa lukea, katsoa ja arvottaa yritysuutisia näkyy vahvasti nuorten valtaosan hyväksymässä (71 %) teesissä ”dramaattiset uutiset, likainen peli ja konkurssit vievät mediaa”. Yrity maailma – ja ainakin PK-yrittäjyyden ehdot – välittyvät nuorten maailmaan aika lailla median nurinkurisesti taittamana ja tulkittamana, mihin ollaan tyytymättömiä. Median toimintaan ollaan nuorten keskuudessa sangen tyytymättömiä myös muilla kentillä, muun muassa paikallisessa politiikassa ja demokratiassa (Paakkunainen & Myllyniemi 2004, 45–48).

Tiedotuskulttuurin haastaminen on sopusoinnussa nuorten avovastausten⁶³ kanssa, jossa he penäävät lisää myönteistä julkisuutta yritysmotivaation tukemiseksi. Nuoret osaavat yhdistää julkisuuteen yhteisen toiminnallisuuden keveän modernin markkinakampanjoinnin hengessä. Aina se ei edes riitä, vaan tarvitaan yhteistoimintaa, julkisia messuja ja dialogia sekä yrityshautomoita pienyrittäjyyttä räätälöivän tiedottamisen ja myönteisten symbolien lisäksi.

Enemmän positiivisia tarinoita julkisuuteen, kouluihin lisää yrittäjyysopintoja (peruskoulu & Lukio) (N 22.)
Tietoa yrittäjyyden laadusta ei saa, byrokratia pelottaa, sillä sinne hukkuu helposti. Esim. pääkaupunkiseudulla asumiskustannukset ovat niin korkeat ettei haluta riskeerata jo saavutettua elämänlaatua ryhtymällä yrittäjäksi. Yrittäjyyden huonoja puolia kerrotaan kyllä – muttei hyviä. (N 25.)

Nuorilla yrittäjillä tulevaisuus ei näytä kovin valoisalta! // Nuoret eivät halua sitoutua niin suureen asiaan yksin, suurin osa on tietämättömiä yritysmuodoista yms. Nuoria pitäisi kannustaa ja tukea. Nuorille suunnattuja yritystoiminta-tapahtumia olisi hyvä järjestää ympäri Suomea. (N 21.)

Mediassa pitäisi uutisoida suomalaisten yrittäjien toimintaa, asiasta tulisi järjestää tv:ssä ohjelma, jossa nuoret ja yrittäjät ja päättäjät pohtivat yrittäjyyttä. Yrityshautomot voisivat olla hyvä juttu...niiden toiminta tutuksi! (N 28.)

Tietoa, neuvontaa, positiivisia tarinoita esille (koulut/messut/tapahtumat/lehdet). (N 22.)

Tiedotusta riskeistä ja eduista lisää, myönteisen julkisuuskuvan luominen yrittäjyydelle, avustusta ja neuvontaa lisää. (M 16.)

Tarvittaisiin hyvää mainosta – joka kohdistuu nuoriin. (M 17.)

MEDIAPELI JA HAASTATTELUN DIALOGI KOULULAISTEN HALLUSSA

Nuorten kannanotot yrittäjyyden media-aseman parantamiseksi tulevat vakuuttavammiksi, kun tutustumme kilpa-aineiden tapoihin käyttää mediaa ja julkisuutta välineenä omien yritysten ja tuotteiden propagoinnissa. Monet tyylit ja itseironia ovat käytössä monipolvisesti – edellä esitellyt elämänpoliittiset ja salaperäiset *Game Store* -julkisuudet ovat vain teeman kaksi esimerkkiä. Poika Ruskosta (*Suomen paras: Tapsan kipsa* 2002) kuvaa vauhdikkaasti pienen kylän – jonka väkimäärää lisää vain ”iso peltomyyräkanta” – sosiaalisen baarin monilahjakkaan pitäjän, Tapsan. Hän on palkittu taiteilijasielu: boheemi, ystävällinen, huumorintajuinen, ronski ja hiukan hajamielinen. Monien kertojien täyttämä kouluaine on itsessään yhdistys- ja roolikavalkaadin keskus. Mutta itse kirjoituksen kruunaa Tapsan käynti *Suomen*



Paras -kilpailussa pokkaamassa asemaa kuvaavan pokaalin – sille ”otetaan tuoppi pohjanmaan kautta”. Kirjoittajan proosallisen kuvauksen mukaan ilman paikalliset mitat ylittävää julkisuutta ei ole sosiaalista mainetta ja charismaa. Julkisuus ylevöittää, luo miehestä myytin.

Muutamissa tehtävänannoissa kilpa-aineiden väsääjät ovat joutuneet mediayhteiskunnan testiin, koska näissä aine oli kirjoitettava haastattelun muotoon. Kirjoittajat hallitsevat kuvien, vauhdin ja rytmin tekemisen visuaalis-sähköisen mallin. Lööpit löytävät paikkansa juttujen eteen leikaten syvälle jutun ainekseen. Jutun alku ja loppu ovat tärkeitä. Poika Urjalasta (v. 2002, ”Rankkaa mutta rikasta”: Urjalan Sanomat firman työstä – Medihappi Oy) kuvaa hektisen ambulanssiyhtiön toimintaa radiopuhelinten pauhatessa. Itse sairaanhoitofirman perustaminenkin oli taloudellisesti kiven takana, kunta säästi ja yrittäjä joutui uhrautumaan: hän on aina maailmalla. Haastatteludialogi istuu paikallislehteen ja päättyy vauhdin jälkeen lopputulemaan: ”Kun on kaikkein pahin tilanne ja kiire, pitää malttaa hidastaa askelia ja hengittää syvään, tiivistää kolmikko työnsä hengen”.

Nuoret kirjoittajat osaavat sujuvasti taustoittaa, tematisoida ja roolittaa uutta yritystä koskevan haastattelumuotoisen jutun paikallislehteen:

Uusi myymälä otettiin avosylin vastaan [väliotsikko jutussa, KP]. – Tämä on aivan ihanaa! Olemme asukasyhdistyksessä jo pitkään ihmetelleet, miksi Mäntsälän keskustassa ei ole puutarha-alan erikoisliikettä. Monet omakotitalon rakentajat arvostavat paikallista myymälää, josta saa mullat ja kasvit nopeasti samalla kertaa, Taimi Lepistö kiittelee. // Mäntsälän Puutarhakone keskittyy jatkossa sellaisiin puutarhatuotteisiin, jotka käyvät moottorilla. – Meillä hailee jatkossa bensiini, naapurilla kanankakka, yhteistyökumppani Tuomo Liuksiala Puutarhakoneen puolelta naurattaa. (Laura, Vakkola, v. 2005; juttu on suunniteltu Mäntsälässä ilmestyvään paikallislehteen.)

Myös kulttuurille kalskahtava rock-yrittäjyys avautuu haastattelun nousuja ja laskuja sisältävän tarinan yhteiselle poljennolle. Saila Espoosta (v. 2003, ”Olli Salosella on jo ihan oikea henkilökunta”) kirjoittaa eheäksi bändäristä viidenkymmenen levyn tuottajaksi nousseen realistisen sankarin kasvutarinan. Kasvulla on hintansa, julkisuus ja bisnes vievät nyt miestä – alkuvaiheessa oli jätettävä kaverit sivuun ja hylättävä innokas bändi bisneksen tieltä:

Nauramme hetken. Olli palaa kuitenkin pian maanpinnalle. – Mutta hei, en mä oikeasti osaa soittaa vieläkään. Mähän sitten jätin ne bändihommat aika pikaisesti ja siirryin bisnespuolelle. Tästä alkaa Olli Salosen menestystarina. – Toiset menestyivät, toiset eivät, huomauttaa Salonen. – Ei mennyt meidänkään bändillä hyvin sen jälkeen, ja siitä mä olen oikeestaan aika pettynyt. Pojista olisi voinut tulla jotain. Olli katsoo hetken ikkunasta ja nauraa sitten. – Mullehan siinä kuitenkin kävi hyvin. Ja mitä nyt ollaan bändin poikien kanssa myöhemmin juteltu, niin eivät ne ole mulle vihaisia. // Ottaa välillä tilauspuhelun ja jatkaa, kuinka alussa ei ollut muuta kuin unelma, halu avittaa jätkiä, joilla ei ole muuta ”kuin harjoituskämpä naapurin kellarissa” (KP). // Niinpä tietenkin. Tätä miestä eivät riskit pelota, ja kunnianhimoa löytyy. Samoin, kuin tiettyä nöyryyttä. Ei tarvitse kahta kertaa miettiä, minkä takia Olli Salosen yritys menestyy.

KAMERAN LINSSI SEURAA – SE TIEDOSTETAAN PELAILUSSA TAI KOKO TOSI-TV:N LYÖMISESSÄ LEKKERIKSI

Analyyttinen ja realistinen haastatteluproosa ja sen taidonnäytteet eivät ole aina kylliksi. Nuoret kirjoittajanaiset ottavat väliin maailmallisen show’n muodon, josta ei puutu seikkailuelämysten nautinnon tuntua. Kaikissa näissä tyyleissä ja taustoituksissa mediaseksikkyyys on mukana – tyylin ja kameran alla kohteetkin muotoutuvat valitun linssin mukaan. Kuvaustavat ovat sillä tavoin yhdenmukaiset, että lukija uskoo kirjoittajien olevan median yhteiskunnan joskus hyväilemiä lapsia tai nuoria – ainakin he tuntevat sellaisen kaipuuta: medianarsismin tunnistaminen on aineista helppoa. Onkohan 2000-luvun nuorten uudenlainen yliminä median linssi? ”Minustako yrityksen johtaja” -aineessa tuusulalainen Anna-Leena (v. 2004) kuvaa realistisesti yrittäjän sisäistä stressiä ja sitä, kuin-



ka hän pysyy koossa rooliensa keskellä kuin näytelmässä zoomausvalojen keskellä. Samalla hän on jakomielisen tietoinen siitä, että tämä on show, johon on ryhdyttävä, jos mieli pomoksi:

Kuljen suuren käytävän läpi korkokengät kopisten. Ylevä katseeni hipoo hieman pelokkaina ja uteliaita työntekijöitä näyttöpäätteidensä takana, kun kävelen itsevarmoin askelin eteenpäin. Olenhan sentään menestyjä, pomojen pomo – vasemman käden varassa lepäävä painava salkku, harteillani on vielä raskaampi taakka. Yritän kuitenkin loihtia hymynkaaren kasvoilleni väkisinkin, jotta alamaiseni saavat minusta ymmärtäväisen ja ihmisläheisen kuvan. Kiukkuniskaisen ja pihin johtajan palkkalistoilla ei kukaan halua työskennellä. // Utopistinen kuvaukseni on ensimmäinen asia, joka tulee mieleeni, kun ajattelen yrityksen johtamista. Mielikuvani on toki naiivi jopa ollakseen mielikuva ja luultavasti amerikkalaisten televisio-ohjelmien muokkaama; tavallisen, sivist ymättömän tällaisen hätäinen ja mediaseksikäs näkemys kaikkinne kravatteineen ja kahvitaukoineen. Joka tapauksessa se on lähtöpisteeni, kun alan pohtia omaa tulevaisuuttani. Yrityksen johtaja? Minustako (muka)? // Yrittäminen on kuin uhkapeliä, joudun pyörittämään koko showta, mikään ei ole helppoa, vaikka työympäristö ja alaiset olisivat ihanteellisia.

Median peili oli yrittäjäidentiteettejä rakentavia nuoria lähellä jo 1980-luvun nousukaudella. Tuolloin suomalaiset uskalsivat sosiologien mukaan ensimmäisen kerran puhua maailmasta narsistisesti, häpeilemättä – myös kuluttaminen ja materialistinen ulkoisissakin suhteissa täysimittainen yrittäminen sai tuolloin sosiaalisen oikeutuksen. Tyttö Sotkamosta (”Suomalainen menestystarina”, v. 1989) uskaltaa astua feministien varpaille ja uskoo vain itseensä menestysutopian julkeudella. Vahva itseidentiteetti ja huolitellun ulkonäön antama varmuus vahvistavat median roolia näyttäytymisen ja erottautumisen peruspaikkana. Peili on tässä arkisen itsekontrollin metafora:

Kirpeä syystuuli puhaltaa kasvoilleni avatessani ulko-oven. Kävelen ripeää vauhtia muutaman korttelinvälin yritykseni Woollen Smooth’in toimistolle... Eilen päättyneen Pariisin matkani tuloksena salkussani on neljän arvostetuimman ranskalaisen tavarataloketjun kanssa tehdyt sopimukset ja uusin Vogue, joka ylistä maasta taivaaseen messuilla esiteltyä kevätmallistoamme. // [Päivän ohjelma läpi sihteerin kanssa, neuvottelut yrityksen juristin kanssa, KP] // Toimittaja etsii laukustaan nauhurin ja aloittaa jutunteon. ”Kertoisitko lapsuudestanne?” – Hän kysyy. ”Synnyin nelilapsisen perheen kuopuksena Sotkamossa, joka on pienehkö kunta Kainuussa. [Koulutus, yrityksen perustaminen, naisyrittäjyys, KP] // ”Mielestäni se, millainen ihminen on työssään, ei riipu hänen sukupuolestaan, vaan aivan muista ominaisuuksista. Yrittäjän täytyy uskoa itseensä, jos hän aikoo menestyä. Stressinsietokyvyn täytyy olla hyvä ja liikeälyä tarvitaan”, selitän toimittajalle hieman ihmetellen, miten joku saattoi enää edes kysyä sellaista. Tasa-arvokiistathan kuuluivat hamaan lapsuuteeni. Lopuksi valokuvaaja ottaa muutamia kuvia, ja sitten he lähtevät. // Huomaan kauhukseni, että kello on melkein yksitoista. // Matkalla alas katson hissien peiliin. Näen siellä 35-vuotiaan menestyneen yritysjohtajan, jonka määrätietoissa katseessa on suomalaista sisua, liikeneisen tarkkanäköisyyttä ja maailmanvalloittajan voimaa.”

Näytelmän ja median peilin kirjoitusareenat ovat perusteiltaan fiktiivisiä, kuten ironiaksi taipuva Nilsiästä kotoisin olevan Emilian ”Maksa löysi maksajansa” -aine (v. 2004). Siinä haetaan tv:stä tuttujen inhimillisten suoritus- ja seikkailuelämysten rajoja ja kohelletaan niin, että tällaisen menon mielekkyys tulee lopulta kyseenalaiseksi. ”Sinä nuori cityihminen, joka olet saavuttanut elämässä kaiken, eikä mikään enää tunnu miltään! Tämä on pelastuksemme teille, menestyjät. Maailmaan on syntynyt ja syövän lailla levinnyt ennenkuulumattoman urauurtava yritys ’Sitten vasta tunnet eläväsi’”. Sitten aineen toimijat johdattelevat aika lailla kammottaviin ja vähintäänkin monimielisiin ”Hyppy tuntemattomaan” -asetelmiin, joissa asiakas ei tiedä, tekeekö hän hypyn köyden kanssa vai ilman. ”Syö ja yökkää elämysmatkat” matkustaa ryhmän kanssa ulkomailla ötökän syöntiin. ”White-Power” -henkiset poikkeavien tuhoamisretket aidatulle alueelle Kalahariin ja ”Ikuinen hiljaisuus” -matkalle ikuiselle kiertoradalle ovat vaihtoehtoja samassa ”kreisin” kokeilun suunnassa mustan huumorin ja tosi-seikkailu-tv:n hengessä. ”Kun näin on päästy eroon kehityksen rattaisiin kapuloita työntävistä tylsimyksistä, saa ’Sitten vasta tunnet eläväsi’ -yhtiö jatkaa toimintaansa ja tahkota valtavia voittoja elämishakuisten ihmisten kustannuksella. Yrittäjänhän pitää olla ennakkoluuloton ja tarjota kansalle sitä, mitä kansa on vailla.”



Mutta johtopäätös sentään vapauttaa meidät kaiken kokeneen länsimaisen yksilön addiktioista: ”Toinen esimerkki on taas niistä ihmisistä, jotka....Seis seis! Tämä jätettäköön auki ja ajateltavaksenne.”

MEDIA OSAA NUORTENKIN KÄSISSÄ NAPATA LUONNON, KOIRAN JA MEREN MERKITYKSET

Yllättäen luonto nousee monissa nuorten kilpateksteissä mielikuvituksellisen elokuvallisen ja media-teollisen kuvauksen kohteeksi. Parhaimmillaan voisi puhua mediataiteellisesta myöhäismodernista otteesta. Kansainvälisen tuotekehittelyn sofistikoituneet aineet muistuttavat kansainvälisen kuvausfirman näkemystä perifeerisen ja puhtaan Suomen tuotteiden luonnonvoimaisesta eksoottisuudesta. Miten kuvaus- ja asioiden nimeämishorisontti saataisiin tarkennettua suolle niin, että sen marjat näyttäisivät houkuttelevilta:

Ajatus terveellisten luonnonantimiemme hyötykäytöstä tosiaan maistuu hyvältä pienen mutustelun jälkeen niin korvien välissä kuin leukapielissäkin. // Puolukkaa ja muita pikku ystäviämme taitaa vaivata vain oikeanlaisen imagon puute. Toden totta, ”tropiikin hedelmät” tai ”real lemon” tosiaan kuulostaa menevämältä kuin esimerkiksi aito ’mustikka’. Suloisesti se kyllä ääntyy..., ehkäpä juuri tuolla herrtaiselta ja lempeältä pohjalta voisi lähteä etsimään marjoille valoisampaa tulevaisuutta räikeiden mainosten ja rajujen iskulauseiden sijaan. // Kahvilan nimeksi sopisi... Hmm... Mustikka, Puolukka... Marjakka! Minun omasta yrityksestäni tulisi Marjakka! (Marianne, Aitoo, ”Suo, ämpäri ja minä”, v. 2005.)

Luontolyriikassa moni kirjoittaja esittää tahattomia luontoon palaavia mainoslauseita. Jos yrityksen mainospuheen kuulija ja katsoja samastaa luonnon antimilla tai sen ehdoilla yrittävän toimijan luontoon, mainos onnistuu – täydellisesti. Luonto, kulttuuri ja arkielämän perusmerkitykset sisältävät hurjia ja väliin syvällisiä merkityksiä, joiden esiin kaivaminen julkisuuteen yrittäjä- ja tuotemarkkinoinnissa on mahdollisuus. Luonnosta riippuvaisen pienyrittäjän kuvaamisessa on oltava tarkkana: ei saa mennä yli ja liikaa esitellä arjen hankalaa naturalismia, muttei saa myöskään pelkästään romantisoida. Uskottava kuva on kuin median mainos, se liikkuu kaltevilla pinnalla. Alkuelinkeinot eivät luonnollisesti perustele itseään – on inhimillistettävä luontoa ja naturalisoitava yritystä, oikeassa epävakaissa liikkeessä niin kuin esimerkiksi meri tekee. Eeva Hangosta (1985) kuvaa kalastajan ammatin raskautta, epävakaista, riskisyyttä – kalalaatikoiden nostelua öiseen aikaan. Vaikka vapaus on kalastajalle lankeava tärkeä arvo, merialueet on jaettu ja se supistaa toimintavapauksia. Työpäivät ovat pitkiä ja kalastaja ei saa tunti- tai päiväpalkkaa, pyydetty kalamäärä ratkaisee. Epävakausta ja markkinoiden ja ison kapitalismin kylmät lait eivät jää kuitenkaan ruikutukseksi. Ne vertautuvat kasvattiäitiin, mereen.

Kaiken lisäksi on keskusteltu silakan liian alhaista hinnasta. Mielestäni raskaasta ja rehellisestä työstä on maksettava työn arvoa vastaava palkka. Se on totuus eikä sitä voida kiertää. // Vaikka kalastaja onkin yksityisyrittäjä, ei se tarkoita sitä, että hän on vapaa tekemään mitä vain. Yleensä kalastajan yläpuolella on tukkuliike, jolle pyydetty kala myydään. Tämä tukkuliike voi myös rajoittaa kalastajan toimintaa. Jos se ilmoittaa, että nyt ei kalasta ole kysyntää ja varastossa on tarpeeksi, niin kalastajan ei kannata lähteä kalan pyyntiin.” Elämä on epävakaista, palkka voi vaihdella ”kuin kalastajan kasvattiäitikin, meri”.



KRIITTINEN KUVA JA TUTKITTU TULKINTA EIVÄT VÄLITY EDES SUURESTA PÄÄOMASTA

Seuraavat rotatoidun faktoriatriisin faktoriulottuvuudet kuvaavat erityisen onnistuneesti nuorten yrittäjyyssuoraa mediassa (taulukko 12)⁶⁴. Yli puolet nuorista vieroksuu globaalin, ison pääoman valtaa mediassa, mitä erityisesti Suomessa tukee Nokian ja *high tech*-tuotannon asema median lemmikkinä (syksyllä 2005). Nuorten yritysmaailmaan liittämät intohimot ja nuorten kiinnostus eivät saa tukea globaalin ja *high tech*-kehän uutisoinnista ja makrotalouden tarkasteluista. Voi olla myös niin, että median tulokulma ison talouden asioihin on nuorille vieras. Kuten 2000-luvun kouluaineista olemme huomanneet, nuoret penäävät usein myös arvottavia tarkastelutapoja isoon ja mykkään talouteen. Nuorilla ei ole maailman- ja kvartaalitalouden sisäisnäkiäjän asemia. Kilpailukyvyyn, kaupapolitiikan ja suhdannetarkastelujen maailmassa sen sisäisten vaihtoehtojen ja pelivarojen näkeminen ja nimeäminen vaatii ankaran paljon tietoa ja talouskylmää kokemusta. Ja näistä tulkinnoista talouskirjallisuudessa ja suurten yritysten sisällä kiistellään. Kannanotot ovat osa kilpailua – erityisesti silloin kun yritetään vedota idealistisiin kuluttajiin ja yleisöihin kuten nuoriin. Keskeisin faktoriulottuvuus (faktori 1) voidaankin helposti nimetä: ”globaali iso pääoma hallitsee liikaa julkisuutta”. Joskus ison talouden julkisuusarvon kriittinen pohdinta laajenee nuorten avovastauksissa ohjelmalliseksi valtakeskusteluksi: ”Oma kuvani yrittäjyydestä ovat ylipitkät työntekijät, stressi ja pienet vaurastumisen mahdollisuudet. Suuryrityksillä tuntuu olevan kaikki valta (niin taloudellisesti kuin poliittisesti) nykyään.”

Toiseksi vahvimmin latautunut ulottuvuus rotaatiokratkaisussa kokoa muuttujia, jotka tähdentävät ”markkina-arvoistunutta, pinnallista, nuorta yleisöä hyljeksivää yrittäjäjulkisuutta” (taulukko 12). Tässä kohden nuoret ovat yllättävän ja selkopiirteisen kriittisiä kaupallista suomalaista, mutta kansainvälisesti suhteellisen monipuolista mediaa kohtaan. Ylipäänsä, reipas kolmannes nuorista arvostelee suoraan talousuutisoinnin markkinoistumista, sen käyttöarvon heikkoutta. Myyntiin orientoivan lööppimedian aktiivisuus heijastuu näissä nuorten arvostelmissa. Ne luovat nuortenkin maailmassa puoleensa vetäviä, mutta vaarallisia illuusioita yrittäjyydestä. Huikkeimmissa ja vaarallisimmissa mittasuhteissaan median tuottamat brändiyritykset ovat nuorten ainekirjoitusten mukaan ikään kuin korttitaloja – joiden rakentamisen malli tulee amerikkalaisesta tv-sarjajulkisuudesta.

Markkinoistumisen kritiikin tapaan kolmannes vastaajista ei usko, että kansainvälisen talouden kuva korrektilla tavalla välittyisi Suomeen. Erityisen vahvasti nuoret kokevat, että pörssi peittää yrittäjämielisiä nuoria kiehtovat talousasiat ja yritystiedot. Samoin PK-yrittäjyys näyttää nuorten enemmistön katseen mukaan jäävän muiden talousasioiden jalkoihin. (Kuvio 12.) Tämä yrittäjyyspoliittisesti relevantti tieto täydentyy, kun huomaamme, että myös ajatus toimivasta tutkimusjournalismista saa aineiston nuorilta ristiriitaisen vastaanoton.

Pirullinen asenne perusjournalistiikka kohtaan ei ole yllätys; monet nuoret kirjoittavat kilpa-aineissaan tutkivan journalismin sankarijuttuja – mediauutisia nekin. Lahjakas lukiolainen Joensuusta (v. 2005) haluaa taustoittaa ja tutkia yrittäjyyden paikan modernissa kulttuurissa – ei ole paluuta menneisyyteen eivätkä viihteen romanttiset jumalattaretkaan auta tässä: ”Nuorten käsitys yrittäjyydestä vaihtelee yksilöiden välillä. Mediavälineet antavat joskus hyvinkin yliampuvaa tietoa viihteen välituotteena, joka tavoittaa nuoret paremmin kuin harkittu valistus. Kuva suomalaisista on edelleenkin jämähtänyt suohon, kuokkaan ja Jussiin. Maalaisjärkeä ja sisua mainostetaan edelleen, vaikka todellisuudessa esimerkkejä on vaikeampi löytää.” Kirjoittaja turvautuukin itseään vanhemman yrittäjäpolven tutkivaan haastatteluun. Kilpa-aineissa on satoja aineita, joissa nuoret konkreettisesti analysoivat media-arvoja sekä ihmisten elämäntapaa ja -käyttäytymistä ja näin rohkaistuvat omalla yrityksillä vastaamaan näihin mediakuviin. Matkailuyrittäjyys maatalouden rinnalla on haaste, jossa nuoret leikkaavat ja liimaavat mediauutisia ja tutkimusaineistoja. He toteavat, että ihmisillä on erilaisia kokeilunhaluja, löhöilyn tarpeita, eläinten rakkauden muotoja ja elämynsä, kuten seuraavassa somerolainen tyttö: ”Yksi lähtee – kaksi tulee. Pitäisiköhän rakentaa muutama mökki lisää?” (”Matkailuyritys maaseudulla”, v. 1987.)



NUORET HALUAISIVAT NOSTAA NUORET PK-YRITTÄJÄT SUUREN TALOUDEN PELIN TIEDOTUSVARJOSTA

Vieläkin tiukkapipoisemmin aineiston nuoret puolustavat PK-yrittäjiä tuotemerkkien maailmassa. Valtaosa nuorista uskoo, että brändien valaisemassa julkisuudessa tavallinen yrittäjä jää sivuun. Tästähän monet ainekirjoittajat saavatkin aiheen ja taustan pienyrittäjän reiluudelle ja rehelliselle työmyyräroolille. Nuorten asennemaisemassa on paljon ”pienen ihmisen puolesta” -näkökulmaa ja sen mukaista taloustekojen arvottamista. Mutta myös toisessa suunnassa markkinajulkisuus saa nuorilta vastaajilta kyytiä. Yllättävän paljon vastaajat korostavat henkilöivän, imago-perustaisen ja yksityiselämään keskittyvän uutisoinnin kyseenalaisia puolia. Brändi- ja imagojulkisuuden arveluttavia piirteitä korostavat muuttujat yhdistyvätkin omalla faktoriulottuvuudella (faktori 3), ”harvojen henkilöiden pintaan keskittyvä brändi- ja imagojulkisuus”.

Kolmasosaa nuoria kiehtoo yrittäjäkarismat, jotka ovat nousseet pinta- ja tekojulkisuuden yläpuolelle. Heissä on se (Max Weberin) ”jokin”, joka antaa heille kyvyn puhutella suoraan kansalaisia ja näyttää henkilökohtaisesti suuntaa taloudelle ja yritteliäisyydelle sekä monille muille elämänarvoille (ks. myös taulukko 12). Myös aineiden loihittimissa tarinoissa ja yrittäjämalleissa on etusijalla karismaattinen ihminen tai yrittäjän malli – ”lannistumaton, joka ei laita rukkasia koskaan naulaan” – ja vasta sen jälkeen yritysvoitto – se, ”mitä saadaan puhtaana käteen”. Nuorten ajatukset yritystoiminnan talous- ja yhteiskuntavastuullisuuden ja menestystekijöiden esillä pitämisestä mediassa saavat nuorilta myös myönteisiä arvioita. Samoin tiedotusvälinen kyky välittää monipuolinen ja terve kuva yritystoiminnasta saa alle 30-vuotiaiden vastaajien keskuudessa myönteisen vastaanoton. (Kuvio 12.) Näiden muuttujien yhteisvaihtelulle onkin mahdollista antaa yhteinen nimi. Rotaation avulla saadaan näin aineistosta esiin sentään yksi positiivinen media-ulottuvuus, ”menestyneiden karismojen luoma monipuolinen yrittäjäjulkisuus”. (Taulukko 12.)

Viidennen faktoriulottuvuuden mukaan on olemassa myös ryhmä nuoria, jotka ajattelevat, että ”yrittäjät pilaavat mainoksillaan ja valituksellaan julkisen tilansa” (taulukko 12). Tällä ulottuvuudella latautuvat muuttujat, joiden mukaan yrittäjät itse pelillään ja markkinoinnillaan pilaavat luotettavan julkisuutensa. Toisaalta yrittäjät joskus tunnetaan julkisuudessa omien elinehtojen valittajina, ”ruikuttajina”. Tämä kärki liittyy edellä esiin nousseeseen pohdiskeluun siitä, kuinka luotettavaa tietoa omasta elin- ja tuoteympäristöstään yrittäjien kannattaa ylipäänsä tuottaa – edes yrittäjäksi ryhtymisen propagoinnin suunnassa. Markkinatieto ei ole täydellistä, kaikkien tiedossa tai jakamaa. Peli tiedosta ja julkisuudesta ei ole reilua ja läpinäkyvää. Nuoret vastaajatkin ovat oivaltaneet, että yrittäjyys ja kuva siitä ovat myös itse yrittäjien määrittelykamppailun kohteina oleva asia ja itse sen kamppailun arena.

Faktorit osoittavat yrittäjien mediakuvan olevan nuorten mielissä ristiriitainen ja yksipuolinen sekä monin tavoin ohut. Mediassa PK-yrittäjyys ja erityisesti sen merkkijulkisuus tulevat heikosti esiin isomprien taloudellisten toimijoiden ja uutisten dominoivissa julkisuuden kenttää. Samalla näkyy, että yleinen nuorten ja julkisuuden välisen suhteen arviointi on vaikeaa, tarvittaisiin syventymistä nuorten erilaisiin tiedottamiskanavia käyttäviin ryhmiin ja mediakohtaiseen suhdearviointiin. Näyttää myös siltä, että mediaa koskeva 2000-luvun alun kritiikki ja nuorten oman ”pienen elämänpiirin” puolustus saavat erityistä tuulta purjeisiinsa nuorten keskuudessa. Tulkinta mediasta voi laajentua ja dramatisoitua mediauutisen tavoin. Sen kielteisiä puolia saatetaan toistella ja yleistää. Kuten mediauutinenkin, tulkinta mediasta voi alkaa elää omaa elämäänsä ja kasvattaa suosiotaan.



TAULUKKO 12. Nuorten kannanotot julkisia tiedonlähteitä ja mediaa yrittäjyysskuvan lähteinä koskeviin väitteisiin. Rotatoitu faktorimatriisi.

FAKTORI 1	FAKTORI 2	FAKTORI 3	FAKTORI 4	FAKTORI 5
Globaali iso pääoma hallitsee julkisuutta	Markkina-arvoistunut, pinnallinen, nuorta yleisöä hyljeksivä yrittäjäjulkisuus	Harvojen henkilöiden pintaan keskittyvä brändi- ja imago-julkisuus	Menestyneiden karisimojen luoma monipuolinen yrittäjäjulkisuus	Yrittäjät pilaavat mainoksillaan ja valituksellaan julkisen tilansa
Globaalit asiat ja isot pääomat hallitsevat liikaa uutisointia	Mediauutiset elävät omaa elämänsä ilman suurta käyttöarvoa	Tavallinen yrittäjä ilman brändiä jää sivuun julkisuudessa	Yrittäjäkarisimat puhuttelevat minua	Yrittäjät itse pelaavat ja markkinoivat julkisuudella, siksi median kautta ei voi juuri saada hyviä ideoita
Nokia ja 'high-tech' hallitsevat liiaksi julkisuutta	Kansainvälinen, vahva yrittäjämaailma ei lintukotoomme välity	Yrittäjyysfaktat ja -periaatteet peittyvät yrittäjäimagojen ja yksityiselämä-uutisoinnin alle	Yritystoiminnan merkitys ihmisille ja kansantaloudelle tulevat nyttemmin vastuullisesti esiin	Yrittäjät ”valittavat ja ruikuttavat” viestinnässään
	Vakava ja tutkiva talousviestintä on sivuraiteella ja köyhää		Menestystekijät ovat hyvin esillä mediassa	
	Pörssiasiat peittävät yrittäjänuoria kiinnostavat asiat		Suomessa saa monipuolisen ja terveen kuvan yrittäjäelämästä	
	Pieni ja keskisuuri PK-yrittäjyys ei pääse arvoonsa ja esiin			

NUORTEN JULKISET YRITYSNEUVONANTAJAT: ILKEITÄ TOSI-TV-TEKIJÖITÄ, KARISMAATTISIA YRITTÄJIÄ VAI JULKIMOITA?

Keitä ovat sitten nuorten yksilöt, jotka toimivat nuorten julkisina tiedonantajina yritysmaailmaan päin? Kyselyyn osallistuneista nuorista reipas sata (107) vastasi julkisuuden yrittäjäidoleja ja asiantuntijoita penäävään kysymykseen. Henkilö- ja lähipiirimainintoja kertyi reippaat kaksi sataa. Mistään yritysideoideologian äärimmäisestä ja innostuneesta henkilöimisestä tai idolien renessanssista ei voi puhua, vaikka henkilömaininnat keskittyivätkin joillekin pintamediasta tutuille ja harvoille persoonille.

Tässäkin nuoret haluavat nostaa esiin lähipiirin vaikutuksen. Vanhemmat ja sukulaiset (12 mainintaa, naisia 7 / miehiä 5, keskiarvo 21 v.) ja erityisesti vastaajien isä (9 mainintaa, naiset 7 / miehet 2, ka 20 v.) tai aviokumppani (1 naisen maininta) nousevat inspiroijiksi. Lähipiiri on tärkeä nuorille ja tytöille. Sen sijaan nimettömät yrittäjätuttavat ja työnantajat lähialueilla (14: naisia 8 / miehiä 6, ka 23 v.) ovat kaiken ikäisten ja molempien sukupuolten mielissä. Opinto-ohjaaja ja opettaja (10: naisia 4 / miehiä 6, ka 22 v.) liikuttavat myös henkilötasolla nuoria yrittäjyyden maailmaa kohden. Anonyymit huippuammattilaiset (miehiä 2) kiehtovat myös muutamia. Lisäksi henkilönimien tasolla paikalliset ja tuntemattomat yrittäjänimet nousevat vahvasti esiin (taulukko 13, alaviitelista). Yrittäjyysideologian sankarit ovat siis myös kansalaisyhteiskunnan puurtajia ja läheisiä karismoja.



Kaikkia ei haluta nostaa laajempaan julkisuuteen ja nimen tasoiseen erotteluun kansalaisyhteiskunnan katveista. Kaikkein läheisin (sisäisen yrittäjyyden) malli löytyy niiden vastaajien maininnoista, joissa oma sisäinen narsismi ja kokemus artikuloivat yritysinformaation: ”oma elämän kokemus, lähes yrittäjän asema”.

TAULUKKO 13. Ketkä julkisuudenhenkilöt, yrittäjät tai asiantuntijat ovat antaneet sinulle merkittävimmät tiedot ja arviot yrittäjyydestä ja sen ehdoista? Mainitse kolme henkilöä (maininnat yhteensä, vähintään kaksi mainintaa).

Jari Sarasvuo	39 (Naisia 20 / miehiä 19, keskiarvo ⁶⁵ 22 v.)
Jorma Ollila	13 (Naisia 5 / miehiä 8, ka 23 v.)
Kirsi Paakkanen	11 (Naisia 10 / miehiä 1, ka 24 v.)
Vesa Keskinen	8 (Naisia 4 / miehiä 4, ka 23 v.)
Sedu Koskinen	7 (Naisia 2 / miehiä 5, ka 24 v.)
Donald Trump ⁶⁶	6 (Naisia 5 / miehiä 1, ka 21 v.)
Lenita Airisto	3 (Naisia 2 / miehiä 1, ka 20v.)
Joel Grönstrand ⁶⁷	2 (Naisia 0 / miehiä 2, ka 17v.)
Harry Harkimo	2 (Naisia 2 / miehiä 0, ka 25 v.)
Linus Thorvalds	2 (Naisia 0 / miehiä 2, ka 20 v.)

(Yhden maininnan informantiviitteitä oli 50:een henkilöön⁶⁸)

Lista suosituimmista nimistä on relevantti tulkinnan kohde. Se ei yllätä. Tutkimusta tehtäessä, syksyllä 2005, Yhdysvalloissa (vetäjänä Donald Trump) ja Suomessa (vetäjänä Jari Sarasvuo) suosittu *Diili*-ohjelmaformaatti heijastuu mainintojen määrissä. Ohjelma perustui tiukkaan ja kylmään pudotuskilpailuun sekä henkilöön menevään kritiikkiin ja luuseri-leimoihin. Voi puhua kovaan henkilökohtaiseen kilpailuun perustuvien markkinoiden ja yksilövastuun ajankuvasta – jota populaari tv-formaatti taitavasti käytti hyväkseen ja jalosti eteenpäin. Talouden ja myyvien identiteettien psykologisointi ryydittivät myös ohjelman suosiota. Media ja nuorten (netti)keskustelu laajensivat ohjelmaformaatin voimaa. Suomessakin löytyi merkittävä yleisö, joka ei moralisoinut henkilöihin menevää tiukkaa ”kuka pärjää riskeissä” -seulontaa ja narsismia. Samalla julkisuudessa nousi myös kriittisiä ja sangen ironisia vasta-arvioita. Myös aineiston henkilömaininnoista nousi vastakarvaisia kommentteja: ”Jari Sarasvuo, Eetu Hyppönen ja en tiedä. Näistäkin saa melko ironisen kuvan yrittysmaailmasta.”

