



**TURUN
YLIOPISTO**

Akateeminen kapitalismi suomalaisessa korkeakoulutuksessa

Diskurssianalyysi Suomen yliopistojen työelämäpalveluiden verkkosivuista

Kasvatustieteen
Pro gradu -tutkielma

Laatija:
Ella Salokorpi

Ohjaajat:
Piia Seppänen ja Ulpukka Isopahkala-Bouret

11.4.2025
Turku

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

Pro gradu -tutkielma

Oppiaine: Kasvatustiede

Tekijä: Ella Salokorpi

Otsikko: Akateeminen kapitalismi suomalaisessa korkeakoulutuksessa: Diskurssianalyysi Suomen yliopistojen työelämäpalvelujen verkkosivuista.

Ohjaajat: Vararehtori Piia Seppänen ja professori Ulpukka Isopahkala-Bouret

Sivumäärä: 74 sivua + 4 liitesivua

Päivämäärä: 11.4.2025

Pro gradu -tutkielmassani selvitettiin, miten suomalaiset yliopistot markkinoivat osaamistaan työnantajille omilla työelämä- ja urapalveluiden verkkosivuillaan. Verkkosivuja analysoitiin diskurssianalyttisellä tutkimusotteella, keskittyen siis siihen, millaisin kielellisin keinoin yliopistot toteuttavat kyseistä markkinointia. Lisäksi tutkimuksessa selvitettiin, millaisia yhteistyökumppaneita yliopistoilla entuudestaan oli, ja miten heidän kanssaan tehtävä yhteistyö näyttäytyi samaisilla verkkosivuilla. Analyysissä keskityttiin erityisesti sellaisiin diskurssianalyttisiin havaintoihin, jotka linkittyivät osaksi akateemisen kapitalismin ilmenemistä suomalaisessa korkeakoulutuksessa. Tutkimusaineisto kerättiin Aarresaari- verkoston listaamien linkkien kautta ja kunkin kolmentoista suomalaisen yliopiston verkkosivut tallennettiin osaksi aineistoa samana päivänä 10.4.2024. Tutkimusaihetta taustoitetaan ensin teoreettisen viitekehyksen avulla, jonka keskiössä ovat koulutuksen kaupallistumisen, akateemisen kapitalismin sekä yliopistojen työelämä- ja urapalveluiden käsitteet.

Tutkimusaineistoa analysoitiin diskurssianalyysin, ja tarkemmin retoriikan analyysin sekä laadulliseen asennetutkimukseen kuuluvan tulkitsevan analyysin ohjenuorin. Lisäksi aineistoa teemoiteltiin sisällönanalyttisin menetelmin, jotta se hahmottui tutkijalle kokonaisvaltaisemmin. Tämä mahdollisti tutkimusongelman kannalta relevanteimman sisällön analysoinnin, samanaikaisesti auttaen diskurssien muodostamisessa. Diskursseja muodostettiin yhteensä kolme kappaletta ja ne ovat ”osaavan opiskelijan diskurssi”, ”yliopisto kannattavana yhteistyökumppanina -diskurssi” sekä ”työntantajien ohjaus -diskurssi”.

Tutkimuksen tulokset osoittavat, että yliopistot markkinoivat osaamistaan hyvin monipuolisesti eri tavoin. Eroavaisuuksia oli niin laadussa kuin määrässäkin, ja joidenkin yliopistojen työelämäpalvelujen verkkosivut olivat hyvin suppeat. Sen sijaan toisilla yliopistoilla oli oman yliopiston imagoa edistäviä ilmaisia runsaasti ja osaamista sekä esimerkiksi yliopiston toimintaperiaatteita kuvailtiin monipuolisesti. Erilaisia kielellisiä ilmaisia ja retorisia keinoja havaittiin aineistosta laaja-alaisesti. Yliopistot argumentoivat oman osaamisensa puolesta muun muassa niiden avulla, kannustaen työelämän eri organisaatioita aloittamaan yhteistyö yliopiston kanssa. Ilmiötä olisi syytä tutkia lisää sellaisin tutkimusasetelmin- ja menetelmin, että syy-seuraussuhteiden ja autenttisten vertailujen muodostaminen yliopistojen välillä olisi mahdollista. Täten voitaisiin selvittää korkeakoulutukseen liittyviä eroavaisuuksia instituutiotasolla, esimerkiksi sen tasa-arvoisuuteen liittyvästä näkökulmasta.

Avainsanat: koulutuksen kaupallistuminen, akateeminen kapitalismi, yliopistojen uraohjaus, yliopistojen työelämäpalvelut

Sisällysluettelo

1	Johdanto	4
2	Korkeakoulutuksen kaupallistuminen	7
2.1	Koulutuksen kaupallistuminen.....	7
2.2	Koulutuksen yksityistäminen.....	9
2.3	Yliopistojen hierarkkisuus.....	12
3	Akateeminen kapitalismi korkeakoulutuksessa	15
4	Yliopistojen uraohjaus ja työelämäpalvelut	23
4.1	Yliopistojen uraohjaus.....	24
4.1.1	Uraohjauksen toteutus Suomessa.....	25
4.1.2	Uraohjaus osana koulutuspolitiikkaa.....	26
4.2	Yliopistojen työelämäpalvelut.....	27
5	Tutkimustehtävä ja -kysymykset	30
6	Tutkimuksen toteutus	31
6.1	Laadullinen tutkimus.....	31
6.1.1	Laadullisen aineiston analyysi.....	32
6.1.2	Diskurssianalyysi.....	33
6.2	Tutkimusaineisto.....	37
6.3	Tutkimusaineiston analysointi.....	40
7	Tulokset	43
8.1	Osaavan opiskelijan diskurssi.....	43
8.2	Yliopisto kannattavana yhteistyökumppanina- diskurssi.....	46
8.3	Työnantajien ohjaus- diskurssi.....	51
8	Pohdinta	55
8.1	Tutkimuksen eettisyys ja luotettavuus.....	62
8.2	Jatkotutkimusehdotukset.....	64
	Lähteet	67
	Liitteet	75
	Liite 1. Aineistoluettelo.....	75

1 Johdanto

Koulutus on yksi teemoista, joka luonnollisesti kehittyy ja muotoutuu muun poliittisen kehityksen mukana. Erityisesti 1980-luvulta lähtien on havaittu, että taloudellinen näkökulma on ajanut tietään entistä syvemmin koulutuspoliittiseen diskurssiin. Käytännössä tällä tarkoitetaan ajatusta siitä, että koulutukseen liittyviä päätöksiä ja kehityskohteita perustellaan enenevässä määrin taloudellisilla argumenteilla. (Silvennoinen & Kinnari, 2015.)

Taloudellisten teemojen ottaessa jalansijaa koulutuspolitiikan ja muiden koulutukseen liittyvien käytäntöjen kentällä, voidaankin alkaa puhua koulutuksen kaupallistumisesta. Koulutuksen kaupallistumisessa voidaan havaita yksityisen sektorin toimijoiden laajamittaisempaa osallistumista koulutukseen liittyviin teemoihin. Koska koulutus on kuitenkin Suomessa hyödykkeenä hyvin julkinen, voidaan puhua valtion lanseeraamasta toiminnasta, jolloin koulutus pyritään integroimaan osaksi markkinataloutta. (Hogan & Thompson, 2021.) Kaupallistuminen näkyy konkretian tasolla monin eri tavoin, riippuen pitkälti siitä näkökulmasta, josta asiaa tarkastelee. Kaupallisella toiminnalla on merkittäviä vaikutuksia korkeakouluopiskelijoihin, kun heidät nähdään yhä useammin kyseisten markkinoiden tuotteina. Samaisessa viitekehyksessä myös akateemiseen tutkimukseen suhtaudutaan usein tuotteena, jonka avulla korkeakoululle pyritään saavuttamaan taloudellisia voittoja. (Davis & Binder, 2016, 396–397.)

Konkretian tasolla koulutuksen kaupallistuminen näyttäytyy korkeakouluissa esimerkiksi akateemisen tutkimuksen tuottamisena ja tulosten myymisenä ulkopuolisille yrityksille. Kaupallistuminen voi olla myös muun muassa opetussuunnitelman myymistä oppilaille sekä muiden tuotteiden ja palveluiden myymisenä ulkopuoliselle taholle kyseisen koulutusorganisaation ulkopuolella. Tähän liittyen myös opiskelijoita voidaan ajatella ikään kuin kaupallisuuden välineinä tai tuotteina, joita yliopistot pyrkivät markkinoimaan soveliaalle yrityksille ja työnantajatahoille. (Davis & Binder, 2016, 396.) Jo usean vuoden ajan monet työorganisaatiot ovat tehneet yhteistyötä yliopistojen kanssa, jotta opiskelijoiden joukosta olisi mahdollista saavuttaa ja rekrytoida ne erityisosaajat, jotka parhaiten vastaisivat kunkin organisaation tarpeita. Samanaikaisesti yhteistyössä toimivat työorganisaatiot tukevat partneri-instituutioita taloudellisesti. (Damoc, 2017.)

Koulutuksen kaupallistumista yliopistotasolla on syytä tarkastella akateemisen kapitalismin viitekehyksessä. Akateeminen kapitalismi käsitteenä on syntynyt määrittelemään niitä tapoja, joilla korkeakoulupolitiikka nivoutuu osaksi yhteiskunnan talouspolitiikkaa (Slaughter &

Rhoades, 2001). Akateeminen kapitalismi korostaa erilaisten markkinoiden tietojärjestelmien vaikutusta yliopistojen toimintaan, joiden keskiössä on voitontavoittelu. Voitontavoittelu voi näyttäytyä konkreettisesti esimerkiksi tutkimustiedon kaupallistamisena tai koulutuspalveluiden muuttamisena kauppatavaraksi. (Kaidesoja, 2018.) Monien yritysten ja työnantajien ollessa kyseisten markkinoiden kuluttajia, voidaan myös yliopistojen osaaminen kaupallistaa ajattelemalla opiskelijoita kyseisten markkinoiden kauppatavarana. On tärkeää tutkia kyseisestä ilmiöstä rakentavia elementtejä sen yhteiskunnallisen merkityksen myötä – esimerkiksi yliopistojen rahoitusmalli on riippuvainen opiskelijoittensa valmistumisaikataulusta ja työllistymisestä (Opetus- ja kulttuuriministeriö, 2024). Voisi siis ajatella, että tällöin on kunkin yliopiston edun mukaista kyetä markkinoimaan osaamistaan asianmukaisin ja kilpailukykyä edistävin tavoin. Suomessa koulutuksen kentällä puhutaan tasa-arvoisista ja yhtäläisistä mahdollisuuksista sekä koulutukseen pääsyssä että työelämään siirtymisessä – onko se kuitenkin todellisuutta? Tämän kysymyksen sävyttämänä yksi tämän tutkimuksen tarkoituksista onkin selvittää opiskelijoiden työelämämahdollisuuksia, peilaten niitä siihen, mistä yliopistosta tämä valmistuu.

Nopeat taloudelliset muutokset ja markkinoiden kova kilpailu asettaa työelämän eri organisaatiot tiukkaan paikkaan pärjätäkseen. Tämä asettaa samaten vastavalmistuneille tai valmistumisen kynnyksellä oleville opiskelijoille kovat paineet, sillä yritykset tahtovat rekrytoida kaikkein korkeatasoisimmat osaajat osaksi joukkojaan – näin ollen korostaen esimerkiksi koulutusinstituutioiden sisäisten ohjelmien ja pedagogisten harjoitusten merkitystä. (Fatland, 2014.) Muun muassa tämän vuoksi on oleellista tarkastella sitä, millä tavoin yliopistot markkinoivat työnantajille sekä yrityksille palveluitaan ja osaamistaan. Koska kyseinen yhteistyö on merkityksellistä sekä työorganisaatioiden että vastavalmistuvien opiskelijoiden näkökulmasta, on tärkeää havainnollistaa kyseisellä kentällä olevia teemoja ja mahdollisia eroavaisuuksia. Tämän tutkimuksen tarkoituksena onkin ensisijaisesti tuoda näkyväksi eri yliopistojen välisiä vaihteluita kyseisen ilmiön suhteen. Yliopistojen välinen vertailu on niin kansallisesti kuin kansainväliselläkin tasolla mielenkiintoa herättävä teema. Viimeksi lokakuussa 2024 mielenkiintoa herätti kahden suomalaisen yliopiston sijoitukset maailmanlaajuisessa World University Rankings- listauksessa. Helsingin yliopisto jaettu sijalla 107 ja Aalto-yliopisto sijalla 196 nostavat kaksi suomalaista yliopistoa 200 maailman parhaan yliopiston joukkoon ensimmäistä kertaa vuoden 2020 jälkeen. (is.fi, 9.10.2024; yle.fi, 9.10.2024). Yliopistojen väliset vertailut voivat vaikuttaa valtioiden sisällä esimerkiksi yliopistojen maineikkuuteen ja toisaalta globaalisti myös ajatuksiin eri maiden

koulutustasosta- ja laadusta. Vertailujen tulokset voivat käytännössä hyödyttää myös esimerkiksi opiskelijoita koulutusinstituution valinnassa ja yrityksiä yhteistyösopimusten solmimisessa. Tämän takia eri teemojen ja aihealueiden vertailu yliopistojen välillä on tärkeää.

Myös yliopistojen tarjoama uraohjaus korkeakouluopintojen aikana on ilmiö, joka vaikuttaa opintojen ja työelämän välisiin teemoihin, niin opiskelijoiden kuin työnantajienkin näkökulmasta. Jo hyvän aikaa on kiinnitetty huomiota siihen, että uraohjauksen sisällöt eivät aina vastaa työelämän osaamisvaatimuksia ja usein uraohjauksen saavutettavuudessa ja laadussa on vajavaisuuksia (OECD & The European Commission, 2004). Tutkintojen työelämäopinnot, kuten työharjoittelut tai opinnäytetyöt, kuuluvat myös osaksi asianmukaisen uraohjauksen sisältöjä (Kuurila, 2014). Koska työelämätaidot ovat siis oleellinen osa yliopistojen uraohjausta, on tärkeä havainnollistaa ilmiön toteutumista ja sen suhdetta opiskelijoiden työllistymisprosessiin opintojen jälkeen. Verratessa ilmiötä yliopistojen välillä, voivat myös eri työnantajaorganisaatiot saada mielenkiintoista dataa eri yliopistojen toimintaperiaatteista uraohjauksen suhteen ja täten myös opiskelijoiden sijoittumisesta samaiseen yhtälöön. Koska opiskelijat voidaan nähdä tuotteina koulutuksen kaupallistumisen viitekehyksessä (Davis & Binder, 2016, 396), on opiskelijoiden rekrytointi työelämään osa samaista teemaa. Siksi yliopistojen tarjoamat työelämä- ja urapalvelut opiskelijoille ovat myös osa koulutuksen kaupallistumista.

Tutkimukseni aineisto koostuu suomalaisten yliopistojen verkkosivujen työelämäpalveluihin liittyvistä sivustoista, eli kyseessä on verkosta koottu materiaali. Kyseisiä verkkosivuja analysoidaan laadullisesti, diskurssianalyttisellä tutkimusmenetelmällä akateemisen kapitalismin viitekehyksestä. Tutkimuksessa analysoidaan eri yliopistojen markkinoinnin keinoja ja tarkastellaan myös, onko yliopistoilla olemassa olevia yhteistyökumppaneita listattuna sivustoillaan. Tarkoituksena on selvittää, onko eri yliopistojen työelämäpalveluihin liittyvillä verkkosivuillaan käyttämien diskurssien välillä eroavaisuuksia, ja jos, minkälaisia. Pohdinnan aiheena on myös, miten kyseiset diskurssit rakentavat sosiaalista todellisuutta ja yliopiston mielikuvaa suhteessa työelämään.

2 Korkeakoulutuksen kaupallistuminen

2.1 Koulutuksen kaupallistuminen

Viime vuosien aikana koulutuksen on voitu katsoa kaupallistuneen enenevässä määrin (Hogan & Thompson, 2021; Davis & Binder, 2016). Ilmiötä voidaan tarkastella niin teoriapohjalta kuin käytännönkin tasolta, ja laajemman ymmärryksen saavuttamiseksi avaan näistä kumpaakin näkökulmaa. Ensin huomion kohteena on kaupallistumisen teoreettiset piirteet ja siihen johtaneet ilmiöt, ja tämän jälkeen pyrin avaamaan ilmiötä konkreettisemmalta tasolta esimerkkien avulla. Nostan esiin myös koulutuksen yksityistämisen käsitteen, joka avaa koulutuksen kaupallistumista ilmiönä tuoden sen tulkitsemiseen erilaisen, yksityiskohtaisemman näkökulman. Lisäksi havainnollistan hieman tarkemmin tiettyjä koulutusliiketoiminnallisia ohjelmia, jotka implementoivat koulutuksen ja työelämän välistä yhteistyötä. Usein koulutuksen kaupallistumisen diskurssissa voidaan havaita käytettävän käsitettä 'kaupallistaminen', korostaen ilmiön erilaisia toimeenpanomenetelmiä sekä tarkoituksenmukaista toimijafokusta. Tämän tutkimuksen viitekehyksessä on tarkoituksena kuitenkin havainnollistaa käsitettä enemmän ilmiötasolla, ja siitä syystä on päädytty hyödyntämään kaupallistumisen käsitettä.

Koulutus on kohdannut laaja-alaisia ja monimutkaisia muutoksia jo muutaman vuosikymmenen ajan. Näiden muutosten diskurssissa puhutaan usein koulutuksen kaupallistumisesta, markkinoitumisesta sekä yksityistämisestä, jotka käsitteinä nivoutuvat kaikki osaksi koulutusliiketoimintaa. Tällöin kyse on toiminnasta, jossa koulutuksesta muodostetaan markkinatuote yrityskentille valtion toimesta. Kyseiset teemat linkittyvät vahvasti koulutuksen sosiologiaan, sillä ne edustavat koulutuksen julkisuuden uudelleenmäärittelyä ja toisaalta myös julkisen ja yksityisen toimialan tasoittamista. (Hogan & Thompson, 2021.) Koska suomalainen koulutus on julkinen hyödyke, voi markkinoitumisen havaita olevan hienovaraisempaa kuin maissa, joissa koulutuksen jakautuminen yksityisen ja julkisen sektorin välille on laajamittaisempaa (Candido, Seppänen & Thrupp, 2023).

Koulutuksen markkinoilla tarkoitetaan yksinkertaisuudessaan koulutuksen osallistamista markkinatalouteen. Käytännössä tämä sisältää poliittisia linjauksia, joiden tavoitteena on luoda näennäismarkkinat koulutuksen kentällä. Tällöin koulutuksen suhteen siis luodaan sellaiset 'markkinaolosuhteet' tai kvasimarkkinat, joilla pyritään hallitsemaan sekä julkisten

instituutioiden ja yhteisöjen sekä yksityisten organisaatioiden ja yksilöiden välistä kanssakäymistä. (Hogan & Thompson, 2021.) Tämän kaltaisia koulutuspoliittisia linjauksia voidaan tarkastella myös valtion tasolla ja erityisesti sen harjoittaman vaikutusvallan suhteen.

Valtion toimiessa aktiivisena elimenä markkinaolosuhteiden edistämässä koulutuksen kentällä, esimerkiksi lakeja säätelemällä ja koulutuksen edistämistä tukevia instituutioita perustamalla, voidaan puhua uusliberalististen aatteiden mukaisesta toiminnasta. Tällöin keskiössä on siis valtion rooli kilpailukykyisten ja vapaiden markkinoiden edistäjänä. Uusliberalismin korostama kilpailukykyyn säilyttäminen ja edistäminen on merkittävässä roolissa koulutuksen kaupallistumisen diskurssissa, sillä kilpailukykyinen koulutus nähdään tehokkaana sivistys- ja osaamispääomaa tuottavana ilmiönä – mikä puolestaan vauhdittaa talouskasvua. (Nivanaho, 2024.) Candido, Seppänen ja Thrupp (2023) sen sijaan esittävät, että koulutuksen liiketoiminnallisuuden lisääntyminen koulutuksen kentällä vähentää koulutuksen autonomisuutta, sillä vaikutukset ulottuvat niin sen teoriaan kuin käytäntöönkin. Myös Rinne (2019) toteaa, että koulutuspoliittiset muutokset ja erityisesti taloudellisuuden lisääntyminen yliopistokoulutuksen kentällä vähentää kyseisen instituution autonomisuutta. Uusliberalistinen näkemys koulutuspolitiikassa kuitenkin näkee valtion roolin ensisijaisesti mahdollistamassa yksilöiden ja instituutioiden autonomiaa (Nivanaho, 2024).

