

Startup-yrittäjä on intohimoinen ihanneyksilö – pitäisikö meidän kaikkien olla?

Startup-yrittäjä vakuuttaa rahoittajat innostuneisuudellaan ja intohimoisuudellaan. Ihailtu startup-kulttuuri kuvastaa nykyöelämän tohkeisen ja omistautuneen työntekijän ideaalia.

Oulussa maaliskuussa järjestettävä Polar Bear Pitching -kasvuyritystapahtuma huipentuu pitchauskilpailuun. Kilpailussa yritykselleen rahoitusta hakevat yrittäjät pitchaavat bisnesideansa eli pitävät tiiviin ja lyhyen puheen yrityksestään. Yleisönä on sijoituskohteita etsiviä rahoittajia, ja pitchin tarkoitus on vakuuttaa yleisö ja saada siten yritykselle rahoitusta. Kisassa on kuitenkin erikoisuus: pitchaaja pitää puheensa avannossa seisten.

Polar Bear Pitchingin [esittelyvideolla](#) osallistujat hehkuttavat estoitta tapahtumaa. Pitchausta jääkylmässä vedessä kehutaan upeaksi mahdollisuudeksi saada yhtäältä rahoitusta ja toisaalta näyttää itselle ja muille, että on todella sitoutunut yritykseensä – niin sitoutunut, että on valmis menemään äärimmäisyyksiin.

Avantopitchaus voi kuulostaa kummalliselta, mutta startup-maailmassa se on vain yksi erikoisuus muiden joukossa. On esimerkiksi pitchauskisoja, joissa esitys pidetään kilpa-auton kyydissä tai nyrkkeilykehässä, jossa yrittäjät pitchaavat kilpaa toisiaan vastaan.

Startupit talouden pelastajana

Startupit ja kasvuyrittäjät ovat 2000-luvulla olleet näkyvästi esillä Suomessa ja muualla. Yrittäjyyttä – tarkemmin sanottuna korkeaa osaamista ja innovatiivisuutta tähdentävää startup-yrittäjyyttä – on monessa yhteydessä luonnehdittu Suomen pelastusrenkaaksi talouden ja elinkeinoelämän rakennemuutoksessa. Esimerkiksi *The Guardian* -lehti kirjoitti vuonna 2015, miten [Polar Bear Pitchingin kaltaiset tapahtumat](#) tuovat esiin Nokian romahduksen jäljiltä syntyneen, innovatiivisen suomalaisen yrittäjäsukupolven.

Yrittäjyyttä ei kuitenkaan ole visioitu Suomen talouden pelastajaksi ensi kertaa 2010-luvulla, vaan jo paljon aikaisemmin. Esimerkiksi yrittäjyyskasvatusta on 1990-luvulta lähtien vakiinnutettu koulutuksen jokaiselle asteelle, ja nykyään yrittäjyys on arkipäivää koulutuksessa kuin koulutuksessa.

Yrittäjyyskasvatuksen keinot ovat monenlaisia. Esimerkiksi peruskoululaisille järjestetään [Yrityskylä-toimintaa](#), jossa koululaiset oppivat yritteliäisyyttä tutustumalla omakohtaisesti erilaisiin ammatteihin. Yläkoululaisille ja toisen asteen opiskelijoille tarjotaan [Vuosi yrittäjänä -ohjelmaa](#), jossa opiskelijat perustavat oman yrityksen esimerkiksi lukuvuoden ajaksi. Turun yliopisto puolestaan on linjannut olevansa [yrittäjyysyliopisto](#), joka panostaa sekä opiskelijoiden että henkilökunnan yrittäjämäisyyteen.

Olennaista yrittäjyyskasvatuksessa on se, ettei yrittäjyys rajoitu yritystoimintaan, vaan sitä tarjotaan malliksi niin palkkatyöhön kuin muillekin elämänoille. Yrittäjyyskasvatuksen tavoitteena on sisäistää yrittäjämäiseksi nimetty ajattelumalli, joka kannustaa hahmottamaan itsensä yrittäjyydestä tutuin termein. Yrittäjämäinen ihminen katsoo itseään asiakkaan näkökulmasta ja näkee ympäristönsä mahdollisuuksien ja tuotteiden luomisen kautta.