MEIDÄN JORMA, KIRSI, VESA, SEDU JA HARRY

Menestyneet ja värikkäät yrittäjänimet menestyvät hyvin listalla. Se ei kuitenkaan yllätä. Esimerkiksi 32 nuorekkaan yrittäjän haastatteluun perustuva vuoden 2004 merkittävä yritysideoinnin propagointikirja (Lyytinen & Piha 2004) mainitsee heistä suurimman osan. Suomalainen kansallinen julkisuus on vahva ja yksi. Ulkomaiset nimet lähes puuttuvat listalta. Eri ikäryhmät voivat jakaa listan: ehkä Suomeen tosiaankin mahtuu vain yksi Keskustelu ja Yrittäjien lista kerrallaan (vrt. Michelsen 2005).

Jorma Ollila, Kirsi Paakkanen, Vesa Keskinen, Sedu Koskinen ja Harry Harkimo ovat listan



tiukkoja ja ahkeria yrittäjiä, joilla kaikilla on myös omat luovat ja erottuvat menestystuotteensa. Ollila, jota kutsutaan kansanomaisesti myös Jartsuksi, Paakkanen ja Trump ovat yhden maininnan suuryrittäjien tai supermanagereiden (Casimir Ehrnrooth, Pekka Niska, Martin Saarikangas ja Aatos Erkkö) rinnalla ainoat listan suuryrittäjät tai -managerit. Yritysideologia ei leviä tehokkaimmin suuren pääoman tai isojen manageereiden äänellä; vain miehiä puhutteleva Nokia ja naisia kiehtova Marimekko ovat tässä poikkeuksia. Näiden kahden firman nimet myös lämpimästi mainitaan elinkeinoelämän henkilönimien yhteydessä. Imago ja tuotantolaitos synkkaavat yhteen. Suuri Raha ja yrittäjyys saavat myös halventavia mainintoja vastauksissa – ”Aku Ankoista ja kroisoksista” päästään kyseenalaisen bisneksen leimaamiseen.

Listalla menestyneille on myös yhteistä huomattava julkisuus ja runsas päivänpaiste sensaatio-median ja iltapäivälehdistön lämmössä (Sarasvuo, Keskinen, Koskinen, Airisto, Harkimo). Lenita Airisto on säilyttänyt yrittäjyyshenkisen ja tulkintatykkimäisen paikkansa mediassa jo yli 40 vuotta; siinä olisi tutkittavaa, ylisukupolvista energiaa. Yhteiskunnallisesti vaihtoehtoiset henkilöt ja karimat lähes puuttuvat listoilta. Linus Thorvalds tarjoaa oman Linux-vaihtoehtolinjansa yritysliberaaleja ja yksilöllisen räväkköjä kannanottoja esittävien yritysimgojen rinnalle. Yhden maininnan poliitikkoja sentään löytyy: Heidi Hautala, ”kasvisyrittäjä jumalan armosta” ja Arto Lahti (vastaaja ei muistanut nimeä), Matti Vanhanen ja Pentti Linkola. Suomen yrittäjien hallituksen puheenjohtajana toiminut Eero Lehti on ainoa listan yritysasiaa edistävä poliitikko, jolla on näkyvä asema yritysten etujärjestöissä. Suosiota nauttiva legitiimi yrityslobbaus toimii nuorten keskuudessa ilman vaikuttavia mielipidejohtajia. Urheilijat, mediajuontajat ja populaaritaitelijat saavat yrittäjä-äänensä myös kuulumaan. Nuorten listan taloudellinen ja poliittinen vaihtoehtoisuus nousevat siis henkilöiden äänilajista ja kannanotoista sekä huomattavasta auliudesta kuunnella kansalaisyhteiskunnan tuntemattomia yrittäjäpuurtajia. Heillä on nuoriin konkreettinen dialoginen suhde, jota ei voi oppia tuntemaan valtakunnan median kautta. Tämä yhteys on myös nuorten yrittäjämielisten ryhmien inspiroija ja yhteiskunnallinen voima. Nuorten tietoisuus yrittäjyydestä ei rakennu vain mediaan vaan syvälle kansalaisyhteiskuntaan ja sen aktiivisiin toimijoihin. Paikallislehdistöllä on kuitenkin läheinen ja journalistisesti yritysten kehitystä seuraava ote paikallisiin pienyrittäjiin – mikä selviää myös *Yritys Hyvä* -kirjoituksista.

MEDIAKATSAUS: HELSINGIN SANOMAT JA KAUPPALEHTI NUORTEN YRITTÄJYYSTIEDON JA TULKINNAN VIITEKEHYKSINÄ

Aineiston nuoret vastasivat kyselyyn marras–joulukuun vaihteessa 2005. Nuorten vastaustilanteen aikalaishorisontin, yrittäjyyslähdeiden ja inspiraation ymmärtämiseksi keräsin media-aineiston. Se koostuu vuoden 2005 elokuun puolivälistä marraskuun loppuun kaikkien Helsingin Sanomien (Talous ja muuta yrittäjyyttä käsittelevät peruspalsat, kuten Kotimaa, Kulttuuri, Pääkirjoitukset ja Mielipide) ja Kauppalehden (ja sen kulttuuripitoisen ja talouden kannalta keventävän viikonloppulehden Presson) numeroiden nuoria yrittäjäpoliittisesti koskevista, taustoittavista ja ainekirjoitusten mukaan nuoria kiinnostavista jutuista (otsikot, ingressit ja niiden mukaan nuoria kiinnostavat jutut kokonaan). Samalla jutut alustavasti luokiteltiin ja lopulta niiden joukosta nostettiin esiin 218 erilaista esimerkkijuttua ja neljätoista erilaista keskusteluteemaa: media-aineiston 14 diskurssia nuorten yrittäjäpoliittisten tulkintojen taustoittajana (ks. media-analyysi s. 150–159).

Helsingin Sanomien ja Kauppalehden jutut keskustelevat myös keskenään ja laajemman julkisuuden puitteissa. Median aiheet jatkuvat eri tavoin nuorten kouluaineissa, kyselyn (avo)vastauksissa sekä vasta- ja torjuntatavoissa. Aineiden, tutkimussuunnitelman ja yrittäjäkirjallisuuden tiedot nuorten



yrittäjäpoliittisista intresseistä ja ajatuksista siis ovat ohjanneet media-aineiston luku- ja tulkintatapaani. Pääpaino juttujen lukemisessa ja temaattisessa esittelyssä on Helsingin Sanomien teksteillä, koska lehti on Kauppalehteä lähempänä nuoria ja muodostaa nuorten kannalta ”neutraalimman” mediafoorumin. Sitä suositetaan myös kouluissa, mikä näkyy kilpa-aineissa ja niiden tehtävänannoissa. Helsingin Sanomia käytetään suoraan aineiden tietoperustana ja viitekehystenä – kulttuurista tarinoista ja uusista merkityksistä puhumattakaan. Kauppalehti tuli mukaan (sekundaari)tarkasteluun, koska se on tunnettu, pitkäikäinen ja auktoritatiivinen yrittäjäpoliittinen uutis- ja kommenttifoorumi. Myös sitä on käytetty kouluissa yritystiedon ja polemiikin lähteenä. Se ei kuitenkaan Pressoa lukuun ottamatta pyri olemaan nuorelle yleisölle tarkoitettu foorumi vaan tiukka talousjournali alan yleisöineen.

Aineiston luennan ja tulkinnan tapa on inspiroitunut modernin hermeneutiikan ja politiikan tekstitulkin lukutavoista⁶⁹, ”Grounded Theoryn” peukalosäännöistä ja ”Paraphrasing”-tulkinnasta, teemojen ja puhetapojen yleistämisen tavoista (käytännön mallista, ks. Paakkunainen & Sloam & Spannring: EUYUUPART 2004a & b). Myös yhteiskuntapolitiikan, yrityskirjallisuuden ja nuorisotutkimuksen tuntemus auttoi ja ohjasi tekstien lukemista ja nuorten reseption kannalta olennaisten tekstien tunnistamista.

Muutamien tuhansien juttujen lukemisesta ja luokittelusta siivilöityi eräänlainen temaattisesti ja keskustelujen kohde- ja ongelmafokuksista muodostuva nuorten yrittäjäpoliittinen lehdistökatsaus (ks. media-analyys s. 150–159). Oli mahdollista esittää kysymys, missä määrin nuoret tuntevat ajankohdan mediatietoa ja -keskusteluita yrittäjyydestä ja taloudesta – missä mielessä ja minkälaisen käsittelyjen teemojen yhteydessä yrittäjyys ja talous jäävät vieraisiksi tai ne torjutaan ylimalkaisesti tai stereotyyppisesti. Näin oli mahdollista tulkita sitä, minkälaisista teksteistä yrittäjyystiedot ja -asenteet omaksutaan (lähteet ja vastaanotto, nuorten sosiaalistuminen ja heidän oman tulkintansa ja torjuntansa rooli). Mitkä media-aineiston perustiedot ja keskustelut näyttäytyvät nuorten vastauksissa ja kirjoituksissa, mitkä ohitetaan tai torjutaan?

Seuraavat neljätoista keskustelua, diskurssia, kuvaavat näitä media-aineiston maisemia. Diskurssit, puhutavat, muodostuvat kiteytyneestä, ”parafraaseihin” perustuvasta hermeneuttisesta tulkinnasta, ja niitä on valotettu seuraavan luokittelun avulla (A–N). Samalla on kuvattu ja tulkittu nuorten suhdetta kyseessä olevaan diskurssiin ja sen asemaan nuorten taloutta, yrittäjyyttä ja yrittäjäpolitiikkaa koskevassa omaksumisen tavassa (reseptiossa).

A: Nuoret puhutaan ja analysoidaan talous- ja yrittäjätoimijoina vaatimattomalle paikalle journalistisessa ja asiantuntijapuheessa – välillä nuoret itse ottavat toimijapaikkoja: 41 esimerkkijuttua

Nuorten yrittäjien ja yrittäjyyspolkujen asema on erittäin marginaalinen aineistossa⁷⁰. Nuoret liittyvät yrityskirjoituksiin ja -puheeseen muutamien esimerkkiyritysten⁷¹ ja nuorten managereiden ja heidän (mainos)kuviensa kautta. Julkkiset, muutamit menestystarinat ja kulttuurituotteet (musiikki, netti, peli) nostavat nuoria esiin aitoina yrittäjinä ja yrittäjähaastatteluiden idoleina sekä käytännön malleina. Suhde yrittäjyyteen säilyy jatkuvasti ongelmallisena. Huomiot nuorten yrittäjien pienestä määrästä toistuvat ja vahvistuvat teksteissä. Pääsääntöisesti nuoret ovat asiantuntijapuheen kohteena, jolloin tutkijat, tilastojat, mainostajat ja kasvattajat asettavat nuoret heidän kulttuuriselle paikalleen. Tästä passiivisesta asemasta ei juuri rakennu helppoja polkuja yrittäjäksi. Nuorten elämäntapa- ja pelikulttuurit kiinnostavat keski-ikäisiä toimittajia. Tai (joskus jopa nuoret) kolumnistipuhujat tai kirjankirjoittajat sekä näiden (kirja-)arvostelijat ymmärtävät ja käyttävät heitä ajan ja tulevaisuuden oireena, ”zeitgeistina” – jopa (taloudellisen, poliittisen) vaihtoehdon luojina. Mutta nämäkin puhujat tulevat nuorten yrittäjien ulkopuolelta.

Samoin nuorilla on kuluttajina – esimerkiksi penkkiurheilu-, kännykkä- tai Nokia-sukupolvena



– läheinen suhde yrittämiseen. Kuvaa täydentävät uutiset nuorista tulevaisuuden ammattilaisina ja kysyttynä työvoimana. Nuorten asema samastuu harvoin PK-yrittäjyyttä ja suhteellisen lukuisia naisia koskeviin talous-, innovaatio- ja nimityspuheisiin. Kohteellistaminen merkitsee usein myös nuoria koskevaa voivottelua ja sääliä – ongelmapuhetta ja pätkätyöläisyyttä. Nuoret opiskelevat ja harjoittelevat kouluissa (sekä mediassa ja yrityksissä) ja pääsevät uralla ylöspäin, saavat (siitä) palkintoja. Nuorilla on oppisaavutuksia, mutta samalla rohkeiden kolumnistien ja toimittajien mukaan nuorilla on usein fiksun ironinen kyky ottaa etäisyyttä yrityksen toimiviin käytäntöihin ja voiton tekemisen taitoihin, niiden rahanahneuteen sekä sisäiseen yrittäjyyteen. Nuoret ovat yllättävän useiden mediatulkintojen mukaan liian fiksuja yrittäjiksi.

Nuorten vastauksissa heijastuu tämä nuorten yrittäjäpolkujen vähäisyys ja nuorten tuotannollis-koulutuksellisten asemien kohteellistaminen. Totta kai nuoret lukevat intensiivisesti Helsingin Sanomien ja Kauppalehdenkin mieltä nostattavia, kulttuurisen pääoman kannalta tuoreita, ilkkurisia ja ironisiakin juttuja nuorten aikuisten yritysteoista ja ammattilaisuuksista, mutta nämä jutut muodostavat vain marginaalisen jutturyppään. Pääosin nuorten inspiraatio perustuu muihin taloutta ja yrittäjyyttä kulttuurisesti rakentaviin juttuihin kuin niihin, joissa nuoriso on suoraan sisällöntuottajana, analyysin kohteena ja viitteenä.

B: Nuorten kuluttajuus ja toimeentulo taloudellisen harkinnan suhteena: tyylejä, arvoja ja ongelmia: 21 esimerkkijuttua

Keskeinen Helsingin Sanomien ja Kauppalehden tie nuorten talous- ja yrityspuheeseen kulkee kuluttajuuden kautta: nuoret kuluttajina ja merkkien hankkijoina. Reilu, harkitseva ja vastuullinen kulutus sekä velkaongelmat nousevat kaikki vahvoina puhetapoina esiin. Ja kaikki tämä tapahtuu nuoria täynnä olevan mainostulvan keskellä: nuoria on lehdissä enemmän mainoksissa kuin jutuissa – ja seksi välkkyy monissa lehtikuvavaloissa. Yllättävän usein myös nuoret kohteellistetaan ja syyllistetään (kulutusluotot). Ja kuten olemme huomanneet, nuoret auliisti antautuvat kulutus- ja tuoteanalyysihin – taloudellisin, kulttuurisin ja poliittisin termein. On helppo idealisoida menestynyttä, reilua ja huippuunsa trimmattua tyylikästä yrittäjää, joka on yritystuotteensa kuva (vrt. Nokia ja Marimekko – ”Jartsu” ja ”Kirsti Iso M” edellä). Ja media, jos jokin, auttaa tässä. Kuluttajuus – keskeisillä tavoilla taloudelliseen harkintaan viittaavana toimintana – välittää nuorten kulttuurisia normeja, merkityksiä ja erotteluja talouden ja yrityksen suuntaan. Tuotannollinen *enterprise* on se sampo, jonka ympärillä kulutus taloudellisin termein toimii ja pyörii (Heinonen 1998; Fairclough 2002).

Nuorten kuluttajuutta ja sen kautta tapahtuvaa identiteetin rakentamista on tutkittu paljon (Autio 2006; Lehtonen 1999). Nuorten on todettu nuorten monipuolisesti harkitsevan hankintojaan ja symbolejaan, mutta harvemmin on keskitytty siihen, miten kuluttajuus kohtaa yrittäjyyden. Kulutusmaailma todentaa innovatiivisen ja tehokkaan tuotannon olemassaolon sekä lupaa entistä enemmän tietoa myös siitä tietoiselle kuluttajalle. Yritystoiminnan ja median oma logiikka asettaa myös omia (kilpailu)rajoitteita. Tuotannon moraalilla on helppo pelata ja tuottaa, mutta polku tuotteesta yritykseen ei ole läpinäkyvä, uskottavan helppo tai yrityspedagogisesti pohdittu. Nettipalvelut tulevat meitä lähelle fyysisistä rajoista piittaamatta – tulevatko yritykset ja yrityspedagogian opetusaineistot? Jos yritysmaailma haluaa lisää yrittäjiä, tie tuotteesta yritykseen tutustumiseen on avattava nuorille!

C: Innovaatioiden ja yritystuotteiden Dream-Society: 15 esimerkkijuttua

Varsinkin Helsingin Sanomissa on rikas kuvasto ja juttusarja sekä tietopaketteja teknologian, ekologian ja kulttuurituotannon visioista. Tulevaisuudentutkimus ja tiede käyvät argumentin esittäjistä. Lehden monet palstat esittelevät nuorten aineissaan ja vastauksissaan käyttämien reaali- ja utopiavisioiden aineksia ja nimiä. Samoin esiin nousee markkinoistunut tuotekehittäjä sekä henkilökohtaiset hurjat



suunnitelmat ja menestystarinat. Kulttuurin ja (bio)tekniikan lisäksi varsinkin virtuaali-, robotti-, atk-, verkosto- ja ubiikkiperustaiset sovellukset olivat median tapetilla syksyllä 2005. Voi niitä ainekirjoittajapoikia ja tietokonenörttejä: *High tech*, mediasovellukset ja visuaalisuus on nyt in, ja media täynnä kiehtovia juttuja.

Mielikuvituspäällikkö Jensenin mukaan kylmän tietokoneen ja atk-laskelmien jälkeen tulevat itseilmaisuus, tunteet ja tarinallisuus (Suominen 30.10.2005; esimerkkijulkaisut). Enää ei kenenkään nuoren tarvitse pyytää anteeksi opettajaltaan tai tutkijalta, kun nuori menee omaan peli- tai teknologia-avusteiseen mielikuvitusmaailmaansa: Kauppalehden keski-ikäiset kulttuurikolumnistit rouvat ovat näistä taidoista kateellisia, Helsingin Sanomien pääkirjoitus yllyttää kehittämään näitä teknolandscapeja. Ubiikkiverkot ovat joka puolella, ilman niitä on jo vähän vaikea elää, mutta älä välitä, ”ubi bene, ibi patria eli isänmaa on kaikkialla siellä, missä on hyvä olla” (HS 28.10.2005). ”Nokia-Wunderlandin” jälkeen meillä on teknologian ihmemaa-Suomi – jokaisen varttuvan suomalaisen pitäisi päästä kuuntelemaan, kuinka ”Nero-Martikaisen kaiuttimet pelaavat Iisalmessa – ja siinä sivussa, kuinka tuotanto pelaa” (Uotila 15.11.2005 Kauppalehti). Inno ja Tekno eivät ole paljon mitään, ellei siihen liity sankari.

D: Sukupolviongelmien ikääntymisen, eläkesäästämisen, kulutuskulttuurien ja ohuen poliittis-kulttuurisen säikeen varassa (10 esimerkkijuttua)

Massa- ja portfolioyhteiskunnan yksilöllinen sukupolvikokemus ei ole kollektiivinen ja selkeä sen enempää kaiken ymmärtävälle suurelle ja paljon kirjoittavalle ikäluokalle kuin nuorillekaan. Silti sukupolvista puhutaan muuallakin kuin mainoksissa. Kansantaloudellinen kilpailukyky puhe tavoittaa sukupolvi-ilmiön tilastollisena huolena, jota nuoret joutuvat paljon kuuntelemaan: eläkevaroja on säästettävä; lisää töitä tehtävä; huoleton ”tupon-tappaja” -sukupolvi on vaarallinen; väestön ikääntyminen on Suomen erikoinen riski valuuttarahaston tiedon mukaan; isät piiloutuvat lastensa yrityksiin ”piilosukupolvenvaihdoksen” avulla.

Onneksi nuorten joitain virtuaalisia, teknisiä ja sosiaaliseen johtamiseen liittyviä taitoja sentään välillä kehaistetaan: sitä monet nuorisoryhmät tarvitsevat, koska into näiden taitojen kehittämiseen on suuri raportin haastattelujenkin mukaan. Jännittävä puoli sukupolvipolitiikkaa avaavassa media-aineistossa on se, että nuoret tutkijat ja kirjailijat sekä emeritusprofessorit avaavat sille tietä. Jopa yrittäjyyden sisällä epäillään keski-ikäisten neljännesvuositalouteen tottuneiden vatureiden sosiaalista vastuullisuutta. Keski-ikäisten turvattu elämä voi olla tylsää, ja siihen vanhemmat haluavat kasvattaa myös ammattityötä tekevät lapsensa. Ja sosiaalinen, yrityspolviakin liikuttava ikäpolvivallankumouskin tulee nuorekkaan ulkopolitiikan tutkijan kolumnikädestä: ”Vallankumous – anyone? Kumpi on tärkeämpää, nykyiseen malliin kuuluvien saavutettujen etujen suojeleminen vaiko vielä äänestysien alapuolella olevin naisten oikeuksien turvaaminen?” (Henrikki Heikka, ulkopolitiikan tutkija, UPI (Kolumni/Debatti): Kauppalehti Presso 29.10.2005.)

E: Globaali kilpailu ja etupiiri jaot, ekologia ja riskiyhteiskunta, sodat ja (geeni)teknologia (10 esimerkkijuttua)

Olemme huomanneet nuorten aineistosta, että globaalit riskit huolettavat lahjakkaita kirjoittajia. Ne myös politisoivat talousilmiöitä ja -mediaa. Aktiivinen nuori löytää aineistolehdistä myös dramaattisia uutisia ja tulkintoja – globaali kilpailu ja (kulttuurien väliset) sodat ovat virtuaalisissa olohuoneissamme ja sunnuntaiaamun Hesarin kuvissa. Ne on kohdattava, jos *online*-media ei ole vielä turruttanut meitä, kypsyttänyt meistä ”joka asian ateisteja” (Heller & Feher 1979). Ekologian ja taloudellisen kasvun sekä energian takaamisen yhtälöt vaivaavat nyttemmin kaikkia – jotka kykenevät jotain miettimään – poliitikoista ainekirjoittajiin. Kansallisen protektionismin, Euroopan integraation ja



globaalien kehityskulkujen suhde on avoin eettiselle, taloudelliselle ja demokraattiselle pohdinnalle: media pursua aineistoa tästä keskustelusta, se on osa sitä.

Talouden argumentit pistävät syvälle Helsingin Sanomien liberaaliin maineeseen. Eettis-poliittiset argumentit ovat uusi mutta selvä osa Kauppalehden pääkirjoitus- ja vierailijatekstejä. Talous on kuin vallan ja politiikan käsite: väliin julma, väliin produktiivinen ja lempeä – se jakaa meitä maanosien mielessä, se yhdistää meitä Pietariin ja laajemmallekin. Sama pätee teknologiaan – sen poliittisuutta ei enää arvailla. Nuoria moititaan joskus niukan moraalin sukupolveksi. Globaali riskiaineisto ja sen vaatimat tulkinnot ovat kuitenkin asia, joka kypsyttää nuorista sata kertaa herkempää porukkaa kuin kylmän sodan blokkamat sukupolvet valmiiksi kirjoitettuihin ja dikotomisine tietolähteineen. ”Joko-tai” -vastakkaisuus korvautuu ”sekä-että” -harkinnalla riskiyhteiskunnan teorian mukaan (Beck 1997). Yrittäjyyttä ei ole enää media- ja nuorten kirjoitusaineistossa yksi, siitä on moneksi: yrittäjä joutuu harkitsemaan omat riskinsä yrittäjätekojensa kautta – ja vaikkei hän sitä itse osaisi tai haluaisi, riskiyhteiskunnan kuluttajat ja (lukija)yleisö haluavat sitä.

F: Dikotomia: talous ja yrittäjyys vastaan humanismi ja sosiaalisuus (14 esimerkkijuttua)

Kaikki median esittämisen tavat – uutisoinnin, taustoittamisen ja kolumnikirjoittajan itseymmärrys – eivät taivu riskiyhteiskunnallisen vastuullisuuden tai kansainvälisen politiikan realistisen analyysin suuntaan. Klassinen väittely pehmeän humanismin ja kovan ekonomismin (yrittäjyyden) välillä on vielä käynnissä monissa idealisoivissa journalismin puheissa sekä niiden vastakirjoituksissa. Luonnon- ja taloustieteen kovat (empiiriset) kategoriat ja kalkyyliit (Newton) asettuvat humanismin perintöä vastaan (Dante, Goethe). Moniaineksinen Helsingin Sanomat ja liberaalin yrittäjähenkkinen Kauppalehti väittelevät keskenään, joskus hyvinkin dikotomisesti. Eri palstat elävät jännitteistä elämää, riitelevät idealismin ja faktojen – ihmisen ja talouden kasvun välillä. Tavoittelemmeko luovaan ja taloudellisesti menestyvään luokkaan, ja joutuuko luova luokka innovaatioineen pilotteineen päivineen projektihelvettiin?

Myös nuorten lukijoiden on maailman (kauppa)politiikan ja konfliktien taustojen penkomisen ja tutkimisen sijaan helpompi valita puolensa humanismin ja ekonomisen maailmankuvan välillä. Usein kyse on stereotyyppien helppoudesta – puolen ja puolueen valinta on joskus liian helppoa tai pakkosaumaista. Valinta on usein myös dogmaattinen – tieteiden välinen. Jo otsikot ovat valinneet argumentaatioperustansa: ”Optiot rapauttavat moraalialia”; ”Suomen menestys osoittaa, että tasa-arvo tukee talouskasvua”; ”Maailmanpankin mukaan koulutus tärkeää köyhyystaistelussa.”. ”Syrjittyjen auttaminen on parasta talouspolitiikkaa”; ”Bisnesajattelu uhkaa median tulevaisuutta”. Kehittämistoriikka onkin sitten attribuuttien tahallista sekoittamista: ”Missä viipyy luova Tekes?”; ”Taiteen vientikauppa taiteen siunaus”; ”yrittäjän jalostamat kulttuurituotteet – välttämätön markkinakierros maailmalle.” Sekä Helsingin Sanomat että Kauppalehden Presso dramatisoivat journalismiaan tällä klassisella ja väliin totisen asetelmallisella draamallaan. Kolumnistit, vierailijat, mielipidepalstan ja vieraskynän sankarit ovat palstadraaman suola. Ja niistä innostuvat ja puolueitaan valitsevat myös palstoilla sukuloivat nuoret. Monet argumentit ja kielikuvat viedään suoraan kouluaineisiin. Sosiaaliset arvot sopivat maailmalle ja yrittäjyyteen, kirjoittaa nuorten lahjakkaiden enemmistö. Ja opettavat ovat tyytyväisiä.

G: Journalistis-analyttinen, taiteen tekijöiden ja teoreetikoiden dialogi, moniarvoinen uutisointi ja henkilökuvat talouden ja yrittämisen suhteesta laadulliseen kasvuun, humanismiin, tulevaisuususkoon, monikulttuurisuuteen ja elämän tarkoitukseen (21 esimerkkijuttua)

Mutta enemmän nuoret sekoittavat sosiaalisia toimintoja ja arvoja kuin suhtautuvat niihin mustavalkoisin tavoin. Erityisesti kulttuurisen muotoilun ja viennin kenttä on sekoittanut ja yhdistänyt



taiteen ja yritystalouden arvoja viime vuosina. Enää ei oteta yksinomaan kantaa insinöörin tai äidinkielen opettajan termein – Danten ja Goethen puolesta Newtonia vastaan. Nobel-palkitun T. W. Schultzin luovan yrittäjän ja talouden mallit, relativismi ja myöhäismoderni teoria kiehtovat ainakin lahjakkaita nuoria. Ja lehtien palstoilta löytyy materiaalia, puheenvuoroja ja teatteriarvosteluita (useita juuri syksyllä 2005), jotka realistisella roolituksellaan inhimillistävät ammatit, tieteenalat ja elämänsektorit ja niitä koskevan journalistisen palstajaon. Tarinat ja uutiset eivät ole enää mustavalkoisia – maailma on monista aineista, ideoista ja ennakkoluuloista koottu. Jokainen on yrittäjä, ja yrittäjä on yksi meistä, tuskat ovat yhteiset. Moraalilla (vrt. Aristoteles ja Marx edellä) on selvittämättömät ennakkoluulonsa kuten taloudellakin.

Ehkä aikaamme leimaa se, että kysytään enemmän kuin vastataan oikein. Kuinka kuurot alkavat tuottaa? Miten Bill Gatesistä tulee hyväntekijä? Kuinka konsultit joutuvat kuilun partaalle? Miten uudet sukupolvet joutuvat nousuhuumaan – ja taas PAM? Onko saneeraaja herkkä ja myötakarvainen ihminen? Myyvätkö ympäristöystävälliset autot hyvin? Kaatavatko vai nostavatko tuloerot, kannustimet ja vapaakauppa ihmisiä? Sosiologit menevät talousunionin kaltaiseen EU:hin, pohtivat eurooppalaisten maailmanarvojen, talouden, reiluuden ja sosiaalisuuden suhdetta ja huutavat sunnuntain olohuoneisiimme: ”Euroopan on laitettava iso vaihde päälle. EU:n tulevaisuus näyttää äkkiseltään hämärältä, mutta niin ei tarvitse olla.” (Ulrich Beck & Anthony Giddens, HS 16.10.2005.) ”Hallituksen yrittäjyysohjelman vetäjä Markus Sovala vietti päivän Vallila Interiorissa. Hän yllättyi siitä, miten paljon asioita toimitusjohtaja Anne Berner pitää omassa hanskassaan.” (Pauli Takala, Kauppalehti 7.11.2005).

Monet nuoret eivät ole (etukäteen) varmoja oikeassa olemisestaan. Kuten riskioppimisen globaalissa maailmassa, näidenkin lehtien moniväristen analyysien lukijoina nuoret oppivat, muuttuvat, sävytyvät. Ihan kuin Suomeen keskustelemaan palannut EVA:n uusi toimitusjohtaja Sixten Korkman ”kaipaa keskusteluun lisää sävyjä, vähemmän leimakirveitä”. (Anna-Riitta Sippola, HS 17.10.2005.)

H: Tietoperustana talouden ja yrittäjyyden (makro)tilastot (6 esimerkkijuttua)

Makrotalouden käyrillä, bkt-tiedoilla ja universaaleilla vertailuilla on edelleen sangen vaikuttavan paradigman asema talousuutisoinnin ja -ennustamisen maailmassa. Myös osa nuorista ottaa ne vakavasti ohjenuorana tai viisastelun paikkana. Vaikka nuoret usein (aineissaan) irvailevatkin ”maailmassa olevan valeita ja isoja valeita, jotka ovat tilastoja”, he osaavat ja haluavat lukea monia tilastoja. Myös pörssien tunnusluvut elävät nuorten kilpa-aineissa ja avovastauksissa. Tässäkin näkyvät nuorten arvostukset. Usein nuoria kiinnostavat jotkut harrastuksiin ja ammattiin orientoivat erityistilastot ratkaisevasti enemmän kuin makrotalouden ja maailmanpankin ennusteet. Nuoret myös jakautuvat. Osalle talous- tai tilinpitolukemat ovat annettu totuus, joillekin taas eräänlainen haastava argumentti, jota pitää kommentoida kyseenalaistavien seikkojen valossa.

Ennusteiden politiikka on nuorten omissa käsissä; on heistä itsestään kiinni, minkä tilaston tai faktan he valitsevat maailmankuvansa tueksi. Kriittisimmät nuoret repäisevät itselleen selvän eron prognostiikkaan: maailma on täynnä barometrejä, ja niiden käyriä jatketaan tulevaisuuteen eikä tästä aina pidetä. Nuoret haluavat itse tehdä oman tulevaisuuden. Myös yritysmediaa ja -hautomoita seuranneet ovat huomanneet saman: ”On lähtökohtaisen tärkeää, että nuoret itse... asiantuntijoiden osviittojen puitteissa... laskevat oman yrittäjyytensä markkinaa, mahdollisuutta ja kannattavuutta. Se on aina spekulatiivista ja epävarmaa... se on kuitenkin itse tehtävä, haettava se tieto, vaikka käsikopelolla”. (Teemahaastattelu, yrittäjähautomoaktiivit.)

I: Pörssi ja kansallinen yritystalouden yhteisenä kilpailuprojektina (16 esimerkkijuttua)

Pörssi oli nykytilannetta enemmän nuorten kriittisen polemiikin keskiössä vuosituuhannen vaihteessa hurjina spekulatiiorahan vuosina. Pörssin saloja tunteva lukiolaisnuori ei enää herätä huomiota, ihai-



lua tai moralisoivia kommentteja. Sijoitusmarkkinat ovat arkistuneet, nuoret itse tai perheenjäsenet harrastavat jollakin tasolla sijoitusrahastoja, ja tv näyttää meille päivän saldot ja pohjat. Pörssilukujen jargon on levinnyt laajalle, niin moniin yhteyksiin, että sitä tietenkin ironisoidaan. Kouluissa leikitään ja kilpaillaan salkkuilla. Pörssi on selkeä virtuaali- ja spekulatiivisen pelirahan symboli. Näin se myös jakaa siitä kiinnostuneet pelin vastustajiin, hyväksikäyttäjiin ja pelaajiin. Pelaamisella kehuvat tai sitä ihailevat ovat vähemmistö. Nuorimmat pojat rakentavat sen varaan hurjia menestysjuttuja.

Muutammat vaihtoehtonuoret rikkovat sijoittamisen sääntöjä tai panostavat vaihtoehtorahastoihin. Monet eivät lainkaan pidä virtuaali- ja sijoitusmarkkinoiden sattumanvaraisuudesta, ilman työtä rikkautumisen mahdollisuuksista tai onnettomista seuraamuksista firmoille, työntekijöille ja kansantalouksille maailman mitassa. Lehtien pörssipalstat ovat hauskoja peli- ja sotakielikuvien kehittelyareenoita. Ja toisaalla olemme oppineet, että sota on anarkistinen ja epäreilu peli, vahvimmalla on siinä joitain etuja puolellaan. Juuri tästähän keskustellaan kun pörssistä nuorten kesken keskustellaan ja aineita kirjoitellaan. *Stockmarket* on kaukana PK-yrittäjän moraalista. Se on pikemminkin mielikuvaharjoitusten matkalla kuuluisuuteen ja kansainväliseen menestystarinaan (nuorten kouluaineissa).

Huolimatta omista arvostuksista pörssimedia ja -noteeraukset nähdään useimmiten realistisena ja välttämättömänä osana taloutta, ja noteerausten avulla pohditaan omia ja suomalaisten menestystekijöitä. Osataan kaava ”Nokia ja Suomi nousevat, Nokia ja Suomi laskevat...!” Pörssin ja talousuutisoinnin läpimurrossa molempien tarkasteltavien lehdistöaineistojen peruseritorisena ratkaisuna on säilynyt kansallinen arviointinäkökulma (eetos, paatos ja jaetun kansantalouden logos). Pörssistä ja kansallisesta yritystaloudesta tulee kaikille yhteinen kilpailuprojekti. Myös maan hallitusohjelmat ovat viimeisen 15 vuoden aikana kehittyneet tähän suuntaan, rivakasti ja määrätietoisesti. Entistä enemmän kilpailukyvyyn termein ajatellaan yhteistä taloutta, valtiota ja sosiaalipalveluita. Tällä kilpailujoukkueen yhteisellä huudolla urheilun ja kamppailun draama muotoutuu osaksi ekonomiaa. Nuorista monet kirjoittavat tässä hengessä, ja huomasimme jo raportin riskitarkasteluista, että huomattava osa nuorista tarkastelee maailman riskejä kansallisvaltion näkökulman kautta. Kansallisessa (pikkulintu)parvessa lentäminen on turvallisempaa, ei eksy eikä ole niin altis haukkojen iskuille. Kansallinen näkökulma antaa turvaa ja selkeyttä kylmän maailman jäsentämiselle ja siellä toimimiselle (turvaidentiteetti). Vain osa nuorista uskaltaa avata tätä kilpailuvaltiovisiota kirjoittamalla kansalliset etupiirit ja arvoriitit kuvaan mukaan ja yhdistelemällä niitä postnationalistisiin haasteisiin ja jakoihin.

Kuten esimerkkijutut osoittavat, jopa otsikkotasolla kansallinen rajanveto ja sen mukainen identiteetti jyräävät. Puhutaan Suomen työvoimapulasta, kilpailukyvyistä, turvista ja iskukyvyistä vastata valtaajille. Pääministeri perustaa kansallisen teknopoliksen Kiinaan isänmaallisessa hengessä (HS 12.9.2005) – Elcoteq avasi tehtaansa Pietariin ”suomalaisen talouden päivänä” (8.10.2005). Syksyllä Sauli Niinistön presidenttivaalikampanjan tukiryhmä aloitti nuorisopoliittisestikin äärimmäisen kiehtovan ”Työväen presidentti” -projektin. Se vetosi juuri kansallisen kilpailutalouden me-henkeen ja oli lähellä nuorten miesäänestäjien enemmistön mielenlaatua (Paakkunainen 2006C, 155–158). Nuoret naiset sen sijaan avasivat kansalliselta katsomaltaan enemmän universaaleja ovia, ja he ratkaisivat vaalit Tarja Halosen eduksi. Mutta Niinistön vaaliretoriikka jäi elämään; se rakentaa etevästi eteemme yhteisen kansantalouden ensisijaisen arvon: ”Vastakkainasettelun aika on ohi. Suomi on meidän kakkien yhteinen yritys. On aika lopettaa turhat vastakkainasettelut. Tämä koskee sekä työntekijöitä että työnantajia – koko tämän päivän työväkeä. Ilman työtä ei ole toimivaa taloutta. Ja ilman toimivaa taloutta emme pysty huolehtimaan koulutuksesta, terveydestä ja hyvästä vanhuudesta.” (HS 5.11.2005.) Ilmankos Niinistö lainasi realisti Outi Ojalan (vas.) talouskasvupuheita – ilmankos suuri osa nuorista (miehistä) ajattelee Niinistön kanssa samalla tavalla.