Hogan ja Thompson (2021) määrittelevät koulutuksen kaupallistumisen toimintana, jossa koulutukseen liittyviä hyödykkeitä ja palveluita tuotetaan, markkinoidaan ja myydään liiketoiminnallisen voiton saavuttamiseksi. Erityisesti digitalisaation kehitys koulutusmarkkinoilla on avannut uudenlaisen markkinaraon koulutuksen ja teknologisten tuotteiden ja palveluiden välille (Nivanaho, 2024). Kaupallistuminen on parhaimmillaan hyvinkin tuotteliasta, ja nopeimmin kasvavat markkinat on havaittu ilmenevän juuri digitaalisilla ja teknillisillä aloilla. (Hogan & Thompson, 2021). Vaikka tämän tutkielman tarkoitus ei ole tarkastella eri koulutusalojen eroavaisuuksia kaupallistumisen suhteen, vaan instituutioiden välisiä eroja, on hyvä huomioida, että variaatiota on havaittavissa myös alakohtaisesti.

Koulutuksen kaupallistumisen voidaan nähdä vaikuttavan siihen, miten opiskelijoihin suhtaudutaan korkeakoulussa. Kun korkeakouluopiskelija nähdään ensisijaisesti työelämän markkinoiden tuotteena, voi samanaikaisesti opiskelijan suhtautuminen omiin opintoihin ja työelämään muuttua. (Davis & Binder, 2016.) Filosofisesta näkökulmasta on nostettu esiin pohdintaa siitä, muuttaako kaupallistuminen opiskelun suuntaa ja merkitystä siten, että

opiskelua motivoi tutkinnon saavuttaminen sen sijaan, että opiskelijat voisivat keskittyä uuden oppimiseen (Molesworth, Nixon & Scullion, 2009). Jos tutkintoa havitellaan ainoastaan sen tuottaman hyödyn näkökulmasta ja työpaikan saavuttamiseksi (Molesworth, Nixon & Scullion, 2009, 279), voisi ajatella, että oppimisen motivaattoriset tekijät eivät ole kovin kannustavia.

Koulutuksen kaupallistumisen näkökulmaa tukevat myös tutkimukset, jotka kartoittavat laajemmin koulutuksen liiketoiminnallisuuden kasvamista. Candido ym. (2023) esittävät ja tutkivat kolmea näkökulmaa perustellen edellä väitettyä. Ensimmäisenä on ajatus siitä, että kaupallinen ala ottaa jalansijaa koulutuksen kentällä mahdollisesti tavoitellen sen hyödyntämistä eri liiketoimintojen tueksi. Toiseksi koulutuksen kentän uudelleen orientoituminen on tapahtunut ‘muutosagenttien’ tai sosiaalisesti miellettyjen ‘eksperttien’ myötä tai toisaalta uusien koulutuksen alan kuluttajien ja tuottajien interaktion myötä, joita kuitenkin rajaa muiden alojen vaikutus. Ja kolmanneksi, koulutusalan toimijat hyödyntävät liiketoiminnallisia lähestymistapoja kehittääkseen ja modernisoidakseen koulutuksen kenttää, säilyttääkseen kilpailukyvyn nyky-yhteiskunnassa. Huolimatta siitä millä tavoin liiketoiminta läpi leikkaa koulutuksen kenttää, se vaikuttaa siihen, miten koulutus ymmärretään ja määritellään sekä millaisia odotuksia koulutukselle asetetaan. Yksi tämän kaltaisista koulutuksen ja liiketoiminnan yhdistävistä toiminnoista on koulutuksen yksityistäminen. (Candido, ym. 2023.)

2.2 Koulutuksen yksityistäminen

Koulutuksen kaupallistumisen diskurssissa törmää usein koulutuksen yksityistämisen käsitteeseen – ilmiö, joka vaikuttaa omalta osaltaan koulutusta muokkaavien yritysten ja organisaatioiden toimintaan ja strategioihin. Yksityistämällä tarkoitetaan sellaisia prosesseja, joissa julkisia toimintoja ulkoistetaan yksityisen sektorin toimijoille, esimerkiksi yrityksille ja voittoa tavoittelemattomille organisaatioille. Yksityistäminen on tehokas keino toteuttaa koulutuksen kaupallistumista erityisesti Suomessa, jossa koulutus on julkinen palvelu. (Dovemark, ym. 2018.) Koulutuksen yksityistämällä tarkoitetaan siis yksityisen sektorin toimijoiden aktiivisempaa roolia koulutusmarkkinoilla (Nivanaho, 2024).

Yksityistämällä voidaan myös viitata sellaisten markkinaolosuhteiden kehittämiseen, joissa etuoikeutetaan yksityishenkilöiden valinta-oikeutta kouluinstituution suhteen ja koulujen autonomiaa. Tämä voi käytännössä tapahtua esimerkiksi siten, että yksityisen sektorin toimintatapoja integroidaan osaksi julkista sektoria, jotta julkisesta sektorista saadaan

liiketoiminnallisempi. Toisaalta yksityisen sektorin toimijoille voidaan myös antaa mahdollisuus osallistua julkisen sektorin palveluiden, eli tässä suhteessa koulutuksen, kehittämiseen ja hallintaan. Nämä eivät ole toisiaan poissulkevia tapoja yksityistämässä, vaan ennemminkin tukevat toinen toistaan. (Hogan & Thompson, 2021.) Koulutuksen yksityistämisen tavoitteena on tuotteliaisuuden ja innovaatioiden lisääminen ja kulujen vähentäminen sekä kilpailukyvyen edistäminen (Burch, 2021).

Koska korkeakoulujen yksityistämiseen liittyy vahvasti koulutusinstituution valintamahdollisuus, linkittyy se myös vahvasti koulutuksen tasa-arvoon ja hierarkkisuuteen liittyviin kysymyksiin. Voisi ajatella, että mitä enemmän yksityishenkilön valinta koulutusinstituution suhteen yhteiskunnassa korostuu, sitä enemmän se myös edellyttää instituutiolta hyvää mainetta, mainontaa ja markkinointia. Osaksi kunkin yliopiston markkinointia liittyikin opiskelun jälkeiset mahdollisuudet, minkä vuoksi mahdollisten työelämäpalveluiden ja -partnerien olemassaolo ja mainonta ovat oleellinen osa opiskelupaikkaa valitessa. Toisaalta on hyvä huomioida, että koulutuksen yksityistäminen tapahtuu käytännössä usein ikään kuin esiripun takana, poissa suuren yleisön silmiltä, esimerkiksi alihankintasopimusten muodossa (Nivanaho, 2024; Burch, 2021). Tämä havainto voi puolestaan perustella yhteistyökumppaneihin liittyvää markkinointia ja erityisesti sen esiintyvyyttä esimerkiksi juuri yliopistojen verkkosivuilla.

Koulutuksella on muutenkin keskeinen merkitys yhteiskunnassa – niin yksilön kuin yhteiskunnallisella tasolla tarkasteltuna. Koulutuksen voidaan katsoa olevan yhteydessä muun muassa yksilön hyvinvointiin ja tuottavuuteen sekä toisaalta laajemmin tarkasteltuna esimerkiksi tuloerojen tasa-arvoon ja taloudellisen kilpailukyvyen säilymiseen. Erilaiset koulutukset tuottavat tietynlaisia osaajia tai 'tietotyöntekijöitä', jotka asiantuntijuudellaan ja tietotaidollaan ovat merkittäviä toimijoita tulevien työorganisaatioiden tuottavuuden ja kilpailukyvyen säilyttämisen näkökulmasta. Toisesta näkökulmasta tarkasteltuna on havaittavissa, että tämän hetken jatkuvasti kehittyvä ja globalisoituva maailma edellyttää yrityksiltä kilpailukyvyen säilyttämistä esimerkiksi laadukkaan markkinoinnin avulla ja luoden käyttäjätahoille uniikin mielikuvan yrityksestä. Saavuttaakseen tämän, yritysten on rekrytoitava innovatiivisia ja osaavia alan ammattilaisia osaksi toimijoitansa. Tämä korostaa saatavilla olevien rekrytoitavien osaamista, mikä puolestaan linkittyy vahvasti heidän koulutustasoonsa. (Damoc, 2017.) Näin ollen voidaan päätellä, että koulutuksen ja talouden yhteen nivoutuminen voi parhaimmillaan täydentää toinen toisiaan. Koulutusinstituutiot hyötyvät työelämän yhteistyökumppaneista taloudellisesti ja toisaalta työorganisaatiot

saavuttavat ajankohtaista tietotaitoa omaavat alan opiskelijat, tässä kontekstissa siis organisaatioiden mahdolliset tulevaisuuden työntekijät ja asiantuntijat.

Koulutuksen ja eritoten yliopistojen tuottaman osaamisen muutos johtunee pitkälti yhteiskuntien poliittisista muutoksista, eritoten tietotaloudellisista muutoksista ja tietoyhteiskunnan kehittymisestä. Poliittisessa diskurssissa yliopiston merkitys on tunnistettu ja sille annetaankin paljon painoarvoa erilaisten teemojen käsittelyssä. (Rinne, 2019.) Lisäksi Rinne (2019) esittää myös, että yliopistot muuttuvat myös organisatorisella tasolla, ja tässä suhteessa juuri yrittäjämäisyys korostuu. Onkin luonnollista ajatella, että yrittäjämäisyyden korostuessa yliopisto-organisaatioissa myös yritysten muotoutuminen osaksi yliopistojen yhteistyökumppaneita yhä monipuolisemmin on sekä järkevää että kannattavaa.

Koulutuksen kaupallistumisen viitekehyksessä on oleellista nostaa esille globaali koulutuksen toimiala, eli Global Education Industry, joka on laajentunut viime vuosien aikana merkittävästi. Globaali koulutuksen toimiala on ikään kuin tietynlainen ekosysteemi tai poliittisten käytäntöjen infrastruktuuri, joka keskittyy liiketoiminnallisiin mahdollisuuksiin koulutuksen kentällä maailmanlaajuisesti. Konkretian tasolla se käsittää monipuolisesti palveluita ja hyödykkeitä sekä toisaalta tutustuttaa laaja-alaisesti uusia toimijoita tai sidosryhmiä osaksi koulutuksen kenttää. Toiminnan tarkoituksena on koulutuksellisten palveluiden ja hyödykkeiden tuottaminen sekä toisaalta kysynnän ja tarjonnan suhteuttaminen koulutusmarkkinoiden syntymisen ja laajentamisen näkökulmasta. (Candido ym. 2023.) Myös koulutuksen yksityistämisen voidaan katsoa kuuluvan osaksi kyseistä toimialaa, sillä osana kyseistä ilmiötä voidaan tarkastella yksityisen sektorin toimijoiden roolia ja vaikutusvaltaa koulutuksen toimialalla (Verger, Steiner-Khamsi & Lubienski, 2020). Tällöin yksityisen sektorin toimijat voivat osaltaan kehittää ja päivittää koulutuksen toimialaa, esimerkiksi teknologisten ja muiden modernien koulutuksen innovaatioiden avulla (Candido, ym. 2023).

Vaikka globaali koulutuksen toimiala voidaan käsittää pitkälti poliittisina käytänteinä ja säädöksinä, on silti havaittavissa sen vaikutus koulutukseen myös käytännön tasolla konkreettisin muutoksin. Verger, Steiner-Khamsi ja Lubienski (2020) esittävät, että tällainen konkreettinen muutos on muun muassa rahoituslaitosten kasvava vaikutusvalta koulutuksen kentällä – jolloin puhutaankin siis suoranaisesti koulutuksen kaupallistumisesta. Osaltaan globaalia koulutuksen toimialaa voidaan siis ilmiönä itsessäänkin ajatella olevan osatekijä koulutuksen kaupallistumisessa, eikä ainoastaan taustalla vaikuttava infrastruktuuri. Koska kaikkiin yhteiskunnallisiin päätöksiin, politiikkaan ja esimerkiksi globalisaatioon voidaan

suhtautua toisiinsa päittäin vaikuttavina ilmiöinä, on myös tarpeen huomioida, että kyseinen ilmiö muokkautuu jatkuvasti kehittyvän yhteiskunnan mukana ja toisaalta vaikuttaa myös itsessään eri päätöksiin (Verger, ym., 2020).

2.3 Yliopistojen hierarkkisuus

Yliopistojen hierarkkisuutta voidaan tarkastella niin opiskelijan kuin työnantajankin näkökulmasta. Kuten koulutuksen yksityistämisen viitekehystä avatessa kävi ilmi, opiskelijoiden valintaoikeus yliopistoon haettaessa edellyttää automaattisesti kyseisten instituutioiden asettamista haluamaansa järjestykseen hakuvaiheessa. Työnantajan näkökulmasta hierarkkisuus näyttyy enemmän yliopistojen välisissä kilpailuasetelmissa, jotka luovat mielikuvan yliopistojen statuksesta ja imagosta – mahdollisesti määritellen mahdollisia yhteistyösopimuksia. (Bégin-Caouette, 2017; Kauppinen & Kaidesoja, 2014.) Kumpaakin näkökulmaa avaan tässä luvussa hieman tarkemmin.

Yliopistojen keskeinen rooli yhteiskunnan taloudessa ja sen kehityksessä asettaa ne merkittävään kilpailuasetelmaan toistensa kanssa. Kilpailuasetelman läpileikkaavuudesta kertoo globaalisti tehdyt vertailut, jotka välittävät tietoa kaikkein suosituimpien ja parhaiden yliopistojen sijoituksesta suhteessa muihin maailman yliopistoihin. Times Higher Education-lehden vuosittainen yliopistovertailu on yksi esimerkki tästä, ja he kuvaavat kyseisen vuosittaisen vertailun tavoitteen olevan yliopistojen tutkimuksen, opetuksen sekä vaikuttavuuden vertailu ([timeshighereducation.com](https://www.timeshighereducation.com), 2024).

Yliopistovertailut vaikuttavat niin opiskelijoiden valintaprosessiin korkeakoulutukseen haettaessa kuin myös esimerkiksi valtioiden hallinnollisiin elimiin korkeakoulutuksen rahoitusprosesseihin liittyen. Myös eri yritykset ja organisaatiot voivat kiinnittää huomiota yliopistovertailujen tuloksiin, muokaten niiden yhteistyöhalukkuutta eri instituutioiden kanssa. (Bégin-Caouette, 2017; Kauppinen & Kaidesoja, 2014.) Yliopistokyseiset vertailut ja niiden tulokset tuottavat siis sellaista tietoa, joka on merkityksellistä eri työnantajaorganisaatioille miettiessään yliopistojen kanssa solmittavia yhteistyösopimuksia. Täten yliopistojen välinen vertailu on oleellinen elementti koulutuksen kaupallistumisen viitekehyksessä, asettaen yliopistot kilpailuasetelmaan toistensa kanssa. Lisäksi Kauppinen ja Kaidesoja (2014) esittävät, että myös akateeminen kapitalismi viittaa ilmiönä muun muassa markkinakäyttämiseen niin yliopiston sisäisen toiminnan suhteen kuin kyseisten instituutioiden välilläkin, korostaen siis yliopistojen välistä hierarkkisuutta ja kilpailua.

Kilpailuasetelman merkittävyyden takia yliopistojen hierarkkisuutta on syytä tarkastella eri näkökulmista.

Yliopistojen markkinointikeinot omilla verkkosivuillaan ovat imagokysymys. Imagolla tarkoitetaan sellaista mielikuvaa, jota kyseinen instituutio pyrkii itsestään välittämään muille. On osoitettu, että imago on yhteydessä ulkoisten toimijoiden valintoihin. (Huusko & Pyykkö, 2023). Tällöin voidaan todeta, että yliopistojen maine ja imago – joita yliopisto ylläpitää markkinoimalla osaamistaan – ovat keskeisessä roolissa luomassa työnantajille mielikuvaa kyseisen instituution kanssa tehtävästä yhteistyöstä. Voisi myös ajatella, että koulutuksen maailmanlaajuisen kilpailun puitteissa onkin oleellista tarkastella ja tutkia myös kotimaisten koulutusinstituutioiden välistä kilpailua ja niihin liittyviä syitä. Tämän myötä konkretisoituu tietoisuus siitä, mihin asemaan eri suomalaiset instituutiot asettuvat maailmanlaajuisessa vertailussa, näin ollen tuottaen tärkeää tietoa koulutuksen kehittämiseen liittyvissä kysymyksissä. Lisäksi kyseinen kartoitus havainnollistaa niitä tekijöitä, joihin tulisi keskittyä muun muassa koulutuksen kaupallistumisen ja koulutusviennin diskurssissa.

Suomalaiseen korkeakoulutukseen pääsyyn liittyy hakuprosessi, jossa hakija laittaa mieluisat vaihtoehdot hierarkkiseen järjestykseen. Ensisijaisen hakutoiveen täytyessä alemmaksi asetetut vaihtoehdot peruuntuvat automaattisesti. Näin ollen on oleellista tarkastella, mitkä tekijät toimivat vetonauloina eri yliopistoissa ja miksi tietyt kohteet ovat opiskelijoiden näkökulmasta “viehättävämpiä” kuin toiset. Kyse on siis eri yliopistojen statuksesta. (Isopahkala-Bouret, Kosunen & Haltia, 2023.) Hierarkkisen hakuprosessin vuoksi yliopistot kilpailevat keskenään tutkinnon aloittavista opiskelijoista työelämän organisaatioiden ohella. Koska tutkinto-opiskelijat nähdään koulutuksen kaupallistumisen myötä usein markkinatuotteina ja työnantajat pyrkivät rekrytoimaan yliopistoista parhaat osaajat (Viitala, 2021), linkittyä yliopistojen väliset kilpailut ja korkeakoulutukseen hakemiseen liittyvä hierarkkinen valintajärjestelmä myös tiiviisti koulutuksen kaupallistumiseen. Opiskelijoiden rekrytointia ja sitä tukevia yliopiston tarjoamia työelämäpalveluita taustoitan tarkemmin luvussa 4, ja on oleellista pitää mielessä tämä yhteys yliopistojen hierarkkisuuteen ja koulutuksen kaupallistumiseen.

Suomessa, kuten muissakin Pohjoismaissa on havaittavissa yliopiston maantieteellisen sijainnin merkityksellisyys opintoihin haettaessa. Sijainti vaikuttaa niin eri opetusohjelmia harkitessa kuin esimerkiksi mieluisan ja sopivan hintaisen asunnon löytämisessä. (Isopahkala-Bouret ym. 2023.) Koska suomalaiset korkeakoulut ovat maantieteellisesti niin laaja-alaisesti

sijoitettuina, sen saavutettavuuden suhteen on havaittavissa epätasa-arvoisuutta eri paikkakunnilta hakevien opiskelijoiden välillä. Ainoastaan yliopistoja – eikä kaikkia korkeakouluja – verrattaessa eroavaisuudet ovat vähäisempiä. Joskin usein sellaisten kaupunkien tai kuntien opiskelijat, joissa on entuudestaan yliopisto, hakeutuvat muita useammin yliopistokoulutuksen pariin. (Saari, Inkinen & Mikkonen, 2016.)