Yrittäjyyttä ja yrittäjyyskasvatusta voidaan tulkita yhteiskuntafilosofi **Michel Foucault**'n ajattelun avulla. Hänen mukaansa ihminen tulee subjektiksi – eli käsittää itsensä – hyödyntäen erilaisia tarjolla olevia tietovarantoja ja -muodostumia. Ne vaikuttavat siihen, miten oma itse käsitetään missäkin yhteydessä. Tiedon varantoja tuottavat moninaiset tahot, kuten esimerkiksi koulutus, media, tutkimustieto ja valtio. Kaikki nämä ovat osaltaan muokkaamassa käsitystä siitä, millainen on esimerkiksi hyvä opiskelija, hyvä vanhempi tai hyvä työntekijä.

Huomattavaa on, että nämä tietovarannot ovat historiallisesti erityisiä. Toisin sanoen niitä ei voi erottaa omasta ajastaan, ja näin ollen ne ovat alttiita muuttumaan ajasta aikaan. Tästä puolestaan seuraa, että

myös subjektiksi tullaan – eli itse opitaan ymmärtämään – ajasta aikaan erilaisilla tavoilla. Seuraavaksi pohdin, millaisia subjektiksi tuleminen tapoja startup-yrittäjyys voi rakentaa.

Startup-yrittäjät ja rento intohimo

Startup-yrityksellä tarkoitetaan yleensä yritystä, jossa tavoitellaan nopeaa kasvua ja jonka epäonnistumisriski on suuri. Määritelmä on kuitenkin avonainen ja ambivalentti. Startup-yrityksen halutaan tavallisesti kasvavan ilman, että itse organisaatio laajenee samassa tahdissa, joten niiden tyyppisiä tuotteita ovat esimerkiksi nettipohjaiset alustat ja mobiilisovellukset. Hyvä esimerkki on vuonna 2010 perustettu suomalainen Supercell, joka jo viiden vuoden jälkeen oli huippusuositujen peliensä ansiosta [maailman tuottoisin mobiilipelifirma](#).

Startup-yrittäjyydessä piirtyykin pyrkimys markkinoiden tai teollisuudenalan mullistamiseen. Startup-kielellä puhutaan disruptiosta – luovasta tuhosta, joka pyrkii muuttamaan perustavalla tavalla sitä, miten työtä jollakin alalla tehdään tai miten jokin ala kokonaisuudessaan toimii. Kansainvälisiä esimerkkejä tästä ovat vaikkapa majoitusalaan ravistellut Airbnb sekä taksialaa myllertänyt Uber.

Kun keskiössä on uuden, käänteentekevän idean tai innovaation kehittäminen, yrittäjältä vaaditaan kekseliäisyyttä: hänen on osattava ajatella tuttuja asioita uudella tavalla ja löydettävä uusi näkökulma. Ideansa saatuaan hänen on oltava sinnikäs, intohimoinen ja täynnä itseluottamusta.

Avannossa tapahtuva pitchaaminen onkin tietyssä mielessä itsensä likoon laittamisen kulminaatio: se ilmentää äärimmäistä, intohimoista sitoutumista omiin tavoitteisiin – niin fyysisesti kuin symbolisesti.

Sosiologi **Antti Hyrkäs** huomauttaa, että intohimo saa startup-yrittäjyydessä performatiivisia piirteitä. Yrittäjät omaksuvat itsensä esittämiseen aineksia muista tunnetuista startupeista ja pyrkivät näyttäytymään intohimoisina ja innostuneina tilanteesta riippumatta. Ilman intohimoa ja innokkuutta yrittäjä vaikuttaa epäluontevalta. Intohimoisuus, tai sen esittäminen, on siis keino tehdä toiminta uskottavaksi vertaisten ja ulkopuolisten silmissä.