J: Suur- ja globaalipääoma ja makrotaloustarkastelut dominoivana toimijana, käskyjen esittäjänä ja nimittäjänä – luonnonvoimana, kehityksen sisäisenä fataalina toimijana (passiivina) EU:n ja globaalilla tasolla (13 esimerkkijuttua)

Euroopan (EUYOUPART 2006, 154) tai globaalien talouden vääjämätön kulku, jota valtamedia takoo sadoin otsikoin ja jutuin, ei kuitenkaan jää nuorilta kommentoimatta. Vääjämättömyys viittaa tässä talouden mykkään pakkoon, välttämättömyyksiin ja fatalismiin – siihen, että talous olisi jotenkin ylikäyvä toimija, joka määrittää elinkelpoiset asiat ja totuudet maailman menossa. Mediassa tämä tarkoittaa asioiden palauttamista talouteen (reduktionismia).

Joskus passiivin teonsanat kuvaavat fatalismia; taloudessa vain tapahtuu, kehitytään, irtisanotaan. Talous tai markkinat ottavat väliin kolmannen persoonamuodon paikan: ”Markkinat arvioivat odotetun saneerausohjelman liian löysäksi.” (HS 28.10.2005.) Käskymuodot otetaan annettuihin: ”Euroopasta olisi nyt rakennettava kiinnostava sijoituskohde kansainvälisille yhtiöille.” (HS 28.10.2005.) Kansallisia ratkaisuja työnnetään globaalien ja Eurooppa-pelin ennalta kirjoitettuihin rooleihin: ”Merkelin odotetaan lähentävän Saksaa Ranskan yli Britanniaan.” (HS 28.10.2005.) Vallattomimmat ryhmät ovat katsojia ja jäävät ihmettelemään asioiden kulkua: ”TeliaSoneran pääluottamusmies kummastelee huhuja irtisanomisista. Me haemme kasvua.” (HS 25.10.2005.) ”Toimihenkilöidenkään... asema ei suojele enää ketään irtisanomisilta.” (HS 16.9.2005.)

Tähän talouden elämään nuorten on vaikea tunkeutua. Usein onkin valittava sopeutumisen ja valittamisen linja: ”Uusia yritysideoita on aika vähän ja konkurssiriski on todellinen. Pienet jäävät isojen jalkoihin tai ostetaan ulkomaille. Uuden yrityksen aloittaminen ei saisi olla niin kallista.” PK-yrittäjyyttä ei näissä keskusteluissa oikein ole, sille ei jää hengitystilaa. Nuoret kritisoivat sekä yrityspoliittikkaa että mediaa tästä PK-yritysten hengitysilman vähydestä. Ja tila pienelle yrittäjille ilmaantuu pikemminkin ison talouden ristiriidoista, halkeamista. Toisaalta tarvitaan talouden ja markkinoiden käsitteitä maailman kuvaamiseen ja selittämiseen. Niillä se on taottu, ja me annamme sen tapahtua. Monet nuoret (naiset) ovat tästä huolissaan, he rikkovat tätä talouden ”välttämättömyysretoriikkaa” (Pekonen 1996) kriittisillä arvoillaan ja yritysvaihtoehdoillaan. Tässä useimmat nuoret myös puolustavat julkisen vallan ja poliittisen demokratian sekä kolmannen sektorin järjestelmien voimaa – ne samastuvat osin kansallisen talouden puolustuseetokseen. Imperatiivista ja fataalia, usein käsittämätöntä virtuaalisuutta, vastaan kapinoidaan aika perinteisin eväin. Greenpeace ja muut globaalien vastuun ja konsumerismin muodot kyllä tunnetaan monissa kirjoituksissa (Paakkunainen & Myllyniemi 2007). Globaali aktivismi ja virtuaalikapitalismin teoria aktivoi vain muutamia toimintaan, mutta julkisuuden kautta sen merkitys on ratkaisevasti laajempi, ne liikuttavat ja jakavat nuorten mielipideryhmiä. (Hoikkala & Salasuo toim. 2006.)

K: Talouden maailmanlaajuinen sotatila (metaforistiikka), talousrikokset ja illegaali toiminta viidakon lakeina (15 esimerkkijuttua)

Maapallon luomiskertomuksella on uudet kirjoittajat ja vähän uusi juoni: ”Maapallo hyppysissä. Yhdysvaltalaiset Google, Microsoft ja Yahoo haluavat hallita kaikkea maailman informaatiota. Puhelut ja pikaviestit muuttavat internetin entistä kiinnostavammaksi. Torstaina selvisi, että nettipuheluyhtiö Skype saatetaan myydä internetjätti eBaylle. Sinivihreä pallo kääntyy sulavasti mustassa avaruudessa. Maanosat katoavat, uusia tulee esiin. Taustalta puuttuu vain Straussin jylhä alkusoitto ’Näin puhuu Zarathustra’.” (Otsikko ja alaotsikot; Olavi Koistinen, HS 11.9.2005.)

Netti- ja *online*-medianuorison maailma on eräänlainen yritys: fiktio, rajattomuus ja todelliset mediajulkisuuksia ja maailmankuvaperustoja jakavat globaalifirmat toimivat kotikoneella, toimittavat kotikoneen osia, ohjelmia ja teknologioita. Lehdistö roikkuu osin samoissa julkisuuksissa, omistusoikeuksissa ja tunkee samoille virtuaalimarkkinoille (pörssi-yhtiö Sanoma Oy). Kaikki ovat mukana



samassa tietovarvoja koskevassa pelissä: lehti ja nettiformaatti on ostettu ja välttämätön mediapalvelu suomalaistutkijalle. Tutkijallakin on muutamia Sanoma Oy:n osakkeita.

Osassa maapallon kokoisia juttuja ei juonta kirjoiteta talouskäskyillä tai pakkoratkaisuilla. Viidakon lait ja sotatila hallitsevat näitä ”luovan tuhon, iskuvaroitusten, piirittämisen ja hyökkäyksen ja rokotuksen” esimerkkijuttujen puhemuotoja. Michel Foucault’a myöten modernin maailman militantismi nähdään olennaisena juuri firmatalouksien jatkuvan sotatilan kautta (Hardt & Negri 2007; vrt. Paakkunainen 2006c.) Vaikka nuoret (pojat) pelaavat globaaleja ja avaruudellisia sota- ja räiskintäpelejä ja tuntevat taloudellisen taistelun pelimuotoja, he eivät ole omaksuneet niitä omiksi talous- ja yritysarvoikseen. Niin on käynyt vain tekno-vulgaareissa yritysutopioissa. Vaikka talous onkin miehinen alue, ja nuoret miehet pitävät kiinni talouden asemista ja ammatillisuuksista niiden vallan vuoksi (Paakkunainen & Myllyniemi 2007), eivät nuoret pidä talouden sotatilasta. Niinistökin kirjoitti presidentinvaalikampanjansa aikoihin taloudesta sotana – vastajutut opettivat kuitenkin varovaiseksi. Kansantalouden rakentaminen ja urheilukamppailukuvien sävyttämä tyyli mobilisoi paremmin. Sotaa lähempänä on urheilun kamppailu, joka jo muistuttaa kansakuntien välisistä mittelöistä.

Anarkistinen meno merkitsee myös talouden ja markkinoiden viidakon lakien mukaista kulttuurikuvaa talouspalstoilla. Rikokset ja syytökset, toiminnan ja liikkumavarojen hakeminen oikeus-salien kautta on Suomessa ja EU:ssa arkea. Amerikkalainen tv-sarjaformaatti rahavetoisesta oikeus-salidraamasta on hiipinyt jonkinlaiseksi talouden ja talouspolitiikan muodoksi – oikeusistuimista haetaan entistä useammin oikeutetut rajat ja normit, vaikka tehtävän pitäisi jäädä demokraattiselle politiikalle⁷². Talouden harmaat ja mustat alueet ovat uutisotsikkohaukkojen nälkäisiä maisemia ja aiheita. Myös nuoret tuntevat epäreilun ja laittoman ”harmaan” (talouden), mutta yrittäjän rajat epäsuhtaisiin ”mustiin” markkinoihin, laittomuuksiin ja rikoksiin on olemassa. Kirjoittamattomat reilut pelisäännöt, järjestyksen periaatteet ja oikeudenmukaisuus ovat valtaosan nuorten arvoja aivan kuin talousjournalismissakin. Lipsumista ja harmaita vyöhykkeitä nuorillakin on – vaihtokaupat esimerkiksi laittomilla nettimarkkinoilla ovat arkea monille nuorille (Myllyniemi 2006).

Viidakon lait maailmantaloudessa, kansallisen kilpailun epäeettiset ja kylmät ratkaisut sekä pörssin välistävedot sisäpiiritietoineen järkyttävät myös monia nuoria. Näin ne vaikuttavat myös yrittäjyyden – joka on taloudellisen mediapolemiikin keskiössä – moraalialia ja mainetta koskeviin ajatuksiin. Harvat haluavat olla likaisessa pelissä mukana. Vain osa jaksaa olla asiallisen analyttinen arvostelussaan. Jo pitkään on pohdittu, miten suomalaisten sosiaalis-taloudellinen epävarmuus – nuorten pätkätöyllyminen ja monesti epäonniset yritykset – myös median loihtiman taloudellisen epäjärjestyksen oloissa purkautuu? Järjestysvaihtoehdot ja fundamentalismi voivat saada monia muotoja, ehkä jopa Suomessa? Niiden kannatuksen kasvu ei merkitse hyvää luovalle PK-yrittäjyydelle. Ja PK-yrittäjiä on usein pidetty populistisen järjestysideologian otollisena kasvualustana. (EUYOUPART 2006.) Median taustoitus talouden epäjärjestyksestä ja laittomuuksista ratkaisee paljon.

L: Koulutuksen ja tietoperustojen hyödykeperustaistuminen (7 esimerkkijuttua)

Suomessa ja täkäläisessä mediassa markkinatalous ”hiipii” myös uusien tuotantosektoreiden alueille; julkinen ohjausjärjestelmä haastetaan joka päivä uusiin kilpailupeleihin. Monet kulttuurin kentät altistetaan hyödykkeiksi, ja niiden on kannatettava kaupallisesti. Yksityistämispäätöksiä tehdään, mutta hyvinvointivaltion rakenteet ovat hyvin pystyssä. Töitä silti kierrätetään ja kilpailutetaan. Kyselyn mukaan nuoret ovat jo huolissaan valtion ja kunnan rahoitusperustoista ja roolista. Koulutus ja tietoperusta ovat tiukan hallintakamppailun alla, kuten esimerkkijuttujen otsikoiden kielikuvista voidaan lukea.

Kauppalehti käy tarkkaa kamppailua tutkimuksen ja koulutuksen markkinavapauksista. Helsingin Sanomien kulttuuriväki on väliin jo kauhuissaan. Huomattavan monet tutkimukseen osallistuneet nuoret haistavat avovastauksissaan tuulet ja suunnittelevat yksityisiä sosiaalisia, terveyst- ja konsultaatiopalveluja. Nuoret sosiaalistuvat nyt markkinoiden laajenemisen superideologiaan – *New Public*



Management (NPM) ja hyödykeperustaistuminen (*commodification*) näyttävät suuntaa suuressa liberaalissa maailmassa. Vanhat sukupolvet, jotka oppivat arvonsa ja suoriutumiskeinonsa hyvinvointivaltion lumipallomaisen kasvun aikana, puhuvat hiukan toista kieltä. Nyt julkisen ja kolmannen sektorin ”löysät pois” (Summa 1994) on joka pojan suussa sulavaa ideologiaa. Julkisen vallan innovatiivinen laajentaminen ei juolahda juuri kenenkään mieleen. Laajeneva lumipallo on metaforana vaihtunut juustohöylään, sitä tarjotaan ”ota ja yritä” -asenteiden lisäksi nuorille monesta suunnasta. Tämä on se nuorten maailma, jossa nuoret elävät.

M: Eri elämänalueiden ja kulttuurien hyödykeperustaistuminen, tuotteiden ja palveluiden brändien merkityksen kasvu (15 esimerkkijuttua)

Kuluttajina nuoret ovat erityisen herkkiä lukemaan ja pohtimaan juttuja, joissa kuvataan lähes kaikkien elämänalueiden ja kulttuurien hyödykeperustaistumista sekä tuotteiden ja palveluiden brändien merkityksen kasvua. Muusikin klassiset tuotteet, pätkätyöläiskolumnit, terveys, lihavuus, mielenrauha, kotieläimet, suomalainen ruisleipäimago Euroopassa ja taipuvat kännykkämallit asettuvat hyödykkeiden virtaan esimerkkijuttujen kavalkadissa. Tästä dramatiikasta nuoret repivät inno-henkisiä avovastauksiaan, aineitaan ja kimpaantuneita puheenvuorojaan. Väliin on kiehtovaa olla mukana tässä tuotteistamisen pelissä. Väliin halutaan nauraa tälle kaikelle ja palata traditionaalisen yrittäjän luo tai radikaalimmin suojella nuorten maailmaa, arkista intiimiä autonomiaa – niin kuin kettutyöt asian voisivat sanoa.

Mediajutut ovat huikeita. Ne kilpailevat nuorten mielikuvaharjoitelmien kanssa. Hollywoodin ammattiliitot ovat nyttemmin huolissaan tuotesijoittelun säännöistä. Viihteen ja mainonnan raja hämärtyy, kun tuotteet ja brändit vilahtelevat ”maksutta” viihdeohjelmissa. (Kauppalehti 15.11.2005.) Markkinat ottavat tunnetusti myös radikaalit symbolit ja merkit haltuunsa – Jeesuksesta ja Che Guevarasta hard rockiin ja ympäristönsuojeluun. Vaikka näin päin, koko sivun mainoksessa: ”Rakkaus voi ruostua, mutta onneksi kierrätys toimii. Suomen suurin valikoima vaihtoautoja. Suomen johtavista autoliikkeistä.” (Kauppalehti 11.11.2005.)

Tuleeko kaikista omien alueidensa designereita, huippuammattilaisia ja muotoilun taitavia yrittäjiä? Sadat kouluaineet ja suosikkiyritysideat ainakin antavat meille kysymykseen myönteisen vastauksen. Motiivi olla oman alansa muodon ja merkin tuottaja on suuri. Media korottaa tätä intoa toiseen potenssiin. Markku Paretskoi, joka on Banana Press Oy:n toimitusjohtaja (Oma aika -kolumni, Kauppalehti Presso 5.11.2005), muotoilee ajankuvan. Hän kirjoittaa otsikolla ”Pätkätyöntekijän Vähä katekismus. Pätkätyöntekijän synniksi ja ylen pahaksi taakaksi laskettakoon, mikäli hän sikiämistä suunnittelee.” Nämä kymmenen käskyä pätkätyöntekijäille ovat taitavasti ja terävästi sorvatut – ja huumorintuotantoyhtiö Banana Press Oy lähettää niistä kunnan laskun Kauppalehdelle. Kauppalehti ostaa monilta kriittisiltä älyköiltä tuotteita, haluaa itseäänkin koeteltavan ja kehitettävän. Kriittinen kilvoittelu myy, ja yleisö tuntee siinä itsensä. Kauppalehti Presso on kilvoittelun metafora; nyt, keväällä 2007, sillä menee kuitenkin taloudellisesti huonosti.

N: Kolmikannan (hallituksen ja työmarkkinajärjestöjen) toiminnan epävarma ja kiistelty tulevaisuus ja taloudellinen siunauksellisuus, osapuolten vastuujako yhteiskuntapolitiikassa ja työehtosopimusten yleisittövyys (14 esimerkkikirjoitusta)

Taloussivut ovat myös raskaan sarjan korporaatioiden, kolmikannan ja tulopolitiikan näytelmän foorumeita molemmissa tarkasteltavissa päivälehdissä. Näytelmän roolikuvista ja vallan laajuudesta käydään koko ajan kiivasta keskustelua. Kamppailurepliikeissä on kuitenkin yksi ongelma. Tulee olla historian tuntija ja taloudelle vihkiytynyt, että ymmärtää ne ja tietää, kuka puhuu tai huutaa mitä, kenelle ja missä tarkoituksessa. Yli puolet nuorista kääntää selkensä tälle etäälle ja itsenäistyneelle valtarakenteelle, joka yrittää median kautta päästä tv-huoneisiimme ja aamupalapöytien



lehdenlukupolemiikkeihin. Nuoret eivät ymmärrä, mitä kolmikanta on. Nuorista osa pitää valtion ja työmarkkinajärjestöjen pelikuviota nuorten ja palkansaajien turvana ja osa tylsänä teatterina tai saavutettuja etuja vartioivana keski-ikäisten bunkkerina. Mediaseksikästä tämä teatteri on vain harvoin. Jos nuorten teksteissä on esimerkkejä tylsästä yhteiskuntaviihdestä asiamediassa, he kertovat kaksi mielikuvaa: lähes tyhjä eduskuntasali, ”joka keskustelee” ja tulopolitiikka ”vanhojen patujen temmellyskenttänä”. (Paakkunainen 1988; 1991 ja avovastaukset, Paakkunainen 2007.)

Tämä teatteri saattaa olla liian iso peli sivusta katsottavaksi. Kannattaako nuorten jäädä etäälle soimaamaan kolmikannan valtavääntöä ja jäädä näin pois pelistä puhtoisine käsineen (vrt. klassikko Carl Schmitt 1932)? Esimerkkikirjoitukset raportoivat, mistä tässä ei-parlamentarisessa talous-sopimisessa on kyse: tavallisten duunareiden palkkaturvasta ja tasosta, PK-yrittäjien ahdistuksesta ja paineista yleissitovien normien Suomessa, kilpailukyvyn ja joustavuuden keskinäisestä dynamiikasta, tulevien eläke-eurojen jaosta, työvoiman liikkuvuuden ehdoista ja varallisuusveron katoamisesta.

Nuorten taloustieto ja yrittäjyyskasvatus ovat isojen haasteiden edessä. Monipuoliset lehtileikkeet pedagogisena aineistona eivät yksin auta. Ainakaan ne eivät riitä maailmankuvan perustaksi. Tyttö Riihimäeltä (v. 1988) tunnistaa yrittäjän epävarman pelin, joka voi saada yksinäisen pasianssin muotoja. Hän kuitenkin rauhallisesti kokoaa voimansa yhteiseen liittoon, toisin kuin suurten ikäluokkien kolmikannan ruotouhin järjestäytyneet: ”Kun olet mielestäsi keksinyt hyvän idean, liity Suomen Työnantajien Keskusliittoon ajamaan etujasi, mutta älä ole liian itsekäs.” Militantti lobbaus tai etutaistelu ei sovi nuorten korviin. Eräs nuori ei lämpene yrittäjyyspoluille, koska ”yrittäjät raivoavat”. Yksilöllinen portfolio-polvi ei yhteisiä taistelulauluja helposti laula. Se voi yhtyä vastuullisesti perusteltuun linjakeskusteluun, yhden asian liikkeisiin ja poliittisiin kampanjoihin. Portfoliosieluaan se ei myy eikä naulaa kollektiivien ohjelmaan, se varaa sen omaan käyttöön.



NUORTEN YRITTÄJÄPOLIITTINEN KESKUSTELU JA LINJAT

AINEISTON NUORTEN ENEMMISTÖ ESITTÄÄ YRITTÄJÄPOLIITTISIA IDEOITA

Yrittäjäpoliittiseen keskusteluun eivät lähde kaikki mukaan. Yritysten kehittämiskeskustelu suljetaan aika monen palkkatyöläisammattilaisen suunnalla, muutamat jopa luokkatietoisesti ja korostaen, kuinka jokaisessa tosi työntekijässä ja vasemmistolaisessakin asuu (sisäinen) yrittäjä:

Uskon oivalliseen ammattilaisuuteen ja kykyyn parhaiten toimia huippuasiantuntijana, pääkokkina, yhdessä tietysässä keskiuudessa yrityksessä Suomessa tai Välimerellä (N 28.)

Rahaa on vain oikeistolaisilla. Rahvas ei sitä löydä, yritykset jää ja palkkaorjuus säilyy, oho (?) (M 22.)

Demareita ollaan jok'ikinen. (M 27.)

Lamaa ei ole vielä kukaan unohdettu tai sitä ei ole käsitelty, eivätkä yrittäjähenkisimmätäkään pääse irti sen katkerista kokemuksista. Lama vaikuttaa jopa niin, että yrittäjäpolitiikka suljetaan keskusteluaiheena.

En perustaisi vaikka maksettaisiin. Nykyinen hallitus ei tue yksityisyrittäjyyttä millään lailla. Tulen yksityisyrittäjäperheestä ja 15 vuoden takainen lama sai jopa lapsen ymmärtämään, kuinka epävarmat olot yrittäjillä (PK) on. Myös devalvaatio (15 v. sitten) ja sen vaikutukset vielä nykypäivään lisäävät haluttomuuttani yrittäjyyteen. (N 21.)

Lamasta on liian vähän aikaa, nuoriin ei uskota. Muuttaa asenteita niin, että nuorissakin on vakavasti otettavia yrittäjiä. (N 25.)

Vuosisata (viime) on täynnä yrittäjäruumiita. (N 19.)

Todennäköisesti en perustaisi yritystä, koska tunnen muutamia pienyrittäjiä ja yrittäjän asema ei houkuttele. (N 26.)

Nuorten puheenvuorot nostavat esiin tosiyrittäjiä, jotka naureskelevat yrittäjän tukimuodoille ja helpotuksille tai uskovat oikean yrittäjän karaistuvan työelämä- ja tulonsiirtonormien tuolla puolen: kansalaisyhteiskunnan kilpailuviidakossa, jossa ei sosiaalipolitiikka ja tulonsiirtoja tunneta. Kati Nilsiästä (”Isäni – monialainen maatilayrittäjä” v. 2002) kuvaa sitkeää ja sankarillista isäänsä. Isä on kokeillut yhtä aikaa monia yrityksen muotoja, maataloutta, metsää, haketusta, lämmöntuotantoa, traktorimaansiirtoa ja matkailuyrittäjyyttä, mutta vieläkin isä on sankari juuri siinä, että viis veisaa työaikaanormeille: ”Vitsikkäältä isältä sain vastauksen: Yrittäjän vapaus on sitä, että työaikalaki ei kiellä tappamasta itseään liiallisella työnteolla.”

Avovastauksissa runsaat puolet nuorista puhuu yrittäjäpolitiikasta ja sen konkreettisista vaihtoehdoista, mikä osoittaa huomattavaa kiinnostusta asiaan, kun tiedämme, että vain murto-osa heistä itse ryhtyy yrittäjiksi. Yrittäjyysvaihtoehdon avoimuus nuorten elämässä on tälläkin tasolla totta, halutaan pohtia PK-tason taloudellisia projekteja ja edistää huolella niiden kannattavuutta. Samassa hengessä kyselyn nuoret eivät hyväksy ajatusta, että yrittäjät olisivat liiaksi riippuvaisia julkisista tuista ja palveluista. Nuorten enemmistö haluaa olla kehittämässä nuorten yrittäjyyttä ja sen tukimuotoja.

Vaasalaistyttö lukiosta (v. 2005) jäsentää komeasti harkitsevan nuoren taustamotivaation, yrit-



tämistä koskevan harkinnan ja yrittäjyyspolitiikan tukimuodot. Kilpa-aineiston oheismateriaali auttaa tässä. Ongelmat kasautuvat nuorten elämän murrosvaiheissa, kun ylimääräistä rahaa ei ole, koulut päättyvät, perheet perustetaan ja isot yrittäjyysideat ja niiden vaatimat pääomat ja tietotarpeet putkahtavat elämässä esiin. Lopuksi kirjoittaja tiivistää oivallisesti, kuinka nuori on paradoksin edessä: käsissä on vähän resursseja, mutta päässä saattaa olla uusia radikaaleja yritysideoita. Niistä voi asiantuntijoiden kanssa neuvotella vanhempien sukupolvien haastamiseksi ja yrittäjähorisontin riskien pienentämiseksi:

Jo pienenä halusin perustaa oman yrityksen, koska oli hienoa, kun tädilläni oli oma apteekki. Nyt myöhemmin, kun vanhempani ovat perustaneet omat yritykset, olen päässyt enemmän selville varsinaisesta yrittäjyydestä ja siitä, mitä siihen liittyy. // Minkä yrityksen perustaisin, on vielä harkinnassa, sillä yrittäjänä ovat monet portit avoinna. // ...yhä useampia nuoria yritetään saada kiinnostumaan yrittämisestä ja sen tarjoamista mahdollisuuksista. Suomessa nuoren yrittäjän asema ja mahdollisuudet menestyä ovat hyvät, sillä valtio pyrkii kannustamaan nuoria myöntämällä matalakorkoista lainaa ja starttirahaa. Myös yritystukea on mahdollista saada, jos liikeidea on kehityskelpoinen. Nuorille yrittäjille on olemassa myös monenlaisia etujärjestöjä, joihin voi liittyä, sekä heille järjestetään erilaisia erityisvalmennuskursseja. Yksimerkki kursseista on Etelä-Suomen Sanomissa 20.9.2001 ilmestyneessä artikkelissa ”Menestyväksi yrittäjäksi ”rippikoulupohjalta”, jossa 14-vuotiaana oman yrityksen perustanut Jani Wallenius kertoo oman tarinansa yrittäjäksi ryhtymisestä. Hän kiittää työvoimaviranomaisten järjestämää yrittäjäkursssia ja kertoo siitä olleen hänelle hyötyä myöhemmin omassa yrityksessään toimiessaan. // Nuoruudesta yrittäjälle voi olla sekä haittaa että etua. Haittoja ovat yleensä kokemuksen ja ehkä myös koulutuksen puute. Myös rahoitus tuottaa nuorille yrittäjille usein päänvaivaa, sillä yrityksen perustamiseen vaadittavat kulut ovat suuret sekä mahdollisten työntekijöiden palkkaaminen ja verotus voivat olla ongelmia. Etuja on kuitenkin haittoja enemmän, sillä nuorilla voi olla paljon aivan uusia ja tuoreita ideoita ja ajatuksia, joita he haluavat toteuttaa. Tällaiset liikeideat voivat olla sellaisia, jotka eivät ehkä vanhemmille yrittäjille olisi tulleet mieleenkään. Yritysmallmalle uusia, toimivia liikeideoita ei koskaan voi tulla liikaa, ja niitä voidaan edelleen kehittää ja parannella niin, että ne ovat yhä useampien ihmisten saatavilla.

YRITTÄJÄNUOREN KATHARSIS: KÖYHÄILYN JÄLKEEN PERHE, ASUNTO JA YRITYS!

Avovastauksissa, jotka yleisesti vastasivat kysymykseen, miksi vain ani harvat nuoret ryhtyvät yrittäjiksi ja mitä asialle voitaisiin tehdä, nousi esiin rypäs korvaamattoman tärkeitä yrittäjäpoliittisia esityksiä. Seuraavissa raportin kappaleissa huomiot on yhdistetty kyselyn tietoihin nuorten yrityspolitiikan konkreettisista tavoitteista.

2000-luvun alun nuorisotutkimus vilisee lähteitä, joissa korostetaan nuorten elämän- ja ammattipolkujen sekä elämäntarinallisten haasteiden, joustavuuden ja omavastuullisuuden teemoja. Monessa suhteessa eletään epävarmuuden keskellä ja omia ratkaisuja odotetaan joka suunnalla. Nuorten tekstien perusteella on helppo nähdä, että yrittäjänuorten osa on tässä asetelmassa vieläkin haasteellisempi. Yksilöllisten odotusten lisäksi tulisi osata perustaa yritys, joka kurkottaisi opiskeluköyhäilyn, perheen ja asunnon perustamisen yli. ”Yhtälö ei ole helppo!”, sanovat monet. Myös Suomen yrittäjien Nuoren yrittäjän ohjelma⁷³ korostaa tämän elämänvaiheen erityistä stressisyyttä, jos se yhdistyy yrityksen perustamiseen. Nuoret edellä korostivat erilaisia riskioppimisen mahdollisuuksia ja elämäntavan ”normaalia epävarmuutta”. Se ei silti tarkoita, että heillä olisi harmiton suhde yrittäjätalouden erityisiin riskeihin. Seuraavaksi esitän, miten yrittäjäpolitiikan tavoitteet ja yrittäjätalouden muuttuvat ehdot vaikuttavat olennaisesti siihen, miten riskiopin mukainen yrittäjyysajatus kehittyy. Yrittäjäksi ryhtymisen harkinta on konkreettisen pinnistämisen kysymys niukkojen kilpailuehtojen oloissa. Ja loppumetreillä muiden vaihtoehtojen poisjäänti saattaa yllyttää myönteiseen ratkaisuun.

Voi puhua nuoren elämän puhdistautumishaasteesta, dramaattisesta katharsis-kokemuksesta – niin hurjaa elämänmuutosta yrittäjäksi ryhtyminen merkitsee kaikkien elämän aikuistumis- ja



kypsyysriittien keskellä. Usein nuoria myös ”rassaa” tulkinta, että Suomessa yrittäjän paineet ovat tiukemmat kuin muualla. Yrittäjää autetaan, riskejä jaetaan ja sosialisoidaan (Rouvinen & Väänänen 2004, 67–68), mutta verotus ja työnantajavelvollisuudet painavat silti päälle. Yrittäjävaihtoehdon analyysi ei ole helppoa, koska yrittäjyyttä koskevat myös median ja kansalaiskeskustelun painamat ikävät stereotyyppit. Siirtyminen nuorten idealistisista ja omakohtaisista puhetaivoista yrittäjyystekoihin ja niiden epävarmuuteen on Iso Askel.

Suuret puheet, pienet teot. Kannustaa. (M 17.)

Sen takia kun ”pelkää” aloittaa jotain isoo! (M 20.)

Pitää tehdä enemmän töitä, että saa edes saman rahan kuin palkallinen. Verotus on kova. (N 22.)

Kertoa se karu totuus, että läheskään kaikille ei löydy palkkatyötä toisen palveluksessa. Ei kannata kouluttaa itseään kortistoon. Enemmän käytännön työelämän harjoittelua kouluihin ja malliyritysten luomista! (N 26.)

Kun suuret ikäluokat lähtee eläkkeelle, ongelma korvaantunee osin itsestään. Yrittäjyyden (siis pien-) riskejä olisi minimoitava, koska koko elämä on nykyään riskejä täynnä. Pätkätyöt jne. Ja jos yritys epäonnistuu, ei ole mitään varmuutta, että uusi duuni löytyy. (N 28.)

Siirtyminen yrittäjäksi tarkoittaisi henkilökohtaisesti sitä, että joutuisi kituuttelemaan rahattomana tosi pitkään. Täytyisi löytää joku sopiva hanttihomma esimerkiksi sivutuloksi tai sitten olla valmiit markkinat. En usko, että henkilökohtaisesti se on muusta kun rohkeuden puutteesta kiinni. (N 25.)

Nuoret rypevät opiskeluaajan köyhyydessä, siksi palkolliseksi on helpompi hakeutua, kun toimeentulo on taattu. (M 22.)

Koska nuoret haluavat pelata varman päälle. Perheen elättäminen vaatii rahaa, eikä sen takia voi ottaa suuria riskejä vaikka haluaisi. Lisäksi velkaantumisen ja konkurssin pelko on suuri. Asiaa voisi parantaa kehittämällä yrittäjyyteen valmistavia kursseja, joissa käsiteltäisiin yrittäjyyden uhkatekijöitä realistisesti. Kova verotus myös pois. (N 16.)

SOSIAALIS-EKOLOGINEN IDEALISMI YHDISTYY YRITTÄJYYTEEN

Tiukoiksi luonnehditut yrittäjähdot eivät kuitenkaan salpaa aineiston nuorten idealistisia visioita. Sosiaalinen ja ekologinen näkökulma on mukana aineissa ja kyselyn vastauksissa, kun yrittäjyyttä käydään läpi. Usko ja stressifaktat ottavat toisistaan mitta. Yli puolet vastaajista uskoo, että ”luovien ja nuorten yritysten nousun aika on (juuri) nyt” (kuvio 13). Sosiaalisten ja ekologisesti harkittujen yritysideoiden kannatus on melkein samaa luokkaa. Huomattava enemmistö 16–29-vuotiaista nuorista uskoo – satojen kouluaineiden saattamana – yrittäjyyden tulevaisuuteen juuri luovien, sosiaalisten ja ekologisesti harkittujen ratkaisujen, tuotteiden ja tuottamisen tapojen suunnalla. Siinä on yrittäjyyspolitiikalle haastetta. Osataanko yhdistää ainakin aiemmin isommalle yrittäjyysideologialle vieraat etiikat ja yhteiskuntavastuut yrittäjyysideoihin ja yhteiskuntapolitiikkaan? Julkisten palveluiden kilpailuttaminen sekä tuotteita ja yhteiskuntavastuuta koskevat keskustelut ovat vauhdilla vieneet keskustelua tähän suuntaan. Konkreettinen yrityspolitiikka ja monimuotoinen yrittäjyyskasvatus ovat hitaasti, mutta selvin askelin, tulossa mukaan nuorten yhteiskuntavastuun, palveluiden tuotannon ja esimerkiksi luovan alan kehittämistä koskevaan ideointiin (esim. EVA:n filosofikeskustelu talouden etiikasta esim. Sihvolan ja Ollilan (2003) puheenvuoroina, ETLA:n luovan ja palvelutuotannon alan teemat, Lindström 2005; Rouvinen & Ylä-Anttila 2004). (Kuvio 15.)

Avovastauksissaankin nuoret huutavat: ”Monet tyytyvät hakemaan turvallista työtä. ’Juokseva’ raha, tasainen palkka on itseään toteuttamista tärkeämpää. Taideopetusta kouluihin lisää. Luovuuskasvatus



uhkaa jäädä matemaattisten yms. aineiden jalkoihin. Henkinen kehitys lähtee AINA KULTTUURISTA.”
 // ”Lannistutaan liian pienestä. Luova suomalaisen raaka-aikeen jalostus, luonnon ehdoilla, kunniaan (puu).” Sosiaalisuus on nuorten puhetavassa vahvasti osa PK-yrittäjyyden infrastruktuuria, toimintatapaa ja tuotetta. Dikotomiat ja mustavalkoiset erottelut kovan yrittäjyyden ja pehmeän ammatti- ja julkisen työn välillä ovat nuorten ikäpolvien puheessa historiaa. Sukupolvien välillä on tässä eronsa, mutta sukupolvien ristiriidat eivät kuitenkaan aineissa kärjisty poliittisesti. Innovaatio- ja riskimaailma on nuorten ympärillä vain niin rajun erilainen kuin vanhemmilla polvilla. Itsenäisyyttä haetaan kuitenkin usein myös vanhempien suhteen, jotka laman jälkeisessä Suomessa ovat joutuneet ja halunneet kantaa vastuutaan nuorten opinnoista, asumisesta ja yrittäjätuista. Yrittäjäratkaisut ovat kouluaineissa väliin idealisoivia, mutta usko ja käytännön esimerkkien tuki sosiaaliselle ajattelulle on selkeä. Sosiaalisuus käy kasvuhakuisuuden yli: ”Maatalouslommittajankaan arki” ei ole yrittäjälle tylsä ja pelkkää lainanmaksustressiä, sosiaalinen arjen kitti ja kaverit tekevät siitä eletävän (Minna, Pudasjärvi, v. 2002):

Oppisopimuskoulutus on taustalla. // Lainaa vastaan olen kiinnittänyt asuntoni, jonka arvo oli ihan kohtuullinen. // Myös vanhempani olisivat tukeneet minua taloudellisesti, mutta halusin pärjätä itse, ja ainakin toistaiseksi olen selvinnyt ihan moitteettomasti. // Olen palkannut kokeneet Raunon ja Maijan korvaamattomiksi tuiksi. // Minulle, nuorelle yksineläjälle, palkka ei ole kaikki kaikessa. Kunhan on vain oma turvallinen asunto varpaiden alla, niin se riittää minulle – terveyden ja ystävien lisäksi tietenkin! // Työni oli raskasta, alipalkkua, eikä sitä arvostettu. Silti se antoi minulle paljon ja sain kokea päivittäin uusia asioita. Ne tekivät yrityksestäni omistamisen arvoisen. Tunsin olevani yrittäjä isolla Y:llä.