Koulutuksellinen tasa-arvo on edistynyt koulutuksen lisääntyneen tarjonnan myötä, kun sosiaalisen liikkuvuuden rajoitteet eivät vaikuta ilmiöön niin paljoa. Samanaikaisesti on kuitenkin havaittavissa, että vaikka epätasa-arvoisuutta lisäävät teemat koulutuksen kentällä, kuten esimerkiksi koulutuksen saavutettavuus ovat vähentyneet, on absoluuttisen tasa-arvoisuuden saavuttaminen hyvinkin epätodennäköistä. Koulutuksen tasa-arvoisuus ja yliopistojen hierarkkisuus on keskeinen käsiteltävä teema koulutuksen kaupallistumisen viitekehyksessä, sillä koulutukseen pääsy ja sen myötä työllistyminen on merkittävä tekijä yksilön yhteiskuntaan integroitumisen kannalta. (Silvennoinen, Kalalahti & Varjo, 2016).

3 Akateeminen kapitalismi korkeakoulutuksessa

Erilaiset poliittiset valtavirrat, kuten uusliberalistinen talouspolitiikka, liberalistinen tai keynesiläinen taloustiede sekä radikaali tai post-Marxilainen (myös jälkikapitalistinen) talouspolitiikka voivat kaikki osaltaan selittää 1980-luvun jälkeen tapahtuneita taloudellisia muutoksia maailmanlaajuisesti. Vaikka kyseiset valtavirrat edustavat erilaisia periaatteita ja ideologioita, kunkin kohdalla on voitu tunnistaa ymmärrys siitä, kuinka markkinat ovat muuttuneet ja julkisia resursseja on allokoitu poispäin sosiaalisesta hyvinvoinnista sekä koulutuksesta ja sen sijaan keskitetty kasvattamaan yritysten kilpailukykyä. Kyseisen trendin myötä myös korkeakoulutuksen sisäisiä resursseja on alettu keskittämään sellaisiin toimintoihin, jotka edesauttavat taloudellista innovaatiota ja kilpailukykyä – johtaen akateemisen kapitalismin ilmenemiseen. (Slaughter & Leslie, 1997, 14.)

Akateemisella kapitalismilla korkeakoulutuksessa tarkoitetaan ilmiötä, jossa yliopistojen toimintatapoihin ja kehitykseen vaikuttaa entistä enemmän monenlaiset markkinoinnin tietojärjestelmät.

”Yleisellä tasolla akateemisen kapitalismin käsitteellä tarkoitetaan tutkimuskirjallisuudessa yliopistojen, markkinoiden ja valtion rajojen uudelleenrakentumista siten, että markkinat ja markkinalogiikka muokkaavat ja läpäisevät aiempaa enemmän yliopistojen toimintaa ja kehitystä” (Kaidesoja, 2018, 98)

Akateemisen kapitalismin mukainen markkinakäyttäytyminen viittaa kaikkiin niihin yliopistojen toimintatapoihin, joissa instituutiotasolla kilpaillaan ulkoisesta rahoituksesta eri tavoin (Slaughter & Leslie, 2001, 154). Yliopistoissa markkinoituminen näkyy käytännössä esimerkiksi ulkopuolisen rahoituksen sekä tutkimuksen ulkopuolisen arvioinnin lisääntymisen muodossa. Lisäksi myös yritysten kanssa tehtävää yhteistyötä korostetaan ja ulkopuolista rahoitusta hyödynnetään esimerkiksi professuurien ja lukukausimaksujen rahoittamiseen. Ideologian tasolla kapitalistinen ajattelu- ja arvomaailma akateemisessa ympäristössä ilmenee tehokkuuden ja tuottavuuden korostamisen muodossa. (Guttorm, ym. 2014, 124.)

Tehokkuuden ja tuottavuuden parantamisen lisäksi kyseisen ajattelumaailman kokonaisvaltaisena tavoitteena on taloudellisen kilpailukyvyn edistäminen. Käytännössä sen toteutus on keskittynyt korostamaan yliopistoissa tehtävän tutkimuksen ja niiden tuottaman tietotaidon potentiaalia. (Slaughter, 2022, 28–29.) Akateemisen kapitalismin mukaisen markkinakäyttäytymisen keskiössä on siis taloudellinen voitontavoittelu ja kilpailukyky (Slaughter & Leslie, 2001, 154; Rhoades & Slaughter, 1997, 9).

Akateemisen kapitalismin tunnistaminen ilmiönä voi mahdollistaa sellaisen teorian muodostamisen, jonka avulla on mahdollista avata niitä mekanismeja, joilla yliopistot ja muut korkeakoulut integroituvat osaksi valtion taloutta ja markkinoita (Kauppinen & Kaidesoja, 2014; Slaughter & Leslie, 2001, 156). Yliopistoilla on merkittävä positio yhteiskunnissa globaalisti – ne tuottavat niin uutta tutkimustietoa kuin korkeasti koulutettua työvoimaa. Yliopistot voidaan tunnistaa siis akateemisen kapitalismin viitekehyksessä taloudellisen kehityksen oleellisiksi elementeiksi, joiden funktiona on voitontavoittelu. (Bégin-Caouette, 2017.) Yliopistojen toiminnan suuntaaminen osaksi valtionaloutta on pitkälti seurausta siitä, että yliopistojen julkista rahoitusta on vähennetty, jolloin rahoitusta on jouduttu etsimään enenevissä määrin ulkoisilta tahoilta. (Slaughter & Rhoades, 1997, 13).

Kuten Slaughter (2022, 30) esittää, yliopistojen tiedon tuottamista sävyttää enenevissä määrin markkinatalous ja prosessien rahallistaminen, eli rahaksi muuttaminen. Lisäksi yliopistoilla voidaan katsoa olevan tavoite tuottaa sellaista tietotaitoa, joka edesauttaa yritysten ja organisaatioiden asemaa taloudellisessa kilpailukyvyssä kansainvälisesti (Kauppinen & Kaidesoja, 2014). Toisin sanoen, yliopistojen tulee tuottaa uuden tutkimustiedon lisäksi yllä kuvaavaan määritelmään sopivaa tulevaisuuden työvoimaa – eli kyseinen funktio yltää yliopistojen opiskelijoihin saakka. Akateeminen kapitalismi kuitenkin läpileikkaa yliopistojen toimintaa suhteellisen kokonaisvaltaisesti, vaikuttaen aina henkilöstöstä opiskelijoihin ja tutkimuksesta hallinnon toimiin sekä opetuksen toteutukseen (Slaughter & Rhoades, 1997, 17).

Myös Yhdysvalloissa tehdyt akateemisen kapitalismin tutkimukset korostavat opiskelijoihin kohdistuvia muutoksia ilmiön toteutumisessa. Joissain tapauksissa opiskelijoihin esimerkiksi suhtaudutaan kuluttajina siinä yliopistossa, tai tässä tapauksessa yrityksessä, missä he opiskelevat. Tällöin valta siirtyy opiskelijoille, kun yliopistot kilpailevat toistensa kanssa heidän lukukausimaksuistaan. (Slaughter & Leslie, 2001, 157.) Toisaalta Slaughter ja Rhoades (1997, 14) ovat esittäneet, että opiskelijat eivät ole akateemisen kapitalismin markkinoiden kuluttajia vaan ennemminkin 'tuotteita', joita työnantajaorganisaatiot tavoittelevat. Uudemmassa lähteessä Mars, Slaughter ja Rhoades (2008, 638) sen sijaan esittävät, että opiskelijoihin voisi suhtautua yrittäjinä akateemisen kapitalismin viitekehyksessä. He perustelevat näkemystä sillä, että markkinoiden toimintaan osallistuminen on kasvanut myös opiskelijoiden keskuudessa, erityisesti tiede- ja tekniikka-aloilla. Tämä uudempi näkemys suhtautuu opiskelijoiden rooliin akateemisen kapitalismin viitekehyksessä hiukan eri tavoin kuin aiemmin – opiskelijat eivät ole pelkästään ilmiön

'kaupallisia uhreja', vaan myös edunsaajia, joita neuvotaan ja tuetaan yrittäjinä valtiontasolla (Mars, Slaughter & Rhoades, 2008, 639). Myös Rinne (2019, 467) toteaa, että opiskelijat eivät suoranaisesti ole vielä Suomessa asiakkaita, mutta konsumerismin elementtejä on havaittavissa kyseisessä yhtälössä.

On kuitenkin hyvä huomioida, että akateeminen kapitalismi näyttäytyy Yhdysvalloissa eri mittakaavassa kuin esimerkiksi Suomessa, sillä koulutus on siellä maksullista. Kuluttajan ja yrityksen, eli opiskelijan ja yliopiston välinen suhde kuitenkin kuvastaa akateemista kapitalismia ideologiatasolla ja vertaus on tässä tutkimuksessa ilmiön havainnollistamisen vuoksi. Kuten aiemmin kuitenkin todettiin, Suomessa hakijat asettavat yliopistot hakutoiveiden mukaisesti hierarkkiseen järjestykseen, näin ollen asettaen myös suomalaiset yliopistot kilpailuasetelmaan toistensa kanssa.

Kaidesoja (2018, 98) esittää kolme keskeistä käsitettä tai teemaa akateemisen kapitalismin läheisyydessä, mitkä puolestaan havainnollistavat sen konkreettista toteutumista ja kaupallistumisen näkökulmaa. Nämä ovat markkinakäyttäytyminen (market behaviour), tutkimustiedon ja koulutuspalvelujen muuttaminen kauppatavaraksi (commodification) sekä markkinalogiikan mukainen käyttäytyminen (market-like behaviour).

Markkinakäyttäytyminen viittaa suoranaisesti yliopistoista lähtöiseen voitontavoitteluun esimerkiksi juuri tutkimustiedon ja koulutuspalveluiden kauppaamisena. Sen sijaan markkinalogiikan mukaisesti käyttäytyvä yliopisto viittaa kilpailuasetelmaan, jossa tavoitteena on pyrkimys saavuttaa erinäisiä ulkoisia rahoituksia tai esimerkiksi opinnoista maksavia opiskelijoita. Kyseessä on siis yliopistojen keskinäinen kilpailuasetelma.

(Kaidesoja, 2018, 98–100.) Markkinoinnin teemojen läpileikkaus julkisten palveluiden toiminnoissa pohjautuu oletukseen siitä, että markkinoitumisen tuottamat kilpailuasetelmat puolestaan lisäävät toimintojen laadukkuutta ja tehokkuutta taloudellisesta näkökulmasta. Koulutuksen suhteen markkinoitumisessa on kyse siis sekä instituutioiden että opiskelijoiden välisestä kilpailuasetelmasta. (Dovemark, ym., 2018.)

On myös nostettu esiin, että korkeakouluilla on velvollisuus osoittaa tuloksellisuutta laaja-alaiselle tiedontuotannolle osoittaakseen, että niille suunnattu julkinen rahoitus käytetään asianmukaisesti, vastuullisesti ja tehokkaasti. Esimerkiksi Euroopan Unionissa säädettyä Bolognan prosessia, jonka fokus on koulutusmarkkinoiden koordinoinnissa, voidaan itsessään pitää akateemisen kapitalismin ilmiönä. Tämä perustuu näkemykseen siitä, että prosessissa on korostettu Euroopan kilpailukyvyn kasvattamista tietotalousalueena ja tämä näyttäytyy

konkretian tasolla muun muassa markkinaehtoistumisen painottamisena korkeakoulutuksessa. (Poutanen, Koskinen, Ylöstalo & Lepistö, 2023.)

Yliopistojen ja muiden korkeakoulujen kehityksen ja muiden muutosten suuntaa voidaan tarkastella ja havainnollistaa akateemiseen kapitalismiin perustuvilla teorioilla. Kaidesoja (2018, 100) avaa kyseistä teemaa pohjaten sen Slaughterin ja Rhoadesin tietojärjestelmien kahtiajakoon. Julkishyödykkeen tietojärjestelmä ja akateemisen kapitalismin tietojärjestelmä ovat analyyttisiä menetelmiä, jotka voivat selittää osaltaan yliopistojen muutossuuntia. Ne eroavat toisistaan lähinnä tieteellisen tutkimuksen organisoinnin ja statuksen sekä yliopistojen tehtävien suhteen. Seuraavaksi havainnollistan näiden kahden tietojärjestelmän eroavaisuuksia hieman tarkemmin. (Kaidesoja, 2018, 100.)

Julkishyödykkeen tietojärjestelmän näkökulmasta yliopiston tuottama tutkimustieto mielletään luonnollisesti julkishyödykkeenä eli se ei ole markkinoilla kaupan. Sen sijaan akateemisen kapitalismin tietojärjestelmän mukaan tutkimustieto mielletäisiin nimenomaan kauppatavaraksi eli painopisteenä on tutkimustiedon kaupallistaminen. Lisäksi tietojärjestelmien kahtiajako korostaa tutkimuksen asemaa, sillä julkishyödykkeellisestä näkökulmasta perustutkimus erotetaan selkeästi niin soveltavasta tutkimuksesta kuin kehittämistoiminnasta, kun taas akateemisen kapitalismin näkökulmasta tämänkaltainen selväpiirteinen jaottelu ei ole kannattavaa, saati tarpeenmukaista. Viimeinen kahtia jaottelu korostaa yliopiston funktiota. Julkishyödykkeellisyyttä korostaen yliopistot fokuoivat toimintansa perustutkimukseen, jonka tulokset ovat julkisesti käytettävissä ja hyödynnettävissä. Akateeminen kapitalismi sen sijaan korostaa yliopistoja markkinatoimijoina ja niiden tuottamaa tutkimusta kauppatavarana – tyypillisesti yhteistyössä yritysten kanssa – tarkoituksena kasvattaa niin kansantaloutta kuin edistää yritysten kilpailukykyä. (Kaidesoja, 2018, 100–102.)

Yliopistojen tuottaman tutkimustiedon ja pääoman tarkastelu akateemisen kapitalismin näkökulmasta on yhteiskunnallisesti välttämätöntä. Kuten (Munch, 2014) onkin esittänyt jo reilu kymmenen vuotta sitten, valtioiden tulevaisuuden pääoma on pitkälti riippuvainen nopeasti muuttuvan tieteellisen tiedon omaksumisesta. Lisäksi oleellista on se, kuinka tutkimustietoa hyödynnetään niin teknologian kuin taloudenkin osa-alueilla, tavoitteena tuottaa käytännöllistä kauppatavaraa. (Munch, 2014.) Akateemisen kapitalismin viitekehuksesta tehty tutkimus yliopistojen toiminnasta luo edellytyksiä ymmärtää ja jalostaa uutta tietoa (Hauge, 2016), ja tämän voisi nähdä olevan tavoitteellisen kehityksen kulmakivi.

Toisaalta on myös esitetty, että ulkoisen rahoituksen määrän kasvaessa yliopistoissa, akateemisen tutkimuksen vapaus ja autonomia voi heikentyä. Tätä tukee resurssiriippuvuusteoria, jonka mukaan rahoittajilla on valtaa myös päättää yliopistojen toiminnasta (Rinne, 2019, 468). Autenttisen ja luotettavan tutkimustiedon tuottamisen voisi kuvitella olevan aiempaa hankalampaa, jos ulkoiset toimijat suuntaavat tutkimusta enemmän pitäen omat intressinsä etusijalla.

On kuitenkin huomioitu, että pääomaan voidaan suhtautua akateemisen kapitalismin suhteen myös muusta kuin taloudellisesta tai intellektuaalisesta näkökulmasta. Yliopistojen tuottama pääoma voi indikoida yhteyksiä esimerkiksi yliopiston statukseen, maineeseen tai arvovaltaan – korostaen siis myös sosiaalista, kulttuurista ja symbolista pääomaa. Korkea maine ja status voivat johtaa kohonneeseen yhteistyötoimintaan eri organisaatioiden kanssa koko valtion tasolla, näin ollen tuottaen myös taloudellista pääomaa sekä toteuttaen akateemista kapitalismia ilmiönä (Kauppinen & Kaidesoja, 2014.) Täten kyseistä yhteistyötoimintaa ja yliopiston tuottamaan pääomaan liittyviä teemoja tulee tutkia, eritoten laaja-alaisen yhteiskunnallisten merkitysten vuoksi.

Koska yliopistojen tuottama pääoma voi siis olla yhteydessä kyseisen instituution statukseen ja maineeseen valtioneuvoston tasolla, on huomionarvoista palata vielä suorituskeskeisen kulttuurin ja yliopistojen välisen kilpailukyvyn tarkasteluun. Tutkimukset osoittavat, että seipitteellinen kielenkäyttö näyttäytyy oleellisena elementtinä yliopiston suorituskeskeisyyttä korostavassa kulttuurissa ja ideologiassa. Seipitteellisellä kielenkäytöllä tarkoitetaan sellaista kuvausta, jonka tarkoituksena on markkinoida yliopiston toimintaa mahdollisimman tehokkaasti ja toimivasti, ei välttämättä kuitenkaan täysin totuudenmukaisesti. Kuvaukset voivat olla yksilö- ja/tai organisaatiotasoisia, ja niiden tavoitteena on luoda mahdollisimman erinomainen kuva kyseisestä instituutiosta ja sen toiminnasta. Kuvaukset eivät välttämättä ole suoranaisesti valheellisia tai epätosia, mutta niillä ei myöskään tavoitella totuutta, vaan enemmän toimivia ja positiivisia mielikuvia luovia representaatioita. Tämä uudenlainen ”teollisuudenhaara” onkin seurausta suorituskeskeisen kulttuurin poikimasta kilpailukyvyn säilyttämisestä, jossa keskiössä on yliopiston brändääminen sekä julkiselle vallalle että markkinoille. (Rinne, 2019, 462.) Ilmiö herättää paljon kysymyksiä yliopistojen funktiosta ja roolista yhteiskunnassa, samoin kuin sen toimintatapojen autenttisuudesta.

Akateemisen kapitalismin kehittymistä Suomessa voidaan havainnollistaa muun muassa korkeakoulutuksen rahoitusjärjestelmässä tapahtuneiden muutosten avulla. Suomalaiset

yliopistot ovat osa julkista taloutta eli valtio rahoittaa niiden toimintaa. 1990-luvulla laman jälkeen valtion jakamaa perusrahoitusta kuitenkin vähennettiin resurssien säästämiseksi, ja samanaikaisesti opiskelijoiden määrä on kasvanut merkittävästi. Täten kutakin opiskelijaa kohtaan suunnattu rahoitus romahti. Tapahtuneen tasoittamiseksi yliopistoja kannustettiin hankkimaan laaja-alaisempaa ulkoista rahoitusta toiminnan ja budjettivajeen tueksi, ja tämä onkin Suomessa ollut nopeasti kehittyvä suunta. 2000-luvun alussa yliopistojen rahoituksesta jo noin 35 prosenttia oli ulkoisten tahojen osuutta, ja vuonna 2015 vastaava luku yliopistotutkimuksen rahoituksesta oli 43,6 prosenttia. (Rinne, 2019, 465–466.) Vuonna 2022 yliopistojen tutkimus- ja kehittämistoiminnasta jo yli puolet eli 52 prosenttia oli ulkopuolisten tahojen rahoittamaa. Yliopistojen tutkimus- ja kehittämistoiminta pitää sisällään yliopiston tekemän perustutkimuksen, soveltavan tutkimuksen sekä kehittämistyön. (Suomen Akatemia, 2024, 11; 41.) Suurimpia ulkopuolisia rahoittajia ovat Suomen Akatemia, Business Finland, Euroopan Unioni sekä muut säätiot ja yritykset (Opetus- ja kulttuuriministeriö, n.d.).

Akateemisen kapitalismin viitekehyksessä Suomessa on pyritty tekemään konkreettisia edistysaskeleita yliopistojen rakenteelliseksi kehittämiseksi. Jo lähes 20 vuotta sitten, Suomen tunnistettiin olevan esimerkillinen malli siitä, kuinka tutkimustieto on ottanut merkittävän jalansijan talouskasvun edistämässä (Kauppinen & Kaidesoja, 2014). Kehitysagenda tukee myös vuonna 2009 uudistettu yliopistolaki, jonka myötä hallintomallien muutos on johtanut muun muassa yliopistojen yksiköiden vähentämiseen ja resurssien keskittämiseen. Markkinoitumista tukien uudistuksia on voitu myös havaita yliopistojen johtotoimissa, jossa strategisuus ja tuottavuus ovat ottaneet aiempaa enemmän jalansijaa päätöksenteossa. Käytännössä tämä tarkoittaa siis vallan siirtymistä osin tai kokonaisuudessaan yliopistoyhteisöltä keskusjohdolle ja muille sidosryhmille. (Nikkola & Tervasmäki, 2021.)