Toisaalta Hyrkäs katsoo, että myös rahoittajat voivat yhtä lailla odottaa yrittäjiltä intohimoista, innostunutta olemusta. Tässä on taustalla startupien monesti epävarma, potentiaaliin pohjaava luonne: Hyrkäksen mukaan tarkoitus on vakuuttaa yleisö oman idean mahdollisuuksista – siitä, mitä se voisi olla *tulevaisuudessa*. Intohimo toimii siis yrittämiseen liittyvän epävarmuuden kiertotienä. Tällä tavalla intohimo on sisäänkirjoitettu startup-maailman rakenteisiin.

Startup-yrittäjät eivät kuitenkaan ole yksin työskenteleviä visionäärejä. Antti Hyrkäksen mukaan startup-yrittäjyyttä leimaa intohimon ohella rento yhdessä tekemisen kulttuuri. Tärkeitä ovat toimivat tiimit, joissa jokaisella on oma osaamisensa, joka täydentää muita. Työn on oltava hyväntuulista, ja se perustuu keskinäiselle kisailulle, yhdessä ololle ja huolettomalle hengailulle.

Mona Mannevuon mukaan startupit esitetäänkin tyyppillisesti kaveriporukoina, jotka hengailevat ja haluavat muuttaa maailmaa. Porukassa pärjäävät ihmiset, jotka eivät pelkää jakaa omia näkemyksiään ja jotka uskaltavat tarttua muiden ajatuksiin ja lähteä viemään niitä eteenpäin.

Startup-yrittäjälle ei riitäkään pelkkä kekseliäisyys: hänen on lisäksi oltava yhteisöllinen, sosiaalinen ja sanavalmis. Tätä kautta Polar Bear Pitchingin avantopitchaus demonstroikin paitsi intohimoa, myös yrittäjän kykyä heittäytyä, asettua estradille ja ilmaista itseään. Tästä näkökulmasta avantopitchaus ei rajoitu vain startup-maailmaan, vaan sitä muistuttavat käytännöt ovat tyyppisiä nykytyöelämässä laajemminkin – joskin kenties vähemmän räikeässä muodossa.

Työelämä vaatii nyt yhteisöllisyyttä

Tiimiytymistä ja tiimin sisäistä, toimivaa kemiaa ei nähdä tärkeänä tuottavan työn edellytyksenä ainoastaan startup-yrityksissä, vaan missä tahansa organisaatioissa. 2000-luvun asiantuntijaorganisaatiot ovat täynnä henkilöstön yhteisiä aktiviteetteja ja valmennuksia, joiden keskiössä on yhteinen kokemus ja heittäytyminen. Yleisesti näitä perustellaan yhteisen kulttuurin luomisella ja työntekijöiden välisten suhteiden lujittamisella.

Ilmiötä voidaan suhteuttaa osaksi laajempaa työelämän muutosta. Muiden muassa **Raija Julkunen** katsoo, että ennen 1900-luvun loppua, teollisena aikana, ihanteellinen työntekijä oli ahkera ja kuuliainen. Työntekijän luonne, ominaisuudet, kiinnostuksen kohteet ja henkilökohtaiset näkemykset näyttäytyivät työn kannalta epäolennaisena, jopa haitallisena elementtinä.

2000-luvulle tultaessa asetelma on kääntynyt pääläelleen: nyt työntekijöiden luovuus ja persoonallinen ote ovat työssä kaikki kaikessa. Samalla työ kiinnittyy yhä tiukemmin ihmisen koko elämään. Voikin olla yhä hankalampaa sanoa, milloin on töissä ja milloin vapaa-ajalla.

Eeva Jokinen luonnehtii hyvää nykytyöntekijyyttä uudissanalla *tohkeinen*: hyvä nykytyöntekijä on innokas, luova, aloitekykyinen ja sosiaalinen. Tohkeisuus kuvaa sitä, miten työ edellyttää kykyä tarttua uusiin ajatuksiin ja kykyä innostua yhdessä. Nykytyöläisen ammattimaisuutta on Jokisen mukaan taito muodostaa yhteistä ja jaettua ”meisyyttä”. Me-yhteisössä ”me” olemme innostuneita, me hassuttelemmme, me emme pönötä.