KOLMIKANTA JA TULOPOLOITIIKKA JÄÄVÄT HÄMÄRIKSI

Nuorten sosiaalisuus ja valmius tiimi- ja yhteistoimintaan yritysratkaisuihinsa ei kuitenkaan perustu suomalaiseen historialliseen traditioon. On eri asia puhua yksilöiden altruismista ja sosiaalisista virityksistä kuin suomalaisesta kansanliike- ja yhteisötraditiosta ja sen kollektiivisesta tavasta rakentaa suomalainen valtio (Alapuro & Stenius 1988; Kivistö 1998). (Nuorten) naisten yritys- ja sosiaalisuus merkitsee usein näiden kahden orientaation yhdistämistä: esimerkiksi, haetaan yrittäjäjärjestötoiminnasta ja sen globaalista ihanteesta voimaa yrittäjän puuduttavaan arkeen⁷⁴. Kuten aiemmin on esitetty, nuoret pohtivat suomalaisen tradition ja yksilöllisten yritys- ja yhteistoimintamotivaatioiden suhdetta. Vaikka kaikki eivät ole sitä mieltä, että perinteemme tukeutuisivat kuuliaisuuteen ja yhteistoimintaan, neljäsosa nuorista on valmis pohtimaan ”nöyrien” asenteiden merkitystä suomalaisessa yritysilmapiirissä (vrt. Michelsen 2005⁷⁵). Sen sijaan tulopolitiikasta ja kolmikannasta on kehkeytynyt taloutta, työehto- ja sosiaalista tulonjako- ja eläkepolitiikkaa sekä yrittäjyyttä koskeva valmistelu- ja päätöksentekotapa. Kyse on maan tavasta, jonka asema osana poliittista demokratiaa on epäselvä (vrt. Heiskanen 1977). Maan tapaa perustellaan maan edulla, kyvyllä stabilisoida taloutta ja sen kehittämistä (Rehn 1996).

Kuten kyselyn tulos (kuvio 13) ja edellä läpikäyty mediakatsaus osoittavat, että nuorille kolmikanta ei avaudu. Sen kulttuuri ja pelisäännöt toimivat tavalla, jota on vaikea hahmottaa ja ymmärtää. Perusongelma ei liity siihen, takaako Tupo tasa-arvoiset palkankorotukset, tai onko se liian tiukka yritysten kehittämisessä. Puolet nuorista ei halua tai osaa vastata aiheita koskeviin väitteisiin. Vastanneista nuorista enemmistö suhtautuu tulopolitiikan toimintaan kriittisesti ja kaksijakoisesti; Tupo tavallaan syö yrittäjyyttä, jota kantaa taas noin viidennes väheksyy. Samalla nuoret ovat taipuvaisia ajattelemaan, että tulopolitiikalla on valtaa työelämän asioihin. Myös politologinen tutkimus osoittaa samaan suuntaan (Paakkunainen & Myllyniemi 2007, 14–16): vaikka nuorilla on vaikeuksia jäsentää sitä, mitä kolmikanta politiikassa merkitsee, aktiivisesti vastanneista enemmistö suhtautuu siihen kriittisesti. Tulopoliittisilla sopimuksilla saattaa olla myönteisiä vaikutuksia pienen maan talouteen ja 1970–1980-luvulla jopa tulonjaon tasaisuuteen, mutta politiikassa sillä on edustuksellista demokratiaa murtava merkityksensä.

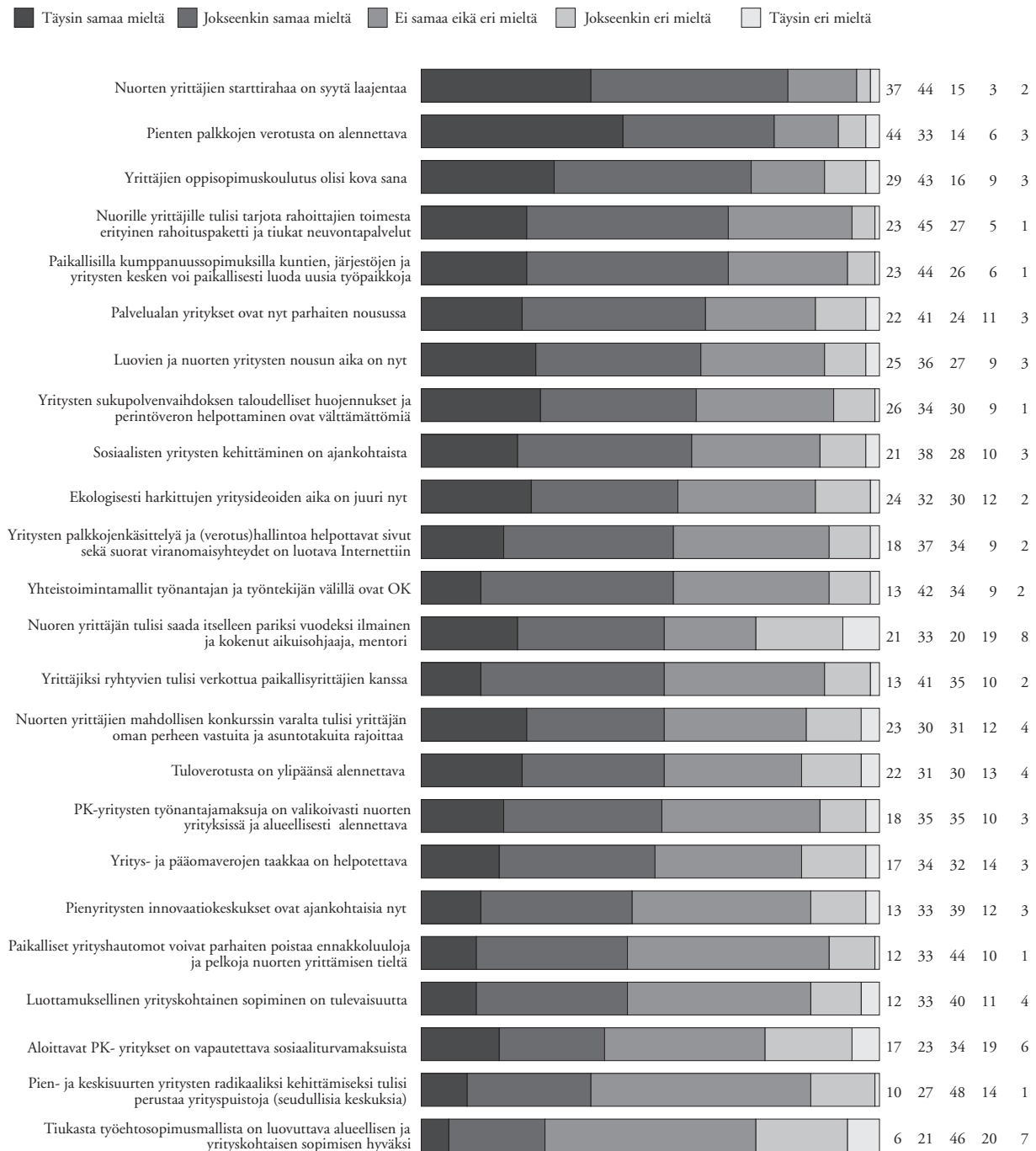


Kolmikanta on tekemässä politiikasta isojen korporaatioiden peliä, johon eivät kaikki tiukan perustuslailliset tai nuorten osallistumismallien mukaiset periaatteet sovi. Tulopolitiikan arvostelijat usein huomauttavat, että isojen sosiaalipoliittisten asioiden sopiminen hallituksen ja eduskunnan ulkopuolella on hengeltään vähintäänkin perustuslain vastaista. Nuoret ovat usein aktiivisten täysipäiväisten työmarkkinoiden ulkopuolella – tulopolitiikan maksujen kohteina pikemmin kuin sen maksajina ja tekijöinä (esimerkiksi ay-liikkeen eurooppalaisesti sangen hyvin järjestäytyneinä jäseninä). Poliitikassa kyse on siis myös ikäryhmien ja sukupolvien välisestä toiminta- ja valtasuhteesta. Kolmikannan tulopolitiikka historioineen ja saavutettuine etuineen voi olla nuorelle kummajainen pikemminkin kuin suurten työntekijä- tai työnantajajärjestöjen arvokas instituutio.

Nuorten suhdetta kolmikantaan ja tulopolitiikkaan leimaa siis ulkopuolisuus. Nuoret ovat tämän raportin ja muiden kansallisten ja eurooppalaistenkin aineistojen mukaan sangen kriittisiä suuren pääoman vallan suhteen. PK-yrittäjien ja Suomen yrittäjien julkisuudessa ja kannanotoissa on jo pitkään ja tiukasti pohdittu PK-yrittäjien hauraita asemia tupo-maailmassa ja kansallisessa taloussuunnittelussa. Suomen yrittäjät eivät ole Elinkeinoelämän keskusliiton (EK⁷⁶) tapaan mukana muodollisessa tai epävirallisessa tupo-päätöksenteossa⁷⁷, sen sijaan Tulopoliittisessa selvitystoimikunnassa on tuoli myös Suomen yrittäjien edustajalle (viimeksi 2006–2008).

Nuorten kannanotot työmarkkinoiden sopimusmenettelyihin ja joustavuuteen olivat myös esillä kyselyssä. Nuoret suhtautuvat epävarmasti siihen, että tiukasta työehtosopimusmallista on luovuttava alueellisen ja yrityskohtaisen sopimisen hyväksi. Kolmasosa sekä kannattaa ajatusta että työntää ajatuksen sivummalle. Yrittäjyyspoliittisen osion väitteistä se sai kaikkein vähiten myönteistä kannatusta. Sen sijaan vahva sosiaalinen, yhteistoimintaa ja luottamuksellista sopimista alleviivaava asenne saa tukea muista sopimista koskevista kysymyksenasetteluista. Tämä koskee erityisesti yhteistoimintamalleja työnantajien ja työntekijöiden välillä (joita yli puolet kannattaa), mutta myös nuorille hiukan etäisemmäksi jäävää ajatusta luottamuksellisesta yrityskohtaisesta sopimisesta (joita lähes puolet kannattaa). Kyse on myös vahvoista, ajankohtaisista päivänpoliittisista teemoista. (Kuvio 13.)

Erityistä suosiota saa yrityshautomoiden ja yrittäjyysoppimiskeskusten sekä sosiaalisen verkostoitumisen hengen mukainen ajatus paikallisesta kumppanuudesta. Tämä ”projektiyhteiskunnan” (ks. Rantala & Sulkunen 2006; Paakkunainen 2006C) ja Euroopan unioninkin tukema yhteistoimintatapa saa nuorilta idealistisen innostuneen vastaanoton. Kaksi kolmasosaa nuorista on valmis myönteisesti allekirjoittamaan ajatuksen ”Paikallisilla kumppanuussopimuksilla kuntien, järjestöjen ja yritysten kesken voi paikallisesti luoda uusia työpaikkoja” (vain 7 % väheksyy sitä). Kumppanuusmalli merkitsee uusien – sosiaalisten ja pienten osallisten – mukaantuloa yritystoiminnan konkreettiseen virittämiseen paikallisesti. Näin isojen yritysten tai kansallinen kilpailukyky ja tuloista sopiminen eivät hallitsisi ideointia. Tällaista horisonttia tupon osapuolet voivat tietenkin pitää idealistisena ja lapsellisena. Yrittäjäpolitiikan tuntijan teemahaastattelun mukaan nuorilla ei myöskään ole PK-yritysten etutoiminnasta realistista kuvaa, ja tässä suhteessa nuorten arvot eivät tue realistista voimien kokoamista. Mutta hänkin myöntää, että nuorten yrittäjien rekrytointi ja nuorten yrittäjien mobiilisointi on ”tällä hetkellä hakusessa...” ja että nuorten aktivointi vaatii uudenlaista yrittäjyyden kuvaa yhteiskunnassa. Myös poliittisten ja kolmikantainstituutioiden avaaminen aktiivisesti toiminnallisille nuorille on yksi tarvittava päänavaus työmarkkinapolitiikassa.


KUVIO 13. Oletko samaa mieltä seuraavien yrittäjäpoliittisten ehdotusten kanssa? (N=417.)


SOSIAALINEN STARTTIRAHAA TUNNETAAN JA SITÄ EDISTETÄÄN

Nuorten mahdollisten yrittäjien taloudellisten pääomien puute on ilmiselvä ongelma. Usein nuoret joutuvat kyseenalaisin tavoin turvautumaan vanhempien tai isovanhempien taloudelliseen tukeen ja takuisiin, mikä saattaa aiheuttaa ihmissuhteita koettelevia riippuvuuksia ja takuiden toteutuessa hankalia ristiriitoja. Tämä itsestäänselvyys tulee esiin myös avovastauksissa ja yrittäjän starttirahatunnuksessa, joka



on tärkein nuorten esiin nostama yrittäjäpoliittinen yksittäinen tunnus (kuvio 13). Pääomasta puhuminen ei ole nuorten teksteissä vain ruikutusta tai toistoa. Se yhdistyy usein omalla järjellä tehtyihin yritysideointeihin, tiedostettuun yritys suunnitteluun ja rahoitusta koskeviin tiedon tai pääoman puutteeseen ja lama-ajan lainakammoon. Yleinen lainojen ottamisen pelko pomppaa esiin tämän raportin aineiston eri osista. Nuoret haluaisivat konkreettisia neuvoja ja tarjouskilpailua myös rahoittajien suunnasta nuorten yritysten tukemisessa. Myös Suomen yrittäjät on esittänyt nuorille yrittäjille suunnatun rahoitustuotteen kehittämistä. Yksityisten pankkitahojen ja sijoittajien kiinnostus nuoriin ei ole kuitenkaan riittävästi herännyt. Muutamat kirjoittajat tuntevat tavallisia rahoittajatahoja herkemmin, harkinnanvaraisemmin ja ohjaavammin nuoriin yrittäjäalkuihin suhtautuvia tahoja, kuten Kehitysaluerahaston (aiemmin) ja nyttemmin Finnveran ja sen pienyrittäjä- ja naisyrittäjäluotot sekä pääomasijoituspolitiikan.

Tulevaisuuden jaksaminen ja taloudelliset seikat mietityttävät. Yrittäjät, joita tiedän/tunnen ovat ”loppuun palaneita”. Helpotus rahallisesti ja tiedotus mahdollisuuksista auttaisi! (N 22.)

Pelko siitä, että yritys ei menesty. Pelko ottaa paljon lainaa. Apuna voisi olla huomattavan paljon laaja-alaisemmat informaatiokampanjat yrittäjyydestä! (M 22.)

Parempaa rahoitusta, alkuvuosien taloudelliset riskit minimiin, tietoa ja totuutta hiemankin kiinnostuneille, eivät nuoret tiedä tarpeeksi yrittäjyydestä. Se on pelottava asia kun tietoa ei ole. (N 26.)

Raha ratkaisee. Harva nuori uskaltaa ottaa ison lainan. (M 24.)

Antaa edullista lainaa, maksutonta neuvontaa aloittaville yrittäjille. Lisää kannustusta ja tukea jo koulutusvaiheessa ja etenkin kaikilla aloilla ei pelkästään kauppatieteissä. (N 22.)

Turvata taloudellinen pohja nuorille yrittäjille. Nykyiset riskit ovat liian kovia todella monille. Myös pääoman puuttuminen estää nuoria yrittäjiä. (M 18.)

Nuoret pelkäävät yrityksen epäonnistumista ja rahaa ei ole. Lainaa ei haluta ottaa. Muiden palkkalistoilla on helpompi olla. (N 16.)

Nuoret tuntevat starttirahan, ja heidän kannanottonsa mukaan ”nuorten yrittäjien starttirahaa on syytä laajentaa” (kuvio 13). Starttiraha on erityisesti 25–39-vuotiaiden työttömien tai (2005-) aktiivisemmista elämäntilanteista päätoimiseksi yrittäjiksi ryhtyvien suosittu tukimuoto⁷⁸. Nuorten kannanotoissa halutaan nostaa starttirahaa ja saada sen piiriin uusia nuorisoryhmiä. Yrittäjäjärjestöjen visiot eivät usko starttirahan mahdollisuuksiin, volyyymiin ja sen saajien yritysmotivaatioihin. Kommentit siihen jätetään sosiaaliseen marginaaliin. Viime vuosina myös opiskelusta, koti- ja palkkatöistä käsin starttirahalla yrittäjyyteen ponnistavat nuoret ovat voineet saada tukea yrityksen alkutaipaleelle. Vaikka starttiraha ei annakaan puitteita isoille yritysvisioille, sen vaikutus on kannustava ja siksi nuorille olennainen. Sen avulla onnistutaan yrityshankkeissa, ja epäonnistuessaankin se voi jättää kokemuksellisen oven auki yrittäjien maailmaan:

Yrittäjyys on epävarmaa, alkuinvestoinnit kalliita ja työ vaativaa. Siksi vain aniharvat ryhtyvät yrittäjiksi. (N 16.)

Starttirahan laajentaminen ja asiasta puhuminen voisi auttaa. Yrittäjyyteen liittyy Suuria riskejä ja nuoret haluavat pelata varman päälle. (N 18.)

...osa-aika yrittäjä ei saa starttirahaa. (N 21.)

Taloudelliset riskit ovat liian suuret – starttirahan suurentaminen ja muu taloudellinen tuki olisivat paikallaan. (M 23.)

Nuorille tarjota todella hyvä tilaisuus ansaita rahaa. Yrityksen aloittavalle LAHJOITTAA rahaa. Painottaa, että yrittäminen on sitä, että antaa haaveilleen, unelmilleen oikeuden lentää. (N 20.)



”YRITYS- JA PÄÄOMAVEROJEN TAAKKA ON HELPOTETTAVA”

Nuorilla ikäryhmillä on muiden väestöryhmien tapaan taipumus eräänlaiseen veropopulismiin. Ollaan hanakoita helpottamaan verotusta, mutta samalla vaaditaan lisää sosiaalisia julkisen budjetin tulonsiirtoja ja tukia. Tämän raportin kyselyn väite ”tuloverotusta on ylipäänsä alennettava” saa yli puolet vastaajista kannattamaan verojen alennusta. Se vastaa muiden gallup-tutkimuksen tietoa. Samoin se tukee teesiä, että nuorten enemmistö ei ole valmis maksamaan lisää (tulo)veroja edes silloin kun se on varma veromarkkojensa sosiaalisista tai ekologisista hyödyistä (Paakkunainen & Myllyniemi 2007, 50). Pienten palkkojen verotuksen alentaminen sopii nuorille hyvin kaikkien tietolähteiden mukaan; tässä valtaosa nuorista antaa tukensa sosiaaliselle ajatukselle, joka myös tukee nuorten tulkinnan mukaan (esimerkiksi palvelualan) PK-yrittäjien työllistämismahdollisuuksia. Myös hiukan johdattelleva väitelause ”yritys- ja pääomaverojen taakkaa on helpotettava” saa enemmän kannatusta kuin väheksyvää huomiota. Tässä kohden nuorten tuki yritys- ja pääomatulojen verotuksen keventämiseksi on selvä.

Varallisuusveron poistaminen vuoden 2006 eduskunnan päätöksellä on muuttanut keskustelun painopistettä myös nuorten kansalaisyhteiskunnassa⁷⁹. Avovastausten veropoliittinen linja on selkeä, muttei aggressiivinen tai hyökkäävä:

Pienyrittäjiä ei perusteta...koska verot on kovat... (N 25.)

Parantamalla neuvontapalveluja aloittaville yrittäjille. Myöntämällä nuorille yrittäjille rahoitustukea ja antamalla verohelpotuksia yrityksen alkutaipaleella. (M 29.)

ALV on rasite pienyrittäjille, pienyrittäjien on vaikea tulla toimeen ja saada yrittämisestä oma elanto, työvoima on liian kallista pienyrittäjille, liikehuoneistojen vuokra on liian kalliita, yrittäjän työttömyysturva ja sairastakuutus tuet/rahat ovat huonoja ja systeemi on hankala. (N 21.)

Yrittäjyyden aloittamisen pitäisi helpottua ratkaisevasti (verot, lainsäädäntö ym.) (M 26.)

Vähentää verotusta, jolloin investoinnit Suomeen voisivat kasvaa, ja... yrittäjyys olisi kannattavaa.” (M 23.)

Tuoreen tutkimuksen mukaan (Paakkunainen & Myllyniemi 2007, 49–53) yritysten maksuvelvollisuuksien kevennykset ovat nuorten mukaan hyvä keino piristää taloutta ja työllisyyttä. Yrittäjien sivukulujen ja verotuksen helpottaminen on suosittu päivänpoliittinen vaatimus nuorten keskuudessa⁸⁰. Myös tämän raportin kyselyn mukaan ”PK-yritysten työnantajamaksuja on valikoivasti alennettava nuorten yrityksissä ja alueellisesti” (53 % on täysin tai melko paljon samaa mieltä). Hieman vähemmän varauksetonta nuorten tukea saa tunnus ”Aloittavat PK-yritykset on vapautettava sosiaaliturvamaksuista”. Neljännes nuorista suhtautuu nyreästi sosiaalimaksujen keventämiseen edes aloittelevien yritysten kohdalla. Sosiaaliturva on osa nuorten työmarkkina-ajattelua (Paakkunainen & Myllyniemi 2007, 45–68). Yrittäjäjärjestöjen linja on jälleen nuoriin verrattuna tiukempi ja määrätietoisempi: linjaukset koskevat verotuksen yleistä alentamista, sen progression vähentämistä, osinkotulojen verovapauksia ja työeläkemaksujen jakamista työnantajan ja työntekijän välillä⁸¹.

Nuorten yhteistoiminnallinen ja sosiaalinen työmarkkinanäkemyks jalostuu kuitenkin tukimuotoja koskevassa keskustelussa koskien aloittelevia PK-yrityksiä. Tulonjaossa nuorten yrittäjien opiskelun jälkeinen ja perheen perustamiseen liittyvä elämäntilanne tulisi huomioida, oikeutetusti. Vastaustiedot eivät ole aina perussävyllään ylimalkaisia tai sillä tavoin epävarmoja, että ne olisivat yksipuolisen riippuvaisia kysymystavoista. Liberaali talouspolitiikka tai hyvinvointivaltion alasajo ei ole Suomen nuorten aikuisten keskuudessa vallalla. Suomen nuoret tunnistavat julkisen sektorin vastuun ja sen haasteet eurooppalaisessa vertailussa vahvasti. (EUYOUPART 2006.) Mutta verojen ja työntekijämaksujen alentaminen saa suomalaisiakin nuoria liikkeelle – myös tiukemmissa ja liberaalimmissa puhelajissa:



Raataminen suhteessa palkkaan saattaa ainakin 1–2 ensimmäistä vuotta olla todella suuri. Verotus on varmasti yksi pääsystä, tuskinpa niihin on muutoksia tulossa vielä pitkään aikaan, jos koskaan! (N 24.)

Yritysten työvoimakustannuksia on pienennettävä. (M 27.)

Muita velvoitteita alas: Työntekijöiden palkkaaminen on liian kallista! Rahoituksen saaminen liian vaikeaa (jos ei henkilökohtaisesti pantattavaa omaisuutta). Työntekijämaksuja tulisi PK-yrityksissä siirtää yrittäjältä työntekijöiden maksettavaksi. Lomarahaa voisi pienentää esimerkiksi puoleen nykyisestä, ja lomaltapaluuraha on aivan turha keksintö! Yrittäjät esitelmöimään oppilaitoksiin! Nuoret eivät halua ottaa riskejä, ainakaan laman nähtyään. (N 21.)

Silti monilta aineiden väsäjäiltä ei puutu yrittäjäpoliittista huumorin- tai jopa kirkuvan satiirin tajua. Lahdesta kotoisin olevan, lukiota käyvän Tian (v. 2004, ”Marjatta ja suomalaisen yrittäjän ratkaisu”) mukaan suomalaisen talouspolitiikan keinovalikoimasta puuttuu jonkinlainen radikaali aluepoliittinen tukijärjestelmä. Alueelliset sosiaaliset resurssit voisivat panna liikettä ihmisiin ja yritystalouteen maaseudulla – lapsiperheet ovat asumispäätöksineen avainasemassa. Marjatta on yksi paikkakunnan kolmesta pienyrittäjästä, kyläkauppa-kahvilan pitäjä. Muut palvelut ovat rikkinäinen pankkiautomaatti ja kolmas Kallen suutari, joka on auki kerran kuussa.

Ei ole mikään ihme, että alkavat yksityisyrittäjät Tampereelta pohjoisempana synkistyä, kun kansa juoksee kilpaa luvattuun maahan nimeltään Pääkaupunkiseutu. kaikki haluavat osansa tuosta ryöppyävästä kulttuurin paljoudesta, palveluiden käsittämättömästä läheisyydestä, uskomattomasta kansainvälisestä ilmapiiristä, tapaamisista Stockmannin kellon alla ja paljosta muusta. ...ehkä radikaalien keino auttaa Marjattaa olisi vetää Suomen kartalle punaisella tussilla juuri Tampereen korkeudelle poikittainen viiva, joka erottaisi Autio-Suomen ja Tupaten Täynnä-Suomen. // Sinne voitaisiin talotkin pohjoisesta hinata. // Maalta poismuutto on väistämätöntä, koska ei uskalleta ottaa riskiä, että kauppakeskuksen ja uuden koulun valmistuttua perheet eivät ehkä alkaisikaan tuulispäänä virrata alueelle. Minä ainakin uskon, että ne alkavat hiljalleen virrata. Sanonpahan vaan, että ei taivaaseen kuolematta pääse, ja samaa pätee tässäkin: Ensin täytyy rakentaa virikkeitä, sitten tulevat lapsiperheet. Yhtenäisen ja monipuolisen Suomen kehittämisessä ei todellakaan kannata painopisteenä pitää pääkaupunkiseutua vaan päinvastoin. tehdään joka ikisestä kunnasta ja kaupungista asumisen ja yrittämisen arvoinen.

Tutkimukseen osallistuneet nuoret tuntevat myös yrittäjien arkisen epävarmuuden ja ahdistuksen. Kun PK-yrittäjän arkiturva vertautuu hyvin toimeentulevan, kokopäiväpalkkalaisen sosiaaliturvaan, näyttää kuva nuorten mielestä ankealta ja ”epätasa-arvoiselta”. Sairaus-, sosiaali-, loma-, eläke- ja perhevapaa-oikeudet ja turvat ovat pienten tai yksinyrittäjien keskuudessa kehittymättömiä tai vajavaisia. Myös sairaan lapsen hoitamiseen ja lastenhoidon tukeen nuoret yrittäjät ovat joutuneet penäämään oikeutettua huomiota. Yrittäjällä on täydet ”kansalaisoikeudet” julkiseen lasten kotihoitajaan vain silloin kun hän on itse palkkasuhteessa osakeyhtiö- tai henkilöyhtiömuotoisessa yrityksessään. Avovastauksissa yrittäjistä ei tehdä sankareita tai omaehtoisia työhulluja vaan tasa-arvoisia sosiaalivaltio-kansalaisia. Itse maksetuista tai maksettavista vakuutusjärjestelyistä ei puhu kukaan:

Yrittäjän asema yhteiskunnassa on heikko ja sosiaaliturva puutteellinen. Lainsäätäjien tulisi paremmin ratkaista esimerkiksi yrittäjän sairastumisen tai perhevapaiden tuomat ongelmat. (N 21.)

Yhteiskunnan tuet (monilta osin) putoavat pois oman firman pitäjältä. Kuvitellaan että yksityisyrittäjällä olisi varmasti vähän sukanvarressa. Tämän olettamuksien mukaiset (sekä ylipäättään yrittäjiin kohdistuvat) harhadotukset pitäisi lopettaa. (N 19.)

Epävarma palkkaus: ”Money makes the world go round”. (M 20.)

Koska riskit ovat aivan liian suuret. Tuntuu että jos nyt perustan yrityksen ja se menisi konkurssiin, olisin loppuelämäni velkakierteessä. Taloudellinen riski pelottaa, koetaan että on helpompi ja turvallisempi olla palkkatyössä! Yrittäjyyden myönteisiä puolia esiin, yrittäjien sairausturva paremmaksi ja loma helpompi järjestää. (N 25.)



Suomen yrittäjät -organisaatio tuntee konkreettisesti ja ohjelmallisesti yksinyrittäjien, nuorten ja pienyrittäjien olosuhteita ja arkista sosiaaliturvaa⁸². Muutosehdotukset nurjan tilanteen muuttamiseksi ovat selkeitä, mutta vähemmän julkisuudessa keskusteltuja yrittäjäpolitiikan säikeitä. Näissä etupohdinnoissa yrittäjäjärjestön ja nuorten ideat yhdistyvät saumattomasti.

NUORET HALUAVAT LISÄÄ VOIMAA JA ASIAKASVIRTAA YHTEYKSIINSÄ

Viime vuosien aikana on edistytty varsinkin yritysneuvonnan, yrittäjyyttä koskevien tietovarantojen sekä yrittäjyyskasvatuksen resursoinnin ja koordinoinnin suunnassa. Vaikka Yrittäjyyden politiikka-ohjelma tai yrittäjyyskasvatuksen tehokas yhteistoiminta eivät olekaan täydellisesti edenneet kansalaisyhteiskunnan ruohonjuuritason toimijoiden suunnassa, on PK- ja nuorten yrittäjyyteen liittyvä tieto-taito aiempaa kattavammin julkisten palvelujen osa. Samoin se on aiempaa asiakaslähtöisemmin ja tehokkaammin nuorten käytettävissä. Toukokuussa 2006 valtioneuvosto osana ”Yritys Suomi” -palvelujärjestelmää päätti kehittää niin sanotun asiakasvastaavajärjestelmän (neuvontaa yhden henkilön kautta), yrityssetelijärjestelmän (yrittäjä voi valita tarjolla olevista konsulteista parhaan mahdollisen) ja valtakunnallisen asiantuntijapoolin (yksittäisellä yrittäjällä on mahdollisuus henkilökohtaisen mentorin tukeen yrityskehittelyssä ja sen laajentamisessa). Kyse oli kuitenkin periaatepäätöksestä, ja palvelujärjestelmän dynaaminen luominen ja ylläpito vaativat paljon taloudellisia resursseja sekä valmiuksissa olevia palvelun tuottajia ja kolmannen sektorin voimia.

Myös yritysneuvonnan ja informaation suunnalla nuoret haluavat herkeämättä saada julkisia palveluita. Vain neljännes nuorista on valmis maksamaan yrityksen perustamisneuvonnasta ja yli puolet suhtautuu yksityispalveluajatuksen passiivisesti. Yrittäjyyden perustamisessa nuoret odottavat tuki- ja tiedotuspalveluita myös rahoittajien suunnalta, jolloin julkiset ja pankki-instituutiot toimisivat parhaimmillaan yhteistyössä. Palvelun tarpeet näyttävät olevan huutavia. Ajatusta ”nuorille yrittäjille tulisi tarjota rahoittajien toimesta erityinen rahoituspaketti ja tiukat neuvontapalvelut” kannattaa suuri osa nuorista (kuvio 13, s. 165).

Nuorten yrittäjyyttä koskevan tiedon ja kokemuksen laajentaminen virittyy tietenkin osaksi yrittäjyyskasvatusta, yrittäjyyskursseja ja ylipäänsä koulutusta, sen polkuja sekä yrityshautomoiden toimintaa. Tiedonpolkujen olisi hyvä yhdistyä nuoren erilaisten ikävaiheiden, odotusten ja yritys-ideoiden mukaisesti.

Erityinen ongelma yritystiedossa, tietopalvelussa ja opetuksessa on jaettavan tiedon kiistanalaisuus, arvot ja kilpailunalaisuus. Myös yritysjärjestöt varoittavat kilpailusäännösten rikkomisesta nuorten käytäntöjen ja alkuyritysvaiheiden tukemisessa. Ei ole olemassa yksiselitteisiä polkuja tai markkina-tietoja yritysmaailmaan. Joskus PK-yritysresurssit jäävät ”hyvä veli” -verkostojen varaan, eivätkä edes hyvät projektit aukene kaikkien halukkaiden suuntaan. (Yrittäjä- ja hautomoaasiantuntijoiden haastattelut.) Ainoa mahdollisuus ratkaista näitä vaikeita tiedon objektiivisuuden, yritysten välisen kilpailun ja ideologian ongelmia on kehittää talous-, palkka- ja verotushallinnon tietopalveluita, virtuaalisia ohjeistoja ja interaktiivista neuvontaa. Toiseksi, nuori tarvitsee mentorityylistä käytännöllistä ja tiedollista apua juuri oman yritysideaansa tukemiseen. Kyselyyn vastanneiden nuorten enemmistö ottaisi myönteisesti vastaan muutamia työntekijöitä työllistävän yrityksen palkka- ja verohallintoa helpottavat yhteydet. Tämän suuntaisia hankkeita onkin käynnissä ”Yritys Suomi” -palvelujärjestelmän ja paikallisten yritysverkostojen (hautomot) tarjoamina⁸³. Samoin yrittäjyyspoluilla mukana olevien nuorten saama asiakaskohtainen neuvonta- ja mentoriapu ovat saaneet joitakin uusia resursseja. Myös (ensimmäisen) työntekijän palkkauksessa auttava työnantajakoulutus on toiminut hyvin joissain maakunnissa (TE-keskukset). ”Yritys Suomi” -verkkoportaalin, neuvonnan ja seminaari-



sarjojen lisäksi ”uusyrityskeskukset”, osaamis- ja teknologiakeskukset, kaupan organisaatiot sekä maakunnalliset TE-keskuksen asiantuntijapalvelut, EU-projektit ja Naisyrityäjyyskeskus organisoivat palveluita. Nämä merkitsevät vuorovaikutteista neuvontaa, projektikumppanuuksia, koulutustilaisuuksia, paikallisia (ammatti- ja yritys)tutkintoja ja neuvontaa. Yrittäjäjärjestöt ja Nestor Partners -yhdistys ovat paikoittain hyvin mukana yhteistyörenkaassa, kauppa- ja teollisuusministeriön ”Pro start”, työnantajakurssit ja muut kurssit inspiroivat nuoria yrittäjiä. Osa toimijoista myös räätälöi ikäryhmä-, sukupuoli- ja tuotealakohtaisia kursseja ja yritysten käynnistämispalveluita.

MENTORIEN LÄSNÄOLOA JA RÄÄTÄLIPALVELUITA LAAJENNETTAVA

Yli puolet nuorista (54 %) on innostunut ajatuksesta, että jokainen yrittäjäksi aikova nuori ”saisi pariaksi vuodeksi ilmaisen ja kokeneen aikuisohjaajan”. Yritysmailman tapa puhua mentoroinnista on kuitenkin useimmin kevyempi, projektiokohtaisempi, ja se liittyy pikemminkin ohjauskeskusteluihin, neuvontapalveluun tai (usein kilpailutettuun) kurssitoimintaan. TE-keskusten, yrityshautomoiden ja huippuosaamisen kehittämiseen panostavien osaamiskeskusten projektit voivat taata pidempi-aikaisen henkilökohtaisen ohjaussuhteen. Tällaisia mentorisuhteita rakentuu kirjavin tavoin nuorten asiakkaiden aktiivisuudesta, alasta ja seutukunnasta riippuen. Myös yrittäjien oppisopimuskoulutus on nuorten mieleen (72 % kannattaa, kuvio 13, s. 165). Sekin on saanut käytännössä tuulta siipiensä alle. (Yrityspolitiikan ja -hautomoiden aktiivien teemahaastattelut.) Edelleen voidaan puhua kynnyksestä nuoren yrittäjän ja neuvontapalveluiden välillä. Jo yhteydensaanti ja sen vaatiminen henkilökohtaisesti soveltuvaan neuvontapisteeseen ja henkilöön vaatii asian tuntemista.

Yrittäjäksi aikova voi tehdä oppisopimuksen ja tätä myötä henkilökohtaisen opintosuunnitelman (HOPS) oman alansa oppisisällöiltään joustavan ja modulirakenteisen ammattitutkinnon tavoittelemiseksi tai sitten myöhemmin itse yrittäjänä omassa yrityksessään syventää ja kehittää taitojaan ja yrittäjävalmiuksiaan ”yrittäjän oppisopimuksen” turvin. Yrittäjän oppisopimuksella opiskelevien aikuisopintotuki on kuitenkin joissain suhteissa kiistanalainen. Dynaamiset opiskelumahdollisuudet vaativat lisäksi koko ajan töitä sekä opetusorganisaatioilta että asiakkailta. Stressaavissa elämän- ja työtilanteissa opiskelevat yrittäjät tai yrittäjiksi aikovat toivovat käytännön suuntaan joustavia opintosisältöjä, opiskeluympäristöjä ja -aikatauluja. Myös verkolta odotetaan paljon, mutta verkko-opiskelun tasokas kehittäminen ei ole suunnassa toteutettavissa nopeasti ja taikatempuin. Esimerkiksi kysyntä- ja yhteiskuntalähtöisissä sekä käytännöllisissä ammattikorkeakouluissa on joustavien opiskeluympäristöjen, aikataulujen ja verkko-opintojen suhteen moneen kertaan petytty (Paakkunainen 2003). Räätälöidyt ja asiakaslähtöiset tietopalvelut, mentori- ja oppisopimus ovat uudistussuuntia, joiden toteuttaminen on nuortenkin mielestä siunauksellista, mutta se ei ole halpaa eikä helppoa. Kaikkien niiden toteutus on ohjelmallisella tasolla helppoa, mutta niiden läpivienti asiakaslähtöisten mestari-kisälli -tyyppisten ratkaisujen ja tieto- ja koulutuspalvelujen avulla vaatii radikaalisti enemmän resursseja ja aikaa kuin yleiset tai ryhmäpedagogian (luokkahuone, kurssit, seminaarit) tasoilla toteutetut toimintatavat.

Eri kouluasteilla onkin vauhdilla kehitelty työelämä-, projekti- ja kehittämistyölähtöisiä oppimisympäristöjä. Varsinkin oppisopimuskoulutus on löytänyt paikkansa eri asteilla ja luokkahuoneopetukseen vähemmän innostuneiden nuorten keskuudessa. Yrittäjäksi tähtäävä (oppisopimus)ammattitutkinto tai myöhempi yrittäjän oppisopimus onkin monille aktiivisille ja ylivirittyneille – luokkahuoneopetuksessa jotenkin syrjäytyneille nuorille – oiva ammatillinen polku, joka voi muokkautua myöhemmin yrittäjyyspoluksi. Harvoin erikoinen motivaatio ja luonne voi löytää näin vaativan ja hioutuneen vastineensa. (Yrittäjäpolitiikan tuntija ja puolueaktiivi teemahaastattelussa.) Nuorten epävarmuudesta nouseva intressi henkilökohtaisesta neuvonnasta on usein vahva ja yksinkertainen: ”Enemmän starttirahaa ja



oma neuvonantaja ilmaiseksi ja laitemaksut ja hallien vuokrat pienemmiksi”.