Myös Rinne (2019) esittää, että uudistettu yliopistolaki korostaa yliopistojen taloudellista autonomiaa, mutta tarkoittaa myös korkeampaa tulosvastuuta. Tämän toteuttamiseksi samalla linjattiin yliopistojen hallinnollisilla tasoilla, että niiden hallituksissa tulisi olla 40 prosenttia ulkopuolisten tahojen edustajia. Lisäksi hallituksen puheenjohtaja ja varapuheenjohtaja tulisi valita kyseisistä edustajista, linjauksen samanaikaisesti lisäten huomattavasti puheenjohtajan valtaa. Valtion rooli yliopistojen omistajana ja hallinnoijana siis poistui, korostaen niiden toiminnan yritysmäisyyttä ja suorituskeskeisyyttä. Koska suorituskeskeinen toimintakulttuuri painottaa niin yksilöiden kuin instituutioidenkin suoritusten todentamista ja vertailua, ulottuu tämä akateemista kapitalismia toteuttava toimintakulttuuri myös yliopisto-opiskelijoihin. (Rinne 2019, 459–460.)

Korkeakoulutuksen rahoitusjärjestelmä tulee muuttumaan myös tulevaisuudessa, korostaen akateemisen kapitalismin ilmenemistä tukevia toimintatapoja. Syksyllä 2023 hallitus julkaisi vuoden 2024 talousarvioesityksen sekä julkisen talouden suunnitelman vuosien 2024 ja 2027 välille. Vaikka vuoden 2024 tavoitteena oli nostaa korkeakoulutuksen valtionrahoitusta 152 miljoonalla eurolla, oli tämän perusrahoituksen lisäämisen peruste kokonaisvaltaisen kustannustason nousu ja siihen vastaaminen. Vuosien 2024–2027 välillä korkeakoulutuksen aloituspaikkamääriin kohdistuvaa rahoitusta on tarkoituksena lisätä 41,3 miljoonaa euroa. Erityisen mielenkiintoista tämän tutkimuksen viitekehyksessä on se, että samaisessa julkaisussa esitettiin, että korkeakoulutuksen valtionrahoitusta tultaisiin laskemaan asteittain vuodesta 2028 alkaen yhteensä 35 miljoonaa euroa. (Opetus- ja kulttuuriministeriö, 2024.) Lienee johdonmukaista ajatella, että mikäli korkeakoulutuksen valtionrahoitusta vähennetään entisestään, edellyttää se ulkopuolisen rahoituksen lisäämistä vielä suuremmassa mittakaavassa kuin aiemmin.

Kun ulkopuolinen rahoitus lisääntyy yliopistoissa, vaikuttaa tämä myös hallinnollisiin ja toiminnansäätelyyn liittyviin kysymyksiin. Uudet hallintateknologiat, arviointien ja kontrollin kasvu ovat vähentäneet yliopistojen autonomiaa, vaikka valtion johto on väitättänyt uusimpien lainsäädäntöjen toimivan vastakkaisin tavoin. Lisäksi yliopistojen etsiessä ulkoista rahoitusta yrityksiltä, vähentää tämäkin osaltaan yliopistojen itsenäisyyttä ja autonomisuutta. Resurssiriippuvuusteorian mukaisesti, yliopiston toimintaa rahoittavilla tahoilla on myös valtaa säädellä niiden toimintaa. Erityisesti akateemisen tutkimuksen näkökulmasta on oleellista nostaa esiin ulkoisten rahoittajien intressit muokkaamassa yliopistojen toiminnan ja tutkimuksen suuntaa. (Rinne, 2019, 459–468.) Koska akateemisen vapauden puitteissa yliopiston tuottama tutkimustieto kuuluu yliopiston itsensä säädeltäväksi, (Rinne, 2019, 459) herää kysymys, toteutuuko akateeminen vapaus ulkoisten intressien ottaessa jalansijaa yliopistojen päätöksenteossa ja toiminnan säätelyssä?

Tämän tutkimuksen viitekehyksessä on myös suotavaa muistaa koulutuksen ja koulutusta toteuttavien palveluntarjoajien rooli suomalaisessa yhteiskunnassa. Koska Suomessa koulutus on julkinen hyödyke eikä koulutuksella tavoitella voittoa samanlailla kuin esimerkiksi Yhdysvalloissa tai Iso-Britanniassa (Dovemark, 2018), täten myös akateeminen kapitalismi näyttäytyy ilmiönä hyvin eri skaalassa. Toisin sanoen, akateeminen kapitalismi käsitteenä voi luoda jopa radikaalinomaisen miellelyhtymän 'monopolista' ja valtion roolista pelinappulana eikä johtoasemassa olevana toimijana. Tässä tutkimuksessa akateeminen kapitalismi

käsitteenä ja ilmiönä on kuitenkin suhteutettu suomalaiseen korkeakouluympäristöön, tarjoten yksinkertaisesti tietynlaisen näkökulman tutkimukselle.

4 Yliopistojen uraohjaus ja työelämäpalvelut

Nyky-yhteiskunnassa työllistyminen on monelle huolta aiheuttava teema ja tämän tutkielman viitekehyksessä se koskee yhtä lailla niin opiskelijoita kuin työnantajiakin. Nopeasti muuttuvan yhteiskunnan mukana työpaikat ja niiden osaamisvaatimukset muuttuvat samanaikaisesti, edellyttäen yrityksiltä innovatiivisuutta ja mukautumiskykyä ja toisaalta myös opiskelijoilta asiantuntijuuden kehittämistä ja sopeutuvuutta pärjätäkseen. (Caballero, Álvarez-González & López-Miguens, 2020; Kettunen, Lee & Vuorinen, 2020.)

Niin sanotuilla generalistisilla aloilla, joissa ei valmistuta suoraan mihinkään tiettyyn ammattiin tai työllistytäkseen tiettyyn työtehtävään, voi olla haastavaa kartoittaa niitä osaamisvaatimuksia, mitä vastavalmistuneen rekrytointi opiskelijalta edellyttää. Toisaalta geneerisiä ja monialaisia taitoja ja niiden tärkeyttä myös korostetaan mahdollisimman pätevien osaajien rekrytoinnin saavutettavuuden puitteissa (Okolie, Igwe, Nwosu, Eneje & Mlaga, 2020). Suomalaisilla yliopistoilla on kuitenkin entuudestaan työelämäkumppaneita, kuten rekrytointifirmoja, jotka opiskelija saavuttaa yliopisto-opiskelijastatuksellaan kyseisessä instituutiossa.

Puhuttaessa opiskelijoiden rekrytoinnista, voidaan työntäjän näkökulmasta puhua etupainotteisesta rekrytoinnista (proactive recruitment). Tällöin rekrytoiva organisaatio pyrkii saavuttamaan motivoituneen opiskelijan osaksi henkilöstöään, mahdollisesti jo opintojen aikana tai tutkinnon heti valmistuttua. (Viitala, 2021.) Ilmiötä voidaan pitää erinomaisena mahdollisuutena yksittäisille opiskelijoille, mutta kuten Viitala (2021) toteaaakin, prosessi on tarkoituksenmukaista ”kermakuorintaa”. Tavoitteena on siis löytää paras mahdollinen osaaja, joka puolestaan voi asettaa eri koulutusinstituutioissa opiskelevat nuoret eriarvoisiin lähtökohtiin riippuen siitä millaiset työelämäsuhteet ja -partnerit kyseisellä instituutiolla on. Akateemisen kapitalismin ympärillä tehdyt tutkimukset todentavat tätä myös, ja on havaittu tapauksia esimerkiksi Yhdysvalloissa, joissa jonkun alan valmistuville opiskelijoille maksetaan siitä, että he osallistuvat tiettyihin rekrytointitapahtumiin (Rhoades & Slaughter, 1997, 9). Vastaavanlaista käytäntöä ei Suomessa liene olevan käytössä, mutta opiskelijoille usein suositellaan osallistumista monipuolisesti eri työelämä-, urakehitys- ja rekrytointitapahtumiin.

On myös havaittu, että korkeakoulusta valmistuessa monet opiskelijat kohtaavat vaikeuksia tutkintoa vastaavan työpaikan löytämisessä. On yleistä, että työtä ei löydetä tai sen

vaatimukset eivät ole linjassa valmistuneen osaamisen ja saavuttamansa tietotaidon suhteen. Vaikka yksilön henkilökohtaisia attribuutioita opiskelun jälkeisen työllistymisen suhteen on tutkittu (esim. Caballero ym. 2020.), on loogista ajatella, että työelämään siirtyminen ei ole ainoastaan yksilöön perustuvaa. Onkin tärkeä havainnollista erilaisia työllistymismahdollisuuksia, jotka näyttäytyvät riippuen siitä mistä yliopistosta valmistuu.

4.1 Yliopistojen uraohjaus

Monipuolistunut ja jatkuvasti kehittyvä työelämä edellyttää opiskelijoilta jo opintovaiheissa kattavaa urasuunnittelua ja työelämätaitojen kehittämistä, jotta he pystyvät vastaamaan työelämän vaatimuksiin (Dunn, Dawson & Block, 2021). Jotta tämä voidaan konkreettisesti toteuttaa, edellyttää se opiskelijalta itseltään henkilökohtaisten tietojen, taitojen, ominaisuuksien ja piirteiden tunnistamista sekä reflektointia ja kykyä sanoittaa niitä. Toisaalta edellä mainittu prosessi voi kaivata tuekseen ohjausta, jotta lopputulos on asianmukaisesti työelämään orientoitunutta. Tällöin opiskelijat siis tarvitsevat työelämään siirtymistä tukevaa ohjausta, joka voi näyttäytyä esimerkiksi ammatillisen identiteetin ja minäpystyvyyden vahvistamisena. (Savickas, 2013.) Uraohjauksella tarkoitetaan siis sellaisia toimenpiteitä, jotka tukevat opiskelijoita tunnistamaan osaamistaan ja kykyjään sekä tekemään näiden pohjalta koulutukseen ja työuran suhteen liittyviä päätöksiä (Isosuo, Karttunen & Manninen 2021).

Laadukkaan ohjauksen edellytys on siten myös ohjaajan pätevyys ja onkin esitetty, että alati muuttuvassa yhteiskunnassa ohjaajalta edellytetään kykyä ohjata opiskelijoita ajantasaisesti työmarkkinoiden kehittymisen ja uusien trendien suhteen (Saukkonen, 2011). Koska yliopistotutkinnon valmistuttua on oleellista integroitua osaksi työmarkkinoita, on tärkeää, että yliopiston tarjoama opiskelijoiden uraohjaus on ajantasaista, monipuolista ja helposti saavutettavaa. Tätä korostaa myös nykyajan työelämän muuttuvuuden trendi, sillä harva työelämään siirtyvä tekee enää koko elämänsä töitä yhdessä työpaikassa. Työpaikkojen vaihtuvuuden vuoksi työntekijältä edellytetään entistäkin monipuolisempaa osaamista ja kykyä pysyä ajan hermolla. (Saukkonen, 2011.) Myös akateemisen kapitalismin tutkimukset osoittavat uraohjauksen laadukkaan uraohjauksen tärkeyden, sillä se voidaan tunnistaa yhtenä yliopiston kilpailukykyä parantavana elementtinä (Slaughter & Leslie, 2001, 157–158).

Kuten Euroopan komission ja OECD:n laatimasta käsikirjasta huomaa, on havaittu jo parikymmentä vuotta sitten, että korkeakoulujen uraohjaus ei kuitenkaan ole niin saavutettavaa ja laadukasta kuin työelämään orientoituminen vaatisi. Kyseinen käsikirja myös

korostaa juuri opintojen ja työelämän väliseen siirtymäaikaan kohdentuvaa uraohjausta ja sen tärkeyttä. (OECD & The European Commission, 2004.) Seuraavaksi tarkennan syitä siihen, miksi uraohjauksen teema on tässä tutkimuksessa tarkastelun arvoisen ja tärkeä nostaa laajalaiseen diskurssiin.

Jotta opiskelija saisi parhaimmat mahdolliset eväät uraohjauksen parista, on esitetty, että uraohjausta tarjoava taho toimisi yhteistyössä niin opettajien kuin ulkoistenkin toimijoiden kanssa (Kettunen, Lee & Vuorinen, 2020). Laadukkaasti toteutettu uraohjaus palvelee parhaimmillaan opiskelijaa esimerkiksi työuraa koskevissa päätöksentekotilanteissa, työelämään siirtymisessä ja siihen sopeutumisessa sekä työn ja yksityiselämän tasapainottamisessa (Savickas, 2013). On havaittu, että työelämä on nykypäivänä dynaaminen ja kompleksi kokonaisuus, joka edellyttää työnhakijalta entistä monipuolisempaa osaamista. Lisäksi oman osaamisen soveltaminen on oleellista, sillä työnkuvat ja työmenetelmät kehittyvät jatkuvasti. Kun puheenaiheena on työelämään suuntautuva osaaminen ja sen kartoittaminen, voidaan tämän yhteydessä käyttää englanninkielistä käsitettä *career management skills* (CMS), karkeasti suomennettuna urakehitystaidot. Vuonna 2010 Euroopan komissio on ohjeistanut jäsenvaltioitaan priorisoimaan urankehitystaitojen ohjaamista koulutusorganisaatioissa. (Kettunen, Lee & Vuorinen, 2020.) Tämä mielestäni havainnollistaa hyvin sitä, kuinka merkityksellistä kyseistä ilmiötä on tutkia.

4.1.1 Uraohjauksen toteutus Suomessa

Laadukas ohjaus ja sen merkitys on tunnustettu suomalaisessa yliopistokoulutuksessa. Tätä puoltaa esimerkiksi lainsäädökset, jotka edellyttävät Suomessa ohjauksen parissa toimivilta henkilöiltä tunnustettua pätevyyttä toimimisen edellytykseksi. Tämä ei kuitenkaan ole riittävä kriteeri laadukkaaseen uraohjaukseen saavuttamiseksi. On esitetty, että ohjaajien asiantuntijuuden jatkuva kehittäminen ja kouluttaminen ovat tässä suhteessa merkittävässä asemassa myös. (Vuorinen, Kettunen, Villalba-Garcia & Harrison, 2021.) Uraohjauksen parissa toimivia henkilöitä ja heidän nimikkeitensä korkeakouluissa on monipuolisesti, mikä tutkitusti aiheuttaa epäselvyyttä opiskelijoiden keskuudessa. Lisäksi jo viime vuosikymmenen aikana on havaittu, että uraohjaus on ollut suomalaisissa korkeakouluissa puutteellista niin määrällisesti kuin laadullisestikin. Tähän on kuitenkin puututtu, ja sekä Opetusministeriö että korkeakoulujen arviointineuvosto ovat laatineet ohjeistuksen, jonka tarkoituksena on kehittää ja edistää uraohjausta. (Kuurila, 2014.)

Esimerkiksi Turun yliopistossa on opiskelijoille suunnatut ura- ja rekrytointipalvelut (Uturekry), joiden tarkoituksena on tukea opiskelijaa tämän työnhakuun ja urasuunnitteluun liittyvissä teemoissa. Kyseiset palvelut on suunniteltu ja aikataulutettu osaksi opintojen eri vaiheita, tarkoituksena tukea opiskelijan senhetkistä elämäntilannetta parhain mahdollisin tavoin. (Turun yliopiston työelämäpalvelut.) Lisäksi esimerkiksi Jyväskylän yliopisto on luonut kolmiportaisen toimintamallin ohjauksen tueksi, kartoittaen sen eri vaiheita ja havainnollistaen niitä parhaimman mahdollisen lopputuloksen saavuttamiseksi. Toimintamalli korostaa kolmea peruseriaatetta tässä suhteessa. Nämä ovat opiskelijälähtöisyys ja kokonaisvaltaisuus, saavutettavuus ja monipaikkaisuus sekä osaavat ohjaajat. Kyseinen malli on suunniteltu koko opintojen aikaisen ohjauksen tueksi, mikä siis luonnollisesti pitää sisällään myös opintojen loppuvaiheen ja työelämään siirtymiseen liittyvän ohjauksen. (Jyväskylän yliopisto, 2016.) Yllä esitetyt konkreettiset esimerkit yliopistotasolla tukevat näkemystä siitä, että uraohjauksen merkitys on tunnistettu ja sen avulla pyritään aidosti edistämään opiskelijoiden integroitumista oman alan työelämään.

4.1.2 Uraohjaus osana koulutuspolitiikkaa

Uraohjaukseen liittyvistä teemoista säädetään Suomessa valtion tasolla erilaisin poliittisin linjauksin. Opetus- ja kulttuuriministeriö on korkeakoulutusta omalta osaltaan hallinnoiva elin, joka toimii eritoten ikään kuin toiminnantarkastajana sekä muiden lähteiden ohella korkeakoulutuksen rahoittajana (Opetus- ja kulttuuriministeriö, n.d.). Vuonna 2021 voimaan tullut yliopistojen rahoitusmalli esittää, kuinka 42 prosenttia rahoituksesta tulisi keskittyä koulutukseen ja siitä neljä (4) prosenttia suoraan työllistymiseen ja työllistymisen laatuun (OKM, Yliopistojen rahoitusmalli). Lienee loogista ajatella, että työllistymisen tueksi suunnattu rahoitus, joka on kuitenkin koulutukseen budjetoitu, olisi tarkoitettu eritoten opintojen aikaiseen tukeen työelämään siirtymisessä – toisin sanoen muun muassa uraohjaukseen.

Uraohjauksen on tunnistettu olevan merkityksellinen ilmiö koulutuksen laatua tarkastellessa sekä toisaalta myös koulutuspoliittisena ilmiönä, sillä opiskelijoita kannustetaan valmistumaan ja siirtymään työelämään mahdollisimman nopeasti (Saukkonen, 2011). Tätä tukevat myös havainnot siitä, että laadukkaalla uraohjauksella ja sen taloudellisilla vaikutuksilla on havaittu yhteyksiä aina opiskelijan, koulutusinstituution sekä yhteiskunnan keskuudessa. Yliopistojen rahoitusmalli toimii kannustimena saada opiskelijat valmistumaan määräajassa ja työllistymään omalle alalleen. Taloudellisten vaikutusten pohjalta tehdyt

tavoitteet uraohjauksen suhteen yliopistotasolla voidaan katsoa olevan yhteydessä kyseisen instituution menestykseen. (Isosuo, Karttunen & Manninen, 2021.) Voisi ajatella, että menestyskysymykset ovat yhteydessä myös korkeakoulujen kilpailuasetelmaan. Näin ollen opiskelijoille suunnattu uraohjaus ja sen vaikutusten tarkastelu ovat oleellisia teemoja tutkittaessa eri yliopistojen työelämäpalveluita ja opiskelijoiden suhdetta niihin instituutiokohtaisesti.

Korkeakoulutuksen uraohjausta on tutkittu jo parin vuosikymmenen ajan ja selkeä teema tutkimusten ympärillä on kyseisten palveluiden kehittämistarve. Erityisesti uraohjauspalveluiden saatavuuden ja näkyvyyden parantamiseen tulisi keskittyä.

Uraohjaukseen liittyvä päätöksenteko on hyvin hajautettua ja sitä toteutetaan sektoreittain, minkä vuoksi on havaittavissa, että uraohjaukseen liittyvät palvelut ja niiden sisältö luovat epäjohdonmukaisen ja järjestäytymättömän kokonaisuuden. (Saukkonen, 2011.) Voisi myös ajatella, että pirstaloituneen prosessiluonteen vuoksi uraohjauksessa olisi sektoreittain havaittavissa erilaatuisia toimintamenetelmiä ja voimavaroja, johtaen siis uraohjauksen epätasa-arvoisuuteen eri instituutioiden välillä. Uraohjauksen yhtenäistämisen ja laadun kehittämisen suhteen on esitetty, että palveluita tulisi kehittää strategisesti osana korkeakoulujen kehittämistoimenpiteitä sekä ohjauksen sisältöjä ja tavoitteita täsmentäen (Saukkonen, 2011).