Kun talous rakentuu innovaatioille, uuden luomiselle ja uudestaan ajattelulle, keskiöön nousevat tämän ajatustyön tekevät ihmiset. Yhteiskuntatieteilijä **Mikko Jakonen** on katsonut, että nykytyö jäsentyy vapaan mutta tiiviin sosiaalisen kanssakäymisen ehdoilla: yhdessä tehdyt löydöt ja näkemykset ovat avain tuottavuuteen. Siksi tarvitaan innostuvia, heittäytymiskykyisiä ihmisiä. Tiimit tuottavat tohkeisuutta ja liimaavat tohkeiset osaajat yhteen.

Näin katsottuna aktiviteetit, jotka on tarkoitettu rakentamaan työyhteisön yhteistä kittiä, näyttäytyvät toisessa valossa. Ne ovat osa prosessia, jossa pyritään muokkaamaan työntekijöistä työssä tarvittavia tohkeisia subjekteja: innokkaita, luovia ja sosiaalisia.

Tähän pyrkivät ohjaamaan esimerkiksi asiantuntijatoimiloiden työtilat, jotka ovat pullollaan rentoon yhdessä tekemiseen sopivia tiloja ja välineitä – esimerkiksi pingispöytiä, kahvikoneita ja toimistokoiria, kuten HS:n toimittaja **Anu Ubaud** merkityksellistä työtä käsittelevässä kirjoituksessaan kuvailee. Työ pyritään lavastamaan leikkimieliseksi ja vapaamuotoiseksi, ja sen on tarkoitus mahdollistaa spontaanit kohtaamiset.

Startup-yritysten toimiloidet ovat tunnettuja rennosta ilmapiiristään, johon kuuluvat pöytäfutikset, flipperit ja limsaa pursuavat kylmäkaapit. Esimerkiksi Helsingissä ja Tampereella yhteisöllisiä työtiloja luovan alan ammattilaisille ja yrittäjille markkinoiva [Mothership of Work](#) tarjoaa tilojen käyttäjille ”kahvit, teet ja perjantaibisset, fillareista ja sähköautoista puhumattakaan”.

Startup-kulttuuri nykytyöelämän koekenttänä

Rennot, nuorekkaat ja luovat startup-yritykset näyttäytyvät ihanteellisina työpaikkoina ja työn tekemisen tapoina. Samoin voidaan sanoa Polar Bear Pitchingin pitchauskisasta. Avantoon hyppääminen oman tavoitteensa edistämiseksi kuvastaa paitsi intohimoa ja uskoa itseensä, myös kykyä heittäytyä ja laittaa itsensä likoon. Avantoon hyppääminen osoittaa kykyä ilmentää hulluttelevaa puoltaan.

Vaikka startup-kulttuuri ei ole koko työelämän kuva, tohkeisten piirteiden korostuminen työssä voidaan Mikko Jakosen mukaan nähdä indikaattorina, joka kertoo, millaisen suunnan työelämä ottaa. Siksi näiden piirteiden tutkiminen voi tuoda ilmi laajempia muutostrendejä ja ajattelutapoja.

Niin korkeakoulutetussa asiantuntijatyössä kuin palveluammateissakin, vaikkapa ruokakaupassa, painotetaan entistä enemmän sosiaalisia taitoja ja yhdessä tekemistä. Jokaisen on kohdaltaan osallistuttava myönteisen ja innostavan – ja siten tuottavan – työyhteisön rakentamiseen.

Startup-yrittäjyyttä ei pidä myöskään nähdä pelkästään korkeakoulutettujen innovoijien alueena. Startup-yrittäjyyteen kuuluu, ettei muodolliselle koulutukselle anneta niin suurta merkitystä. Tunnetut IT-alan ja startup-maailman hahmot, kuten Microsoftin **Bill Gates**, Applen **Steve Jobs** ja Facebookin **Mark Zuckerberg** ovat kaikki aikoinaan lopettaneet yliopiston kesken. Tärkeää on enemmän se, mitä ihminen osaa ja mitä haluaa olla – ja mitä hän on valmis tekemään päästäkseen sinne.