Asiakaslähtöiset ja käytännölliset ohjaamisen tavat eivät ole yrityskokemuksen mukaan lainkaan niin helppoja markkinamaailmassa kuin esimerkiksi monien käsityöläisammattien suunnassa. Julkiset toimijat ”...eivät voi noin vain analysoida yrittäjyyden kysyntäpuolta paikallisesti tai jollain palvelutuotannon alueella. Nuoren on itse oltava opissa ja käytännössä sisällä ja itse tehtävä lopulliset päätökset tarpeistaan ja yrityksestään. // On eri asia, jos hyvin rahoitettu ja verkostoitunut tiimi kykenee vaihe vaiheelta tuottamaan jonkin uudentyypin palvelun seutukunnan arkkitehtuuria ja kysyntää vastaamaan... siinä on sitten oltava nuoren täysin palkein mukana opettajien, asiantuntijoiden ja polunluojien lisäksi.” (Yrityspolitiikan tuntija, jolla on myös yritysautomo- ja amk-asiantuntemusta.) Nuoret saattavat idealisoida tai liioitella koulun, kaupungin ja projektien tukea. Monet alan ammattilaiset (opettajista yrityspolitiikkaan ja mediaan, teemahaastattelut) taas varoittavat, kuinka yrityspedagogian, -neuvonnan ja -mentoroinnin markkinat ovat vaaralliset ja pettävät – alalla on jo yrittäjiä, joiden käytännöllisyys, mentorointitaidot ja asiakassensitiivisyys on ”pitkälle lumetta”. Yrittäjyyden ratkaisevat taidot ja ideat eivät ole yksittäisiä ”lampunvälähdyksiä”, joita voi auttaa ulkopuolelta. Nuoren on itse sisäisesti kasvettava tuotantoonsa ja omiin asiakkaisiinsa. Väsymättömällä konkreettisella tuella ja läsnäololla asiaa voi auttaa, mutta lopulta avustajan on poistuttava polkukuvioista.

Taloussasiat, menestyminen ja turvattu toimeentulo saanti arveluttaa. Yritysalan koulutusta ja henkilökohtaista neuvontaa yrittäjäksi haluaville voitaisiin lisätä. (N 19.)

Niin sanotun byrokratian vähentäminen ja esimerkiksi palkanlaskennan helpottaminen. Neuvontapalvelut tukisivat toimintaa vaikka ensimmäiset kaksi vuotta. (M 28.)

Vastuu ja työtaakka. Myös se, että hyvin suuri osa tiedettävistä ja hoidettavista asioista selitetään termein ja vaikeasti, joten helppo lykätä hyviäkin ideoita ja mennä palkkatyöhön. (N 23.)

Yrittäjyys pitäisi tuoda ihmisille vaihtoehdoksi markkinoimalla asiaa, kertoa kokemuksia, järjestää ilmaisia ”yrittäjäksi?” -kursseja, Valtion kunnan ja kaupungin tulisi esim. pitää listaa tms. palveluista tai yrityksistä joita ko. kaupungista puuttuu. Yrityksen perustamisesta kiinnostuneiden ihmisten nimet voisi kerätä ylös (esim. kunta) ja markkinoida/kertoa sitten näille ihmisille yrittäjyyteen liittyvistä asioista, uutisista, palveluista, puuttuvista palveluista, ideoista, kokemuksista. Paikkakunnittain nämä ihmiset voisi sitten myös kokoontua väliajoin uusia ideoita, turvaa, näkemyksiä, kokemuksia näin ehkä voisi löytyä myös kaveri, jonka/joiden kanssa perustaa yritys!! Näihin tapaamisiin voisi myös pyytää yrittäjiä kertomaan kokemuksista, riskeistä yms. (N 26.)

Lisää yritystietoutta koulutukseen. Menestyvät nuoret yrittäjät kertomaan ”kampanjoimaan” kokemuksistaan. (N 19.)

Nuoret eivät halua sitoutua niin suureen asiaan yksin, suurin osa on tietämättömiä yritysmuodoista yms. Nuoria pitäisi kannustaa ja tukea. Nuorille suunnattuja yritystoimintatapahtumia olisi hyvä järjestää ympäri Suomea. (N 21.)

PUISTOT, HAUTOMOT JA INNOVAATIOKESKUKSET TULEVAT TARPEESEEN

Yrityspuistohankkeet ovat osaamis-, hautomo- ja yrittäjakeskuksia. Niillä on usein jokin paikallinen ja teknologinen kuningasajatus. ”Science and Business Park” (Lahti) -ajatuksat voivat vaihdella tieteellisen, ekologisen tai osaamistekniikan tai teknologiakylän suunnissa. Puistot⁸⁴ ovat myös osa seutukuntien kamppailua julkisuudesta ja brändeistä sekä maineesta. Esimerkiksi biotieteellinen osaaminen voi läpäistä koko puiston idean yliopistolaitoksista pienyrittäjien ohjaamiseen saakka (Viikki, Helsinki). Useimmiten puistoissa on turvattu aloittelevien tai nuorten yritysten hautomotoiminta, mutta tämä palvelu ei ole mukana toimintamallina, tai se jää marginaaliin innovatiivisen brändin tai raskaan tuotannon varjoon. Parhaimmillaan niissä on taattu maksuton esihautomoperiodi, jolloin yritysidea ja



sen vaatimat tieto- ja muut resurssit saavat hahmonsaa ja jatkotyö, koulutus ja mentoriohjaus voivat jatkaa. Kaikki aineiston nuoret eivät tunne seudullisten yrityspuistojen ideaa, mutta reipas kolmasosa nuorista arvostaa niitä ja uskoo puistojen perustamiseen. Nousussa olevan ja vain osalle ikäryhmän nuoria tarkoitettun infrastruktuurin tukena tieto on vahvan rohkaiseva. Hajatiedot teemahaastattelusta viittaavat myös siihen, että teknologiakeskukset ovat perusideansa ja niukkojen resurssien vuoksi aika valikoivia nuorten kandidaattiyrittäjien rekrytoinnissa. Usein tavalliset nuoret saavat ”neuvottelujen jälkeen enemmän idea-aikaa ja ohjausta – jopa tiloja ja tekniikkaa – omille hankkeilleen” hautomoiden toimista. Puistoja enemmän nuoret uskovat pienyritysten innovaatiokeskusten ajankohtaisuuteen.

Samoin nuoret uskovat pienempien ja konkreettisempien yrityshautomoiden mahdollisuuteen poistaa ennakkoluuloja ja pelkoja yrittämisen tieltä. Myös he uskovat vilpittömästi yrittäjien paikalliseen verkottumiseen – yhteisen infrastruktuurin, markkinoinnin ja tietotaidon luomisen mielessä. Jotkut nuoret ainekirjoittajat ja kyselyn avovastaajat esittävät yritysjärjestöjen hengessä oppilaitosten omien yrityshautomojen perustamista virtuaalipedagogisten ja oppilaiden palveluun keskittyneiden tai lähipiirin palveluita organisoivien irrallisten pikkuyritysten sijaan. Kilpailulainsäädäntö ja työlään kallis hautomon infrastruktuuri ja sen istuttaminen osaksi oppilaitosten pedagogiaa ymmärrettävästi jarruttavat hautomoajatukseen viemistä koulutusinstituutioiden sisään. Näistä verkottamisideoista nuorten aineet loihdivat esiin aika vauhdikkaita visioita ja utopioita. Paradoksaalisesti voisi heittää esiin myös tulkinnan, että nuorten kouluaineet 1980-luvulta lähtien ennakoivat yrityspuistoja ja -hautomoita. (Amk-taustainen pedagogi haastattelussa.)

Nuorten avovastausten ideat yrittäjäyysverkoista ja -hautomoista huokuvat uskoa synergiaan ja yhteiseen tietoon. PK-yrittäjien ristiriitaiset edut eivät ole voittamattomia paikallisissa puistoissa ja teknologiakeskuksissa. Jopa epäonnistumista voitaisiin käsitellä yhdessä, hautomotyyppisellä sosiaalisella ryhmäterapialla ja kokemustiedolla. Puistoissa ja yritysten vertaisoppimisessa epäonni olisi nuorten aineiden mukaan arkea – jonkinlainen voimanlähde ja uusiutumisasiä. Yrityshautomot, pedagogia ja vertaisoppiminen voisivat perustua nuorten ideoinnin mukaan julkisen tiedon ja keksijöiden, kolmannen sektorin ja yritysten yhteistoimintaan. Neljän tahon lisäksi yhteinen julkisuus, osaamisen saama huomio, on tärkeä yhteinen nimittäjä pyrkimyksille. Verkostoitumispuheet liittyvät konkreettisiin kokemuksiin verkostohyödyistä ja siihen liittyvästä epävirallisesta oppimisesta. Verkosto tarkoittaa nuorten vastauksissa muutakin kuin ajankohtaista legitimaatiopuhetta ”suunnitteluluurangoille ja paikalliselle yrityspropagoinnille” (yrityspolitiikan tuntija teemahaastattelussa).

RISKIN PIENENTÄMINEN EI RIITÄ: KONKURSSISSA JA SUKUPOLVENVAIHDOKSESSA SUOJATTAVA YRITTÄJÄPERHEEN PERUSTARPEET

Yrittäjäksi ryhtymisen ongelmien takana on yrittäjän pelko putoamisesta, yrityskuolemasta tai konkurssista. Kouluaineistakin selviää, että nuoret edelleen pelkäävät lamaa, tuntevat tarkasti lähipiirinsä konkurssit ja tietävät hyvin joka toisen yrittäjävirytyksen loppuvan viiden vuoden kuluessa sen aloittamisesta. Tämä peruskokemus sävyttää myös nuorten omia avovastauksia, kun he pohtivat, mitä yrittäjyyden esteille pitäisi tehdä. Puhe konkurssista, sen riskin sääntelystä ja henkilökohtaisen sekä perheen perustoimeentulon takaavan omaisuuden turvaamisesta on konkreettista puhetta – niin realistisen proosallista, että kirjoittajilla täytyy olla omakohtaisia ja lähipiiriin kokemuksia konkurseista. 1990-luvun yritysten huippukaatumisvuosien ikäkohorteilla tällaisia kokemuksia ja puheita löytyy aineiston nuorten vanhemmilta ja lähipiiristä. Toisaalta konkurssipuhe Suomessa kääntyy nuortenkin puheissa surutyöksi tai tukipuheeksi, toisaalta se on yrittäjälämää kokemattomien tapa puhua yrittäjyydestä, sen ulkopuolisille arkinen kertomusmomentti tai (ainakin väliaikainen) loppu.



Itse konkurssin välttämisen keinot eivät ole – eivätkä ne voikaan olla – yrittäjän tiedossa ennakoon: nuoretkin hokevat epätietoaan, väliin penäävät lisää yritystietoa ja lopulta monesti toteavat konkurssin ja sen nuorta perhettä koskevien vaikutusten olevan liian kova pala. Elämä lasten ja kodin perustamisen vaiheessa on liian herkkä tai täyteen pakattu konkurssipelon mielessä. Siksi sitä on vaikea ajatella yrittäjyyspolitiikan sääntelyn asiana, reformien kohteena. Konkurssiriskiä voidaan monipuolisilla tukitoimilla pienentää. Mutta erityisen selvästi voidaan vaikuttaa siihen, että yrittäjien ja heidän perheidensä välttämätön perusomaisuus suojataan mahdollisessa vararikossa. Yli puolet nuorista haluaa kyselyn mukaan suojoitettua yrittäjän perusomaisuudelle: ”Nuorten yrittäjien mahdollisen konkurssin varalta tulisi yrittäjän oman perheen vastuita ja asuntotakuuta rajoittaa”. Suomen yrittäjät⁸⁵ on monissa ohjelmissaan perustellusti huolestunut yrittäjäriskin kohtuullistamisesta. Yrittäjäjärjestöt ja -neuvonta ovatkin viime aikoina tukeutuneet ajatukseen, että nuorten rahoittajien tulisi voida rajoittaa yrittäjän asunto yrittäjäriskin ulkopuolelle. Näin esimerkiksi Finnvera on toiminut jo joitakin vuosia. Samoin tavoitteellinen linja on ollut henkilökohtaisen yrittäjävastuun rajoittaminen selvästi alle 50 000 euron. Tällöin yrityksen kriisiytyminen ei ajaisi epäonnistunutta yrittäjää pimeisiin töihin tai perhettä ylivoimaisten vaikeuksien eteen. (Nuoren yrittäjän ohjelma, Suomen yrittäjät 2002, 9.) Nuori yrittäjä on kuitenkin rahoituksessaan ”kaksinaisessa pinteessä” (yrittäjapolitiikan tuntija, teemahaastattelu): rahoitusvakuuksien hakeminen oman perheen ja asunnon sijaan muualta merkitsee aina ristiriitaista riippuvuutta ja samalla myös takausten antajien epävarmuuksia ja pelkoja.

Toinen nuorten yrittäjätoiminnan H-hetki on sukupolvenvaihdos ja sen yhteydessä perittävän perintöveron huojentaminen tai poistaminen. Yrittäjäjärjestöt vaativat sukupolvenvaihdosten helpottamiseksi yritysvarallisuuden vapauttamista kokonaisuudessaan lahja- ja perintöverosta sekä veroseuraamusten keventämistä yrityksen siirtyessä työntekijän haltuun. Valtaosa nuorista (60 %) kannattaa velvoitteiden huojennusuudistusta – onhan uudistus julkisuudessa ja saanut yllättävän paljon kannatusta 2000-luvun edetessä.

Pelko yrityksen kaatumisesta / epäonnistumisesta on suuri, pelko menettää kaikki! (N 27.)

Konkurssin pelko. Yrittäjyyden sitovuus. (M 16.)

Nuorena ihminen luo pohjaa elämälleen, on mahdollisesti perhe ja nuoria lapsia. Tässä vaiheessa on oleellista olla taattu toimeentulo. Uudessa yrityksessä on mahdollista epäonnistumisen yhteydessä...menettää pahimmassa tapauksessa paljon omaisuutta (asunto esimerkiksi) ja jää suuri velkataakka harteille. Perheen elättäminen ja eteenpäin jatkaminen ja elämän uudelleen rakentaminen voi olla siinä tilanteessa vaikeaa. (N 26.)

Suru tuli kun isän tila ja maaseutu tyhjjeni ja tyhjenee vielä... (N 29.)

Yrittäjyys vaatii paljon rohkeutta, työtä ja taitoa ollakseen tuottoisaa. On paljon helpompaa etsiä itselleen ns. valmis työpaikka. Tilanne voisi parantua yrittämisen riskejä pienentämällä. Henkilökohtaisen konkurssin riskiä voisi pienentää. (M 17.)

Yrittäjyys nähdään liian riskialttiina. Ei kukaan halua huonoksi osoittautuneen liikeidean takia loppuiäksi ”velkavankeuteen”. En tiedä, voiko asialle tehdä mitään. (N 29.)

YRITYSHAUTOMOIDEN, SOSIAALISEN YRITTÄJYYDEN, LIBERAALIN VEROPOLITIIKAN JA NUORTEN PK-YRITTÄJÄRÄÄTÄLÖINNIN PUOLESTA

Seuraavat faktorianalyysin tulokset jäsentävät hyvin nuorten yrityspoliittisen keskustelun kärkiä (taulukko 14). ”Yrityspuistojen, yhteisöllisyyden ja räätäliverkon puolesta” (F1) kokoaa uusyrittäjäkes-



kusten, verkottumisen, mentoroinnin ja taloushallinnon neuvonnanpalvelut yhteiseen keskusteluun. ”Tiedollinen ja sosiaalinen turvallisuus ja yhteiskuntavastuu” (F2) osoittaa rahoitusneuvonnan tai konkurssiriskien vähentämisen olevan yhteydessä ekologis-sosiaaliseen, oppimisopimusten ja kumppanuuksien virittämään yritystoiminnan visioon. ”Liberaali veropolitiikka” (F3) kokoaa yhteen yritys-, pääoma-, perintö- ja tuloverotuksen perushuojennuslinjan sekä sukupolvenvaihdoksen huojennuskeskustelun. Vähiten latautunut faktori (F4), ”nuorten PK-yrittäjien räätälöity tukipaketti”, osoittaa, että sosiaaliturva- ja työnantajamaksujen poistaminen, pienten palkkojen verotuksen alentaminen sekä starttirahan laajentaminen toimivat aineiston nuorten yhden ryhmän ajattelunurana.

Faktorit ilmentävät hyvin nuorten avovastausten ja aineiden laajempaa henkeä. Uudenlainen yhteisöllisyys (F1), sosiaalinen turvallisuus ja yhteiskuntavastuullisuus (F2) ovat osa yrittäjyyden ehtojen parantamista (F3) ja nuorten yrittäjien olosuhteiden räätälöivää parantamista (F4). Portfolioyhteiskunnassa yksilöllinen motivaatio on opeteltu tai jouduttu omaksumaan osana sukupolven koulu- ja muuta elämää. Kyse on erilaisten nuorisoryhmien – nuorten naisten, koululuokkaa vierastavien käytännön aktiivien ja (hyvin koulutettujen) luovien ryhmien – reittien turvaamisesta yrittäjiksi.

TAULUKKO 14. Nuorten kannanotot yrittäjäpolitiikkaa koskeviin väitteisiin. Rotatoitu faktori-matriisi.

FAKTORI 1	FAKTORI 2	FAKTORI 3	FAKTORI 4
Yrityspuistojen, yhteisöllisyyden ja räätäliverkon puolesta	Tiedollinen ja sosiaalinen turvallisuus ja yhteiskuntavastuu	Liberaali veropolitiikka	Nuorten PK-yrittäjien räätälöity tukipaketti
Pien- ja keski suurten yritysten radikaaliksi kehittämiseksi tulisi perustaa yrityspuistoja (seudullisia keskuksia)	Nuorille yrittäjille tulisi tarjota rahoittajien toimesta erityinen rahoituspaketti ja tiukat neuvontapalvelut	Yritys- ja pääomaverojen taakkaa on helpotettava	Aloittavat PK-yritykset on vapautettava sosiaaliturvamaksuista,
Pienyritysten innovaatiokeskukset ovat ajankohtaisia nyt	Nuorten yrittäjien mahdollisen konkurssin varalta tulisi yrittäjän oman perheen vastuita ja asuntotakuuta rajoittaa	Tuloverotusta on ylipäänsä alennettava	PK-yritysten työnantajamaksuja on valikoivasti nuorten yrityksissä ja alueellisesti alennettava
Paikalliset yrityshautomot voivat parhaiten poistaa ennakkoluuloja ja pelkoja nuorten yrittämisen tieltä	Ekologisesti harkittujen yritysideoiden aika on juuri nyt	Yritysten sukupolvenvaihdoksen taloudelliset huojennukset ja perintöveron helpottaminen ovat välttämättömiä	Pienten palkkojen verotusta on alennettava
Yrittäjiksi ryhtyvien tulisi verkottua paikallisyrittäjien kanssa	Yrittäjien oppisopimuskoulutus olisi kova sana		Nuorten yrittäjien starttirahaa olisi syytä laajentaa
Yritysten palkkojenkäsittelyä ja (verotus)hallintoa helpottavat sivut sekä suorat viranomaisyhteydet on luotava internettiin	Sosiaalisten yritysten kehittäminen on ajankohtaista		
Nuoren yrittäjän tulisi saada itselleen pari vuodeksi ilmainen ja kokenut aikuisohjaaja, mentori	Paikallisilla kumppanuussopimuksilla kuntien, järjestöjen ja yritysten kesken voi paikallisesti luoda uusia työpaikkoja		



NUORTEN YRITTÄJIEN YHTEISTYÖ JA SUKUPOLVIPOLITIikka ETSIVÄT MUOTOAAN

Nuorten kannanotot käyvät monesti yksiin Suomen yrittäjien PK-yrittäjyyttä, yksinyrittäjien olosuhteita ja nuoria koskevien yrittäjäpoliittisten visioiden kanssa. Nuorten sammakkoperspektiivi ja innostus sosiaaliseen verkottumiseen ja yritysideointeihin – jonkinlainen ”tahdon optimismi” – näkyy kuitenkin monissa nuorekkaissa näkökulmissa ja äänenpainoissa, jotka eroavat yritysorganisaatioiden ohjelmapuheesta. Nuorilla on sosiaalisempi äänilaji tulonsiirtoihin, starttirahaan ja eettis-sosiaalisiin yritysideoihin liittyen. Nuoret, jotka tarkastelevat yrityksiä ulkopuolelta tai ovat vasta aloittamassa yrittäjätaipaleensa, eivät asetu mutkattomasti yrittäjien rintamaan tai kollektiiviseen puhetapaan. He pohtivat yritystä osana yhteiskuntaa, niiden yhteiskuntavastuita ja omia kehitysvaihtoehtojaan sekä identiteettiään. Usein nuoret samastuvat luovien ja dynaamisten yrittäjyyksien toimintatapaan ja karismaattisiin toimijoihin. Toisella tasolla nuoret odottavat sosiaalisten PK-yrittäjyyksien toimintatapoja, joita esimerkiksi naisyrittäjät ovat kehittäneet yhdistys- ja yhteistoiminnassaan.

Nuoret jakautuvat moniin erilaisiin kulttuurisiin ja poliittisiin ryhmiin suhteessa PK-yrittäjyyteen. Talouden globaali kehitys ja pääomavaltaiset isot yritykset eivät saa nuorten enemmistön kunnioitusta tai hyväksyntää. Yritysjärjestöjen (lähinnä Suomen yrittäjät) näkökulma taustoittaa ohjelmapuheensa talouden ja yritystoiminnan rakennemuutokseen ja markkinaehtoiseen globalisaatioon ja kilpailukykyyn. Järjestöjen talous- ja yritystukipolitiikka jäsentyy (alle 10 hengen) pien- tai yksinyrittäjäyrityksiä isompien yritysten perspektiivistä käsin ja perustuu systemaattiseen ja kokeukselliseen linjanvetoon palkkatyö- ja yritystulosten välillä sekä yksityisen talouden laajentamiseen. Nuorten elämänvaiheen, erityisten poliittisten vaatimusten ja sukupolvipolitiikan, huomiointi vaatisikin nuorisopoliittista heräämistä sekä nuorten yrittäjäksi aikovien ja yrittäjien konkreettista kokoamista. Näin nuorista yrittäjäyksilöistä voisi tulla poliittinen toimija ja rekrytoinnin innostaja. Vaikuttaakseen tehokkaasti ja poliittisesti nuorten yrittäjien tulisi järjestäytyä nimenomaan ruohonjuuritasolla naisyrittäjien verkostojen ja julkisuuden tapaan. Näin myös yrittäjyyspolitiikan vastustajat ja sen sisäisten toimijoiden jännitteiset edut tulisivat poliittisen käsittelyn piiriin. Näiden tiedostamisella nuoret yrittäjät voisivat liittoutua monin innostavin tavoin pedagogian, julkisuuden ja uuden yrittäjyyden puolesta ja antaa oman jäsen- ja ideavoimansa myös yrittäjäorganisaatioiden etutoiminnalle.

Esimerkiksi Suomen yrittäjien ”Nuoren yrittäjän ohjelma” on monin kohdin osuva ja ajankohdainen – kaikkia nuoria, ei vain yrittäjiä, liikuttava – tavoiteohjelma. Se kuitenkin lähinnä neuvoa ja ymmärtää nuoria. Nuoret ovat asiantuntijapuheen kohteena. Ohjelma ei perustu nuorten omakohtaiseen aktiivisuuteen ja julkisuuksiin. Sukupolvipolitiikan tai nuorten pienyrittäjyyden omakohtaista äänilajia ei tunnista ohjelmatekstistä – tuotannollisen ryhmän ja talouden sektoritoimijan äänilaji on vallitseva. Nuorten yrittäjämotivaatiot rakentuvat myös yrittäjäpoliittisessa julkisuudessa, kasvatuksessa ja kouluopetuksessa. Ne jäävät erilliskannanottojen varaan yritysorganisaatioiden etupolemiikissa. Yrittäjyyden asema, nuorten rekrytointi yrittäjiksi ja yrittäjyyspoliittiset päätökset ratkeavat laajemmassa julkisuudessa ja kouluissa. Näihin kentiin ja niissä käytävään (huomio)kamppailuun ohjelma ja Suomen yrittäjien oma toimintatapa eivät pysty luomaan pitkätehoista vaihtoehtoa. Näin käy, vaikka Suomen yrittäjät pyrkii kamppailemaan tiukoissakin olosuhteissa (tupo-pöytäkeskustelu) PK-yrittäjien asemien ja vaikutusvallan puolesta.

Nuorten sukupolvien yrittäjyyspoliittinen toimija- ja verkkokeskustelut saattavatkin olla muotoutumassa maakunnallisten ja valtakunnallisten Nuorten yrittäjä -yhdistysten ja verkostojen avulla. Verkostot etsivät parhaillaan valtakunnallisen yhteistoiminnan ja verkostoitumisen muotoa ja sisältöä. Etu- tai sukupolvipoliittinen rooli monesti epävirallisilla ryhmillä – joista osa on asettunut tunnetusti hyvin mobilisoituneen Suomen yrittäjien jäsenyhdistysten organisaatioon – on selvästi keskustelun ja messujulkisuuksien alla. Koulutuksen, tapahtumien, tietopalveluiden ja sidosryhmä-



verkostoitumisen lisäksi alueen palvelutuotteet leviävät komeasti yhteisössä. Organisoitumisen luonteeseen viitataan myöhäismodernin sosiologian termillä – alle 35-vuotiaiden yrittäjien, mahdollisten (suku)yritysten jatkajien, yrittäjiksi aikovien ja opiskelijoiden ”heimolaisuudella”⁸⁶ (vrt. Maffesoli 1994). Sukupolvipolitiikka liittyy tällä hetkellä enemmän markkinoihin ja julkisuuteen kuin itse poliittisten ja jännitteisten tunnusten tai ryhmien välille. Väliin nuoria yrittäjiä myös nostetaan julkisuuteen suomalaisen peruskaanonin mukaan nousevina ”tähtiammatilaisina” – portfolioyhteiskunnan idean mukaisesti. Menestyksen ja portfolioyhteiskunnan tyyliin ei ole helppo istuttaa ryhmien erilaisten etujen tai valittamisen poliittisia retoriikkoja. Heimolaisuuskin viittaa keveään, itse yrittäjätyötavasta ja imagosta nousevaan yhteistyömuotoon. Esimerkiksi Helsingin Yrittäjien Nuorten Yrittäjien (HYNY) toiminnassa tarjotaan ”...mahdollisuus saada uusia kokemuksia, ideoita ja ajatuksia sekä edistää nuorten yrittäjien näkyvyyttä iäkkäämmän yrittäjäväen joukossa. Kehittyminen, uuden oppiminen ja ennakkoluuloton suhtautuminen uusiin asioihin ja ideoihin ovat usein menestyneen yrityksen ja yrittäjän pohjana ja näitä asioita pyrimme tukemaan. // Verkoston kautta nuorten yrittäjien ajatukset pääsevät päättäjien tietoisuuteen. Pyrimme siihen, että päättäjät ja suuri yleisö tietävät, että Nuori Yrittäjä on hyvä valinta muiden joukossa ja haluamme tuoda esille sen, että nuori on ikänsä puolesta nouseva tähti, juuri koulutautunut alansa ammattilainen.”⁸⁷



LOPUKSI: KESKEISIÄ TULOKSIA YRITTÄJÄPOLITIIKALLE

YRITYSAINEET INNOSTUNEET ITSENSÄ TOTEUTTAMISESTA JA AKTIIVISESTA MYÖTÄTUNNOSTA

Tämän tutkimusraportin perusaineistot – *Yritys Hyvä* -kilpailuaineet (1985–2006) ja kyselytutkimus (avo)vastauksineen – provosoivat ja opettivat minua monipuolisesti. Lähinnä yläasteikäisten nuorten palkitut ja lahjakkaat kirjoitukset auttoivat kehittämään tarkkoja kysymyksiä hiukan varttuneimmille, 16–29-vuotiaille nuorille. Tavoitteena oli ymmärtää, miksi suomalaisessa yritysmyönteisessä ilmapiirissä syntyy vain niukasti nuorten yrityksiä. Raportin monipuolinen tarkastelu problematisoi aineistoja tämän tutkimusongelman mukaisesti. Eri teemojen ja alaongelmien pohdinnoista voi nostaa esiin keskeisiä käytännöllisiä tuloksia.

Yritys Hyvä -kilpailu on kehittynyt hurjasti. Itse kilpailu ja sen vuosittain räätälöidyt yritysmaailmaa ja taloutta taustoittavat aineistot ja tehtävänannot tulisi saada peruskoulun, lukion ja ammatillisen koulun viralliseen opetussuunnitelmaan. Samalla nuorten sukupuoli- ja ikäryhmät sekä erilaiset harrastamis- ja elämäntavat tulisi herkin ja monipuolisin tavoin huomioida kilpailussa. Kilpailu provosoi, taustoittaa ja nostaa hyvin esiin nuorten yritys- ja talousmaailmaa heijastelevan aikalaishengen. Kirjoitukset piirtävät esiin kuvan lahjakkaiden nuorten yksilöllisestä identiteettityöstä ja maailmanpohdinnasta. Suuri osa yrittäjäksi lähtevistä nuorista ei osallistu kisaan. Silti innostus kilpailusta osaltaan osoittaa, että nuorilla on avoin ja myönteinen suhde pientä, keskisuurta ja yksinyrittäjyyttä kohtaan. Yritys voidaan perustaa, jos sen perustamisedot muotoutuvat realistisiksi ja sille on tarvetta. Ideologisia esteitä yrittäjyyden tiellä on vain ani harvoilla.

Kahdenkymmenen vuoden aikana nuoret ovat kirjoittaneet itsensä sisään yrittäjän maailmaan kriittisellä ja jopa ironisella kynällä. Stereotypiat aina uhrautuvasta ja kekseliästä yrittäjyydestä ovat taustalla tai realistisena aineksena teksteissä. Arkinen, ristiriitainen ja itseironinen yrittäjä puhuu meille aineiden tarinoissa. Myöhäismodernissa yhteiskunnassa myös pienyrittäjyys on kyvykkäiden yksilöiden, ”vapauden lasten” (Beck), mahdollisuus – tutustutaan yrittäjyyden mahdollisuuksiin, katsellaan ja kirjoitellaan maailma yrittäjän silmin. Nuorille on ominaista etsivä, sosiaalisesti sukkuloiva ja ideologisia uskollisuuksia kokeileva eettis-poliittinen mieli. Nuoret sitovat yhteen toimintatapoja ja moderneja vallan innovatiivisia kulttuureja, jotka yleensä käsitetään toisensa poissulkevinä: ”egoismin ja altruismin, itsetoteutuksen ja aktiivisen myötätunnon ja itsetoteutuksen aktiivisena myötätuntona”. Toisaalta vanhat kollektiiviset identiteetit ja ideologiat, toisaalta stereotyyppiset yritykset ja suuret talousmahdit näyttäytyvät nuorten kannalta jopa ”zombie-instituutioina”: ne ovat puoliksi kuolleita, mutta joissain suhteissa kuitenkin eläviä ja haastavia (Beck & Beck-Gernsheim 2002). Samalla vapauden lapset kehittelevät itselleen omia ajatuksellisia ja yritysmaailman organisaatioita, joilla muokata itselleen maailmaa sekä muuttaa sitä innovatiivisilla ja vastuullisilla ideoilla, tuotteilla ja palveluilla.

Osaaville kirjoittajille yritys ja yrittäminen ovat entistä enemmän koko maailman metafora. Mitä teemme kauppapaikalla hyödykeperustaistuvassa maailmassa? Vastaukset ovat monipuolisia. Monet hahmottavat yrityksen toiveidensa, harrastustensa ja kykyjensä näkökulmasta tehokkaana tavaroiden ja palveluiden tuottamisen organisaationa tai visiona. Toisaalla nousee vahva eksistentiaalinen ja kriittinen pohdinta: mitä yrittäjähminen voisi tehdä kaiken tämän yritys- ja hyödykepuheen keskellä? Sosiaalinen, ekologinen ja globaali vastuu sekoittuvat yrittäjän valintoihin. Yrittäjyys on riskiyhteiskunnassa yhtä lailla vastuussa maailman riskeistä kuin kuka tahansa muu ammattilainen,



jolla on myös sosiaalista mieltä – palkkatyöntekijä, pappi, tutkija tai poliitikko.

Kouluaineet ovat vahvasti sukupuolittuneet. Nuoret naiset ovat nuoria miehiä liikkuvampia, luovempia ja sosiaalisempia. He hallitsevat aineistoa aktiivisuudellaan ja ottavat jopa nuorten miesten paikkoja tekstiensä kertojaminää koskevissa valinnoissa ja pohdinnoissa. Pojat enemmän isottelevat ja kirjoittavat teknisiä ja määrillä toimivia utopioita. Väliin osa heistäkin herkistyy, hasuttelee ja sosiaalisesti oppii, kirjoittaa lopulta huikeita innovaatioita tai markkinoiden kyllästämän maailmankylän novelleja. Yrittäjyyteen liittyy edelleen yhteisöllinen ja perhepiirin jatkuvuus, jota käsitellään tehtävänannoissa ja aineissa ristiriitaisin termein. Yrittäjämaailman sukukronikat eivät ole luonnonvoimaisia tai idyllisiä. Perheet ja vanhat ideat joutuvat arvioinnin, ryöpytyksen ja henkilökohtaisten terapeuttien tarinoiden ja analyysiin piiriin. Varsinkin agraariyritysten muodonmuutos katkeruuksineen ja uusine innovaatioineen on läsnä kilpailukilpailun genressä.

Kirjoitusten juonissa näkyy 2000-luvulle tultaessa myös toinen epäjatkuvuus. Yrittäjyyden maailma on entistä globaalimpi ja monikulttuurisempi. Maailma ei jäsenny enää fyysisesti paikoitetusta yrityspalveluista ja lähiasiakkaista käsin. Talouden globaalit mykät pakot, kilpailun logiikka ja hyödykeperustaistuminen ovat läsnä kuluttajan ja yrittäjän valintamahdollisuuksissa ja arjessa. Yrittäjyys on nuorille herkkä peili kuvata dynaamisen markkinatalouden voittoja, epävarmuuksia ja negatiivisia utopioita. Nuorten omat riskikokemukset, arvot ja osaaminen tulevat jättämään jälkensä heidän perustamiinsa yrityksiin. Kouluaineiden mielikuvitus ja tapa heittäytyä epävarmaan yrittäjäpeliin sekä vanhojen sosiaalisten roolien rikkominen ja uusien solminen lupaavat hyvää tulevaisuuden yrityksille ja yhteiskunnalle.

RISKIOPPIMISEN TAIDOT OVAT KAIKKIEN NUORTEN ARKEA

Useimmat kyselyaineiston nuoret ovat eri tavoin harkinneet yrittäjyyden muotoja ja yrittäjäksi ryhtymistä. Yksin- ja pienyrittäjyyden julkisuudessa ja yrittäjyyskasvatuksessa tulisikin huomioida uusien sukupolvien maailmankuva, eli uudenlainen kyky ajatella elämää epävarmuuksien kautta sekä koruton, realistinen kuva yrittäjyyden arjesta ja mahdollisuuksista. Tulisi hakea siltaa nuoriin ja kysyä, miltä yrittäjyyden ehdot näyttävät nuorten yksilöiden sukupolvikokemuksesta ja sosiaalitaloudellisista tavoitteista katsoen. On olemassa ainakin kolme erilaista haasteellista, mutta varmasti palkitsevaa, kohderyhmää nuorten yrittäjärekrytoinnille. Niitä lähestyttäessä nuorten merkityksillat ja motivaatio yrittäjyyden suhteen voisivat rakentua luottavaisemmiksi ja konkreettisimmiksi:

- (1) Koulu- ja luokkahuonemuotoisessa opiskelukulttuurissa vähemmän palkitut ja epävirallisen elämänopin saaneet, mutta omiin erityis- ja kädentaitoihin uskovat nuoret. Heidän rinnallaan nuoret, joilla on elämäkokemusten kypsyttyä tai lähipiirin ja vanhempien tukemia yritysprojekteja.
- (2) Nuoret (naiset), jotka voivat yrityksen perustamisella ainutlaatuisin tavoin valmistaa eettis-sosiaalisesti, ekologisesti tai kulttuurisesti innovatiivisia tuotteitaan.
- (3) Portfolioyhteiskunnassa – jossa kilpaillaan omilla koulutus- ja osaamissalkuilla – menestyneille nuorille aikuisille yrittäjyys tulisi nostaa ”tähtiammatillisuuden” rinnalle, todelliseksi vaihtoehdoksi. Vahva sisäinen yrittäjyys liittyy nuorten maailmankuvassa yrittäjiä enemmän huippuammattilaisiin. Lahjakkaat nuoret pyrkivät – tai ainakin julkisuuksissa ja opetuksessa näyttävät pyrkivän – luovan luokan asiantuntijoiksi ja ”tuotemerkkien” takaajiksi korkeakoulujen kautta. Näin yhteiskunnan kehittäminen ja innovatiivisuus tapahtuisivat pitkälle PK- ja yksinyrittäjyyden piirin ulkopuolella.