4.2 Yliopistojen työelämäpalvelut

Yliopistojen urapalvelut ovat kehittyneet aikojen saatossa. Rekrytointiin liittyvät kumppanuudet ovat nostaneet päätään kyseisellä kentällä, uutena kaupallisena toimintana. Rekrytointia tukevat kumppanuudet voivat olla sekä opiskelijan että työorganisaation etu, jotta opintojen jälkeinen työelämään siirtyminen sujuisi niin mutkattomasti kuin mahdollista. Havainnollistan ilmiötä seuraavaksi kahden esimerkkiohjelman avulla ja avaan niitä mekanismeja, joilla kumppanuusohjelmia käytännössä toteutetaan.

Davis & Binder (2016) ovat perehtyneet konseptiin nimeltä corporate partnership programs, CPP (myöhemmin tekstissä CPP), jotka tarkoittavat käytännössä ohjelmaa, jossa kouluorganisaatio toimii ikään kuin työvoimatoimistona ja minkä myötä kiinnostuneet yritykset voivat näin ollen ostaa yliopiston lukukausimaksun avulla saatavuuden kyseisen organisaation opiskelijoihin - eli tässä tilanteessa työvoimaan. Tätä voidaan pitää uudenlaisena työvoiman hankkimis- ja palkkaamiskäytäntönä, haastaen perinteisiä ajatusmaailmoja ja tapoja tuottaa opiskelijoista työvoimaa. Vaikka perinteiset

työvoimatoimistot ovat toimineet yhteistyössä yliopistojen kanssa jo hyvän aikaa, on niiden fokus ollut lähinnä opiskelijoissa. Tämä tarkoittaa sitä, että kyseiset toimijat ovat esimerkiksi tarjonneet opiskelijoille ohjausta työpaikan etsimisessä ja näin ollen auttaneet heitä oman työuran rakentamisessa. Sen sijaan CPP:t keskittyvät konseptiin, jolloin opiskelijat ohjataan suoraan jonkun yrityksen työvoimaksi. Ohjelmassa mukana olevat yritykset ovat vuokrasuhteessa työvoimatoimiston eli yliopiston kanssa. (Davis & Binder, 2016.)

CPP-ohjelmien käytössä voidaan nähdä sekä haasteita että mahdollisuuksia. On selvää, että kyseisen ohjelman käyttö hyödyttää sitä käyttävää organisaatiota, esimerkiksi tuottojen ja sosiaalisen pääoman muodossa suhteessa käyttäjäyrityksiin. Toisaalla voidaan kuitenkin havaita, että ohjelman jäädessä huomiotta on mahdollista, että epätasa-arvoisuus eri oppilaitoksien ja kampuksien välillä kasvaa. Tämä johtuu siitä, että CPP voi muodostaa työpaikkatarjoukset opiskelijoille olemassa olevien sopimusten pohjalta, näin ollen korostaen niitä organisaatioita, jotka toimivat yhteistyössä ja ovat laatineet sopimuksen CPP käytöstä. Näin ollen opiskelijat, jotka ovat osana sellaista instituutiota, jossa sopimusta ei ole muodostettu, saattavat jäädä huomiotta rekrytointiprosessissa, kun heidän hakemuksensa eivät pääse osaksi kandidaatteja. Lisäksi CPP itsessään voi hankaloittaa startup- yritysten perustamista sekä voittoa tavoittelemattomien ja muiden pienyritysten toimintaa muodostaen ja mainostaen pienen joukon ikään kuin “eliittiryityksiä”, jotka ovat muodostaneet yhteistyösopimuksen CPP:n kanssa. Kyseisille “eliittiryityksille” voidaan myöntää eksklusiivinen oikeus ja saatavuus laadukkaimman opiskelijavoiman käyttöön. (Davis & Binder, 2016.) CPP:n puitteissa onkin siis oleellista tarkastella myös sitä, miten eri suomalaiset yliopistot asettuvat kilpailussa opiskelijoiden hakuprosessien suhteen.

Myös IUP:t eli industry university programs ovat CPP:n ohella ohjelmia, joiden tarkoituksena on nimensä mukaisesti yhteistyö eri organisaatioiden ja koulutusinstituutioiden välillä, korostaen ulkoisten ideoiden vaikutusta yritysten innovatiivisuuden ja luovuuden lisäämiseksi (Damoc, 2017). Kyseiset ohjelmat ilmentävät yliopistojen markkinakäyttäytymistä käytännössä, täten itsessään korostaen akateemisen kapitalismin toteutumista (Slaughter & Leslie, 2001, 154). Akatemian ja eri toimialojen välisen yhteistyön voidaan katsoa hyödyttävän kumpaakin osapuolta. Koulutusinstituutioiden tuottama tieteellinen tutkimus hyödyttää organisaatioiden toimintaa ja toisaalta yhteistyön myötä tutkimus voi löytää uudenlaista suuntaa sekä saada lisärahoitusta. Tämän yhteistyön voidaan katsoa olevan tärkeä innovatiivisuuden ja taloudellisen kasvun edesauttaja. (de Wit -de Vries, Dolfsma, van der Windt & Gerkema, 2019.) Voisi siis kiteyttää, että CPP:n ja IUP:n kaltaiset yhteistyöohjelmat

pyrkivät toiminnallaan tavoittelemaan molemminpuolista hyötyä ja näin ollen kehittävän sekä koulutusinstituutioiden että yhteistyössä toimivien työorganisaatioiden toimintaa.

Tutkimus osoittaa yritysten ja koulutusinstituutioiden välisten yhteistyöohjelmien olevan kansallisesti merkittävää toimintaa, nostattaen kunkin yhteiskunnan taloudellista asemaa muun muassa kilpailukyvyn kasvamisen myötä (Damoc, 2017). On kuitenkin tarkoituksenmukaista pohtia kyseisen yhteistyön realistisia hyötyjä. Fatland (2014) korostaa, että kyseiset ohjelmat tuottavat parhaimman mahdollisimman hyödyn ainoastaan silloin kun yhteistyö laaditaan strategisesti, laatien yksityiskohtaisen suunnitelman toimintaperiaatteineen.

5 Tutkimustehtävä ja -kysymykset

Suurimmalla osalla suomalaisista yliopistoista on kotisivuillaan erityisesti työnantajille suunnatut sivustot, joiden tarkoitus on houkuttaa työnantajat ja yritykset yhteistyöhön kyseisen yliopiston kanssa, muun muassa rekrytoimalla vastavalmistunut tai opintojen loppuvaiheessa oleva opiskelija. Yliopistot pyrkivät siis markkinoimaan kyseisen instituution kanssa tehtävää yhteistyötä sekä tuotteita, joita tässä kontekstissa voidaan useassa tapauksessa mieltää olevan opiskelijat. Tällöin on mielenkiintoista ja yhteiskunnallisesti merkityksellistä tarkastella sitä, miten eri yliopistot markkinoivat osaamistaan työnantajille ja millaisin kielellisin keinoin markkinointia tuotetaan. Tämän tutkimuksen kohteena on siis suomalaisten yliopistojen verkkosivustojen työelämäpalveluihin liittyvä diskurssi akateemisen kapitalismin viitekehyksessä sekä kunkin yliopiston kanssa jo olemassa olevat työelämän yhteistyöpartnerit. Tutkimuksen avulla analysoidaan sitä, miten yliopistot brändäävät työelämäpalveluitaan ja muuta toimintaansa verkkosivuillaan työnantajille.

Tutkimuskysymykset:

1. Miten yliopistot markkinoivat toimintaansa ja työnantajille suunnattuja palveluitaan verkkosivuillaan?
2. Millä tavalla yliopistojen työelämäpartnerit ja heidän kanssaan tehtävä yhteistyö näkyvät yliopiston urapalveluiden pääsivuilla?

6 Tutkimuksen toteutus

6.1 Laadullinen tutkimus

Tämä tutkimus on laadullinen, eli kvalitatiivinen tutkimus. Laadullisen tutkimuksen keskiössä on menetelmät, joiden avulla ”pyritään kuvaamaan, selittämään ja ymmärtämään ilmiöiden luonnetta, tapahtumien ja prosessien ehtoja sekä ihmisen ja yhteisöjen toimintaa ja kokemuksia” (Pietikäinen & Mäntynen, 2019, kappale 5.1) Keskeisessä roolissa on siis juuri tutkittavan ilmiön *laadun* kuvaaminen (Pietikäinen & Mäntynen, 2019). Juuti ja Puusa (2020) esittävät tämän lisäksi, että laadullisen tutkimuksen keskiössä on tutkimuskohteena olevien henkilöiden näkökulma tai suhtautuminen tutkittavaan ilmiöön. Näin ollen tutkittavasta ilmiöstä pyritään siis tuottamaan uusia näkökulmia. Mitä laajemmin tutkittavaan ilmiöön perehtyy ja siitä olevaa tietämystä karttuu, sitä monipuolisemmin sen viitekehyksessä on mahdollista tutkia ja tulkita kyseisestä aiheesta havaittavia teemoja. Uudenlaiset tutkimustulokset luonnollisesti kartuttavat tutkittavan aiheen tutkimusperinnettä. Tämänlaista yllä kuvattua prosessia voidaan tutkimuskentällä kutsua hermeneuttiseksi kehäksi, joka viittaa tutkimuksen tekstien tulkintaan – sekä tutkimuksen teoriaan että käytettyihin menetelmiin. Tutkijalla itsellään on siis merkittävä rooli siinä, miten hän teorian ymmärtää ja millaisia merkityksiä sille antaa, ja toisaalta miten teorian suhteuttaa tutkimuksen laajempaan viitekehukseen. Keskeistä on siis tutkijan tulkinta aiheesta. (Juuti & Puusa, 2020; Puusa & Juuti, 2020.)

Laadullisen tutkimuksen peruseränteisiin kuuluu todellisen elämän kuvaaminen mahdollisimman kokonaisvaltaisesti. Sosiaalinen todellisuus rakentuu monen eri osatekijän yhteisvaikutuksesta toistensa välillä sekä päällekkäisyyksistä, jolloin niiden erottaminen toisistaan rikkoisi eheän todellisuuden. Laadullisen tutkimuksen viitekehyksessä ei ole niinkään tarkoituksena todentaa jo entuudestaan tutkittuja ja todeksi todennettuja väitteitä, vaan ennemminkin löytää tai paljastaa uudenlaisia tulkintoja tai näkökulmia tutkittavasta ilmiöstä. (Hirsjärvi, Remes, Sajavaara & Sinivuori, 2009.)

Laadullisessa tutkimuksessa ja sen analysoimisessa on oleellista nostaa esiin teorian vaikutus ja merkitys sen lopputulokseen. Teorialla tarkoitetaan tässä yhteydessä tutkimuksen viitekehystä eli teoreettista tietoa pohjautuen aiempiin tutkimuksiin aiheesta. Teoria muodostuu tutkimuksen keskeisistä käsitteistä ja tarkastelee myös niiden välisiä suhteita. Teorian merkitys vaihtelee tutkimuksessa sen mukaan, millaisia menetelmiä tutkija päättää

hyödyntää. Tällöin voidaankin puhua tutkijalähtöisyydestä eli tutkijan rooli laadullisessa tutkimuksessa on merkittävä. Vaikka teorian merkitys ja sen käyttömenetelmät vaihtelevat eri tutkimusasetelmien välillä, on selvää, että sillä on aina jonkinlainen rooli laadullisen tutkimuksen kentällä. (Tuomi & Sarajärvi, 2018.) Myös Ikonen (2001) esittää, että se, miten 'teorian' käsitteenä mieltää ja ymmärtää, voi olla laaja-alaisesti vaikuttamassa siihen, miten tutkija suhtautuu teoriaan ja tämän myötä hyödyntää omassa tutkimuksessaan. Tässäkin suhteessa korostuu siis tutkijan suhtautuminen ja menetelmävalinnat tutkimusprosessissa.

Lisäksi teoriasta puhuttaessa on tärkeä nostaa teorian rooli ja sen suhde empiriaan laadullisen tutkimuksen kentällä. Anttila (1998) havainnollistaa kyseistä suhdetta seuraavasti:

”Teoria muodostuu joukosta lakeja tai määritelmiä, jotka systematisoivat jonkin ilmiön, joko empiirisesti eli havaintoihin perustuvaan tietoon nojaten tai hermeneuttisesti eli ilmiön tulkintaan nojaten”. (luku 5.1)

Kyseinen lausahdus kuitenkin asettaa teorian ja empirian ikään kuin vastakkainasetteluun tai vähintäänkin kaksijakoisiksi tapauksiksi. Teoria ja empiria eivät kuitenkaan ole toisiaan poissulkevia ilmiöitä, vaan ennemminkin täydentävät toisiaan. Kyseistä suhdetta voidaan kutsua tutkimuksen kaksoistehtäväksi, jolloin tutkimuksen ytimessä on juuri teorian sekä empirian yhtäaikainen hyödyntäminen. (Ikonen, 2001.) 'Teoria' käsitteenä voidaan ymmärtää useasta eri näkökulmasta ja näin ollen myös hyödyntää laajalti eri tavoin tutkimusta tehdessä. Teoria voi olla ikään kuin tutkimuksen itseisarvo, jolloin tutkimuksen päämäärä on jonkinlaisen teorian muodostus. Toisaalta teoria voi olla omaan tutkimusaiheeseen perehtymistä ja aiempaan kirjallisuuteen tutustumista, jolloin teoria toimii apuvälineenä oman tutkimuksen päämäärän saavuttamisena. Oleellista teorian ja empirian vuorovaikutuksesta on kuitenkin reflektoida omaa tutkijan rooliaan, ja ymmärtää millaisia merkityksiä itse teorialle antaa ja millaisia ratkaisuja sen suhteen tekee omassa tutkimuksessaan. (Anttila, 1998.) Tässä tutkimuksessa teorian rooli muodostuu tutkimusaiheen aiemmasta kirjallisuudesta, täten rakentaen sen linssin tai näkökulman, josta aineistoa analysoidaan.

6.1.1 Laadullisen aineiston analyysi

Kuten kaikki tieteellisen tutkimuksen analysointi, myös laadullisen tutkimuksen suhteen tarkkojen ja pitävien päätelmien tekeminen edellyttää huolellisuutta ja tarkoituksenmukaista tutkimusprosessia, aina tutkimusasetelmasta aineiston keruuseen saakka. Laadullisen aineiston analyysi on harvoin suoraviivaista ja yksiselitteistä, ja oleellista on löytää sellainen analyysitapa tai tavat, jotka palvelevat omaa tutkimusta parhain mahdollisin tavoin. (Puusa,

2020.) Myös Tuomi ja Sarajärvi (2018) korostavat oman tutkimusaiheen merkitystä, sillä laadullisen tutkimuksen viitekehityksessä on luonnollista, että aineistosta nousee esiin ennalta-arvaamattomia ja mielenkiintoisia asioita. Aineisto tulee kuitenkin kyetä rajaamaan vastaamaan omaa tutkimustehtävää. Lisäksi laadullisen aineiston analysointi ei aina ole lineaarista tai tutkimusprosessin mukaan kronologisesti etenevää, vaan aineiston keruu- ja analyysivaiheita voidaan tehdä toisiaan tukien koko tutkimusprosessin ajan (Puusa, 2020).

Usein laadullisen tutkimuksen analyysin suhteen nähdään puhuttavan induktiivisesta ja deduktiivisesta sekä abduktiivisesta päättelyn logiikasta. Induktiivisuudella tarkoitetaan, että teoria syntyy puhtaasti aineistosta tehtyjen havaintojen perusteella. Deduktio sen sijaan pohjaa havainnot entuudestaan tunnettuun tutkimustietoon aiheesta. (Tuomi & Sarajärvi, 2018.) Tämä kahtiajako on kuitenkin ongelmallinen, sillä kuten Hirsjärvi ym. (2009) esittävät, tutkijan henkilökohtaiset arvolähtökohdat vaikuttavat osaltaan siihen, miten aineistoon suhtautuu ja puhtaan objektiivisuuden saavuttaminen ei ole inhimilliselle olenolle mahdollista. Abduktiivisen päättelyn puitteissa pyritäänkin hämärtämään tätä kaksijakoisuutta, ja havaintoja muodostetaan jonkun teoreettisen mallin pohjalta (Tuomi & Sarajärvi, 2018). Laadullisen analyysin päättelyn logiikka riippuu siis pitkälti siitä, millaiseen rooliin teoria tutkimuksessa asetetaan ja miten sitä suhtautetaan aineistoon ja sen analysointiin. Koska tässä tutkimuksessa teorian muodostus ja aineiston analysointi ovat kulkeneet käsi kädessä toisiaan täydentäen, voidaankin puhua abduktiivisen päättelyn hyödyntämisestä. Tässä tutkimuksessa tämä tarkoittaa sitä akateemisen kapitalismin linssiä, jonka kautta aineistoa analysoidaan, mikä ei itsessään kuitenkaan ole suoranaisesti teoria.

Laadullisessa tutkimuksessa aineiston analyysivaiheet ja sen tulokset tulee eritellä ja esitellä johdonmukaisesti, selkeästi ja ymmärrettävästi. Erityisesti tulosten kirjoittaminen ei kuitenkaan ole suotavaa jäädä esittelyn tai kuvailun tasolle, vaan tutkijan tulisi keskittyä tulkitsemaan tuloksia syvemmin. Tavoitteena on raakahavaintojen yhdistäminen metahavainnoiksi, eli toisin sanoen yleisemmän tason ja abstraktimman tuloksen, tai johtopäätöksen muodostaminen yksittäisistä havainnoista. (Puusa, 2020.)

6.1.2 Diskurssianalyysi

Diskurssianalyysi on yksi laadullisen tutkimuksen rajatuimmista menetelmistä. Diskurssi itsessään tarkoittaa jonkun ilmiön ympäröivää kielellistä sekä eri vuorovaikutustapojen kokonaisuutta (Tieteen termipankki, 2021). Usein puhukielessä diskurssiin voidaan viitata esimerkiksi puhuttaessa kielellisestä vuorovaikutuksesta, tai keskustelusta, mutta diskurssi

pitää sisällään muitakin elementtejä. Diskurssi voidaan mieltää jonkun ilmiön kuvaamisena sekä tiedon ja merkitysten muodostamisen sosiaalisena toimintana (Tieteen termipankki, 2021). Diskurssit voidaan määritellä myös puhetavoiksi ja -käytänteiksi. Lisäksi diskurssianalyysiä voi hyödyntää tutkiessa eri aineistojen hiljaisia oletuksia ja painotuksia. (Hirsjärvi ym., 2009, 225.)

Diskurssianalyysi on siis yksi metodi kielenkäytön ilmiöiden tutkimiseen, jolloin fokus voi olla esimerkiksi retoriikassa tai tietyissä tekstilajeissa. Tällöin ensisijainen kiinnostuksen kohde analyysissä on siis se, millaiset piirteet ovat tietyissä teksteissä keskiössä. Toisaalta usein analyysin tarkoituksena on saada kokonaisvaltainen kuvaus tutkittavasta ilmiöstä, jolloin eri menetelmien ja työkalujen hyödyntäminen voi olla tarpeen parhaan mahdollisen lopputuloksen saavuttamiseksi. Tyypillisesti diskurssianalyysiä hyödyntäessä tutkija analysoi aineistoaan peilaten sitä ennalta-asettamaansa tutkimusongelmaan tai tutkimuskysymyksiin. Käytännössä tämä voi tarkoittaa siis esimerkiksi tutkimusaiheen kannalta olennaisten käsitteiden etsimistä. Tämän jälkeen käsitteiden merkitystä ja kontekstuaalisuutta tarkastellen tutkija voi havainnollistaa sitä sosiaalista todellisuutta, mitä käsitteet aineistossa rakentavat. (Pälli & Lillqvist, 2020; Jokinen, Juhila & Suoninen, 2016.)