Startup-yrittäjyys ja nykyöelämän ideaalit

Vaikka startup-kulttuuri ei kosketa kaikkea työtä tai aloja, ei ole samantekevää, millaisia käytäntöjä ja toimintatapoja yrittäjyyden kulttuuri muodostaa. Startupit ovat olleet jo pitkään politiikassa kuuma aihe, ja kasvuyrittämiseen on käytetty runsaasti voimavaroja. Esimerkiksi tämän vuoden alusta tuli voimaan [erityinen, helpotettu oleskelulupamenettely](#) Suomeen pyrkiville startup-yrittäjille. Uudistuksen tarkoitus on edesauttaa Suomea kilpailemaan huippuosajista kansainvälisessä innovaatiotaloudessa. Verohallinnon viestintäjohtaja **Mikko Mattinen** ja mm. Roviosta tunnettu **Peter Vesterbacka** puolestaan peräävät [HS:n mielipidekirjoituksessaan](#) (16.9.2018) Suomea tavoittelemaan 1500 uutta kasvuyritystä vuosittain.

Kasvuyrittäjyys ja innovaatioiden kehittäminen ovat näkyvä osa myös suomalaista korkeakoulutusta, ja opiskelijoita kannustetaan monin tavoin ryhtymään tulevaisuuden huippuosajiksi. Startup-yrittäjyyden käytännöissä piirtyvä intohimoinen ja heittäytyvä yrittäjä kytkeytyy työn sosiologiassa kehiteltyyn 2000-luvun ihannetyöntekijän subjektiin, jota luonnehtivat innostuneisuus, intohimoisuus ja halu tehdä työtä yhdessä. Startup-yrittäjyys rakentaa näin osaltaan työelämässä arvostettua olemisen tapaa.

Tohkeisuuden ensisijaisuus työelämässä on toisaalta kyseenalaistettu, ja monet ovat pitäneet sitä epätasa-arvoisena ja normatiivisuudessaan painostavana. Esimerkiksi BBC:n aihetta sivuavassa artikkelissa kysytään, [onko nykytyöelämässä tilaa ujoille ja hiljaisille](#).

Samoin tutkijat **Virve Peteri**, **Merja Kinnunen** ja **Kirsti Lempiäinen** huomauttavat, että tohkeiset työtilat [supistavat tilaa](#), jossa työntekijät voivat olla omia itsejään. Lisäksi ne luovat tohkeisesta subjektiudesta oletusarvoisesti maskuliinisen – säkkituolit ja pelikonsolit assosioituvat miehiseen olemisen tapaan. Startup-kulttuuria on Antti Hyrkäksen mukaan niin ikään kritisoitu ns. *brogrammer*-ilmiöstä, jossa tiimien ”samanhenkisyys” usein tarkoittaa sitä, että tiimin jäsenet ovat nuoria miehiä.

Avannossa pitchaamiseen kiertyy monenlaisia ilmiöitä, joita sosiologinen analyysi voi keräillä auki. Miksi intohimoisuus ja innokkuus ovat nykytyöelämässä niin tavoiteltuja hyveitä? Tulisiko kaikkien nähdä itsensä kasvuyrittäjinä?

Subjektiksi tulemisessa ei ole kyse siitä, että ihminen olisi tahdoton lastu, joka heittelee käsitysten ja normien ristiaallokossa ja jonka olisi pakko sisäistää vallitsevan ilmapiirin vaatimukset. Aina on mahdollisuus ajatella toisin, haastaa ja tulkita uudelleen. Tässä sosiologia voi tulla avuksi.

Kirjallisuus

Hyrkäs, Antti. 2016. *Startup Complexity. Tracing the Conceptual Shift Behind Disruptive Entrepreneurship*. Helsinki: Helsingin yliopisto.

Jakonen, Mikko. 2016. Yhteisö tuotantovoimana. Yhteisölliset työtilat ja prekaarin työvoiman liikkeet. *Tiede & edistys* 2/2016.

Jokinen, Eeva. 2015. Tohkeisuus. Teoksessa Jokinen, Eeva & Venäläinen, Juhana (toim.) Prekarisaatio ja affekti. Jyväskylä: Jyväskylän yliopisto, 31–51.

Julkunen, Raija. 2008. Uuden työn paradoksit. Tampere: Vastapaino.

Mannevuori, Mona. 2015. Affektitehdas. Työn rationalisoinnin historiallisia jatkumia. Turun yliopisto: Turku.