Nuorilta odotetaan yksilöllisiä epävarmuudessa toimimisen taitoja, itsellistä tiedon muokkaamista ja ratkaisuja sekä kompetensseja oppia elämän riskeistä. Taloudellinen ja koulutuksellinen kilpailu



tapahtuu tavallaan yksilöiden ja heidän aktiivisuutensa kautta. Nuorten maailmaa onkin mahdollista hahmottaa erilaisten riskioppien kautta. Koulussa ja muissa yrittäjyyttä tukevista ympäristöissä tulisivat asettaa etusija yhteiskunnallisesti ja taloudellisesti aloitteellisen yksilön kompetensseille ja niiden kehittämiseksi. Yrittäjäksi etsiytyvä, yhteiskunnallisesti aktiivinen tai eri tavoin ilmaisukykyinen nuori yksilö on tehty nuortenkin mukaan pitkälle samasta puusta. Räätelöivät ja hyvin resursoidut oppimisympäristöt laajentavat erilaisten yksilöiden kasvumahdollisuuksia koululuokan ulkopuolella. Koulutuspolkuja ja todistusarvoja korostava portfolioyhteiskunta on nykyisin hektinen. Se ei ehdi eikä osaa rauhoittaa tilaa luokahuoneopetuksen ulkopuoliselle sosiaaliselle, taloudelliselle tai kansalaisoppimiselle. Kouluosaamisen tulosvastuullisia todistuksia ”pajava” koululaitos väheksyy sekä yhteiskunnan että yritys- ja työelämämaailman vuorovaikutusta koulun kanssa. Ei ole ihme, jos nuorista kasvaa meritokratian kilpayksilöitä, jotka kasaavat omat epävirallisetkin yhteiskunnallista ja taloudellista toimintaa koskevat pääomansa osaksi omaa portfolioaan. Yrittäjätöimet ja -polun alut jäävät marginaaliin tai aikuisuuteen.

Tutkimus nostaa esiin erilaisia riskioppimisen taitoja ja orientaatioita. Jokainen nuori joutuu itse vastuullisesti heittäytymään niukkaan, epävarmaan kilpailupeliin ja valintoihin. Jos ja kun koulu avautuisi yhteiskunnallisen ja yrittäjäkansalaisuuden suuntaan, riskioppimisen taitonsa koulutuksessa ja kulutuksessa sekä vaihtoehtoisen elämäntavan tavoittelussa oppineet nuoret voisivat löytää paremmin PK- ja yksinyrittäjyyden. Sen itsenäisestä tekemisen tuotannosta voisi löytyä voimavara, elämäntarinan tai osapäiväisen sitoutumisen aihiot. Markkinatuotantoon tai perinteiseen yrittäjävaurastukseen riskioppimisen tapoina luottavat nuoret ja vaihtoehtoisen elämäntavan etsijät uskovat jo nyt pienyrittäjien luovuuteen ja yhteiskuntavastuullisuuteen. Vanhat poliittiset ennakkoluulot eivät yrityskuvaa enää hallitse.

Nämä mahdollisuudet voivat hyvin toteutua, koska nuorten enemmistöllä ja varsinkin aktiivisilla nuorilla naisilla on konkreettisia ideoita esimerkiksi sosiaali- ja terveysalan, asiantuntijakonsultaation, luonto-, elämys- ja ravitsemusalan palveluiden perustamiseksi. Tuettu yritysdean hiominen, julkinen riskien käsittely ja niihin tarttuminen sekä yrittäjyyssehtojen parantaminen auttavat yritysten perustamisessa. Valtaosalla nuoria on yritysvisioita ja perustamispuheita. Pienimuotoinen yrittäjyys voi entistä paremmin olla nuorille silta yhdistää eettisesti ja sosiaalisesti reilu ja taloudellisesti kannattava toiminta. Samalla yksin- tai pienyrittäjyys voi nuorten uudistusehdotusten mukaisesti kehitettynä parhaimmillaan jopa vähentää palkkatyöelämän pakkojuoksua ja portfolion metsästystä. Se voisi antaa itse hallittua laatu-aikaa nuorille eikä vain stressata nuorta muutoinkin raskaassa perheen ja asunnon perustamisen vaiheessa.

Yrittäjyyden tunnetuksi teossa, pedagogiassa ja yrittäjyyspolitiikassa tulisi antaa uusi toiminnan paikka nuorille yksinyrittäjille ja yritysvisioijille. Yrittäjyysmaailman ongelmana on naisyrittäjyyden ongelmiakin selvemmin nuorten väheksyty asema yrittäjänä sekä yrittäjäpolitiikan ja julkisuuden kohteina. Nuorten mielestä heihin ei luoteta vakavina toimijoina, ja siksi he ovat kasvatuksen ja median kohteina. Yrittäjienkin keskuudessa on kyse sukupolvipolitiikasta. Jokaisen sukupolven on itse kirjoitettava oma ohjelmansa yritysten ja nuoren yrittäjän visioiksi. Myös hallituksen tulevassa nuorten yhteiskunnallista aktivoitua ja työpaikkoja lisäävässä (yrittäjyys)ohjelmassa tulee huomioida ruohonjuuritason nuorten yrittäjien paikallinen aktiivisuus, julkisuudet, uusyrittäjyyskeskukset ja niiden tukeminen. Nyt nuoret ovat kokeneiden opettajien ja yrittäjäpoliitikkojen asiantuntijapuheen, kulutusmainonnan ja isojen (globaalien) markkinatoimijoiden tiedon varassa ja sen kohteena. Nuoret eivät ole yrittäjäideoinnin ja ohjelmien toimijoita.

Nuoret ovat edelleen peloissaan lama-ajan varjostamista yrittäjyysuhista ja äärimmäisistä riskeistä. Tämä näkyy erityisesti opinto- ja yritysainojen ottamisen ja pääoman hankinnan peloissa. Nuoret eivät aina jaksa tai ehdi nähdä yksin- tai pienyrittäjyyttä luovana, tuottavana ja kiehtovana pelimuotona tai turvattuna elämäntapana. Yrittäjyyden yhtäältä yksinäiset, epänormaalin hiostavat ja stressaavat ja toisaalta ison rahan likaiset pelimuodot hallitsevat talousasioiden julkisuutta ja jopa opetuskuvaa.



Näin pienen ja yksinyrittäjän uran reilun ahkerat ja sosiaalisen pelin mahdollisuudet jäävät elämänavaihtoehtona sivuun. Yritys- ja markkinamaailman tuotteiden mainos- ja virtuaalijulkisuus eivät luo siltaa nuorten ja yrittäjyyden välille. Nuorten kiinnostus tuotteisiin ja niiden kehittelyyn ei auta juuri millään tuotannon suunnalla yrittäjyydestä kartuttamisessa. Markkinakilpailun yksipuolinen logiikka ja yrittäjien arkistressi estävät, että tuotteiden kautta – esimerkiksi netissä, räätälöidyissä vierailuohjelmissa ja harjoittelupeleissä – voitaisiin rakentaa tutustumispolkuja yrittäjien arkeen, toimintatapaan ja tuotantolaitoksiin. Tässä yritykset voisivat itse tehdä paljon. Maamme strategiana ei ole luoda tuotantolaitosten ja yritysten sisäisiä vierailuohjelmia, oppisopimuksia tai ylisukupolvaisia dialogeja. Tällaisten ratkaisujen avulla nuoret voisivat kuitenkin omien lähimpien tuotemaailmojensa sisällä ja niiden kautta lähestyä tuotannon ja yrittäjyyden ehtoja kokeneiden yrittäjien opastamina ja myöhemmin heidän laitostensa sisällä.

YRITTÄJYYSKASVATUKSEN SILLAT SAAVAT TUKEA – MUTTA NE ON RESURSOITAVA MENTOREIDEN AVULLA

Hallituksen tulevassa yrittäjyyttä tukevassa politiikkaohjelmassa ja yrittäjyykskasvatuksen kehittämistyössä tuleekin avata reilu ja luottamuksellinen – aikaa, rahaa ja mestariauktoriteetteja estoitta kuluttava – oppimiskenttä nuorten ja pienyrittäjyyden välille. Tässä työssä tulee politiikkaohjelman kansalaisyhteiskunnan tason verkottajat, nuorekkaat paikalliset osaajat ja yrittäjät olla mukana. Vain vuosien kehittytyö voi hioa tasapainoisen opetusmenetelmät ja sisällöt nuoria vartioivan – yleissivistystä ja ammattiosaamista propagoivan – pedagogisen humanismin ja talouskylmän yrittäjäkäytännön välille. Yrittäjyydestä ja -kompetenssit on mahdollista yhdistää aktiivisen kansalaisen kasvua inspiroivaan tietoon ja omaehtoiseen talouden ja yhteiskunnan tulkintaan. Nuorten suosimat yksin- ja pienyrittäjyysmuodot vaativat yhtä lailla sosiaalisia, yhteiskunnallisia kuin taloudellisiakin harkintoja. Aktiivisen kansalaisen ja aktiivisen yrittäjän tieto- ja kokemuserusta laajenevat koulu- luokan ulkopuolelle ja tarvitsevat muita tietolähteitä yleispätevän (universaalin yleistävän) tiedon lisäksi. Tämä on vaikea paikka koulun opettajille ja yleissivistustraditiolle.

Yrittäjyykskasvatuksella, yrittäjä- ja yritysvierailuilla ja esimerkiksi työelämään tutustumisjaksoilla (TET) on jo nyt ollut myönteistä vaikutusta nuorten yrittäjyykskuvan rakentumiselle. Myös yrittäjäjärjestöille halutaan nykyistä enemmän avata koulun ovia. Koulutus ei anna yrittäjäksi ryhtyvälle ”luuserin” kuvaa tai yksipuolisesti kasvata nuorista tasapäisiä palkkaturvan ja -elämäntavan etsijöitä. Nuoret eivät haluakaan koulusta mitään ”yrittäjyysopiosta”, mutta silti he haluavat rakentaa siltaa koulusta yrittäjäelämän käytäntöjen suuntaan ja konkretisoida yrittäjän tarvitsemia oppisisältöjä. Liiketalous ja yrityskokeilut sopivat nuorten mukaan sivistyskoulun sisään – vaikka nuoria ei halutakaan kasvattaa ”voiton himon suuntaan”. Nuoret ovat innostuneet sekä yrittäjien vierailuista kouluissa että omista visiiteistään yritysmaailmaan ja työpaikoille. Niiden toteuttaminen vaatii kuitenkin opettajaohjaukselta uutta käytännön kokemusta analysoivaa ja kehittävää tukiresurssia, aikaa ja mukana opastavaa Pietas-asennetta. Perus- ja yleissivistävän koulutuksen loputtua yrittäjäkosketuksia on mahdollista laajentaa ja syventää räätälöiden. Paikallisten peruspalveluiden, sosiaalisten ja ekologisten yritysten lisäksi pedagogiseen kuvioon voivat tulla mukaan yrittäjien tukitahot ja partnerit, pankinjohtajat ja konkurssiyritykset. Näin nuorten arkiset riskitunnelmat yrittäjyyttä kohtaan voidaan kohdata konkreettisesti ja realistisessa mittakaavassa. Nuoret ovat pettyneet niin suurten sukupolvien poliitikkojen kuin yrittäjienkin pettäviin lupauksiin.

Nuoret ovat kulutuksen ja tuotteistamisen maailman lapsia. Omien tuotteiden, mainosten ja brändien valmistaminen, ”tuotteistamisen kulttuuri”, vaatii myös omaa osallistumista siihen, tuotteiden ja opinnäytteiden valmistamista ja omien tuotteiden kriittistä, yhteiskunnallista ja käyttöarvon



mukaista läpikäyntiä. Oman koulun leikki- ja harjoitusyritykset sekä virtuaali- ja simulaatiomallit inspiroivat suuresti nuoria. On olemassa pelimalleja, jotka kehittävät juuri yrittäjäkompetensseja ja innovatiivista pelisilmää.

Käytännön ja teorian jyrkkä erottelu elää edelleen nuorten keskuudessa, mutta nuorten suosimat tiimi- ja projektioppimisen harjoitukset sekä toiminnallisuuden arvo välittävät yhteisen käsitteellisen oppimisen ja käytännön pedagogioita. ”Tekemällä oppii” -käytännöissä tarvitaan myös luovuutta ja asioiden teoreettista jäsentämistä puhumattakaan verkostoitumisen luovuudesta ja dialogista. Se silloittaakin panostuksiin yrittäjyyssooppien sosiaaliseen puoleen. Nuortenkin mielestä sosiaalis-ekologinen vastuu voi yhdistyä yksin- ja pienyrittäjän arvoihin ja toimintaan. Vapauden, ahneuden ja kateuden arvot tulee käsitellä myös yrittäjyyskasvatuksessa: nuorten on itse sisäistettävä omat motivaationsa ja liikevoimansa yrittäjäksi ryhtymisessä. Ryhmä- ja sosiaalisen pedagogiikan menetelmien lisäksi aineopetuksen räätälöinti oppilaiden erityistaitojen mukaisesti ja yhteiskuntaan avautuminen oppinnytöiden tai harjoitustöiden avulla tukisivat aktiivisen kansalaisen ja yrittäjän kasvua.

MEDIA- JA YRITTÄJÄPOLIITTINEN JULKISUUS ENEMMÄN TYRMÄÄ KUIN INSPIROI NUORIA

Työ- ja harjoittelupaikat, sanomalehdet ja kouluopetus ovat sähköistä mediaa edellä yritysviestinnässä, yrittäjyyttä koskevan tiedon menestyksellisessä jakamisessa nuorten keskuudessa. Yrityshautomot ja netti sekä tuotemaailman kautta yrityskuvaa rakentavat julkisuudet jäävät vielä marginaaliin nuorten tavassa saada ja tulkita yrittäjyystietoa. Monet julkisuuden yrittäjät ovat mukana luomassa nuorten yrittäjyyttä koskevia tunnelmia, arvoja ja tietoja. Nuorilla ei ole monia sukupolvelle omia ja yrittäjäpoliittisesti aktiivisia yrittäjäkarismoja. Nuorillakin huomattava osa yritystiedosta ja -kokemuksesta välittyy valtakunnallisen julkisuuden valojen ulkopuolelta – tuntemattomien yksin- ja pienyrittäjien kautta ja viidakkorummusta. Osaa nuorista viehättääkin menestyneiden karisomien luoma monipuolinen yrittäjäjulkisuus.

Nuoret eivät anna kiitettävää arvosanaa valtamedialle yritystiedosta ja varsinkaan PK-yrittäjyyden esillä pidosta. Perusasenne yritysmediaan nuorilla onkin se, että globaali iso pääoma hallitsee julkisuutta. Yrittäjien peruskuva liittyy mykkään ja ihmisten vaikutusvallan tuolla puolen omalakisesti liikkuvaan pääomaan. Markkinat jylläävät joka puolella – nuorista toimijoista riippumatta. Pien- ja yksinyrittäjyyden arjen mittakaavat, innostumiset ja motivaatiot eivät elä perusmediassa. Markkina-arvoistunut, pinnallinen, nuorta yleisöä hyljeksivä yrittäjäjulkisuus ei syvennä tai paranna nuorten tietoa yrittäjyyden maailmasta. Myös harvojen henkilöiden arkitoimiin keskittyvä brändi- ja imagojulkisuus pinnallistaa yrittäjyyskeskustelua. Joskus yrittäjät itse saattavat pilata mainoksillaan ja valituksellaan julkisen tilansa.

Vain harvoin nuoret PK-yrittäjät ja karimat pääsevät kokemuksineen, haasteineen ja tulkintoineen julkisuuteen. Muutoin nuoret ovat valtalehtien asiantuntijapuheen kohteina – useimmiten joko kuluttajina, mainosten kuvina ja niiden yleisönä tai toimeentulon kanssa painivina ryhminä. Kuluttajatieto inspiroi nuoria pohtimaan yhteiskunnan ja elämäntavan kokonaisvaltaista hyödykeperustaistumista – yhtäältä uusia tuoteideoita ja toisaalta markkina-arvojen suhdetta humanismin tai suvaitsevaisuuden edellyttämään moniarvoisuuteen. Nuoret haluavat myös median lukutavoissaan ylittää vanhan humanismin ja kylmän talouden vastakkaisuudet. ”Dream Society” -tyyppiset jutut innovatiivisista ja utooppisista yrittäjätuotteista tai menestystarinoista liikkuvat monia nuoria. Samoin ajatukset talouden hallintajärjestelmistä ja kansallisesta edusta antavat nuorille turvallisuutta talouden kaaoksen keskellä. Kolmikanta ei jäsenny osaksi nuorten yrittäjyys- ja yhteiskuntasopimusajattelua.

Nuoret tarvitsevat valtamedian realistisen yleiskatsauksellisuuden ja yrittäjyyspedagogian lisäksi



omat yrittäjyyspolkuja silloittavat PK-yrittäjyysfooruminsa. Nuoren sukupolven itse toimittamat materiaalit ja uutiskuvat auttavat nuoria yrittäjiä tai yrittäjäksi aikovia luomaan omakohtaisia ja motivoivia alajulkisuuksia: arkisia tulkintoja yrittäjyydestä ja tuotannosta. Sama koskee myös yritys- ja työmarkkinapolitiikkaa ja nuorten toimintaa niiden hierarkiassa.

Nuoret tuntevat talouden ja yritysten rakennemuutoksen monipuolisia palveluita. Rakenteellisten taustaseikkojen rinnalla nuoret tiedostavat paineisen elämäntilanteensa – opiskeluköyhäilyn jälkeen perustettavat perhe ja asunto vaativat paneutumista. Erityistä elämänpolkujen kirkastumista ja kurinalaisuutta tarvitaan, jos tähän rytäkkään perustetaan vielä oma yritys. Nuorten ikäryhmien näkökulmana ovat myös nuorten perustamien luovien, sosiaalisten ja ekologisten yritysten asiat. Nuoret tuntevat hyvin ja haluavat lisätä PK-yrittäjien nuorille räätälöityjä tukimuotoja. Nämä uudistusesitykset eivät ole erityisen epäsosiaalisia. Nuoret eivät tunne ja pidä motivoivavana tulopoliitiikan päätöksentekotapaa, mutta valtaosa heistä ei halua luopua yleissitovista työehtosopimuksista. Joustavuus liittyykin enemmän paikallisiin kumppanuuksiin, työnantajan ja työntekijän luottamukseen ja yhteistoimintaan, yrittäjäverkostoihin ja uusyrittäjyyskeskusten tukemiin malleihin.

Nuoret haluavat myös selviä veronalennuksia ja sivukuluhuojennuksia yksin- ja pienyrittäjille, erityisesti siipiensä kestävyyttä kokeileville nuorille. Pienimuotoinen ja sosiaalinen starttiraha – jonka merkityksestä yrittäjyysiltana on polemisoitu pitkään – saa tunnettuna ja viime vuosina laajennettuna tukimuotona nuorten vahvimman kannatuksen. Veronalennukset kohdistuvat nuorten mukaan pienituloisiin ja vasta sen jälkeen yleensä tuloverotukseen. Aineiston nuorten niukka enemmistö kuitenkin tukee yleistä ajatusta yritys- ja pääomaverojen alentamisesta. Monien nuorten mielestä yritysten sukupolvenvaihdon taloudelliset huojennukset ja perintöveron helpottaminen ovat välttämättömiä. Ylipäänsä nuoret – joista nykyisin vain 4–5 prosenttia ryhtyy yrittäjiksi – tuntevat yllättävän hyvin yksin- ja pienyrittäjän arjen sosiaalivakuutuksen heikkoudet esimerkiksi lastenhoidon osalta. Yrittäjän oman perheen vastuita ja asuntotakuita tulisi myös selvästi helpottaa mahdollisen ja paljon nuoria askarruttavan yritysrisikin ja konkurssiuhan vuoksi.

Nuorten peruskynnykset ryhtyä yrittäjäksi voisivat myös madaltua, jos yrittäjyyden edellyttämät informaatio ja pääomainstituutioiden räätälöiden paketoimat rahoitustarjoukset kehittyisivät vielä nykyisestäänkin. Vieläkin laman ahdistamat nuoret eivät tarkasti tunne nuorten rahoitusehtoja. Myös nuorten yrittäjien henkilökohtaisen ohjauksen ja käytännöllisen opetuspolun avittajat – mentorit ja oppisopimukset – ovat lähteneet liikkeelle. Nuoret haluavat niille lisää yksilöllistä intensiivisyyttä ja resursseja. Näiden mutkattomien ja kaikkien yrittäjien oikeuksiksi muotoutuvien kehittämisvaatimusten turvaamiseksi yllättävän moni alle 30-vuotias nuori on tietoinen uusosaamis-, yritysauto- ja teknologian kehittämiskeskusten paikallisista palveluista ja räätälöidyistä resursseista nuorille yrittäjille. Nuorten on kuitenkin itse hankittava koulutus- ja (esi)hautomopaikkansa, verkkonsa ja mentorinsa. Nuoret eivät aina ole luonnollinen ja taloudellisesti seutukuntaa ja sen (imago)kehittäjiä puhutteleva osapuoli. Huomiosta ja uskottavuudesta kamppaillaan markkinoilla, julkisuudessa ja yrityspolitiikassa.

YRITTÄJIEN HAASTETTAVA KILPAILUPELIIN TÄHTIAMMATTILAISET

Nuorten PK-yrittäjien ja yrittäjäksi ryhtyvien innostaminen on kuitenkin paljon kiinni myös siitä, että nämä nuoret saavat oman äänensä kuuluviin ja oman yrittäjäpoliittisen toimijapaikkansa Suomen Yrittäjissä ja laajemmin. Tämä vaatii muutakin kuin nuoren PK-yrittäjän elämäntavan ja edun kirkastamista julkisuudessa ja tuolin tulopoliitiikan neuvottelupöytään. Nuorten yrittäjien sukupolvipoliittikka tarkoittaa 2000-luvun alussa uusia asemia nuorten yrittäjyyden media-aseman



valloittamisessa ja yrittäjäpoliittista järjestäytymistä. Verkostomaisen ja selvästi 2000-luvun alussa aktivoituneen nuorten yrittäjien itsekkin kuvaaman ”heimolaisuuden” rinnalle tulee nousta sukupolvipoliittisia kärkiä ja toimintakanavia hiukan naisyrittäjyyden verkostomallin mukaisesti. Tätä kautta eri rintamalla monipuolisesti kehittyvä nuorten yrittäjyys nousee nuorten arjen vaihtoehdoksi ja löytää välttämättömiä yhteistoiminnan muotoja. Elämänkestävää sitoutumista ei enää tarvita.

Näin pystytään kehittämään markkinaimagoa, yhteiskuntavastuita ja yrittäjäpoliittisia tuotteita tavalla, jolla voidaan pärjätä ammattilaisten ”portfoliotähtien” maailmassa ja antaa uutta tenhoa koulun yrittäjyyskasvatukselle. Yksityisiä osaamissalkkuja ja todistuksia ”pajavaa” yhteiskunta tulee haastaa kilpailupeliin. Haastajan on osattava käyttää kaikkea sitä tietoa, joka elää koululuokkien ja palkkatyön ulkopuolella. Uusien peruspalveluiden tuottaminen voi avautua monelle nuorelle yrittäjälle. Tietoyhteiskunnan ja huippuasiantuntemuksen haastaminen on hiekkä ja resursseja vaativa tehtävä. On ensin saavutettava tähtiammatillaisen taitoja ja vasta sitten heittäydittävä markkinoiden ja yhteiskunnan palveluiden rakoihin. Yrittäjän erityinen elämäntapa, itsekuri ja sisäisen yrittäjyyden eetos antavat tälle kilpailulle oman potkunsa.



VIITTEET

- 1 Esimerkiksi Pantzar (2006) visioi pedagogisesti tämän ajatuksen mukaisesti ja viittaa lukuisiin taloustieteen teorioihin, jotka mallittavat sosiaalisen turvallisuuden (sisäsyntyisesti) myös taloudellisen kasvun edellytyksenä.
- 2 Kymmenessä teemahaastattelussa (1–4 henkeä/ryhmä) viisi ryhmistä oli ns. sekaryhmiä ja loput yhtenäisempiä ryhmiä. Mukana teema- ja puhelinhaastattelussa oli opettaja-pedagogeja, yrittäjäpolitiikan ja -hautomoiden tuntijoita, tämän tutkimuksen seurantaryhmän kokousaktiiveja, yrittäjänuoria ja keski-ikäisiä yrittäjiä, toimittajia ja muita yrittäjyyden politiikka-ohjelman ja talouspolitiikan informanteja sekä tutkijoita. Haastattelujen piirissä oli 45 ihmistä. Informantit on jätetty tunnistamattomiksi. Anonyymien aineiston käyttöä tukivat myös tiedot yrittäjyyspoliittisten toimijoiden ja yrittäjyyskasvatuksen ja politiikkaohjelman ristivedosta sekä opettajien asemasta monien ristiriitaisten odotusten ja paineiden alaisena.
- 3 Luin vuonna 2005 elokuun puolivälistä marraskuun loppuun kaikkien *Helsingin Sanomien* ja *Kauppalehden* (sekä sen viikonloppulehden *Presson*) numeroiden nuoria yrittäjäpoliittisesti koskevat ja ainekirjoitusten mukaan heitä kiinnostavat jutut. Juttuja luokiteltiin useita satoja, ja niiden pohjalta rakentui eräänlainen nuorten yrittäjäpoliittinen lehdistökatsaus (ks. media-analyysi s 150–159). Näin pohdin nuorten aineistosta välittyvän yrittäjyyskuvan ja nuorten mediatulkintojen suhdetta alueen perusmediaan.
- 4 Yrittäjyyspolitiikan ja -pedagogian keskeiset (ja usein viralliset) tekstit on listattu tutkimusraportin lähteisiin. Tulkinnat niistä ja viitteet niihin löytyvät teemakappaleiden luvuista.
- 5 Aivan kaikkien aineiden kirjoittamisvuotta ja -koulua oli mahdotonta jäljittää. Näin vuosittaiset kokonaismäärät perustuvat muutamien aineiden osalta omaan päättelyyni. Aineita oli arkistossa seuraavasti: 840 v. 2000, 780 v. 2001, 245 v. 2002, 385 v. 2003 ja 653 v. 2004.
- 6 Myös tätä tutkimusta varten haastateltiin kainuulaisia yrityshautomo- ja yrittäjäpoliittisia toimijoita.
- 7 Suomen yrittäjien tilastojen mukaan (yrittäjien osuus työllisistä) Satakunta, Etelä-Pohjanmaa, Keski-Suomi ja Itä-Uusimaa olivat aktiivisimmat ja Pohjois-Pohjanmaa, Kainuu, Kymenlaakso ja Päijät-Häme passiivisimmat yrittäjäalueet. (<http://www.yrittajat.fi/sy/home.nsf/www/pkyritysrooli2006>.)
- 8 Aineiden arvostelijoina toimivat ensimmäisenä kilpailuvuotena Tupalan lisäksi naisvaltainen ryhmä: ylitarkastaja Anita Schybergson, lehtori Hilikka Kaipainen, filosofian maisteri Riitta Lehmussaari sekä lehtori Anne-Maria Mikkola.
- 9 Vallankumous tapahtuu kirjoittajien yleisen silmämäärän ja käsitteiden mukaan seuraavissa elämänpiireissä: tieto- ja informaatio, väestö, globaali ja paikallinen, sosiaaliset suhteet, talous, teknologia, ekologia, taide, politiikka ja arvot.
- 10 Tutkimusprosessin aikana en oppinut vain kirjoittajanuorten sanomasta tai heihin liittyvästä empatiastani. Myös kilpakirjoittajien tehtävänantojen onnistumisen jännittäminen ja samastuminen arvostelijoiden luku-urakkaan – vuosittaiseen lähes tuhanteen kirjoitukseen – tarjosivat minulle empaattista päänvaivaa.
- 11 Haastattelun kysymykset: Mistä sait virikkeet lähteä yrittäjäksi? Mikä on yrityksesi nimi? Milloin perustit yrityksesi? Mitä hyvää ja huonoa yrittäjän ammatissa on? Missä olet onnistunut ja missä on ollut vaikeuksia? Miten olet saanut ratkaistua ongelmasi? Mikä on kaikkein tärkeintä yrityksen toimivuuden kannalta? Millainen henkilö pärjää tällaisella alalla? Kuinka paljon yrittäminen vie aikaasi? Mihin tulee kiinnittää erityistä huomiota? Nyt kun olet ollut lähes puolivuotta yrittäjänä niin kuvaile millainen on yrittäjän arkipäivä?
- 12 Kaaviokuvion vaakasuoriin palkkeihin on merkitty absoluuttiset kirjoittajat tai heidän tekstejään



- luonnehtivat määrät. Molempien kausien tekstien yhteismäärä on viisikymmentä ja muuttuja-kohtaisesti kaikkien tarkasteltavien aineiden lukumäärä siis tasan sata.
- 13 Myös lukiolaisten ja 2000-luvun ”tavallisia” aineita on osin (v. 2004) luokiteltu vastaavalla tavalla, mutta otsikkovariaation ja edustavuusongelmien vuoksi luokittelun systematisointi ei ole mielekäästä. Aineistoa tutuksi tekeviä luokittelua ja dokumentointiani on kuitenkin käytetty hyväksi päättelyssä ja tyyppiesimerkkien valinnassa.
 - 14 Nuorisotutkimusverkosto järjesti jopa valtakunnallisen teemaseminaarin aiheesta v. 2005. Koettiin, että yhteisöllisyys on palaamassa (sosiaali)pedagogian lisäksi tutkimuksen temaksi.
 - 15 SPSS-ristiintaulukot ja korrelaatiot kuvioiden 3–5 muuttujien mukaisesti paljastavat valioaineiden kokonaistarkastelun erittäin merkitsevät erot.
 - 16 Ks. Wilksa 2006.
 - 17 Lehtinen toteaa pro gradu -työssään, että 1990-luvun aikana traditionaalinen yrittäjä pikeminkin nosti suosiotaan nuorten yrittäjäkuvan tasolla. Toisaalla hän analysoi ja luokittelee kilpa-aineita siten, että edellisen yrittäjäkuvan vastakohta, ”kapitalistinen yrittäjä”, menettää merkitystään 1990–2001 välisenä aikana. Kapitalistisella yrittäjyydellä Lehtinen tarkoittaa kannattavuutta, taloudellisuutta, tehokkuutta, tuloksellisuutta ja tavoitteellisuutta korostavaa toimijaa, jolla on kasvutavoite. Tämä tyyppi hallitsee kasvun ja pääoman kasaamisen lakeja ja on poikkeushenkilö dynaamisilla markkinoilla ja osallistuu sen luovaan tuhoon: jatkuvaan vanhojen tuotteiden ja tuotantomenetelmien korvaamiseen uusilla. ”Vetovoimat” hallitsevat yrittäjyyttä. Perinteinen yrittäjä taas ei hallitse taloutta ja sen mykkää pakkoa, vaan pikeminkin oppii kisällinä tai ammattilaisena perinteestä, ja työn arvo nousee tästä ”osaamisen” ja ” pärjäämisen” maailmasta. (Lehtinen 2002, 45–49.) Lehtinen ei kuitenkaan huomioi nuorten yrittäjiä koskevaa maailmankuvausta, jossa ylipäänsä näkyvät traditiota, itsellisyyttä ja kiinteätä paikallista yrittämistä murtavat tendenssit – *disembedness*. Sosiologit puhuvat tästä murroksesta uutena modernina yksilöidentiteettinä (esim. Giddens 1991), jolla ei ole enää entisen selvää fyysistä elämisen paikkaa tai juurtuneisuutta. Jokaisen yksilön tulee reflektoida omaa indenteiteettiään.
 - 18 Erolan (2004, 82–84) mukaan eniten epävarmuustekijöitä liitettiin (keskimäärin) ympäristöasioihin, yhteiskunnassa vallitseviin arvoihin ja asenteisiin, maailmanpoliittiseen tilanteeseen ja työsuhteen pysyvyyteen. Vähiten epävarmuutta liitettiin omaan terveydentilaan, tekniikan vauhdissa pysymiseen, opiskeluun, asuinympäristön turvattuuteen, maahanmuuttajien kasvavaan määrään ja ihmissuhteiden pysyvyyteen.
 - 19 Yksi käytetyimmistä tilastollisista menetelmistä on faktorianalyysi. Sen perusajatuksena on tiivistää informaatiota ja vähentää muuttujien määrää. Kunkin faktorin muodostaa joukko muuttujia, jotka korreloivat vahvasti keskenään, mutta vähän muiden muuttujien kanssa. Faktorianalyysi on paljon käytetty menetelmä juuri asennetutkimuksissa, joissa faktorien kuvaamat ulottuvuudet voi tulkita havaittujen asennemuuttujien joukon taustalla oleviksi ”piiloasennemuuttujiksi”. Varsinaista tulkinta-apua analyysistä on vasta, jos faktoreiden sisältö onnistutaan tulkitsemaan mielekkäästi. Faktorit nimetään etsimällä niihin sisältyviä väitteitä yhdistäviä tekijöitä, ja onnistuessaan asenneulottuvuuksien tunnistaminen voi lisätä ymmärrystä siitä asenneilmastosta, jossa ihmiset valintojaan tekevät. Faktorien luonnissa on yleisperiaatteena ollut se, että ominaisarvoltaan yli 1:n faktorit on nähty mielekkäinä, yksittäisten muuttujien lataus on ollut yli 0.35. Lisäksi analyysin luotettavuutta on tarkastettu varianssianalyysillä. Faktorianalyysin luotettavuudessa on noudatettu kansainvälisesti koeteltuja periaatteita (esim. EUYUPART-projekti, jonka tavoite oli luoda juuri faktorianalyysin taseisia standardimuuttujia kuvaaman Euroopan maiden nuorten poliittista osallistumista), joiden testaamisessa tämän kirjoittaja on viime vuosina konkreettisesti ollut mukana. (Ks. Workpackage 9: Analysis of Comparability and Technical Report. http://www.sora.at/wahlen/EUYUPART/download_area/.)



- 20 Vastauksissa korostuu ”keskimäärin”-vastaus. Se voi olla oire kysymyksenasettelun hankaluudesta, abstraktisuudesta tai yllättävästä uutuudesta joillekin vastaajille.
- 21 Vrt. tarkasti tavat konstruoida ”luonne” barometrin kysymyksistä, s. 137–139. Luvonne on jonkinlainen sosiaalis-taloudellinen määre.
- 22 Tähän jälkimmäiseen teesiin uskoi 37 % vastaajista paljon ja 30 % vastaajista vähän. Vastaavaa kartoittavan väitteen ”Kokeiluni ja harrastukseni voivat työllistää minut yrittäjänä” (ks. kuvio 5) hyväksyi 26 % ja 53 %:n keskuudessa se sai vain vähän ymmärrystä.
- 23 Faktoreiden ominaisarvot ja kumulatiiviset selitysasteet antoivat hyvän perustan neljän faktorin ratkaisulle. Faktoreiden muuttujalataukset olivat vähintään 0.35, yleensä reippaasti yli neljän. Yllättäen ykkös- ja nelosfaktorin välillä oli korrelaatiota.
- 24 Saran kertojaminä pyörittää mainoslauseita ja vakavampaa tulkintaa kehittävää ja editoivaa konsulttifirmaa, nimeltään Ab Svada Oy. Pian suosio kasvaa, eivätkä poliitikotkaan enää tule toimeen ilman häntä. Päähenkilö kutsutaan lopulta presidentin luokse täysipäiväiseksi puheenkirjoittajaksi: ”Kunden får helt enkelt skriva in sina önskemål och jag levererar rimmen redan samma dag. Jag klarar av allt – från badankor till xylofoner. Låt mig ge er några exempel på min genialitet!” Esimerkiksi kun mies on rakastunut itseään kookkaampaan ja kaksi kertaa vanhempaan naiseen, trimmi löytyy: ”Min älskade lilla Bertta / De vilar tung på mitt hjärta / Var dag utan dig ger mig smärta / Så hör av dig min gulliga snärtä.” Puhetehdas laajentaa, suurvaltajohtajat ottavat puheet omikseen ja ostavat ne. Mutta sitten korttitalo kaatuu ja tytön mielipiteet asetetaan kyseenalaiseksi. USA:n presidentti on julistamaisillaan sodan muulle maailmalle osittain puhettavan vuoksi. Siksi aineen sankari haluaa lopulta palata vaarattomampiin harrastuksiin, sikafarmariksi Ekenäsiin: ”Men jag lovar inte att jag aldrig skulle återfalla och sälja ett par grötrim om fläskpriset sjunker.”
- 25 Raportin aineiston moniluokkainen ristiintaulukointi johtaa siihen, etteivät sen tiedot ole yleistettävissä koko nuorisoväestöön. Ne ovat päteviä vain aineiston nuorten kesken ja tietojen relevanssi kasvaa, kun ne ovat sopuoinnussa laajemman Nuorisobarometri 2004 -aineiston kanssa. Myös puhelinhaastattelu tuottaa monessa suhteessa ongelmallisia kansallisia otosaineistoja. Niissä yritystä tavoittaa haastattelun ikähaarukkaan kuuluvia nuoria laajennetaan niin pitkälle, että lopulta tutkimuksen piiriin saadaan tarvittava määrä nuoria. Huolellisella haastattelulla ja aineiston sosiaalisen edustavuuden vaalinnalla voidaan päästä hyviinkin tuloksiin. Selvää on kuitenkin se, että puhelukyselyihin vastaajat ovat usein sosiaalisesti aktiivisia, kyselyn teemoihin virittyneitä nuoria. Tämä puoli puhelinkyselyistä nousi esiin kansainvälisessä, kahdeksan EU-maan EUYUOPART-vertailussa, jossa päädyttiin kansallisiin 1000 nuoren *face-to-face* -haastatteluihin.
- 26 Yksi tulkinta on, että koulutuksella saa palkkatyössä isomman tuoton. Koulutusta voi paremmin käyttää hyödyksi ja tuloksi vieraan palkkatyössä. Valikoitumiseen ankkuroituva selitys korostaa taasen sitä, että yrittäjyysvaihtoehdon eri syistä torjuvat ihmiset joutuvat keskittymään korkeatasoiseen ja laajaan koulutukseen. On myös spekuloitu sillä, että yrittäjien jälkikasvu ei ole kiinnostunut formaalista koulutuksesta, koska he itsekin havittelevat yrittäjäasemia. (Rouvinen & Väänänen 2004, 60–67.)
- 27 Johtopäätökset koskevat tiukasti vain aineiston nuoria, joten tulkinnat kaikkien suomalaisten nuorten suhteen ovat epäluotettavia.
- 28 Alemman ja korkeamman tason opintoja suorittaneiden ja perustamisaikomusten todennäköisyys iän suhteen.
- 29 PK-yritysten määrä on kasvanut Suomessa vuosittain 2000 yrityksellä tällä vuosituhannella. Kahtena viime vuotena on noustu jopa 4000 yrityksen vuositaitiin. ”Eniten yrityksiä on syntynyt mikroyritysten, eli alle 10 henkilöä työllistävien, luokkaan. Myös muiden PK-yritysten määrä on kasvanut – mm. yritysten kasvun ja suuryritysten ulkoistamisen kautta. Konkurs-



sien määrä on vähentynyt vuosittain. Tämä ei kuitenkaan selitä yritysten määrän kasvua. Yrityksiä perustetaan vuosittain yli 25 000, mutta toisaalta yli 20 000 yrityksen toiminta loppuu Tilastokeskuksen mukaan. // PK-yrityksiä oli 99,8 prosenttia kaikista yrityksistä. Suuri osa yrityksistä on vieläpä mikroyrityksiä – 93,1 prosenttia yrityksistä. // Kaupassa, kiinteistö-, vuokraus-, tutkimus- ja liike-elämän palveluissa sekä muissa palveluissa yrityksistä toimii 20 prosenttia kussakin. Kuljetuksessa, varastoinnissa ja tietoliikenteessä palveluita tarjoaa 10 prosenttia yrityksistä. Siten tällä tavalla tarkasteltuna Suomen voi sanoa olevan palveluyhteiskunta. Teollisuuden osuus yrityskannasta on 11 prosenttia ja rakentamisen 14 prosenttia. Muilla toimialoilla toimii 4 prosenttia yrityksistä. // Viime vuosina yritysten määrä on kasvanut toimialoilla, joissa julkisella sektorilla on perinteisesti ollut vahva asema: sosiaali- ja terveystyö, koulutus sekä muut yhteiskunnalliset ja henkilökohtaiset palvelut. Yrityksiä on syntynyt myös rahoitukseen sekä liike-elämän palveluihin.” (Suomen yrittäjien selvitys. <http://www.yrittajat.fi/sy/home.nsf/www/pkyritysrooli2006>.)