Kun puhutaan todellisuuden rakentumisesta sosiaalisten tai kielellisten käytänteiden vuorovaikutuksen myötä, voidaan puhua sosiaalisesta konstruktionismista. Diskurssien tarkasteleminen voidaan nähdä kuuluvan osaksi sosiaalisen konstruktionismin lähestymistapoja tutkimukseen, sillä kummankin keskiössä on kielellisen vuorovaikutuksen, erilaisten selitystapojen ja kertomuksien tarkastelu ja analysointi. Koska tutkimuksen kohteena on kieli, tulee myös tutkimusraportissa huomioida kielen konstruointi – tutkija siis rakentaa omanlaisensa diskurssin tutkimusaineistostaan. (Saaranen-Kauppinen & Puusniekka, 2006.) Diskurssianalyysin avulla ei siis pelkästään kuvailla ilmiötä ja sen eri ominaisuuksia, vaan tarkastellaan myös sitä, millaista kielellistä todellisuutta se samanaikaisesti rakentaa (Saarinen, 2007, 29).

Diskurssianalyysiä hyödyntäessä analyysin kohteena on usein se, miten asioita muotoillaan ja sanoitetaan enemmän kuin asiasisältö itsessään (Pälli & Lillqvist, 2020). Diskurssianalyysin avulla voidaan tutkia eri toiminnoissa ilmenevää kielenkäyttöä ja mahdollisia muitakin merkitysvälitteisiä toimintoja. Itse analyysin kohteena on hyvinkin tarkka kuvaus siitä, minkälainen sosiaalinen todellisuus diskurssin viitekehysessä rakentuu ja miten sitä tuotetaan erilaisissa sosiaalisissa käytännöissä. (Jokinen, Juhila & Suoninen, 2016.) Toisin

sanoen, diskurssianalyysin avulla voidaan tutkia sitä, miten kielenkäyttö ja sosiaalinen toiminta yhdistyvät tai heijastavat toinen toistaan.

Vaikka diskurssianalyysin voi mieltää osana laadullisen tutkimuksen kenttää, voi kyseisen menetelmän avulla myös tarkastella eri kielellisten merkitysten määrällistä esiintyvyyttä aineistossa. (Pälli & Lillqvist, 2020.) Kuten muidenkin laadullisen tutkimuksen analyysimuodoissa, myös diskurssianalyysin puitteissa ei ole yksielitteisiä tai selkeitä raameja, jotka takaisivat jonkun absoluuttisen totuuden löytämisen aineistosta. Se, mitä aineistosta löytää on tutkijasta itsestään kiinni. (Tuomi & Sarajärvi, 2018.) Lienee loogista kuitenkin ajatella, että mitä laaja-alaisemmin tutkija perehtyy eri tutkimusmenetelmien kenttään sitä monipuolisemmin, kriittisemmin ja pohdiskellen hän kykenee suhtautumaan tutkimuksensa aineistoon ja sen analysoimiseen.

Diskurssianalyysin hyödyntäminen on todettu sopivan erityisesti sen kaltaisiin tutkimuksiin, joiden tavoitteena on tarkastella jonkun ilmiön tai ilmiöiden historiaa, valtasuhteita tai institutionaalisia sosiaalisia käytänteitä (Jokinen, Juhila & Suoninen, 2016). Tässä tutkimuksessa tarkastelun kohteen voidaankin katsoa lukeutuvan osaksi institutionaalisia sosiaalisia käytänteitä. Diskurssianalyysin kentällä on oleellista havainnollistaa oman tutkimuksen painopisteet, jotka osaltaan määrittelevät sitä, miten kyseistä analyysimenetelmää voi tarkoituksenmukaisesti hyödyntää. Kielenkäyttöä voidaan tarkastella sosiaalisen todellisuuden rakentajana, eli siitä näkökulmasta, millaisia merkityksiä kielenkäyttö luo. Tällöin voimme puhua konstruoinnista. Merkitysten konstruoinnin puitteissa on kuitenkin oleellista tiedostaa, että analyysin tarkoituksena ei ole luoda yksiselitteinen, vedenpitävä kuvaus jostakin ilmiöstä. Merkityksellistä on ennemminkin tarkastella sitä, miten kuvaus on rakentunut ja jatkuu rakentumisestaan sosiaalisten käytäntöjen myötä. Se sosiaalinen todellisuus, jonka tutkija muodostaa diskurssista on yhtäikaa sekä ilmiön analyysin kohde että tuote tai tulos, joka analyysista syntyy. (Jokinen, Juhila & Suoninen, 2016.)

Merkityssysteemisestä näkökulmasta analyysin muodostava sosiaalinen todellisuus mielletään moninaisena eli havaittavissa voi olla useampi kuin yksi sosiaalisen todellisuuden rakennelma. Tutkijan on myös oleellista havaita, että merkityssysteemit muodostavat toisiaan todentavia sosiaalisia käytänteitä. Diskurssit eivät siis ole toisistaan irrallisia, vaan interaktiivisten todelluuksien kokonaisuuksia, joita tutkija rakentaa havaitsemien tulkintojensa perusteella. (Jokinen, Juhila & Suoninen, 2016.) Monissa yhteiskunnallisissa rakenteissa ja niiden prosesseissa on havaittavissa kerrostuneisuutta ja päällekkäisyyksiä,

joten onkin loogista, että niiden tarkastelu tuottaa monikerroksisia todellisuuksia ja merkityksiä. Lisäksi eri diskursseissa viitekehyksessä tulisi huomioida niiden konteksti. Tämä johtuu siitä, että lukuisat käsitteet voivat saada sisällöltään erilaisen merkityksen riippuen siitä kontekstista missä se esiintyy. Kontekstilla siis tarkoitetaan sitä yhteyttä, minkä tietty käsite muodostaa tutkittavan ilmiön kanssa, ja millaisen sävyn se ilmiölle antaa. (Jokinen, Juhila & Suoninen, 2016.) Kaikki ylläesitetyt diskurssianalyysille ominaiset piirteet korostavat entisestään tutkijan kiinnittyneisyyttä kokonaisuudessaan analyysin kohteena olevaan ilmiöön.

Kuten yllä on esitetty, diskurssianalyysin keskiössä on kielenkäytön ilmiöiden tutkiminen. Tällöin tietyissä tapauksissa on oleellista analysoida tekstin retoriikkaa. Retoriikan määrittely ei ole yksiselitteistä ja sen koulukunnat vaihtelevat laajasti. Kuten Lehti ja Eronen-Valli (2018) kuitenkin määrittelevät, retoriikka on vaikuttamiskeino, jota voidaan havaita kaikessa viestinnässä. Itse käsite yhdistää *reettoriin* ja *yleisön*, eli retoriikka on vuorovaikutteista vaikuttamista sisällön tuottajan tahon ja sen vastaanottajan välillä. Saarinen (2007, 29) toteaa myös, että näkee retoriikan tietoisena vaikuttamiskeinona.

Retoriikkaa voi myös peilata merkityssystemeihin. Retoriikka rakentuu kielenkäytön ja kontekstin kautta, mikä puolestaan muodostaa merkityksiä. Merkitysten muodostuttua voidaan puhua tiedon ja uskomusten muodostumisesta, jolloin palataan taas merkitysten vaikuttamisen näkökulmaan, sillä tietyt teemat esitetään teksteissä parempina ja oikeampina kuin toiset. (Lehti & Eronen-Valli, 2018.) Tämä huomioiden, on siis erityisen merkityksellistä diskurssin- ja retoriikan analyysissa kiinnittää huomiota siihen, kuka kirjoittaa, kenelle ja millaisin motiivein. Tätä ajatusta tukee myös Saarinen (2007, 29) todetessaan, että retoriikkaa voi tarkastella sosiaalisen konstruktionismin kautta sikäli, että tekstit samanaikaisesti kuvailevat jotain sosiaalista todellisuutta mutta myös luovat ja ylläpitävät jonkinlaista sosiaalista järjestystä.

Retoriikan analyysissa keskitytään tekstin strategioihin, joilla lukija pyritään vakuuttamaan – eli toisin sanoen niihin retorisiin keinoihin, joiden esittämistapa argumentoi tietyn asian puolesta (Vesala & Rantanen, 2007). Retoriikan analyysi on havaittu erityisen hyödylliseksi muun muassa markkinoinnin tutkimiseen, ja koska akateemisen kapitalismin keskiössä on markkina-ajattelu, soveltuneet retoriikan analyysi tutkimukseen hyvin. Retoriikan analyysissa, kuten tässäkin tutkimuksessa, analyysin fokus on usein illokuutiossa. Illokuutiolla tarkoitetaan lausumien tarkoituksia, eli pyritään havaitsemaan ja analysoimaan erilaisia

vaikuttamisen keinoja – niin suoria kuin epäsuoriaakin. (Lehti & Eronen-Valli, 2018.) On kuitenkin hyvä huomioida, että vaikuttamisen keinoja voi tarkastella eri näkökulmista, mutta tässä tutkimuksessa keskitytään tarkemmin siihen, millaisin kielellisin keinoin lukijaan pyritään kussakin tapauksessa vaikuttamaan.

Diskurssianalyttisessä lähestymistavassa, ja erityisesti retoriikan analyysissä on havaittavissa samanlaisia lähtökohtia kuin laadullisessa asennetutkimuksessa. Yhtäläisyydet näyttäytyvät erityisesti argumentoinnin ja sen analysoinnin yhteydessä sekä siinä, millaisia tulkintoja tutkija niistä tekee. Tulkintojen merkitystä korostavaa laadullisen asennetutkimuksen lähestymistapaa kutsutaan tulkitsevaksi analyysiksi. Tulkitsevassa analyysissä kiinnostuksen kohteena on ensisijaisesti aineiston laaja-alainen hahmottaminen ja syvempi analysointi tutkimuksen teoreettisten näkökulmien kautta. Tällöin voidaan puhua abstrahoinnista, jolloin aineistosta tehtävät tulkinnat pyritään etäännyttämään niiden pelkistä kirjaimellisista elementeistä. Kyseisen analyysimenetelmän tavoitteena ja oletuksena on, että tutkimusaineistosta löydettyillä argumenteilla ja niiden monipuolisella tulkittamisella eri näkökulmista kyetään saamaan tietoa tutkittavan aiheen rakentamasta sosiaalisesta todellisuudesta. (Vesala & Rantanen, 2007, 11–14.) Laadullisen asennetutkimuksen tulkitsevan analyysin periaatteita on hyödynnetty tutkimusaineistoni analysointiprosessissa, jota kuvailen tarkemmin alaluvussa 6.3 – Tutkimusaineiston analysointi.

6.2 Tutkimusaineisto

Tutkimuksen aineistona toimii verkkoaineisto ja tarkemmin rajattuna suomalaisten yliopistojen kotisivut, keskittyen työelämäpalveluihin liittyviin sivustoihin. Suomalaisia yliopistoja on Opetus- ja kulttuuriministeriön listauksen mukaan 13 kappaletta ja ne ovat Aalto-yliopisto, Helsingin yliopisto, Itä-Suomen yliopisto, Jyväskylän yliopisto, Lapin yliopisto, Lappeenrannan-Lahden teknillinen yliopisto LUT, Oulun yliopisto, Hanken-Svenska Handelshögskolan (myöhemmin tekstissä Hanken), Taideyliopisto, Tampereen yliopisto, Turun yliopisto, Vaasan yliopisto ja Åbo Akademi (Opetus- ja kulttuuriministeriö, n.d.). Kyseisten yliopistojen verkkosivuilta kerättiin tietoa siitä, millaisia kyseisen laitoksen työelämäpalveluita on mainittu ja se, miten niitä brändätään. Lisäksi tarkastelun kohteena olivat laitosten mainitsemat työelämän yhteistyökumppanit ja näiden eroavaisuudet eri yliopistojen välillä. Työelämäpalveluita tarkasteltiin suomenkielisiltä verkkosivuilta, pois lukien Svenska Handelshögskolan, jota tarkasteltiin ruotsinkielisiltä sivuilta. Tutkimuksen

ulkopuolelle rajautuivat muut korkeakoulut, kuten ammattikorkeakoulut ja puolustushallinnon alainen Maanpuolustuskorkeakoulu (MPKK).

Aineistoksi muodostui ensisijaisesti ne verkkosivut, jotka Aarresaari.net- verkosto, eli suomalaisten yliopistojen työelämä- ja urapalveluiden verkosto, oli linkannut vastaamaan kyseisen yliopiston urapalvelujen ja työelämäyhteistyön verkkosivuja. Kyseiset linkit verkkosivuille oli Aarresaari.net-sivustolla nimetty ”palvelut työnantajille” sivustoiksi ja tämän perusteella pääteltiin, että linkki johdattaisi lukijan niin sanotulle pääsivulle, joka olisi työnantajan näkökulmasta oleellisin ja informatiivisin. Yliopistojen verkkosivuissa oli variaatiota niin rakenteen kuin sisällönkin suhteen, ja joidenkin yliopistojen suhteen tuli avata linkkejä päästäkseen käsiin mahdollisimman laaja-alaiseen ja kattavaan aineistoon. Sen sijaan jotkut yliopistot olivat koonneet työnantajille suunnatut palvelut yhdelle verkkosivulle eri alaotsikoiden alle.

Se, miten eri linkit rajautuivat osaksi aineistoa tai sen ulkopuolelle, määräytyi sen mukaan vastasiko linkin takaa löytyvän sivuston informaatio akateemisen kapitalismin linssin kautta tarkasteltavia työnantajille suunnattuja palveluita, aineiston toistamatta itseään. Ensisijainen aineisto pyrittiin muodostamaan kuitenkin siis niistä sivustoista, joihin Aarresaari.net-sivuston kautta lukija automaattisesti siirrettiin. Tämä rajaus perustui siihen oletukseen, että nämä olisivat sellaiset pääsivut, joihin työnantajien olisi keskeisintä tutustua. Mikäli oli kuitenkin havaittavissa, että analysoitava aineisto jäisi huomattavan puutteelliseksi kyseisen pääsivun annin myötä, jatkettiin aineiston keruuta tältä sivulta löytyviä linkkejä seuraten. Toisaalta jos pääsivulla löytyi tutkimustehtävään vastaavan analyysin näkökulmasta oleellista materiaalia kattavasti, ei linkkien seuraamista tarkennetuille sivustoille koettu tarpeelliseksi, jotta aineisto ei alkaisi toistaa itseään.

Koska tutkimuksessa analysoidaan verkossa tuotettua aineistoa, on oleellista tuoda näkyväksi tämänkaltaisen aineiston peruspiirteet sekä sellaisen käytön uhat ja mahdollisuudet tutkimuksen kentällä. Verkosta käytetään suhteellisen vakiintuneesti arkikielessä myös nimitystä sosiaalinen media. Laaksonen, Matikainen ja Tikka (2013) määrittelevät kolme pääasiallista elementtiä, jotka kuvaavat sosiaalisen median keskeisiä piirteitä. Ensinnäkin he nostavat esiin näkemyksen siitä, ettei verkossa tuotettu teksti ole institutionalisoitunutta. Tämä tarkoittaa sitä, että kyseistä sisältöä voi tuottaa ja kontrolloida muutkin, kuin siihen vakiintuneet tahot. (Laaksonen, Matikainen & Tikka, 2013.) On olennaista nostaa esiin

näkemyksistä, että kun verkossa tiedon tuottaminen on mahdollista kattavasti eri tahoilla, se luo edellytykset laaja-alaisen tiedon julkaisemiselle ympäri maailman.

Toisaalta verkossa tuotettavan tiedon vapaan tuottamisen mahdollisuuteen on kuitenkin suhtauduttava samanaikaisesti kriittisesti, sillä lähdekriittisyyden merkitys kasvaa tämän myötä huomattavasti. Tätä puoltaa myös toinen elementti, eli näkemys siitä, että sosiaalisen median käyttäjä on itse aktiivinen sisällöntuottaja (Laaksonen, Matikainen & Tikka, 2013). Sisältöä tuottavat tahot voivat julkaista paikkansapitämätöntä tietoa tai vaikkapa poliittista propagandaa, riippuen toki alustasta millä he toimivat. Vaikka eri sivustojen sisällöntuotto olisi tiukasti kontrolloitua, on hyvä suhtautua lähdekriittisesti uutta informaatiota löytäessä. Tämän todettuani, sosiaalisen median kautta voi löytää helpommin, nopeammin ja kattavammin tietoa kuin mistään muualta, luoden näin ollen nopeasti kehittyvässä yhteiskunnassa mahdollisuudet muutoksen aallon harjalla pysymiseen. Lisäksi verkkoon sijoittuvat lähteet avaavatkin aivan omanlaisensa kentän tutkimuksen viitekehityksessä. Viimeisimpänä piirteenä Laaksonen, Matikainen ja Tikka (2013) kuvaavat verkon olevan sekä vuorovaikutteista että verkottunutta. Kielenkäytön suhteen sosiaalisen median alustoilla on tutkittavaa suunnattoman paljon. Koska tässä tutkimuksessa analysoidaan yliopistojen hyödyntämiä markkinointi- ja vaikuttamiskeinoja heidän omilla verkkosivuillaan, lienee yllä kuvattuihin mahdollisiin ongelmakohtiin liittyvä huolenaihe kuitenkin suhteellisen pieni.

Aineisto kerättiin huhtikuussa 2024 lähtökohtaisesti Aarresaari.net- sivuston kautta. Sivustolla on linkit kaikkien suomalaisten yliopistojen työnantajille suunnatuille verkkosivuille, suurimmassa osassa nimellä ”palvelut työnantajille”. Taideyliopiston suhteen kyseinen linkki vei ainoastaan yliopiston kotisivujen etusivulle, eikä muihin yliopistoihin verrattavissa olevaa työnantajille suunnattua sivustoa löytynyt. Lisäksi Aarresaari.net sivuston kautta löytyneet linkit Jyväskylän yliopiston työnantajille suunnatuista palveluista eivät olleet löydettävissä, joten kyseiset sivustot etsittiin Jyväskylän yliopiston kotisivujen kautta. Kaikki verkkosivut tallennettiin tutkijan tietokoneelle pdf-tiedostoina osaksi aineistoa 10.4.2024.

Kokonaisuudessaan aineistoa kertyi 33 verkkosivun verran. Verkkosivujen määrä ei havainnollista aineiston määrää oleellisella tavalla, koska kuten todettu, yliopistot olivat rakentaneet sivustonsa hyvin eri asetteluin. Aineiston määrään liittyvät tekniset seikat eivät kuitenkaan haitanneet diskurssianalyysin tekemistä, jossa kiinnostuksen kohde oli tekstin merkityssisällöissä ja tapauskohtaisesti jopa yksittäisissä sanamuodoissa. Kuten aineiston rajausta kuvatessa tarkemmin todettiin, aineistonkeruu suoritettiin kaikesta huolimatta

sellaisin tavoin, että kukin yliopisto tulisi mahdollisimman tasapuolisesti edustetuksi kokonaisvaltaisessa aineistossa.

Koska akateemisen kapitalismin viitekehyksessä koulutus nähdään markkinoiden valuuttana, voidaan opiskelijat nähdä sen puitteissa koulutuksen saajina myös markkinoiden tuotteena. Näin ollen akateemisen kapitalismin linssi tarkastellessa työnantajille suunnattuja palveluita tarkoittavat tässä tutkimuksessa suuressa osassa myös opiskelijoihin liittyviä palveluita. Työelämäyhteyksiä yliopistojen kanssa on tyypillisesti kuvattu yritysysteistoinä, kumppanuuksina tai innovaatiopalveluina. Aineistoluetteloon koottujen linkkien takaa löytyy yliopistojen työnantajille suunnattuja sivustoja kunkin yliopiston suhteen. Ks. Liite 1 – Aineistoluettelo.