- 30 Myös yrittäjyyskyselyyn liittyvä testikysymys varmistaa asian. 63 prosenttia aineiston vastaajista uskoi, että juuri palveluala on nyt parhaiten nousussa; vain 14 prosenttia epäili asiaa.
- 31 Avovastauksen johdatus oli: ”Suomalaisilla on erinomaisen myönteinen asenne yrittäjyyteen. Miksi vain ani harvat nuoret ryhtyvät yrittäjiksi? Mitä asialle voitaisiin nyt heti tehdä?”
- 32 Yksilöllisen valinnan ja vastuun näkökulma näyttäisi vahvistuvan myös survey-tutkimusten perustarkasteluissa. 1990-luvun lopulla selvästi yli 90 prosenttia työttömistäkin nuorista hyväksyi kyselytutkimuksen väitteen ”Elämässä menestyminen on yksilöstä itsestään kiinni” jossain määrin (Saarela 1999). 1980-luvun alussa (*Helsingin Sanomat* – kuukausiliitteen tutkimus, helmikuu 1980) vähän yli 80 prosenttia nuorista uskoi, että ihmisen elämä ja menestys ovat enemmänkin kiinni yksilöstä, ei niinkään yhteiskunnallisista olosuhteista.
- 33 Koska vain 29 prosenttia vastasi väitteeseen ”keskimäärin”, voidaan ajatella, että valtaosa nuorista myös tunnistaa termin ja oivaltaa, mitä se nuorten elämäntavassa voisi tarkoittaa. Portfoliokieli-kuva on koeteltu.
- 34 Helsingin Yrittäjien Nuoret Yrittäjät (HYNRY ry) esittelee toimintaideaansa osoitteessa <http://www.hyny.fi/>.
- 35 Atk-boomin alkutaipaleella kuopiolaispoika (”Harrastuksesta kipinä yrittämiseen”, v. 1987) rakensi täysin ilman koulutusta, isän ja lähimarkkinoiden avulla idean tekniikan sovelluksista. Kirjoittajan kaverin isä oli tuonut *Sinclair*-tietokoneen Englannista: ”Saimme molemmat kotoa koneet // kilpailu alkoi kumpi osaa enemmän // koulun tietokonekerho // taidot ylös, tietokonekerhon vetäjäksi Kuopion kaupungin tiedustelun jälkeen // parantamaan kaupungin toiselle laidalle teksti-tv:n ohjelmistoa // yhdessä illassa teimme näytösohjelman // samalla tehtiin tarjous kaapelitelevisioyhtiölle // isäni työ imponoi // tekemään kiinteistön arvonalaskentaohjelman.”
- 36 Nuorisjärjestöjen yhteistyöfoorumi Allianssi organisoi yrittäjyysteeman mukaista kampanjaa laman ollessa kylmimmillään. Kampanjassa propagoitiin uutta nuorten yrittäjyysasennetta laajojen nuorisotyöttömien ryhmien keskuudessa. Heitäkin puhuteltiin oman elämänsä yrittäjinä, ja yrittäjyys nähtiin asenteena ja tavoitteena, joka voisi olennaisesti auttaa työttömyysongelman perkaamisessa. (Paakkunainen 1993.)
- 37 Kahden opettajan kollektiiviseksi yhdistetty motto paikallistason strategiakumppaneista.
- 38 Suomalaisen suunnittelun ja uusien strategia-ajatusten keksimisen ja toimeenpanon näiivimpia lähtökohtia on se, että voitaisiin ilman isoja kulttuurisia ja poliittisia ongelmia tai riitoja – kansanvaltaiseen normiin tai tutkimuksen ”ratioon” totalisoivasti vedoten – sopia yhteisestä kielestä. Johtopäätös on Seikkula-Leinin (2006) tuoreesta raportista. Se on yllättävä; puhuuhan hänkin kauniisti jatkuvasta vuoropuhelusta ja jopa prosessin postmodernista tilanteesta, jossa pedagogisen ja yritysmaailman käsitteet ja keskustelutavat elävät omaa elämäänsä. Eiköhän juuri yritysten ja peruskouluttajien maailmassa tulekin ottaa tosissaan se, ettei yhteistä harmoniaa,



- tietoa ja kieltä ole olemassa – mutta silti kontakteja, vuorovaikutusta ja yhteisiä oppimistilanteita voi, ja tuleekin, lisätä.
- 39 Paakkunainen (2006a) opponoi tässä Rantasen ja Sulkusen (2006) EU- projektihallinnon ja ohjelmayhteiskunnan sokeista pisteistä koskevia yleistyksiä. Myös yhteinen tieto erilaisista toimijuuksista ja niiden intresseistä voi olla osa onnistuneen projektin tai ohjelman toimintaa – itse asiassa sen edellytys.
- 40 Otos oli noin 500 potentiaalista paikallista yrittäjyyskasvattajaa ja toimijaa hallinnosta, yrittäjistä ja opettajista.
- 41 Suomessa yrittäjyyskasvatus on koko koululaitoksen tehtävä. // Yrittäjyyskäsitettä tuetaan // innostamalla luovuuteen ja ennakkoluulottomuuteen. Keinoina ovat nuorten projektien, oppilasyritysten ja harjoitusyritystoiminnan tukeminen sekä oppilaitosten ja yrittäjien yhteistyö, sanoi opetusministeri Maija Rask hallituksen yrittäjyys Hankkeen tiedotustilaisuudessa. (OPM tiedotteita, 21.5.2001.)
- 42 16 prosenttia vastaajista epäili, että opettajat ja kilpailujen järjestäjät haluavat mieleisiensä vastauksia, 24 prosenttia ei tehnyt niin. Kaksi kolmesta oli hiukan epävarmempia vastatessaan ”keskimäärin”. (Ks. kuvio 9.)
- 43 Kilpailu ei voi ollakaan, ainakaan ennen enemmän tai vähemmän systemaattista yrittäjyyskasvatusta, rationaalinen panostus ja ”yrittäjyyden valtatie” propagointi, vaan jonkinlainen provokaatio, lisäresurssi tai visiointitilaa laajentava murrosvaiheen nuorten foorumi. Se voi jättää merkkinsä ja inspiraation, jolla yrittämisen logiikka ja mahdollisuus säilyy avoimena. Yrittäjyyskasvatus voi institutionaalistuessaan merkitä myös kilpailuaineiston köyhtymistä: koulun ”vaatimusten” mukaisia tenttivastauksia. Parhaimmillaan kilpailu voi avittaa itsenäisiä ja kehitysvoimaisia nuoria yrittäjyyden maailmassa ja täsmentää nuorille yrittäjyyden monia kasvoja nyky-yhteiskunnassa. Symbolista taistelua yrittäjän yhteiskunnallisesta asemasta ei tarvinne enää käydä.
- 44 HOPS = henkilökohtainen opintosuunnitelma, joka valmistuu laajemman portfolion osana. Viimeksi mainitussa on mukana myös koulun ulkopuolisten in-formaalien ja non-formaalien aktiviteettien ja kulttuuri- ja sosiaalipääoman kokemukset ja näytöt.
- 45 Jalasjärveläistyttö pohtii taitavasti muusikon ja yrittäjän identiteettien rinnakkaisuudesta ja kysyy, ”olenko yrittäjämuusikko” (1994).
- 46 Muutamissa yrittäjämmeissa, joissa on myös korkeat lakisääteiset koulutusvaatimukset, itsekurillinen oppi ja yritysmieli yhdistyvät tiukan ihanteellisesti. Korkea ja vastuullinen, hyväksytty ammattitutkinto yhdistyneenä yrittäjämotivaatioon ”workkii kummasti”: ”Valmennuskeskuksen yliopistoon ja kouluun pyrkivän Haku-lehdessä (kevät 2006) kerrotaan muun muassa farmasian alasta... tieteenalasta, jossa voi valmistua farmaseutiksi ja proviisoriksi, ... apteekkarin luvan saamiseksi vaaditaan useiden vuosien työkokemus lääkehuollon tehtävistä. Maija S:llä (äidilläni) olikin takanaan jo pitkä kokemus lääketeollisuudesta ennen yrittäjäksi ryhtymistään. Pitkästä kokemuksen vaatimuksesta ei pidä säikähtää... kannattaa jaksaa opiskella pitkälle. (Hakuohjeiden mukaan, KP) Apteekkarin on yrittäjä, jolta vaaditaan luovuutta ja liikemiestäitoja... johtamistyössä korostuvat myös esimiestäidot ja sosiaalinen kyvykkyys.” (Vaasa, lukiolainen tyttö, v. 2006.)
- 47 Vai, ovatko nuoret sisäistäneet kaikkialla läpilyövän sisäisen yrittäjyyden ja portfolioperiaatteen, jota myös yrittäjähenkilön kilpailukirjoitus tukee: yrittäjyys, suorituskeskeisyys ja riskinotto-kyky on ominaista kaikille kyvyille yhteiskunnassa, isästä, aviomiehistä arkiseen puserrukseen: Iisalmelaistytön kertomus isästä on kuvaava: ”... työskentelee kolmivuorotyöläisenä meijereissä. // Olisi väärin sanoa, että isäni on yrittäjä. Yhtä väärin on sanoa, että isäni ei ole yrittäjä. Käsitökseni yrittäjästä on kuitenkin muodostunut isäni olemuksen perusteella. Hän huolehtii pelotta yötä päivää omasta ja vuokralaisten lämmitysolosuhteista, johtajan ja osastopäällikön



työtehtävien loppumisesta huolimatta hän...työskentelee...kolmannen paikkakunnan meijerissä meijeritekniikkona. // Haasteita rakastavana ja varakatseisena miehenä hän on tahtonut kokeilla kykyjään niin kauppiaan kuin isännöitsijänkin rooleissa. // Hän on tukenut muiden yritysideoita, nuorten parien asumista, myynyt itse palveluita ja wc-paperia . // Hänen kautaan osaan kantaa vastuuta tehtävistäni, vaikka ne eivät vastaisi todellisuutta...kuten hänen kolmen kauden lautakuntapaikkansa kunnallispolitiikassa . // Myös sanoessaan äidille tahdon 26 vuotta sitten vaimonsa kotikirkossa vaimoni sitoutui elämän aikaiseen yritykseen puolisonsa rinnalla...Toivoisin, että... perisin... ja pystyisin yhtä hyvin yrittäjän tunnuksen arvokkaasti kantamaan.” (KP:n lyhentämä lyseossa opiskelevan iisalmelaistytön tulkinta aiheesta ”Elämän malli – yrittäjä”, v. 2006)

- 48 Faktoripistemäärien keskiarvo on aina nolla. Kun keskiarvo jossain yhteydessä (esim. nuorten miesten kohdalla) poikkeaa vähintään 10 verran keskiarvosta joko plus- tai miinuslatauksen suuntaan, on arvioitu, että ero on huomioitavan merkittävä. Extraction Method: Maximum Likelihood. Rotation Method: Varimax with Kaiser Normalization.
- 49 Ulrich Beck puhuu markkinaessentialismista (1993; 1998; vrt. Paakkunainen 2003). Suomalaisen ammattikorkeauudistuksen pahimmat pullonkaulat ovat olleet juuri tässä. Ne ajettiin poliittisesti läpi juuri dynaamisina ja markkinoita joka suhteessa lähellä olevina opinahjoina, muttei taattu intellektuaalisia ja kehitystyön vaativia resursseja tukemaan opiskelijoita käytännössä, puhumattakaan siitä, että korkea-asteen opiskelijat olisivat kyetneet työpaikoillaan ja projektitöissään kehittämistyöhön. Tässä suhteessa peruskoululaisten TET ja isommat projektit vaativat vielä enemmän huolta ja resursseja ja yrittäjän vapaaehtoisinnostusta. Kuten yrittäjyyskasvatusprojekti osoittaa, voi epäillä, onko yrittäjillä aikaa valistukselle, vaikka sosiaalista ja poliittista tahtoa löytyisikin.
- 50 ”Yläasteella voitaisiin järjestää myös leikkimieliset ’yritysmarkkinat’: parit perustavat vuorollaan yrityksen ja etsivät siihen työntekijöitä, toisaalla muut miettivät, millaiseen he sopisivat ja harjoittelevat samalla työnhakua. Kaikella tällä voitaisiin osoittaa, että yrittäjyys voi olla hauskaa, että sillä on rakennettu yhteiskuntia ja että sitä löytyy kaikkialta arkielämästäämme – myös itsestämme!” (Katriina, Oulu.)
- 51 ”Mielestäni kurssin tulisi käsitellä sisäistä ja ulkoista yrittäjyyttä, eli yrittäjämäistä suhteutumista työskentelyyn ja yrittäjänä toimiminen. Siinä voitaisiin perehtyä mm. yritystalouteen (peruskulut sekä -tuet jne.), sekä suunnitellaan oma yritys ja toteutetaan tämä ”virtuaaliyritys” yhdessä paikallisten yrittäjien kanssa, mikäli mahdollista. Vastuuta (joihinkin tehtäviin) voitaisiin antaa oppilaille, jotka asiasta (yrittäjyyteen liittyvästä) tietävät tavallista enemmän, ainakin omassa koulussani tällaisia oppilaita olisi.” (Eerik, Naantali.)
- 52 Vai miten seuraava vuodatus olisi luettavissa: ”Kyllä pitää olla kunnon roti ja kuri pitää ja jälki-istunnon sijaa hakkaa näpeille jos ei osaa ja oppia että elämä ei ole reilua koska yritys-elämässä pitää osata eikä yrittämällä voita mitään ellei osaa ja se o vaan niin sääliittävää jos joku olan liikee olikin huono eikä osaa ja myyjät ovat ihan hapannaamoja ja turha vinkua mulle jos on huono käsiala ja kielioppivirheitä tärkeä siöo eiköl täässä haeta vaan hyviä ideoita? Pistän vaikka mummon pantiksi siitä että ei mitään OIKEITA muutoksia tule ja jos tulee niin ne ideat saa huutaan ’HUA!’” (Nuori mies, Jämsä.)
- 53 ”Joka eri tunnilla, painostetaan, niin, painostetaan yrittäjyyttä. Koulussa voisi joka viikko käydä eri alan tuntijoita, jotka harkitsevat, ovat perustamassa tai ovat perustaneet jonkun TOIMIVAN yrityksen. Mielestäni monet esseet ovat hyvä ’pakote’ yrittäjyyden perustamiseen. ESSEE tehtävissä tarvitaan ahkeruutta, harkitsevaisuutta ja myös jopa nokkeluutta. Samaa mitä yrityksen perustamisessakin. Koulu voisi järjestää pieniä reissuja yrityksiin 9. luokkalaisille. Hyviä kannustuksia. Pitää uskoa itseensä, tahtoonsa ja olla sinnikäs. Ei saa luovuttaa liian helpolla. Edelleen painotan essee tehtäviä, enemmän niitä.” Pari nuorta miestä sijoittavat sumeilematta



- kouluun reaaliyrityksen ja kilpailun, joiden kannustimena on raha ja voiton maksimointi.
- 54 Ystävyys-, yhteistyö- ja avunantosopimuksen 25-vuotisvuonna 1973 kouluissa organisoitiin järjestöjen, opetushallituksen ja Teiniliiton vahvasti tukemana YYA-teemaviikko. Tuolloin oli monella demokraattis-mieliselläkin oppilaalla, opettajalla ja kouluneuvostolla tekemistä pohtiessaan eri oppituntien neuvostoesimerkkejä. Yllättävän paljon löytyi myös konkreettisia sisältöjä neuvostoluonnontieteestä esimerkiksi matematiikan tunnilla.
- 55 Jämsäläinen Juhani irvailee opettajien loppukevään laiskuudesta ja puolustaa pelien interaktiivisuutta: ”Jos joku opettaja väittää, että koulussa ei ole aikaa opiskella mitään ylimääräistä, niin minäpä kerron, että milloin sitä aikaa on. Lukukausien lopuissa yläasteilla katsotaan oikein urakalla videoita. Opettajat voisivat laittaa videot pois ja vaikka kaivaa kaapista lautapelin nimeltä Monopoli; eikö se liippaakin vähän aihetta? Kuitenkin ehkä joku fiksu keksisi vielä paremman aiheeseen sopivamman pelin.”
- 56 ”Yrityspeli on hyvä tapa opiskella, ja se on kiinnostavaa, koska se tehdään netissä. Sen ohella voi tehdä muutakin kuten kunnan yritysuunnitelman paperille ja esim. pareittain se toteutetaan. Mielestäni ammattikoulussa käytettävä järjestelmä on toimiva ja siellä yritystoimintaa opetetaan juuri yritysuunnittelun kautta.” (Mirka, Taivalkoski.)
- 57 Vastauksen kirjoittaneista suhteellisen suuri osa oli päätenyt pienyrittäjäksi tai tuli teknis-taloudellisilta aloilta.
- 58 Vuosisadan vaihteessa (2000) *Yritys Hyvä* -kilpikirjoituksessa oli teemana ”Olin töissä yrityksessä”. Kokemus on kirjoittajille todellinen. Työharjoittelu ja myöhemmin TET kirvoittaa heiltä tapahtumarikkaita, suojatun elämän kannalta sopivan kokoisia turhautumisia, yllätyksiä, ihmissuhteita sekä palkkatyön arkea, tylsiä hetkiä ja kummelluksia. Työharjoittelu poikkeaa dramaattisesti koulutalon arkkitehtuurista, järjestyksestä ja roolituksesta – ”ah, niin ihanaa” on monen tytön aineen päätelmä, kun he palaavat koulun arkeen tavaratalosta, lastenhoidosta tai kaupallisista duuneista.
- 59 Terveen itsekkyyden ja narsismin käsite on tietenkin sangen horjuva, ja sen mieltäminen riippuu paljon nuoren omasta kokemus- ja arvohorisontista.
- 60 Poliitiikan tutkimuksessa tämä epämääräinen, peilaava suhde tutkimuskysymyksiin näkyy esimerkiksi siinä, että nuoret ovat sanoissa aktiivisia, mutta toiminnassa osallistumisluvut ovatkin sittenkin sangen pieniä. samoin nuoret ”valehtelevat” vaalien jälkeen äänestäneessä niissä, joissain vaaleissa jopa 20 % nuorista tekee näin!
- 61 Extraction Method: Maximum Likelihood. Rotation Method: Varimax with Kaiser Normalization.
- 62 Kun yritystä ajetaan läpi markkinoilla, se voi olla kiehtovimmillaan itse mysteerinen, seikkailupelin muotoinen ja mediasensitiivinen; se jättää tarpeellisia merkkejä ja jälkiä julkisuuteen. Miehin ”Pelaa merirosvojen kanssa” -kirjoitus (Mats, Vieremä, v. 2006) vie lukijat salassa ja isojen kulussien takana valmisteltuun mysteerimäiseen *Game store on the corner* -kauppaan. ”Luodaan keinotekoinen mysteeri, jossa asiakas kokee olevansa etuoikeutetusti osana jotain jännittävää ja erikoista.” Toisessa vaiheessa hämäräperäiset pukumiehet jakelevat infoa ja lunnastettavia kuponkeja ...” tästä lähin asiakkaiden määrä kohosi viikoittain lähes eksponentiaalisesti. Pelkona oli kuitenkin, että liikkeen tullessa tunnetummaksi, sitä ympäröivä mysteerio katoaa.” Sitten liike ”katosi” (julkisuus- ja mainostemppu sekin, KP.) Lopputulema: ”Harvat tiesivät mitä todella oli meneillään, mutta yksi seikka oli varmaa: Game store on the cornerin asiakkaille on varattuna jokaiselle päivälle suurta seikkailun tuntua, ja pelin toinen kierros oli juuri alkanut.”
- 63 Avokysymys kuului: ”Suomalaisilla on erinomaisen myönteinen asenne yrittäjyyteen. Miksi vain aniharvat nuoret ryhtyvät yrittäjiksi? Mitä asialle voitaisiin nyt heti tehdä?”
- 64 Faktoriratkaisu on onnistunut, ja muuttujat ovat hyvin latautuneita. Osa muuttujien tausta-



- kysymyksistä on nuorille hieman vaikeaselkoisia: muutamissa vastauksissa puolet nuorista on valinnut vastausvaihtoehdon ”samastun väitteeseen keskimäärin”, mitä voinee pitää kysymyksen vierauden oireena.
- 65 Aineiston ikäkeskiarvo on 22,4 vuotta.
- 66 Donald John Trump, Sr. (s. 14. kesäkuuta 1946 Queensissa New Yorkissa) on yritysjohtaja ja Trump Organizationin perustaja sekä sen pääjohtaja. Järjestön päätoiminta-ala on kiinteistötoiminta. Viime aikoina hän on ollut julkisuudessa menestyksekkäässä tosi-tv-sarjassaan *The Apprentice* (suomeksi Diili), jossa valitut kilpailijat kilpailevat työpaikasta Trumpin yhtiössä. Sarjassa hän esiintyy johtavana tuottajana ja sarjan isäntänä. Sarjasta on tehty myös suomalaisversio, jossa Donald Trumpin ”roolissa” oli Jari Sarasvuo.
http://fi.wikipedia.org/wiki/Donald_Trump (luettu 11.2.2007).
- 67 Joel Grönstrand on kirjapainoinsinööri, opettaja ja opetuskirjallisuuden toimittaja Tampereelta.
- 68 Alpo Ahonen, Anne Ari, Marco Bjurström, Richard Branson, Sammy Davis Jr, Anna Eriksson, Aatos Erkko, Casimir Ehrnrooth, Peter Fryckman, Heidi Hautala, Martti Helenius, Pekka Himanen, Eetu Hyppönen, Ellen Jokikunnas, Harri Korpisaari, Teija Kotilainen, Stanley Kubrick, Kim Kuusi, Arvo Lahti, Rakel Liekki, Madonna, Ilpo Martikainen, Tuula Merikivi, Risto Mykkänen, Harri Mäkelä, Tommi Mäkinen, Jone Nikula, Pekka Niska, Matti Nykänen, Päivikki Palosaari, Erkko Papinaho (kuljetusyrittäjä), Jaakko Papinaho (taksiryrittäjä), Eero Lehti, Pentti Linkola, Päivikki Palosaari, Johannes Partanen, Pertti Pasanen, Tapani Rajaluoto, Tiina Ranta, Mikko Rantanen, Risto-Matti Ratia, Martin Saarikangas, Pada Suhonen, Jyrki Sukula, Mervi Tapola, J-P Tuominen, Jarkko Valtee, Matti Vanhanen, Jaakko Visuri, Pekka Vuorisalo, Risto Väisänen, Einari Widgren.
- 69 Pitkän linjan inspiroijiani ovat erityisesti Gadamer 1986; Ricoeur 1978; Förnäs 1995; Palonen 1993 ja Shapiro 1997.
- 70 Yrittäjäyysraportin aineiston keräämis- ja kirjoittamisperiodilla 2004–2007 Helsingin Sanomissa oli yksi näyttävä nuorten yrittäjyyttä koskeva juttukokonaisuus, jossa myös haastateltiin pipo-yrittäjä Ville Lahtista (19 v), salkkusijoittaja Juha Vekkilää (22 v), Kauppias Malina Gustafssonia (21 v) ja konkurssin tehnyttä kolikkoyrittäjä ja nykyistä kirjankustannusyrittäjää Eetu Hyppöstä (20 v). Toimittajan lähestymistapa teemaan oli kriittinen, hän ei mieltänyt monien pedagogien tapaan mielekkääksi kovin nuorten koululaisten sisäisen yrittäjyyden tukemista ja yritteliäisyysideologiaa. Varsinkin haastateltu opettaja tuki asennetta. Haastateltu utkija pyrki miettimään positiivista sisältöä yrityskasvatuksessa ja nuorten yleistä yksilöllistymiskehitystä. (Sami Sykkö: Pulpettien pienyrittäjät. Elinkeinoelämä on huolissaan siitä, että Suomesta loppuvat yrittäjät. Siksi nyt kasvatetaan uutta portfoliosukupolvea, joka oppii sisäiseen ja ulkoiseen yrittäjyyteen jo päiväkodissa. HS 14.5.2006.)
- 71 Onneksi nuoret eivät ole pelkästään Helsingin Sanomien ja Kauppalehden varassa, kun he pohivat mahdollisia yrityspolkujaan. Monet yrittäjäyyskasvatuksen aineistot ja erikoislehtien jutut ovat oivallisia yritysintressin inspiroijia. (Esim. Minna Petäinen: Yhdessä enemmän. Osuuskunta Goodiksen putiikki Helsingin Kaartinkaupungissa on kuin karkkikauppa. Juhlapuku kutsuu tanssiin ja daamin kaulaan kiedotaan kaulakoru, raidallinen pipo vie ajatukset pulkkamäkeen. Tarjolla on suomalaista laatua parhaimmillaan. Taloustaito Yritys 1/2006.)
- 72 Vielä 1950-luvulla valtio-opissa politiikka ymmärrettiin Weimarin Saksan *Allgemeine Staatslehre*-tradition mukaisesti kamppailuna oikeudesta. Talous ei voinut määrittää ja hallita politiikkaa – oikeus ei voinut saada ratkaisijan roolia laillisen ja laittoman rajanvedossa.
- 73 Nuoren yrittäjän ohjelma: <http://www.yrittajat.fi/sy/home.nsf/www/nuorenyrittajanohjelma>
- 74 Yrittäjänainen-lehti on tässäkin suhteessa kiinnostava foorumi: ks. esim. Ulla Niskanen, Jyväskylän Yrittäjänaiset, puheenjohtaja ”Yhdistyselämä on ihmeitä täynnä”. <http://www.yrittajanaiset.fi/>



- yrittajanainen/index.php?k=3464&PHPSESSID=bf6fe32e8bf1875709a84e9d19d1b282
- 75 Elinkeinoelämän valtuuskunnan kiintoisa ja poleeminen raporttipuheenvuoro. <http://www.eva.fi/index.php?m=3&subm=2&action=1&id=41>
- 76 EK, jonka päätunnus on ylivertaisen kilpailukyvyn takaaminen maan yrityksille, yhdisti vuonna 2005 Palvelutyönantajat ja Teollisuuden ja työnantajain keskusliiton organisaatiot ja edunvalvonnan. Sen itse antaman tiedon mukaan sen jäsenistöstä 96 prosenttia on PK-yrittäjiä.
- 77 ”Nykyinen sopimusyhteiskunta toimii vajavaisesti sen johdosta, että lukumääräisesti yrittäjien valtaenemmistö puuttuu tulopoliittisista pöydistä. Hallituksen tulee sitoutua ohjelmassaan siihen, että valtiolta osallistuu ainoastaan sellaiseen kolmikantamenettelyyn, joka pohjautuu sopimukseen tai järjestelyihin, joiden aikaansaamisessa myös yrittäjien valtaenemmistö on ollut.” Hyvinvoiva Suomi 2011 -ohjelma. Suomen yrittäjät. <http://www.yrittajat.fi/sy/home.nsf/www/hyvinvoivasuomi2011>
- 78 Starttirahalla – jonka määrä on 500–650 euroa /kuukausi – pyritään turvaamaan yrittäjän toimeentulo sinä aikana, kun yritystoimintaa ajetaan ylös ja sitä vakiinnutetaan (10 kuukautta ja hakemuksesta lisää). Työttömien työnhakijoiden lisäksi sitä ovat voineet kokeilun puitteissa hakea myös palkkatöistä, opiskelusta ja kotitöistä päätoimiseksi yrittäjäksi siirtyvät (2005-). Pekka Stenholmin *Starttirahalla yrittäjyyteen* -selvityksen mukaan (2006, TM työpoliittisia tutkimuksia 320) mukaan raha on ollut siunauksellinen sekä yrityspäätösten, työllistämismaitkutusten että pystyssä pysyvien yritysten määrän kannalta. 5–6 prosenttia starttirahan saajista on alle 25-vuotiaita, ja lähes puolet hakijoista on 25–39-vuotiaita. Yhtenä starttirahakulttuurin huippuvuotena (v. 2005) saajia oli lähes 7000 suomalaista. Ks. työministeriön verkkojulkaisut http://www.mol.fi/mol/fi/99_pdf/fi/06_tyoministerio/06_julkaisut/06_tutkimus/tp320.pdf
- 79 Kun kysymyshorisonttia muutetaan (v. 2006 syksyllä) ja nuorilta kysytään ”Rikkaiden ja köyhien eroja tasoittava varallisuusvero tulisi saada takaisin”, on nuorten vastaus aika myönteinen (47 % on täysin tai jokseenkin samaa mieltä) ja kolmannes vastustaa tulkintaa (30 % jokseenkin tai täysin eri mieltä). (Paakkunainen & Myllyniemi 2007, 50).
- 80 Kyselyn mukaan jopa 70 prosenttia hyväksyy väitteen ”pien- ja keskisuurten yrittäjien sivukuluja ja verotusta on alennettava, että he jatkossakin voivat piristää taloutta ja työllisyyttä”. 21 prosenttia on jokseenkin tai täysin eri mieltä väitteen kanssa. Nuorten vaalipoliittisella agendalla (eduskuntavaalit 2007) tunnus oli vahvimpien vaatimusten luokassa, tunnus sai selvästi keskimääräistä enemmän kannatusta.
- 81 ”Verotusta tulee keventää työllisyyden parantamiseksi ja ostovoiman lisäämiseksi alentamalla valtion tuloveroasteikon progressiovaikutusta siten, että valtion tuloveroasteikon portaita vähennetään ja rajaveroasteita alennetaan kauttaaltaan. Lisäansioista tulee jäädä niin yrittäjille kuin palkansaajille aina vähintään 50 prosenttia käteen. Verotaulukkoihin tehtävien korjausten ja rajaveroastekorjausten seurauksena tulee tavoitella noin 1,6 mrd. euron veronalennuksia. Työeläkemaksu on jaettava tasan työnantajan ja työntekijän kesken. Kansaneläkevakuutusmaksu on poistettava vaiheittain yrityksiltä siten, että tarkistetaan maksuluokkien euromääräisiä rajoja paremmin rahan arvon muutosta vastaavaksi ja alennetaan kaikkia maksuluokkia. Työnantajan matalapalkkatuki laajennetaan koskemaan myös alle 25-vuotiaita työntekijöitä. Osinkotuloille myönnetään verovapaus 5.000 euron vuosittaiseen määrään asti. Osakeyhtiöiden nettovarallisuuden laskentapohjaa kasvatetaan sekä osakeyhtiöiden nettovarallisuuden tuotto-osuutta korotetaan nykyisestä 9 prosentista 12 prosenttiin. Vastaavat muutokset on toteutettava henkilöyhtiöiden ja yksityisen elinkeinonharjoittajan osalta.” Hyvinvoiva Suomi 2011. Suomen yrittäjät: <http://www.yrittajat.fi/sy/home.nsf/www/hyvinvoivasuomi2011>
- 82 Yksinyrittäjien ja muiden pienyrittäjien toimintaolosuhteiden parantaminen. Yksinyrittäjäohjelma 2007: <http://www.yrittajat.fi/sy/home.nsf/www/yksinyrittajat>; Nuoren yrittäjän ohjelma 2002: <http://www.yrittajat.fi/sy/home.nsf/www/yksinyrittajaohjelma>



- 2007 ja sen ingressi: <http://www.yrittajat.fi/sy/home.nsf/www/nuorenyrittajanohjelma>
- 83 Portaalilla on merkitystä. Parhaimmillaan se antaa yritysneuvoja ja konkreettisia neuvoja yrityksen perustajalle ja auttaa yritysten verkottumisessa.
- 84 Esimerkiksi Utajärveltä, Helsingin Viikistä, Lahdesta ja Haapavedeltä löytyy kiehtovia yrityspuiston paradigmoja.
- 85 ”Yrittäjäriskin kohtuullistaminen: Jatketaan yrittäjän sosiaaliturvassa vielä olevien puutteiden korjaamista. Pienennetään ylivelkaantumisen riskiä. Ylivelkaantuneelle luonnolliselle henkilölle kehitetään mahdollisuus hakeutua sellaiseen maksukyvyttömyysmenettelyyn, jossa hänen kaikki omaisuutensa realisoidaan velkojen suorittamiseksi sellaisin vaikutuksin, että hänen vastuunsa vanhoista veloista päättyy. Ylivelkaantuneen asumismahdollisuuden turvaamiseksi oman asuntonsa pantanneelle velalliselle tulee antaa mahdollisuus pitää lainan vakuutena ollutta ja velkojan haltuun siirtynyttä asuntoa määräajan edelleen hallussaan kohtuullista vuokraa vastaan. Määräajan jälkeen velallisella olisi mahdollisuus lunastaa asunto itselleen takaisin käyvästä arvosta.” Hyvinvoiva Suomi 2011 -ohjelma. Suomen yrittäjät. <http://www.yrittajat.fi/sy/home.nsf/www/hyvinvoivasuomi2011>
- 86 Keski-Suomen Nuoret Yrittäjät esittelee toimintaansa. Jonkinlainen analoginen käsite heimolle on ”*pikku-sisar*”, jolla yhdistyksen jäsenet kuvaavat suhdettaan Suomen yrittäjien alueorganisaatioon. http://www.nuoretyrittajat.fi/tule_mukaan.php
- 87 HYNRY ry:n toimintaidea: <http://www.hyny.fi/>



LÄHTEET (sekundäärilähteisiin viitattu osin vain alaviitteissä):

- Alapuro, Risto & Stenius, Henrik (toim.) (1988) *Kansa liikkeessä*. Helsinki: Kirjayhtymä.
- Ankersmit, F. R. (2002) *Political Representation*. Stanford: Stanford University Press.
- Alasuutari, Pertti (2004) Suunnitteluloudesta kilpailutalouteen. Miten muutos oli ideologisesti mahdollinen? *Yhteiskuntapolitiikka* 69 (1), 3–16.
- Ali-Yrkkö, Jyrki & Hermans, Raimo & Hyytinen, Ari & Lindström, Maarit & Paija, Laura & Pajarinen, Mika & Ylä-Anttila, Pekka (2004) *Suomi ja Eurooppa kansainvälisessä työnjaossa – analyysi toimialojen ja klustereiden kilpailukyvyistä*. Helsinki: Valtioneuvoston kanslian julkaisuja 20/2004.
- Anunti, Päivi & Hoivala, Harri (1995) *Uskallatko ottaa riskin? Nuoret yrittäjät -projekti 1993–1995*. Helsinki: Helsingin kaupungin nuorisosiainkeskus.
- Autio, Minna (2006) *Kuluttauuden rakentuminen nuorten kertomuksissa*. Helsinki: Suomalaisen Kirjallisuuden Seura.
- Beck, Ulrich (1993) *Die Erfindung des Politischen. Zu Einer Theorie reflexiver Modernisierung*. Frankfurt: Suhrkamp.
- Beck, Ulrich (1997) *Kinder der Freiheit: Wider das Lamento über den Wertefall*. Teoksessa Ulrich Beck (Hrsg.) *Kinder der Freiheit*. Frankfurt am Main: Suhrkamp, 16–76.
- Beck, Ulrich & Wilhelm Vossenkühl & Ulf Erdmann Ziegler (Hrsg.) (1995) *Eigenes Leben: Ausflüge in die unbekanntere Gesellschaft, in der wir leben*. München: Beck.
- Beck, Ulrich & Beck-Gernsheim, Elisabeth (2002) *Individualization. Institutionalized Individualism and Its Social and Political Consequences*. London: SAGE.
- Bloch, Ernst (1985) *Erbschaft dieser Zeit*. Frankfurt am Main: Suhrkamp.
- Dalin, P. & Rust, V.D. (1996) *Towards Schooling for the Twenty-first Century*. Troubridge: Redwood Books.
- Erola, Jani (2004) Nuoret, epävarmuus ja riskit. Teoksessa Terhi-Anna Wilska (toim.) *Oman elämänsä yrittäjät? Nuorisobarometri 2004*. Helsinki: Opetusministeriö & Nuorisosiain neuvottelukunta & Nuorisotutkimusverkosto/Nuorisotutkimusseura, 82–99.
- Erola, Jani & Räsänen, Pekka (2000) *Suomi 1999. Tutkimuslause*. Teoksessa Jani Erola (toim.) *Maksuhäiriöisyys laman jälkeisessä Suomessa. Sosiologista keskustelua B 36*. Turku: Turun yliopisto.
- Etelä-Pohjanmaan sananparsia (1938) *Keräytännyt ja julkaissut Etelä-Pohjalainen Osakunta*. Porvoo: WSOY.
- Nuorisopolitiikkaa koskeva valkoinen kirja (2001) <http://europa.eu/scadplus/leg/fi/cha/c11055.htm>. (Viitattu 15.2.2007.)
- EUYOUPART 2004a. Paakkunainen, Kari & Sloam, James & Spannring, Reingard (2004) Deliverable 9: "Comparative report on qualitative research findings". <http://www.sora.at/de/start.asp?b=118>. (Viitattu 15.2.2007.)
- EUYOUPART 2004b. "A Colourful Spectrum of Political Views and a Sceptical Landscape of" <http://www.sora.at/de/start.asp?b=118>. (Viitattu 15.2.2007.)
- EUYOUPART 2006. "Nuorten poliittinen osallistuminen kahdeksassa eri Euroopan unionin maassa. Kansallisten empiiristen tulosten vertailua". Helsinki: Nuorisosiain Neuvottelukunta & Nuorisotutkimusverkosto/Nuorisotutkimusseura. http://www.minedu.fi/OPM/Nuoriso/nuorisoasiain_neuvottelukunta/julkaisut/?lang=fi. (Viitattu 15.2.2007.)
- EVA 1995. *Raportti suomalaisten asenteista 1995*. Helsinki: EVA.
- Fairclough, Norman (1989) *Language and Power*. London: Longman.
- Fairclough, Norman (1992) *Discourse and Social Change*. Cambridge: Polity Press.
- Florida, Richard (2002) *The Rise of the Creative Class*. New York: Basic Books.



- Foucault, Michel (1998) *Seksuaalisuuden historia*. Tiedontahto. Nautintojen käyttö. Huoli itsestä. Helsinki: Gaudeamus.
- Foucault, Michel (2005) *Tiedon arkeologia*. Tampere: Vastapaino.
- Förnäs, Johan (1995) *Cultural Theory & Late Modernism*. Wiltshire: SAGE.
- Gadamer, Hans-Georg (1988) *Wahrheit und Methode*. Tübingen: J.C.B. Mohr.
- Giddens, Anthony (1991) *Modernity and Self-Identity. Self and Society in Late Modern Age*. Cambridge: Polity Press.
- Habermas, Jürgen (1976) *Legitimation Crises*. London: Heinemann.
- Habermas, Jürgen (1987) *Knowledge and Human Interests*. London: Heinemann.
- Hardt, Michael (1993) *Gillez Deleuze. An Apprenticeship to Philosophy*. London: UCL Press.
- Heinonen, Visa (1998) *Talonpoikainen etiikka ja kulutuksen henki*. Helsinki: Suomen Historiallinen Seura.
- Heitmeyer, W. & Olk, T. & Stiller, K. (1991) *Die Bielefelder Rechtstextremismusstudie*. Weinheim und München: Juventa Verlag.
- Heiskanen, Ilkka (1977) *Julkinen, kollektiivinen, markkinaperustainen*. DETA:n tutkimusraportteja. Helsinki: Helsingin yliopisto, yleisen valtio-opin laitos.
- Heller, Agnes & Fehér, Ferenc (1988) *The Postmodern Political Condition*. Cambridge: Polity Press.
- Helttunen, Anne (2006) *Alustus Yritys Hyvä -kilpailukirjoituksen palkintojenjakotilaisuudessa 2006*. Messukeskus, Helsinki 21.5.2006.
- Hoikkala, Tommi (1993) *Katoaako kasvatusta, himmeneekö aikuisuus? Aikuistumisen puhe ja kulttuurimallit*. Jyväskylä: Gummerus.
- Hoikkala, Tommi & Paju, Petri (2002) *Sukupolvitutkimus ja nuorisopolitiikka*. Teoksessa Heikki Silvennoinen (toim.) *Nuorisopolitiikka Suomessa 1960-luvulta 2000-luvulle*. Helsinki: Nuorisotutkimusverkosto/Nuorisotutkimusseura & Nuorisasian neuvottelukunta, 14–31.
- Hoikkala, Tommi & Salasuo, Mikko (2006) *Prekaarihuolto? Portfoliopolvi, perustulo ja kansalaisliikkeet*. Nuorisotutkimusverkosto/Nuorisotutkimusseura, verkkojulkaisu. <http://www.nuorisotutkimusseura.fi/prekaarihuolto.pdf>. (Viitattu 4.1.2007.)
- Hollands, Robert G. (1990) *The Long Transition. Class, Culture and Youth Training*. Hong Kong: MacMillan.
- Huuskonen, V. (1998) *Yrittäjäksi ryhtyminen. Teoreettinen viitekehys ja sen koettelu*. Kaarina: Kaarinan Tasopaino Oy.
- Junka, Teuvo (2003) *Maailman kilpailukykyisin maa? Tuottavuus ja investoinnit Suomessa 1975–2000*. VATT, tutkimuksia 95/2003. Helsinki: Valtion taloudellinen tutkimuskeskus.
- Järventaus, Jussi (2005) *Haastattelu*. Luotain – EVLI-Pankin asiakaslehti 1/2005.
- Järvinen, Minna-Riikka (2000) *Johdantoa lukijalle*. Teoksessa *Yritys Hyvä 2000 – Voittajat ja heidän aineensa*. Helsinki: Kerhokeskus – Koulutyön tuki ry. & Yksityisyrittäjien Säätiö.
- Helne, Tuula (2002) *Syrjäytymisen yhteiskunta*. Helsinki: STAKES.
- Kainulainen, Sakari & Rintala, Taina & Heikkilä, Matti (2001) *Hyvinvoinnin alueellinen erilaistuminen 1990-luvun Suomessa. Kahtiajakautuva Suomi? -tutkimusprojektin julkaisu*. Helsinki: STAKES.
- Kangasharju, Aki & Hyrsky, Kimmo (1998) *Yrittäjyys ja Innovatiivinen ajattelutapa maaseudulla*. Helsinki: Pellervon taloudellinen tutkimuslaitos.
- Kevätsalo, Kimmo (2004) *Polemiikka Suomen yrittäjien Järvetauksen kanssa: Missä syntyvät työpäivät ja innovatiivisuus, PK-yrityksissäkö? Televisio-ohjelma A-Plus*. <http://www.yle.fi/aohjelmat/aplus/arkisto/id30015.html>. (Viitattu 15.2.2007.)
- Kivistö, Kalevi (1998) *Puheenvuoro Nuorisotutkimusverkoston ”Nuoret riskiyhteiskunnassa” -seminaarissa Finlandiatalolla, Helsinki 16.4.1998*.



- Koiranen, M. & Peltonen, M. (1995) Ajatuksia yrittäjyyden oppimisesta. Tampere: Konetuumat Oy.
- Komission yrittäjyyden vihreä kirja (2003) Yrittäjyys Euroopassa (2003). Euroopan Yhteisön Komissio 21/01/2003. http://ec.europa.eu/enterprise/entrepreneurship/green_paper/green_paper_final_fi.pdf. (Viitattu 15.2.2007.)
- Kostamo, Eero (2001) Huippustrategiat. Mitä voimme niistä oppia? Helsinki: Gummerus.
- Köppä, T. & Tauriala, J. (1990) Kilpailutalous vai huolenpidon yhteiskunta. Opiskelevan nuorison näkökulma työhön, yrityselämään ja osuustoimintaan. Pellervo-Seuran Markkinatutkimuslaitoksen julkaisuja N:o 34. Helsinki: Pellervoseura.
- Lash, Scott (1989) *Sociology of Postmodernism*. London: Routledge.
- Lash, Scott (1994) Reflexivity and its Doubles: Structure, Aesthetics, Community. Teoksessa Ulrich Beck (ed.) *Reflexive Modernization*. Bodmin: Polity Press, 122–188.
- Lehtinen, Kalevi (2002) ”Yritys Hyvä”. Peruskoulun yhdeksäsluokkalaisten yrittäjäkuvan muuttuminen vuosina 1990–2001. Kasvatustieteen pro gradu -tutkielma. Opettajankoulutuslaitos, Hämeenlinna.
- Lehtonen, Turo-Kimmo (1999) Rahan vallassa. Ostoksilla käyminen ja markkinatalouden arki. Helsinki: Tutkijaliitto.
- Lindström, Maarit (2005) Onko luovilla aloilla taloudellista merkitystä? Helsinki: Elinkeinoelämän tutkimuslaitos ETLA.
- Lyytinen, Jaakko & Piha, Kirsi (2004) Yritä edes. 32 syytä ryhtyä yrittäjäksi. Helsinki: Talentum.
- Maffesoli, Michel (1994) Maailman mieli yhteisöllisen tyylin muodoista. Helsinki: Gaudeamus.
- Mannheim, Karl (1928/1952) *The Problem of Generations*. Teoksessa Karl Mannheim: *Essays on the Sociology of Knowledge*. London: Routledge & Kegan Paul, 276–320.
- Mannheim, Karl (1969) *Das Problem der Generation*. Teoksessa V. Herausg & L. Friedeburg (Hrsg.) *Jugend in der Modernen Gesellschaft*. Köln/Berlin: Kiepenheuer & Witsch.
- Michelsen, Karl-Erik (2005) Yrittäjyyden paradoksi. Helsinki: EVA. <http://www.eva.fi/index.php?m=3&subm=2&action=1&id=41>. (Viitattu 15.2.2007.)
- Moisala, Jutta & Pekkarinen, J. & Taimio, H. & Vartiainen, J. (2004) Vertaileva näkökulma Suomen työmarkkinoihin. Helsinki: Valtioneuvoston kanslia.
- Myllyniemi, Sami (2004) Nuorisobarometri 2004. Teoksessa Terhi-Anna Wilska (toim.) *Oman elämänsä yrittäjät? Nuorisobarometri 2004*. Helsinki: Nuorisosiain neuvottelukunta & Nuorisotutkimusverkosto/Nuorisotutkimusseura, 10–56.
- Myllyniemi, Sami (2006) Nuorisobarometri 2006. Teoksessa Terhi-Anna Wilska (toim.) *Uskon asia. Nuorisobarometri 2006*. Helsinki: Nuorisosiain neuvottelukunta & Nuorisotutkimusverkosto/Nuorisotutkimusseura, 14–89.
- Niemelä, Pauli (1991) Turvattomuus, sen syyt ja hallintakeinot eri ikävaiheissa. Kuopio: Kuopion yliopisto.
- Näre, Sari (toim.) (2001) *Tunteiden sosiologiaa*. Helsinki: Suomalaisen Kirjallisuuden Seura.
- Ollila, Maija-Riitta (2003) Ahneus ja kateus – hyveitä vai paheita? Teoksessa Ilkka Haavisto (toim.) *Hyve ja markkinatalous*. Helsinki: Eva ja Anders Chydeniuksen Säätiö. http://www.eva.fi/files/272_hyve_ja_markkinatalous2.pdf. (Viitattu 15.2.2007)
- Opetushallitus (2005) Kansalaisvaikuttamista tukevat yleissivistävässä koulutuksessa. <http://www.oph.fi/pageLast.asp?path=1;436;22200;22201>. (Viitattu 15.5.2005.)
- Opetushallituksen perusteet opetussuunnitelmiksi 2000–2006. <http://www.oph.fi/pageLast.asp?path=1;436;22200;22201>. (Viitattu 15.5.2005.)
- Opetusministeriö (2004) Yrittäjyyskasvatuksen linjaukset ja toimenpideohjelma. http://www.minedu.fi/OPM/Julkaisut/2004/yrityskasvatuksen_linjaukset_ja_toimenpideohjelma. (Viitattu 15.5.2005.)



- Otala, Leenamajja & Suurla, Riitta (2002) *Opas yrittämisen maailmaan*. Helsinki: Edita Acta Oy.
- Ottomeyer, Klaus (1978) *Människan under kapitalismen*. Göteborg: Röda Bokförlaget.
- Paakkunainen, Kari (1989) ”Tiennäyttävä” vai ”Junttien jujuja”. KTV:n osasto 152 ja sen jäsenistön toiminnalliset odotukset. Helsinki: Kansan Sivistystyön Liiton ja KTV:n osasto 152.
- Paakkunainen, Kari (1991) *Yhteisten asioiden hoitamisesta likaiseen peliin*. Empiirinen tekstitulokinta nuorten politiikkakäsityksistä. Lisensiaattityö. Helsingin yliopisto, yleisen valtio-opin laitos.
- Paakkunainen, Kari (1993) *The Apolitical Youth-thesis: A Re-examination*. Teoksessa Kari Palonen & Tuija Parvikko (eds.) *Reading the Political*. Helsinki: The Finnish Political Science Association.
- Paakkunainen, Kari (2001) *Nuorisotyön evaluaatio ”poliittisen” uudelleenlöytämisenä*. Teoksessa Kari Paakkunainen (toim.) *Arviointitutkimus ja nuoriso*. Tulostavasta dynaamisesta nuorisotoimintaan. Helsinki: Nuorisotutkimusverkosto/Nuorisotutkimusseura, 123–199.
- Paakkunainen, Kari (2003a) *Markkinaekspansioista pedagogian henkeen ja refleksiiviseen asiantuntijuuteen*. Humanistisen ammattikorkeakoulun kansalaistoiminnan ja nuorisotyön opetus suunnitelman evaluaatio, lukutavat ja kehittäminen. Helsinki: Nuorisotutkimusverkosto/Nuorisotutkimusseura & HUMAK. http://www.nuorisotutkimusseura.fi/sivu.php?artikkeli_id=85. (Viitattu 24.5.2007.)
- Paakkunainen, Kari (2003b) *Politiikkaa ei enää ohiteta likaisena pelinä*. Riskiyhteiskunnan nuoret rakentajat ja populistit. Teoksessa Kari Paakkunainen (toim.) ”Kyllä politiikalle, mutta...”. Nuoret ja eduskuntavaalit 2003. Helsinki: Nuorisoasiain neuvottelukunta & Nuorisotutkimusverkosto/Nuorisotutkimusseura, 151–168.
- Paakkunainen, Kari (2006a) *Portfolio – sukupolvi – nuorisopolitiikan mahdollisuudet*. Esitelmä ”Nuorille tehty maailma” -seminaarissa. Suomen lasten ja nuorten säätiö, Ritarihuone, Helsinki 3.10.2006. http://www.slns.org/web/etusivu/toiminta/nuorille_tehty_maailma__seminaari_3_10_2006/puhujien_luennot.html. (Viitattu 1.5.2007.)
- Paakkunainen, Kari (2006b) *Mahis-projekti elää keksinnöistä, nuorten dynamiikasta ja räätälien kompassista*. Mahis-toiminnan merkityksen ja tulosten arvioinnin toinen loppuraportti. Helsinki: Nuorten akatemia & Nuorisotutkimusverkosto/Nuorisotutkimusseura.
- Paakkunainen, Kari (2006c) *Nuorten arvot, yhteiskunnallinen osallistuminen ja kirkko?* Teoksessa Terhi-Anna Wilska (toim.) *Uskon asia*. Nuorisobarometri 2006. Helsinki: Nuorisoasiain neuvottelukunta & Nuorisotutkimusverkosto/Nuorisotutkimusseura, 146–168.
- Paakkunainen, Kari (2006d) *Arvioija uuden poliittisen kumppanuuden synnyttäjänä – nuorisotyön verkostoprojektit ja toinen asiantuntijuus*. Teoksessa Kati Rantala & Pekka Sulkunen (toim.) *Projektiyhteiskunnan kääntöpuolia*. Helsinki: Gaudeamus, 161–178.
- Paakkunainen, Kari (2006e) ”Young entrepreneurs and activists – Same inspiration sources and reflective competences?” Presentation at the French-Eastonian-Finnish conference for Youth researchers and youth workers. Gustavelund conference hotel, Tuusula, Finland May 18–21th.2006. Organised by the Finnish Youth Research Network, Ministry of Education and Helsinki City, Centre of Youth Affairs.
- Paakkunainen, Kari & Hoikkala, Tommi (2007) *Sukupolvikamppailun kutsu – nuorten yksilöllistynyt politiikkasuhde*. Teoksessa Kari Paakkunainen (toim.) *Sukupolvi politiikka*. Nuoret ja eduskuntavaalit 2007. Helsinki: Nuorisoasiain neuvottelukunta & Nuorisotutkimusverkosto/Nuorisotutkimusseura, 136–155.
- Paakkunainen, Kari & Myllyniemi, Sami (2004) *Ohut kuntakansalaisuus ja uudet linkittäjät: Nuoret kunnallisessa demokratiassa ja paikallisissa vaikuttajaryhmissä*. Teoksessa Kari Paakkunainen (toim.) *Nuorten ääni ja kunnantalon heikko kaiku*. Nuoret kunnallisessa demokratiassa ja paikallisissa vaikuttajaryhmissä. Helsinki: Nuorisoasiain neuvottelukunta & Nuorisotutkimusverkosto/Nuorisotutkimusseura, 10–111.
- Paakkunainen, Kari & Myllyniemi, Sami (2007) *Tihentyvä sukupolvi politiikka ja aktiivisuuden*



- kasautuminen. Teoksessa Kari Paakkunainen (toim.) Sukupolvipolitiikka. Nuoret ja eduskuntavaalit 2007. Helsinki: Nuorisoasiain neuvottelukunta & Nuorisotutkimusverkosto/Nuorisotutkimusseura, 8–81.
- Palonen, Kari (1993) Introduction. Teoksessa Kari Palonen & Tuija Parvikko, Tuija (eds.) Reading the Political. Helsinki: The Finnish Political Science Association, 35–49.
- Palonen, Kari (1994) Politikointi-politisointi-politiikka. Tulkinta politiikan ajatusmuodon pelikielikaikamuodoista. Jyväskylä: Jyväskylän yliopisto; Poliitiikan tutkimuksen laitos. Opetuspainos.
- Palonen, Kari (1998) Das "Webersche Moment". Zur Kontingenz des Politischen. Opladen & Wiesbaden: Westdeutsche Verlag GmbH.
- Pajamäki, Osku (2007) Puheenvuoro Sukupolvipolitiikka-teoksen julkistamispaneelissa, Tieteiden talo 15.2.2007.
- Pantzar, Mika (2006) Lausunto taloudellisen ja sosiaalisen kasvun suhteesta. Yle Teema: Koulu-TV, 14.12. 2006.
- Perelman, C. & Olbrechts-Tyteca, L. (1971) The New Rhetoric. A Treatise on Argumentation. Notre Dame: University of Notre Dame Press.
- PK-Yritysbareometri (2005) Raportoiija Jarkko Soikkeli, pääekonomisti. Helsinki: Suomen yrittäjät – Finnvera. http://www.yrittajat.fi/sy/home.nsf/www/pk_yritysbareometri_2_2005. (Viitattu 24.5.2007.)
- Putting the Young in Business. Policy Challenges for Youth Entrepreneurship (2001). Paris: OECD.
- Päällysaaho, Katja (1997) Young Entrepreneurs in Finland. Teoksessa Helena Helve & John Bynner (eds.) Youth and Life Management. Helsinki: Yliopistopaino, 100–109.
- Rehn, Olli (1996) Corporatism and Industrial Competitiveness in Small European States Austria, Finland and Sweden 1945–95. Oxford: oxford University press.
- Rantala, Kati & Sulkunen, Pekka (toim.) (2006) Projektiyhteiskunnan kääntöpuolia. Helsinki: Gaudeamus.
- Reynolds, P. & Bygrave, W. & Autio, E. & Cox, L. & Hay, M. (2002) Global Entrepreneurship Monitor – 2002 Executive Report. <http://www.vlerick.be/news/pdf/GEM2002.pdf>. (Viitattu 18.5.2007.)
- Ricoeur, Paul (1978) Rule of metaphor multi-disciplinary studies of the creation of meaning in language. London: Routledge & Kegan.
- Ristimäki, Kari (1999) Yrittäjyyskasvatus: sisäisen, ulkoisen vaiko vain yrittäjyyden edistämistä yksilössä. Kasvatus 30 (5), 450–460.
- Roos, J-P. (1985) Elämäntapaa etsimässä. Helsinki: Tutkijaliitto.
- Roos, J-P. & Hoikkala, Tommi (toim.) (1998) Elämänpolitiikka. Tampere: Gaudeamus.
- Rouvinen, Petri & Väänänen, Lotta (2004) Yrittäjä, elämäntieteiden maisteri. Teoksessa Terhi-Anna Wilska (toim.) (2004) Oman elämänsä yrittäjät? Nuorisobarometri 2004. Helsinki: Nuorisoasiain neuvottelukunta & Nuorisotutkimusverkosto/Nuorisotutkimusseura, 58–70.
- Rouvinen, Petri & Ylä-Anttila, Pekka (2004) Palveluyrittäjyys kasvaa nopeimmin ja työllistää eniten. Helsinki: Elinkeinoelämän tutkimuslaitos ETLA.
- Saarela, Pekka (1999) Nuorisobarometri 1/1999. Helsinki: Nuorisoasiain neuvottelukunta. http://www.minedu.fi/OPM/Nuoriso/nuorisoasiain_neuvottelukunta/julkaisut/?lang=fi. (Viitattu 4.1.2007.)
- Schmitt, Carl (1932) Land und Meer. Eine weltgeschichtliche Betrachtung. Stuttgart: Klett-Cotta.
- Shapiro, Michael J. (1997) Discourses of Globalisation. Manuscript sent to Kosmopolis Magazine (of the Society for Peace Studies): translation copy from the editorial board.
- Seikkula-Leino, Jaana (2006) Perusopetuksen opetussuunnitelmauudistus 2004–2006 ja yrittäjyys-



- kasvatuksen kehittäminen. Paikallinen opetussuunnitelmatyö yrittäjyyskasvatuksen näkökulmasta. Helsinki: Opetusministeriö. http://www.minedu.fi/OPM/Julkaisut/2006/yrittajyyskasvatuk-sen_kehittaminen?lang=fi. (Viitattu 23.5.2007.)
- Sihvola, Juha (2003) Miksi talous jäi filosofian sokeaksi pisteeksi? Teoksessa Ilkka Haavisto (toim.) Hyve ja markkinatalous. Helsinki: Eva ja Anders Chydeniuksen Säätiö. http://www.eva.fi/files/272_hyve_ja_markkinatalous2.pdf. (Viitattu 23.5.2007.)
- Steinbock, Dan (1997) Verkkobisnes. Helsinki: Edita.
- Steinbock, Dan (2001) The Nokia Revolution. The Story of an Extraordinary Company That Transformed an Industry. New York: Amacom.
- Summa (1994) Tutkimussuunnitelma Suomen Akatemialle. Käsikirjoitus. Aiheena Suomen uusi hallinnointitapa. Helsingin yliopisto, yleisen valtio-opin laitos.
- Suomen yrittäjät (2002) Nuoren yrittäjän ohjelma 2002. <http://www.yrittajat.fi/sy/home.nsf/www/nuorenyrittajanohjelma>. (Viitattu 23.5.2007.)
- Suomen yrittäjät (2005) Selvitys PK-yrittäjien koulutustaustasta Suomessa. <http://www.yrittajat.fi/sy/home.nsf/www/yrittajienkoulutustaustasta2005>. (Viitattu 23.5.2007.)
- Suomen yrittäjät (2007) Yksinyrittäjien ja muiden pienyrittäjien toimintaolosuhteiden parantaminen sekä Yksinyrittäjäohjelma 2007. <http://www.yrittajat.fi/sy/home.nsf/www/yksinyrittajat>; (<http://www.yrittajat.fi/sy/home.nsf/www/yksinyrittajaohjelma2007>). (Viitattu 23.5.2007.)
- Syrjäläinen, Eija (2002) Eikö opettaja saisi jo opettaa? Koulun kehittämisen paradoksi ja opettajan työuupumus. Tampere: Tampereen yliopiston laitosten julkaisut.
- Teollisuus ja Työnantajat (2001) Tiedote: Edustajiston syyskokous 22.11.2001, Helsinki. (TT:n hallituksen puheenjohtaja, vuorineuvos Jyrki Juusela.)
- Tiivola, Satu (2000) Satu miesten maailmassa. Keuruu: Otava.
- Toivonen, Anu (2006) Lukijalle. Yritys Hyvä 2006. Voittajat ja heidän aineensa. Helsinki: Kerhokeskus – Koulutyön tuki.
- Torvi, Kai (2004) Turvassa EU:ssa – kaukana kavala maailma. EVA:n asennetutkimus 2004. Helsinki: EVA.
- Tversky, Amos & Kahneman, Daniel (1991) Loss Aversion in Riskless Choice: A Reference Dependent Model. *Quarterly Journal of Economics* 106 (4), 1039–1061.
- Tupala, Terttu (1985) Lukijalle. Yritys Hyvä 85 – 10 parasta ainetta. Helsinki: Koulun Kerhokeskus ry & Yksityisyrittäjien Säätiö, 3–4.
- Tupala, Terttu (1987) Puheenvuoro palkintojenjakohjussa keväällä 1987. Yritys Hyvä 87 – 10 parasta ainetta. Helsinki: Koulun Kerhokeskus ry & Yksityisyrittäjien Säätiö.
- Tuuri, Antti (2005) Tauno Matomäki. Suvipäivänä syntynyt. Keuruu: Otava.
- Uusitalo, Roope (2001) Homo entrepreneurus? *Applied Economics* 33, 1631–1638.
- Weber, Max (1978) *Gesammelte Politische Schriften*. Hg. Johannes Winckelmann. Tübingen: Mohr.
- WEF (2003) The Global Competitiveness Report 2003–2004. World Economic Forum. New York: Oxford University Press.
- White, Hayden (1973) *Metahistory: The Historical Imagination in Nineteenth-Century Europe*. Baltimore: Johns Hopkins University Press.
- Wilksa, Terhi-Anna (2004) Nuorten kollektiivinen sukupolvitietoisuus nuorisobarometrin mukaan. Teoksessa Terhi-Anna Wilksa (toim.) Oman elämänsä yrittäjät? Nuorisobarometri 2004. Helsinki: Opetusministeriö & Nuorisoasiain neuvottelukunta & Nuorisotutkimusverkosto/Nuorisotutkimusseura, 100–112.
- Wilksa, Terhi-Anna (toim.) (2004) Oman elämänsä yrittäjät? Nuorisobarometri 2004. Helsinki: Nuorisoasiain neuvottelukunta & Nuorisotutkimusverkosto/Nuorisotutkimusseura. http://www.minedu.fi/export/sites/default/OPM/Nuoriso/nuorisoasiain_neuvottelukunta/julkaisut/barometrit/



liitteet/barometri2004.pdf. (Viitattu 4.1.2007.)

Wilska, Terhi-Anna (toim) Uskon asia. Nuorisobarometri 2006. Helsinki: Nuorisoasiain neuvottelukunta & Nuorisotutkimusverkosto/Nuorisotutkimusseura.

Wittgenstein, Ludwig (1978) Filosofiska undersökningar. Stockholm: Bonniers.

Yritys Hyvä – 10 parasta ainetta 85 ja Kutsu Yritys 86 -kirjoituskilpailuun. Helsinki: Koulun Kerhokeskus ry. & Yksityisyrittäjien Säätiö.



LIITE 1. KYSELYTUTKIMUKSEN TOTEUTTAMINEN

Palautusprosentti marras–joulukuun vaihteessa 2005 postitetussa tuhannen lomakkeen kyselyssä oli 44 %. Vastaajan (osoitteen) löysi 955 kyselylomaketta, ja niitä palautettiin 417 kpl. Väestörekisterikeskuksesta saatujen nimi- ja osoitetietojen mukaisesti lähetettiin yli 15-vuotiaille, mutta alle 30-vuotiaille suomalaisnuorille tuhat kyselyä. Palautusprosentti postikyselyssä oli vaatimaton, mutta saadusta aineistosta tuli tutkimuksen ongelmanasettelun huomioon ottaen käypä. Väestörekisterikeskuksen tietojen ja Nuorisotutkimusverkoston kokemuksen mukaan palautusprosentti oli yhden postitetun lomakkeen ratkaisuna keskimääräistä parempi. ”Karhukyselyn” (toisen lomakkeen lähettäminen ensimmäisellä kierroksella vastaamatta jättäneille) lähettäminen ei ole osoittautunut järin tulokselliseksi. Hyvät palkinnot ja sitä tukevat joulunodotusmielialat (vastausaika muutama viikko ennen joulua vuonna 2005) nostivat vastausmotivaatiota.

Saadun aineiston tuttu perusongelma on se, että yhteiskunnassa aktiiviset nuoret vastaavat kyselyihin. Mutta tämä on myös puhelinkyselyjen vaikeus. Suomalainen empiirinen nuorisotutkimus todentaa saman kuin esimerkiksi saksalainen 40-vuotinen traditio: myös aineistoa määrällisesti kasvattava puhelinkysely tuottaa omalla tavallaan vinon otoksen. Juuri nuorten kulttuurinen ja yhteiskunnallinen aktiivisuus korostuu laajoissakin puhelinotoksissa, sitä ei voi hallita edes korjauskertoimilla. Suomessakin puhelinkyselyt tuottavat aineistoja, joiden mukaan esimerkiksi vaalien jälkeen mitattu vaaliaktiivisuus on 25 prosenttia suurempi kuin toteutunut, äänestysalueiden kautta todennettu äänestysprosentti. Tässä mielessä perinteinen postikysely tuottaa aineiston, joka on relevantti – mutta siitä tehtäviä koko väestöä tai ikäryhmää koskevia johtopäätöksiä (ja niiden relevanssia) on rajattava (Tohtori Walter Bienin, Deutsches Jugendinstitut, tulkinnot kahdeksan maan EUYROUPART-vertailututkimuksesta, ks. Paakkunainen 2006).

Muutamissa suhteissa saatuun otokseen tuleekin suhtautua varovasti. Johtopäätökset ovat suoraan päteviä vain aineistoon liittyen – jos ja kun raportissa puhutaan koko nuorisoikäryhmästä, on aineiston vinous otettava huomioon ja huomioitava johtopäätöksissä myös muu tutkimus. Vastauksissaan (ks. liite 2) olivat selvästi muita aktiivisempia naiset (kuusi kymmenestä vastaajasta), kaupalliselle alalle ja yrittäjäksi suuntautuvat (lähes joka viides vastaaja) nuoret sekä koulutuksellisessa ja työelämässä ylipäänsä aktiiviset nuoret (vähän ns. syrjäytyneitä tai sen vaarassa olevia, työelämän ja koulutuksen ulkopuolella olevia). Tämä aineiston painottuminen on tuttua muistakin (yritys)tutkimuksista, myös *Yritys Hyvä* -kilpailukirjoittajien sosiaalinen tausta ja työelämäorientaatio muistuttavat kyselyn vastaajien jakaumia. Aineiston edustavuutta voidaan tarkasti verrata Tilastokeskuksen nuorten ikäryhmiä ja heidän sosiaalista taustaa kuvaavaan kokonaisaineistoon (EUYROUPART-edustavuuskeskustelu 2006). Muutoin vastaajien sosiaalinen asema vastaa suhteellisen hyvin nuorta suomalaisväestöä. Myös muut kuin kulttuuripääomaltaan vahvat – pitkälle koulutetut – vastasivat kyselyyn. Palkinnot, lomakkeen postitusaika ja sen lyhyys auttoivat saamaan hyvän ikäjakauman.

Kyselylomake oli lyhyehkö, mutta silti vaativa ja asennevääntämäkokonaisuuksien toistumisen myötä hiukan puuduttava. Muutamat kysymykset jäivät vaikeiksi ja konstaileviksi, vaikka kyselyluonnoksen konkreettisia ratkaisuja tutkimuksen seurantaryhmän ja testivastaajanuorten kanssa aktiivisesti tutkailtiin ja karsittiin. Nämä vastaajien hankaliksi kokemat seikat olivat tutkijan tiedossa etukäteen. Tutkimukseen ei haluttu vain stereotyyppisiä ”yrittäjä on ahkera persoona” -vastauksia. Ainekirjoitukset, yrittäjäaineistot, opettajahaastattelut sekä median seuranta-analyysi inspiroivat ja tarkensivat kysymysten aiheita ja näkökulmia. Niistä oli mahdollista tehdä ongelmaakeskeisiä, joissa huomioitiin ennakkotiedot nuorten yrittäjyysajatuksista. ”Keskimäärin”-vastausten suuri määrä joissain vastaustapauksissa viittaa myös siihen, että nuorten oli hankala jäsentää osaa kysymyksistä joko muotoilun tai abstraktin tason vuoksi. Tällaisia haasteita näkyi esimerkiksi tulopolitiikka-kysymysten kohdalla. Palautteessa näitä seikkoja nousi esiin (15). Näiltä osin vastaukset osoittavat nuorten yrittäjyyttä koskevien tietojen rajoja ja yrittäjäpolitiikan tuntemusta – ”ei-tutun” aineksen



ja kysymyksenasettelun torjuntaa. Saman verran tuli kiitosta tutkimusaiheesta ja oivaltavan terävistä kysymyksistä. Kuten vastaajien sosiaalisen taustan edustavuuden ongelmien, myös vaikeiksi koettujen kysymyskokonaisuuksien osalta tulee tulkinnessa olla varovainen ja harkitseva.



LIITE 2. KYSELYYN VASTANNEIDEN SOSIAALINEN TAUSTA SEKÄ KOULUTUS- JA TYÖELÄMÄÄ KOSKEVAT TAUSTATIEDOT.

Sosiaalinen tausta:

SUKUPUOLI	Nainen	61
	Mies	39
IKÄ	16–18 vuotta	24
	19–21 vuotta	18
	22–24 vuotta	27
	25–27 vuotta	20
	28–29 vuotta	12
ASUINKUNTA*	Kaupunkiseudun keskukset	58
	Kaupunkimainen kunta	4
	Kaupunkien läheinen maaseutu	22
	Ydinmaaseutu	11
	Harvaan asuttu maaseutu	6
PERHEMUOTO	Yksin asuva (myös soluasunto)	19
	Avio- tai avoliitossa, lapseton	30
	Yksinhuoltaja	1
	Avio- tai avoliitossa, lapsia	15
	Vanhempien/vanhemman/huoltajan luona asuva	31
	”Kimppakämpässä” ystävien tai sisarusten luona	5
	Muu perhemuoto	0 (0,2)

* Asuinkunnan luokittelu perustuu nuorten antamaan kotipaikkatietoon ja sen kategorisointiin Stakesin huolellisesti valmistetun alueellista sosiaalista erilaistumista koskevan kuntaluokituksen mukaisesti (vrt. Paakkunainen & Myllyniemi 2004).



Koulutus- ja työelämää koskevat taustatiedot:

YLIOPILASTUTKINTO	Suoritettu	48
	Ei suoritettu	52
AMMATILLINEN KOULUTUS	Toisen asteen tutkinto	29
	Ammattikorkeakoulututkinto	16
	Korkeakoulututkinto	10
	Ei mikään edellisistä	45
PÄÄASIALLINEN TOIMINTA	Palkkatyö	35
	Itsenäinen tai avustava perheyrittäjä	2
	Työtön tai lomautettu	4
	Koululainen tai opiskelija	51
	Varus- tai siviilipalvelus	0 (0,2)
	Harjoittelija / työmarkkinatuki / työkokeilu	2
	Sairaus- tai muu eläke	0 (0,5)
	Äitiys- tai vanhempainvapaa	4
	Muu kotityö	0 (0,2)
OPISKELETKO JUURI NYT	En opiskele	43
	Peruskoulu	0 (0,5)
	Lukio	15
	Ammatillinen oppilaitos, toinen aste	17
	Ammattikorkeakoulu	10
	Yliopisto tai korkeakoulu	12
	Työllisyyskoulutus	0 (0,2)
	Oppisopimus	1
	Avoin yliopisto tai korkeakoulu	2
NYKYINEN/TULEVA TYÖALA	Humanistinen, pedagogia tai kulttuuri	10
	Yhteiskunnallinen	6
	Tekninen, rakennus, liikenne	7
	Matemaattis-luonnontieteellinen, ATK	7
	Hallinnollis-juristinen	2
	Markkinat, kauppa tai yritysmaailma	18
	Muuta palvelut tai niiden tuotanto	10
	Terveys- ja sairaanhoito	10
	Maa- ja metsätalous (jatkojalostus)	3
	Järjestöt, kirkko ja kolmas sektori	1
	Taide- ja käsityö	2
	Jokin muu	6
	Ei osaa sanoa	9