6.3 Tutkimusaineiston analysointi

Aineistonkeruun jälkeen luotiin Excel-tiedosto, jota hyödyntämällä analysointi olisi toteutettavissa mahdollisimman suoraviivaisesti ja selkeästi. Analyysivaihe alkoi aineistoon tutustumalla. Analyysia tehdessä huomioitiin, että diskurssianalyysin askeleet eivät etene kronologisessa järjestyksessä ja että analyysi ja siitä rakentuvat tulokset muodostuvat kielenkäytön kautta tutkijan tekemien havaintojen ja valintojen perusteella (Pietikäinen & Mäntynen, 2019). Tässä tutkimuksessa kiinnitettiin erityistä huomiota siihen, kuinka aineiston luokittelu, tulkinta ja analysointi ovat toistensa päällekkäistä toimintaa eikä niitä ole tarpeen erotella radikaalisti toisistaan (Puusa, 2020). Analyysin tavoitteena on havaita, tuottaa ja tehdä näkyväksi uutta tietoa tutkimuskohteesta, jolloin merkittävää huomiota on kiinnitetty sen asianmukaiseen toteutukseen:

”Tiedon tuottamisessa merkittävää on analyysin syvyys, systemaattisuus ja eettisyys, argumentoinnin ja perustelemisen avoimuus, uskottavuus ja johdonmukaisuus” (Pietikäinen & Mäntynen, 2019, luku 6.)

Aineiston analyysissä hyödynnettiin usein laadullisessa asennetutkimuksessa käytettyä, mutta myös diskurssianalyysiin soveltuvaa tulkitsevaa analyysia. Tulkitsevassa analyysissä aineistosta tehtävien havaintojen määrä on suhteellisen suuri, ja abstrahoinnin avulla aineistoa pyritään analysoimaan syvemmin, kuin ainoastaan kirjallisia elementtejä luokittelemalla. (Vesala & Rantanen, 2007, 12.) Luokittavaa ja tulkitsevaa analyysia voidaan peilata vastaavaan Pynnösen (2013) diskurssianalyysin kolmivaiheisen prosessin kahteen ensimmäiseen osaan eli tekstuaaliseen ja tulkitsevaan vaiheeseen. Tekstuaalisessa eli luokittavassa osuudessa, aineistoa analysoidaan analyttistä tutkimusotetta hyödyntäen. Tämä

tarkoittaa havaintoja tekstin rakenteesta ja siitä, miten ilmiötä sanoitetaan – kyseessä on siis sisällönanalyysi. Analyysin toisessa vaiheessa fokuksena on tekstin laaja-alaisempi ymmärrys ja tulkinta sekä merkityssisältöjen havaitseminen suhteessa kontekstiin. Retoriikan analyysi diskurssianalyyttisenä menetelmänä voidaan laskea osaksi tulkitsevaa analyysia, jolloin tutkimuskohteena on aineistosta tehtyjen havaintojen analysointi peilaten niitä retorisen diskurssin vaikutukseen suhteessa toimijoiden ajatuksiin. (Pynnönen, 2013.)

Jo aineistoon tutustumisvaiheessa havaitsin, että yliopistot erosivat siinä, miten heidän verkkosivunsa oli rakennettu sekä myös sisällöllisesti niiden laajuuden suhteen. Aineiston ensimmäisten tutustumiskierrosten jälkeen sivustoista alettiin poimimaan havaintoja vastaamaan tutkimustehtävää. Kyseiset havainnot koodattiin Excel-taulukkoon kunkin yliopiston alle sisällönanalyttisin tavoin, tavoitteena muodostaa aineistosta jonkinlainen kokonaiskuva. Aineistosta siis poimittiin havaintoja, joissa yliopiston osaamista markkinoitiin jollain tapaa työnantajille tai puhuttiin olemassa olevista yhteistyökumppaneista. Sisällönanalyttisen viitekehyksen hyödyntäminen aineiston analyysissä diskurssianalyysin ohella toimii apuvälineenä tutkittavan ilmiön eri näkökulmien ymmärtämiseksi (Pynnönen, 2013). Sisällönanalyysia hyödyntäen aineistosta poimituista havainnoista muodostin neljä pääteemaa, jotka käsitteellistettyinä ovat yliopiston brändäys, konkreettiset toimintaohjeet, vakuuttaminen ja yliopiston toimintaperiaatteet.

Yliopiston brändäämisen teemaan liittyvät havainnot korostivat aina kunkin yliopiston osaamista ja palveluita, tarkoituksenaan siis markkinoida näitä työnantajille. Konkreettiset toimintaohjeet muodostivat havainnot, jotka kehottivat lukijaa toimimaan tietyn, konkreettisin esimerkkien tavoin. Lukijaa vakuuttavat havainnot koostuivat elementeistä, jotka vahvistivat kyseessä olevan yliopiston saavutettavuutta ja/tai vaikuttavuutta eri tavoin. Aineistosta havaittiin myös kunkin yliopiston luotettavuutta korostavia toimintaperiaatteita, jotka indikoivat lukijalle kyseessä olevan yliopiston toimintatapoja ja arvomaailmaa. Lähes jokaisen yliopiston kohdalla tuli jokaiseen pääteemaan havainto(ja), lukuun ottamatta Taideyliopistoa, jonka sivustot olivat muihin analyysiin kohdistuvien yliopistoihin verrattuna hyvin suppeat. Se, mihin teemaan kukin havainto päättyi, riippui siitä, miten asia oli muotoiltu. Analyysia hankaloitti se, että joidenkin yliopistojen sivut olivat suppeammat kuin toiset ja toisaalta joillain sivustoilla samankaltaisia teemoja esiintyi useassa eri kohdassa eri tavoin muotoiltuna. Tästä huolimatta sisällönanalyttistä teemoittelua jatkettiin niin pitkään, että jokainen havainto löysi paikkansa yhden pääteeman alta. Sisällönanalyttistä kategorisointia

hyödynnettiin tässä tutkimuksessa siis aineiston hahmottamisen ja jäsentelyn apuvälineenä, eikä niinkään kokonaisvaltaisena analyysimenetelmänä.

Sisällönanalyttisen otteen jälkeen palattiin yksittäisten havaintojen pariin, jolloin aineistosta poimittuja, oleellisia havaintoja analysoitiin niiden merkityssisältöjä korostaen. Tällöin siis fokus oli havaintojen retoriikassa ja illokuutiossa, eli argumentointia korostavissa esittämistavoissa sekä niin suorissa kuin epäsuorissa vaikuttamisen keinoissa. Konkretian tasolla tarkastelun kohteena oli muun muassa se, millaista retoriikkaa tekstissä oli havaittavissa, millaisia strategioita käytettiin, millaisia positioita ihmisten välillä oli havaittavissa, miten tekstiä kohdennettiin ja miten faktoja konstruointiin (Saaranen-Kauppinen & Puusniekka, 2006). Tämän vaiheen päämääränä oli siis aineistosta tuotettavien diskurssien muodostaminen ja aineistoa analysoitiin yksityiskohtaisesti vastaamaan tutkimuskysymyksiin.

Kaikki kyseisen tarkastelunäkökulman avulla tehdyt havainnot maalattiin Excel-taulukossa keltaisella värillä. Maalauksia tehdessä aineisto alkoi ajatuksentasolla kategorisoitumaan, muodostaen ensisijaiset ajatukset eri diskursseista. Aineiston parissa työskennellessä oli huomattavissa, että suuri osa yliopiston markkinointia työntäjille tuottavasta sisällöstä kohdistui heidän opiskelijoihinsa. Myös yliopiston muita yhteistyömahdollisuuksia havainnollistettiin lukijalle monipuolisesti. Pienempi osa markkinointiin fokuoituneista havainnoista ei sopinut kumpaankaan yllä mainittuun kuvaukseen, sen sijaan ne kohdistuivat suoraan työnantajaorganisaatiolle – useimmiten eri ohjeistuksen tai käskyjen muodoissa. Aineiston kanssa työskenneltiin johdonmukaisesti muistiinpanoja tehden, kunnes yhtenäiset diskurssit olivat muodostettavissa. Verkkosivuja ja niistä poimittuja havaintoja tuli kuitenkin lukea useaan otteeseen, jotta tutkimuskysymykset saivat teoriaa peilaten laadukkaat ja luotettavat vastaukset. Loppujen lopuksi diskurssit muotoutuivat havaintojen kohteen mukaan, suuntautuen joko opiskelijoihin, yliopiston muuhun yhteistyöhön tai suoraan työnantajalle. Diskursseja muodostettiin yhteensä kolme kappaletta ja niitä esitellään ja avataan lisää seuraavassa luvussa eli 7 - Tulokset.

7 Tulokset

Aineistosta muodostetut diskurssit nimettiin havaintojen kohteen näkökulmasta, ja ne ovat ”osaavien opiskelijoiden- diskurssi”, ”yliopisto kannattavana yhteistyökumppanina- diskurssi” ja ”työnantajien ohjaus- diskurssi”. Jokainen diskurssi sisälsi havaintoja ja elementtejä yliopiston brändäyksen suhteen, vastaten siten ensimmäiseen tutkimuskysymykseen. Sen sijaan toisen diskurssin eli yliopiston kanssa yhteistyöhön liittyvän diskurssin myötä hahmottui myös vastaus toiseen tutkimuskysymykseen eli olemassa olevien yhteistyökumppaneihin liittyviin teemoihin.

8.1. Osaavan opiskelijan diskurssi

Osaavan opiskelijan diskurssi rakentui havainnoista, joissa yliopiston toimintaa markkinoitiin opiskelijoiden näkökulmasta. Yliopistot pyrkivät aktiivisesti markkinoimaan osaamistaan ja opiskelijoitaan työnantajille verkkosivuillaan, mikä voidaan tämän tutkimuksen viitekehyksessä mieltää suoranaisesti akateemisen kapitalismin mukaisena toimintana.

”Haluatko palkata vastavalmistuneen osaajan, harjoittelijan tai gradu- tai lopputyöntekijän?” Åbo Akademi

”Tarjoa töitä opiskelijalle” Itä-Suomen yliopisto

”Yliopistomme opiskelijat ovat motivoituneita harjoitteluun ja erilaisiin työtehtäviin” Lapin yliopisto

Moni yliopisto puhuu opiskelijoistaan myös ’osaajina’. Osaaja-termi luo lukijalle vaikutelman, että kyseisen yliopiston opiskelijat ovat harjaantuneita, päteviä ja taitavia toimijoita, kannustaen työnantajia rekrytoimaan heitä. Monen muun yliopiston käyttäessä ’osaaja’ termiä, on huomiota herättävää, kuinka neutraalin sävyinen Itä-Suomen ja Lapin yliopiston hyödyntämä termi ’opiskelija’ on tuotteen eli tässä suhteessa opiskelijan markkinoinnin näkökulmasta.

’Osaavan opiskelijan’ diskurssia analysoitaessa oli myös havaittavissa, kuinka eri lailla Aalto-yliopisto asettui tähän tarkasteluun verrattuna kaikkiin muihin yliopistoihin.

”Aalto-yliopistossa opiskelee huippuosaaja” Aalto-yliopisto

Muiden yliopistojen puhuessa ’osaajista’, termistä ’huippuosaaja’ tulee vaikutelma, että Aalto-yliopiston opiskelijat ovat erityisen päteviä ja taitavia, kenties jopa siis parhaita mahdollisia rekrytoitavia. Aalto-yliopisto oli vuonna 2023 maailmanlaajuisessa QS World

University Rankings – yliopistovertailussa suomalaisista yliopistoista parhaimmalla sijalla, erityisesti osa-alueilla, joilla mitattiin valmistuneiden opiskelijoiden työllistymistä omalle alalleen (Räisänen, 2023). Lienee siis perusteltu vakuuttamiskeino kutsua opiskelijoitaan erityisen osaaviksi.

Aineiston yliopistoista kuusi (Åbo Akademi, Helsingin yliopisto, Jyväskylän yliopisto, LUT, Turun yliopisto ja Vaasan yliopisto) kuvaavat opiskelijoitaan myös 'tulevaisuuden osaajina' tai 'tulevaisuuden kykyinä'. Tämä luo lukijalle ajatuksen siitä, että opiskelijat ovat erityisesti myöhemässä elämänvaiheessa, valmistuttuaan ja työelämään siirtyessään kannattavia rekrytoitavia sekä pätevää työvoimaa. Rekrytoijaa tai työnantajanorganisaatiota muistutetaan siis tiedostamaan vielä opintoja suorittavien henkilöiden senhetkinen opiskelijastatus. Kuten Lappeenrannan-Lahden teknillinen yliopisto LUT korostaakin, opintojen aikaisiin työsopimuksiin ja työsuhteen odotuksiin tulee muistaa suhtautua realistisin ajatuksin:

”Opiskelijatöiden osalta tulee kuitenkin muistaa, että ne ovat aina ensisijaisesti opintoihin liittyviä oppimistehtäviä eikä niitä voi sen takia verrata ammattilaisen tekemään konsulttityöhön” LUT

Opiskelijoista puhuttaessa on myös oleellista havainnollistaa eri yliopistojen suhtautumista heidän omiin kansainvälisiin opiskelijoihinsa, ja millainen mielikuva heistä luodaan työnantajille. Kuusi aineiston yliopistoista mainitsi erikseen kansainväliset opiskelijat verkkosivuillaan, ja ne olivat Aalto-yliopisto, Oulun yliopisto, Tampereen yliopisto, Åbo Akademi, Helsingin yliopisto ja LUT. Kaikki muut yliopistot kuvasivat kyseistä joukkoa kansainvälisinä 'osaajina' kun taas LUT käytti termiä kansainvälinen 'opiskelija'. Kansainvälisten opiskelijoiden suhteen erillisiä markkinoinninomaisia mainintoja löytyi kolmen yliopiston sivustoilta ja ne olivat muun muassa seuraavanlaisia:

”Ulkomaisen opiskelijan mukana työyhteisöön tulee osaamisen lisäksi opiskelijan kotimaan kulttuurintuntemusta” Aalto-yliopisto

”Kansainvälisyys ruokkii luovuutta, ongelmanratkaisukykyä ja tuottaa uusia innovaatioita. Osana työyhteisöä kansainväliset osaajat auttavat kehittämään yrityksesi kielitaitoa ja monikulttuurisuusosaamista” Tampereen yliopisto

”Kansainvälisillä opiskelijoilla on kieli- ja kulttuuriosaamista, josta on hyötyä esimerkiksi kansainvälisten yhteistyökumppaneiden kanssa toimittaessa” Helsingin yliopisto

Maininnat kansainvälisistä opiskelijoista luo lukijalle kyseisistä yliopistoista sellaisen mielikuvan, että kyseisessä instituutiossa arvostetaan ja pyritään edistämään kansainvälistä yhteistyötä monipuolisesti. Tämän voisi ajatella nousevan kyseisten yliopistojen eduksi

sellaisten yritysten silmissä, joiden tavoitteena on laaja-alainen kansainvälistyminen ja kokonaisvaltaisen osaamisen laajentaminen.

Oli myös mielenkiintoista huomata, kuinka ‘räätälöinti’- käsitettä käytettiin eri konteksteissa ja millaisia vivahde-eroja tekstin sisältö siten sai.

“Opiskelijayhteistyö voidaan räätälöidä juuri sinun yrityksesi tarpeisiin” Oulun yliopisto

“Arbetsforumin kautta tavoitat helposti ja sujuvasti oikeat opiskelijat räätälöidyllä sisällöllä sekä vahvistat yrityksesi työnantajamielikuvaa” Åbo Akademi

”Monipuoliset palvelumme tarjoavat yrityksille nopeita, edullisia ja tarvittaessa räätälöityjä ratkaisuja rekrytointiin ja näkyvyyteen” Hanken

Oulun yliopiston korostaessa yrityksen tarpeita opiskelijayhteistyössä, Åbo Akademi pitää fokuksen tarkemmin opiskelijassa ja tämän tuomasta edusta yritykselle. Myös Hanken mainitsee räätälöinnin mahdollisuuden yliopiston kanssa tehtävässä yhteistyössä, mutta hyvin eri näkökulmasta kuin vaikkapa Oulun yliopisto. Taustaolettamus lienee, että Hankenin tämänhetkiset palvelut ovat jo riittäviä ja niiden räätälöinti mahdollista silloin, jos kyseessä on erityinen tilanne. Sen sijaan Oulun yliopiston hyvinkin yrittäjäystävällinen ja saavutettava maininta luo vaikutelman, että opiskelijayhteistyössä yrityksen tarpeet ja toiveet ovat etusijalla ja opiskelijan tai yliopiston ajatukset toissijaisia. Vaikka kussakin esimerkissä tuodaan esille yrityksen tarpeiden huomioiminen yhteistyön puitteissa, lukijalle jää hyvin erilaiset mielikuvat siitä, miten yliopistot suhtautuvat ja arvottavat jo olemassa olevia yhteistyömuotojaan.

Retoriikan analyysin näkökulmasta oli myös havaittavissa, kuinka moni yliopisto hyödynsi retorista kysymystä vaikuttamiskeinona. Kysymykset olivat suunnattu luonnollisesti lukijalle, mutta korostivat toimijanaan opiskelijaa, ja tämän lisäarvon tuottoa yritykselle. Myös erilaisten metaforien tai muiden kielikuvien, kuten sloganin hyödyntäminen retorisenä keinona oli huomattavissa neljän yliopiston kohdalla:

”Tieteestä tekoihin. Osaaminen on ratkaisu” Jyväskylän yliopisto

”Yhdessä olemme enemmän” Helsingin yliopisto

”Kestävää kasvua yrityksille – monitieteellisillä ratkaisuilla” LUT

”Tulevaisuuden osaaja on tämän päivän harjoittelija” Turun yliopisto

Esimerkkitapauksissa yliopistot ovat hyödyntäneet kielen kuvallisuutta houkutellakseen työntajia yhteistyöhön heidän kanssaan. Huolimatta siitä, että sloganit eivät välttämättä kuvaa yliopistoa ja sen toimintaa tavanomaisin ja perinteisin tavoin, tulee lukijalle selväksi millaista arvomaailmaa kukin yliopisto jossain määrin arvostaa ja edustaa. Sekä Jyväskylän yliopisto että LUT korostavat siis ratkaisukeskeisyyden merkitystä toiminnassaan. Helsingin yliopisto korostaa lukumäärällistä etua yhteistyön puitteissa ja Turun yliopisto markkinoi opiskelijoitaan harjoitteluun, fokusoiden lukijan mentaliteetin kuitenkin mahdolliseen tulevaisuuden kumppanuuteen.

Suurin osa aineiston yliopistoista mainitsivat työelämän yhteistyömuotona opiskelijoiden työharjoittelun. Yliopistot, joilla ei ollut mainintaa erityisesti harjoittelusta olivat Itä-Suomen yliopisto, Hanken ja Taideyliopisto. Yliopistot pyrkivät markkinoimaan oman instituutionsa harjoittelijoita muun muassa seuraavin tavoin:

”Opiskelijamme toteuttama harjoittelu tarjoaa yritykselle mahdollisuuden (...) toteuttaa ilman tekijää olevan työtehtävän, saada uusia ja toteuttamiskelpoisia kehittämisideoita työyhteisöön ja tutustua osaaviin opiskelijoiden” Lapin yliopisto

”Hyvin suunniteltu harjoittelu hyödyttää niin opiskelijaa, työnantajaa kuin korkeakouluakin” Tampereen yliopisto

”Moni työnantaja löytää harjoittelijasta työntekijän suunniteltua pidempään työsuhteeseen” Helsingin yliopisto

”Voit rekrytoida opiskelijan työharjoitteluun (...) saat tuoreita ideoita ja ajatuksia sekä kontakteja tulevaisuuden osajiin” Vaasan yliopisto

Opintojen aikainen harjoittelu kuvataan työnantajille siis selkeästi tämän yritykseen lisäarvoa tuovana elementtinä, joka parhaimmillaan palvelee niin opiskelijaa itseään kuin työnantajaa ja ympäröivää yhteiskuntaakin. Lisäksi muutamat yliopistot mainitsivat opiskeluharjoitteluun liittyvistä toimintaperiaatteistaan, joita käsitellen tarkemmin tulososion seuraavassa luvussa – (kohdassa 8.2), jossa havaintojen fokus on yliopiston toiminnassa eikä opiskelijoissa.

8.2 Yliopisto kannattavana yhteistyökumppanina- diskurssi

Akateemisen kapitalismin viitekehyksessä niin opiskelijat kuin myös yliopiston muu toiminta voi olla markkinatuote. ”Yliopisto kannattavana yhteistyökumppanina- diskurssi” rakentui havainnoista, joissa keskityttiin monipuolisesti yliopiston ja työnantajien välisiin eri yhteistyömahdollisuuksiin. Diskurssin muodostivat siis havainnot, jotka pyrkivät markkinoimaan yliopistoa ja sen toimintaa työnantajalle, ilman ensimmäisen diskurssin

kuvailevaa opiskelijafokusta. Lisäksi kyseiset diskurssit myös valottivat lukijalle kunkin yliopiston toimintaperiaatteita ja arvomaailmaa eri yhteistyömahdollisuuksien lisäksi.

Opiskelijoiden työharjoitteluun liittyvän yhteistyön lisäksi muutamat yliopistot erittelivät harjoittelujen käytäntöön liittyviä periaatteitaan, tuoden ilmi työnantajille kohdistettuja vaatimuksia kyseisen yhteistyömuodon puitteissa.

”Opiskelijan tulee saada kohtuullinen korvaus tehdystä työstä, joten emme julkaise palkattomien harjoittelujen tai työpaikkojen ilmoituksia” Aalto-yliopisto

”Huomioi kuitenkin, ettemme julkaise palkattomia harjoittelupaikkoja” Turun yliopisto

”Åbo Akademi priorisoi harjoittelupaikkoja, joissa tarjotaan haastavia työtehtäviä ja laadukasta ohjausta harjoittelijalle” Åbo Akademi

”Harjoittelijan työtehtävät tulee olla sellaisia, että niissä pääsee hyödyntämään opinnoissa hankittuja tietoja ja taitoja” Helsingin yliopisto

Kuten yllä olevista esimerkeistä näkyy, muun muassa Aalto-yliopisto, Turun yliopisto, Åbo Akademi sekä Helsingin yliopisto hyödynsivät arvoihin vetoamista argumentoinnin keinona rajatessaan työnantajan valtuuksia opiskelijan palkkausperiaatteisiin liittyen. Mainitut esimerkit myös korostavat lukijalle ajatusta siitä, että kyseiset yliopistot pitävät opiskelijoitaan korkeassa arvossa ja vaativat työnantajilta asianmukaisen suhtautumisen heihin, mikäli heidän tavoitteenaan on yhteistyö. Kyseisiä diskursseja sävyttää yliopistojen rakentama valtdynamiikka, jossa eri yritysten ja organisaatioiden kanssa tehtävän yhteistyön raamit ja toimintaperiaatteet ovat ensisijaisesti yliopistojen hallinnassa. Samanaikaisesti on siis havaittavissa niin markkinointinäkökulma, jossa tuodaan esiin harjoittelijan rekrytoimisen tuoma lisäarvo yritykselle, kuin myös yliopiston positio määritellään yhteistyöhön liittyviä ehtoja.

Sen lisäksi, että useat yliopistot valottivat palkkausperiaatteisiin liittyvää toimintaansa, oli havaittavissa myös muita arvomaailmaan liittyviä rajoitteita yhteistyön puitteissa kohdistettuna yrityksille ja organisaatioille. Esimerkiksi Lahden-Lappeenrannan teknillinen yliopisto mainitsee seuraavanlaiset rajoitteet:

”Huom! Emme toistaiseksi julkaise Venäjällä tai Valko-Venäjällä sijaitsevia työpaikkoja tai venäläis- tai valkovenäläisomisteisten yritysten työpaikkoja” LUT

Diskurssi on kirjaimellisesti muodostettu tavoitteenaan herättää lukijan erityinen huomio kyseiseen toimintaperiaatteeseen, korostaen sen tärkeyttä huutomerkin avulla.

Toimintaperiaate rajoittaa työnantajaa toimimaan tietyin tavoin ja samanaikaisesti valottaa LUT:in arvomaailmaa – selkeästi tuomiten Venäjän hyökkäyksen Ukrainaun. Lienee loogista, että LUT:in maantieteellinen sijainti lähellä Suomen ja Venäjän rajaa on perusteena sille, että he korostavat periaatetta olla kannattamatta venäläisten tai valkovenäläisten yritysten toimintaa.

Monella yliopistolla oli maininta myös niin sanottujen harjoittelutuen käytöstä, jolloin yliopisto maksaa työnantajalle korvausta palkatessaan harjoittelijan kyseisestä yliopistosta. Harjoittelutuen ja sen maininnan voisi jo itsessään ajatella olevan yliopiston kanssa tehtävän yhteistyön saavutettavuutta lisäävä elementti, mutta sen lisäksi huomiota herätti eri yliopistojen väliset harjoittelutukeen liittyvät käytännöt ja toimintaperiaatteet.

Harjoittelutuesta oli maininta seuraavien yliopistojen sivuilla: Lapin yliopisto, Oulun yliopisto, Tampereen yliopisto, Åbo Akademi, Helsingin yliopisto, Turun yliopisto sekä Vaasan yliopisto.

”Harjoittelutukisetelijärjestelmä (voucher), jonka kautta on mahdollista kattaa osa harjoittelijan palkkakustannuksista (...) myönnetään jokaiselle opiskelijalle kerran opintojen aikana” Åbo Akademi

”Tuemme työnantajaa rahallisesti, kun palkkaat opiskelijan työharjoitteluun”
Vaasan yliopisto

”Helsingin yliopisto tukee opiskelijoiden palkallisia harjoittelumahdollisuuksia harjoittelutukijärjestelmällä” Helsingin yliopisto

”Turun yliopiston opiskelijat voivat kerran opintojensa aikana käyttää yliopiston harjoittelutuen, jolloin työnantajaorganisaatio saa yliopistolta rahallisen korvauksen harjoittelijan palkkaamisesta” Turun yliopisto

Kuten yllä olevista esimerkeistä näkyy, kyseiset neljä yliopistoa tarjoavat harjoittelutuen kaikkien opiskelijoittensa työharjoitteluja varten. Harjoittelutuki on tarkoitettu olemaan kannustimena työnantajille maksamaan palkkaa opiskelijan harjoittelusta – yliopisto maksaa työnantajalle tukisetelin siis ainoastaan palkallisten harjoittelujen suhteen. Mielenkiintoista sen sijaan oli havaita Lapin yliopiston, Oulun yliopiston sekä Tampereen yliopiston maininnat samaisesta aiheesta:

”Osalla tiedekuntien opiskelijoista on käytössään voucherit” Lapin yliopisto

”Oulun yliopisto tukee yrityksiä ja organisaatioita, kun palkkaat kansainvälisen tutkinto-opiskelijan harjoitteluun” Oulun yliopisto

”Harjoittelutuki myönnetään opiskelijakohtaisesti” Tampereen yliopisto

Kyseiset yliopistot antavat lukijan ymmärtää, että harjoittelutuki ei kuulu jokaiselle opiskelijalle. Lapin yliopisto tarkentaa, että harjoittelutukisetelin hyödyntäminen on riippuvainen siitä tiedekunnasta, mihin opiskelija tutkintonsa puolesta kuuluu. Oulun yliopisto näennäisesti tukee ainoastaan kansainvälisiä opiskelijoitaan ja myös Tampereen yliopisto on muotoillut asian siten, että harjoittelutuen hyödyntäminen on opiskelijasta riippuvaista. Kussakin tapauksessa herää kuitenkin kysymys, miten yliopistot arvottavat eri tiedekuntia ja/tai opiskelijoitaan, jos vain osa ansaitsee kyseistä tukea. Diskurssit rakentavat kohdeyleisölle eli työnantajille, mielikuvan siitä, että yliopistot valikoivat ja arvottavat opiskelijoitaan eri perustein. Koska yliopistot eivät ole eritelleet valikoinnin perusteita sen tarkemmin, voi lukija tulkita sen jopa mielivaltaiseksi. Mielivaltaisuus ei liene millekään yhteistyösopimukselle kovin vakuuttava pohja, ja voi täten luoda yliopistosta yhteistyökumppanina hyvin eriäviä näkemyksiä.

Yliopistot markkinoivat myös kattavasti muuta toimintaansa ja yhteistyömuotoja työnantajille verkkosivuillaan, kuten erilaisten koulutusten ja tutkimuksen muodossa.

”Oulun yliopistolta löydät kumppanin niin koulutus-, tutkimus- kuin innovaatioyhteistyöhön” & ”Löydä uusia tutkimustuloksia liiketoimintasi kasvattamiseksi” Oulun yliopisto

”Lue lisää kansainvälisyyden hyödyistä: Business Finlandin kulttuurisen monimuotoisuuden hyödyt – tutkimuksesta” Tampereen yliopisto

Tietoon ja tutkimustuloksiin viittaaminen on yleinen argumentoinnin ja vakuuttamisen keino. Erityisesti nykypäivänä sosiaalisen median helpon saavutettavuuden myötä valemediaa on paljon, jolloin argumentoinnin tukeminen tutkimustuloksilla lienee lukijalle hyvin kohteen luotettavuutta lisäävä elementti.

Yliopistojen sivustoilla oli havaittavissa mainintoja niin yliopiston kanssa tehtävään yhteistyöhön liittyen, kuin myös olemassa olevan yhteistyön suhteen. Valtaosa aineiston yliopistoista mainitsivat jotakin liittyen heidän aktiivisiin yhteistyötoimiinsa.

”Teemme yhteistyötä työnantajien kanssa opiskelijoidemme työllistymiseksi ja koulutuksen kehittämiseksi työelämän tarpeita vastaavaksi” Itä-Suomen yliopisto

”Tuotamme uutta ja ajankohtaista tietoa yhteistyökumppaneillemme ja koko yhteiskunnalle, ja teemme sitä yhteistyössä yritysten, yhteisöjen sekä muiden yliopistojen ja tutkimuslaitosten kanssa” Vaasan yliopisto

”Yliopisto tekee tiiviisti yhteistyötä yritysten ja yhteiskunnan kanssa ratkaistakseen aitoja ongelmia innovatiivisilla ja käytännöllisillä ratkaisulla”
Helsingin yliopisto

Olemassa olevan yhteistyön mainitseminen voidaan nähdä markkinoinnin näkökulmasta lisäarvoa tuottavana elementtinä, sillä se voi esimerkiksi madaltaa työnantajaorganisaation kynnystä aloittaa yhteistyö, kun tuodaan näkyväksi aiempia, oletettavasti onnistuneita yhteistyösopimuksia. Tähän liittyen oli mielenkiintoista, kuinka ainoastaan Turun yliopisto mainitsi nimeltä yliopiston kanssa yhteistyössä olevat tahot sillä pääsivulla, johon työnantaja siirrettiin Aarresaari.net- sivuston kautta. Alla oleva kaavio havainnollistaa tätä.



Kuvio 1. Yhteistyökumppaneiden listaus urapalvelujen pääsivulla

Vastaten siis osaltaan toiseen tutkimuskysymykseeni, pelkästään Turun yliopisto mainitsi olemassa olevat yhteistyöpartnerit työnantajille suunnattujen verkkosivujensa pääsivulla, konkretisoiden ja havainnollistaen yliopiston harjoittamaa työelämäyhteistyötä. Muiden yliopistojen kohdalla yhteistyöpartnereiden maininta saattoi löytyä pääsivulta löytyvien erinäisten linkkien takaa, mutta saavutettavuuden näkökulmasta lienee perusteltua listata ne sille pääsivulle, johon Aarresaari.net- sivusto ohjaa työnantajat heidän harkitessaan yhteistyötä yliopistojen kanssa. Aikarajoitteisessa ja hektisessä yhteiskunnassa on tehokasta löytää etsittävä asia mahdollisimman nopeasti, eikä useiden eri sivustoiden koluaminen yksinkertaisen tiedon löytämiseksi liene efektiivisin vaihtoehto.

Yleisenä markkinoinnin keinona suurin osa yliopistosta mainostivat jo olemassa olevia työnantajille suunnattuja tapahtumiaan, kuten rekrytointitapahtumia tai muita työelämään liittyviä työpajoja, konferensseja ja seminaareja. Näiden tavoitteena lienee tehdä yliopiston kanssa tehtävä yhteistyö lähestyttävämmäksi työnantajaorganisaatioille. Eritoten työnantajaa hyödyntävä näkyvyyden saavuttaminen ja tunnettuuden kasvattaminen olivat houkuttelevuutta lisääviä diskurssit kyseisten tapahtumien kautta.

”Yliopiston Career Day- rekrytointitapahtuma (..) Tapahtuma tarjoaa näkyvyyden työ- ja harjoittelupaikoille sekä organisaatiolle työnantajana, tilaisuuden pitchata organisaation uramahdollisuuksista ja mahdollisuuden tavata opiskelijoita virtuaalisella alustalla” Helsingin yliopisto

”Lappeenrannan kampuksilla vuosittain järjestettävä DuuniDay on Etelä-Karjalan suurin rekrytointitapahtuma (...) Rekrytointitapahtumilla on myös merkittävä rooli työnantajien tunnettuuden ja imagon kehittämisessä” LUT

Kielenkäytön analyysin näkökulmasta yllä olevat ilmaisut loivat lukijalle hyvin erilaisen mielikuvan kuin seuraavat sitaattit:

”Talent Expo - Rekrytointi- ja kontaktointitapahtuma tuo yhteen (...) työnantajat ja opiskelijat” Aalto-yliopisto

”Järjestämme työelämään liittyviä työpajoja ja seminaareja sekä yritysvierailuja ja rekrytointitapahtumia” Oulun yliopisto

Lienee loogista olettaa, että yliopiston kanssa yhteistyöstä kiehtovaa työnantajaorganisaatiota kiinnostaa yksinkertaisesti rekrytointi- ja muiden tapahtumien olemassaolo, huolimatta siitä miten yliopisto niitä markkinoi. Diskurssianalyttisestä näkökulmasta on kuitenkin huomiota herättävää, kuinka yllä olevien esimerkkisitaattien läpi välittyy erilaiset näkemykset tapahtumista. Yliopistojen mainitessa esimerkiksi juuri työnantajaorganisaation näkyvyyden lisääminen ja tunnettuuden kasvaminen osana kyseisiä tapahtumia, lisää se automaattisesti perustelun lukijalle siitä, miksi näihin olisi kannattava osallistua. Voisi ajatella, että tämänkaltainen perustelu lisää positiivista miellelyhtymää ja kannustaa yhteistyöhön kyseessä olevan yliopiston kanssa.

8.3. Työnantajien ohjaus- diskurssi

Kyseinen diskurssi koostui havainnoista, joiden funktio on ohjata, neuvoa tai kehottaa toivottua lukijaa eli tässä suhteessa työnantajaa, toimimaan tietyin tavoin.

”Työnantaja, toimi näin” Lapin yliopisto

”Aloita työelämäyhteistyö” Åbo Akademi

”Ota yhteyttä. Oulun yliopiston Career Centre auttaa yrityksiä opiskelijoiden rekrytoinnissa ja harjoittelijoiden löytämisessä” Oulun yliopisto

“Ota yhteyttä – aloitetaan yhteistyö!” Vaasan yliopisto

Retoriikan analyysin puitteissa kyseisessä diskurssissa hyödynnettiin laajalti puhuttelua retorisenä keinona. Tällöin viestin suuntaaminen juuri työnantajille korostuu. Puhuttelun lisäksi moni yliopisto esitti konkreettisia toimintaohjeita työnantajille, madaltaen samalla heidän kynnystään aloittaa yhteistyö kyseisen yliopiston kanssa selkeiden ohjeiden avulla. Käskeymuodossa esitetty toimintakehoitus luo selkeän kuvan siitä, mitä työnantajien tulisi seuraavaksi tehdä ja voi myös jopa luoda lukijalle kannustavan mielikuvan yhteistyön aloittamisesta.

Puhuttelu työnantajille näyttäytyi verkkosivustoilla monipuolisesti tarkastellessa viittauksia Aarresaari-verkoston ja JobTeaser- palvelun suhteen. Aarresaari tuottaa palveluita niin yliopistoissa toimiville kuin myös työnantajille ja sidosryhmillekin. JobTeaser on Aarresaaren sisällä toimiva työ- ja harjoittelupaikkojen välityspalvelu, jota useimmat tutkimusaineistoni yliopistoista hyödyntää. (Aarresaari.net., n.d.) Tarkastelemistani verkkosivuista kaikkien paitsi Taideyliopiston ja Hankenin sivustoilla oli maininta JobTeaserista ja/tai Aarresaaresta siitä huolimatta, että Aarresaaren sivuilla Hanken on ohjelmaa käyttävien yliopistojen listauksessa. On oleellista huomioida, että JobTeaser-palvelun hyödyntämisen suhteen työnantajilla on valta päättää kohdentavatko ilmoituksensa vain yhdelle yliopistolle ja sen opiskelijoille tai vaihtoehtoisesti kaikkien palvelua käyttävien yliopistojen opiskelijoille samanaikaisesti. Havainnot, joissa yliopistot mainitsivat kyseisten palveluiden olemassaolosta tai suoranaisesti kehottivat työnantajia hyödyntämään niitä, olivat hyvin eri tavoin muotoiltu. Esimerkiksi Tampereen, Vaasan ja Itä-Suomen yliopistot hyödynsivät hyvin neutraalia suhtautumistapaa:

”JobTeaser-palvelun osalta teemme tiivistä yhteistyötä muiden suomalaisten JobTeaser-yliopistojen kanssa.” Tampereen yliopisto

”Ilmoita avoimesta paikasta JobTeaserissa. Ilmoita avoimesta työ-, harjoittelu-, opinnäytetyö- tai projektityöpaikasta opiskelijoille” Vaasan yliopisto

”Käytössämme on (...) Aarresaari-verkosto, johon kuuluvat suomalaisten yliopistojen työelämä- ja urapalvelut” Itä-Suomen yliopisto

Sen sijaan esimerkiksi Oulun yliopisto, Aalto-yliopisto, Helsingin yliopisto ja LUT muotoilivat toimintaohjeen hieman eri tavoin:

”Halutessasi ilmoituksen tavoittaa Oulun yliopiston lisäksi opiskelijat yhdestätoista suomalaisesta yliopistosta” Oulun yliopisto

”Kun haluatte tavoittaa yksinomaan Aalto-yliopiston opiskelijoita, käyttäkää tätä kanavaa” Aalto-yliopisto

”Yhdellä ilmoituksella voit välittää paikkatarjouksesi vain Helsingin yliopistoon tai valintasi mukaan kaikkiin suomalaisiin yliopistoihin” Helsingin yliopisto

”Mikäli tarpeenne on tavoittaa opiskelijoita LUTin lisäksi myös muista suomalaisista yliopistoista, kannattaa teidän hyödyntää Aarresaari-verkoston tarjoamaa yliopistojen yhteistä JobTeaser-julkaisulomaketta” LUT

JobTeaserin hyödyntämiseen liittyen oli siis havaittavissa eri sävyisiä olettamuksia ja kehoituksia työnantajille suunnatuista toiminnoista. Ensimmäisissä kolmessa esimerkissä on neutraalinsävyinen ja informoiva fokus, kun taas jälkimmäiset havainnot oli muotoiltu jonkinlaisen taustaolettamuksen sävyttämänä. Esimerkiksi Aalto-yliopiston käyttämä ’kun’ sana on samanaikaisesti työnantajalle toimintakehoitus, mutta myös olettamus siitä, mitä tulee tapahtumaan. Asettaessa lukijalle mielikuvan kyseisestä toiminnasta se myös asettaa Aalto-yliopiston instituutiona ja sen opiskelijat tuotteena ikään kuin kilpailuasetelmaan muiden yritysten ja työnantajien suhteen, jolloin tavoitellulle lukijalle eli työnantajalle muodostuu paine saavuttaa heistä kaikkein parhaimmat. Myös muut jälkimmäisen esimerkin yliopistojen havainnoista korostivat ajatusta siitä, että ensisijainen toiminta tulisi olla ainoastaan oman yliopiston opiskelijoiden tavoittelu ja mikäli työnantaja jostain syystä niin haluaisi, voisi tämä toissijaisesti tavoittaa muidenkin yliopistojen opiskelijat samalla.

Työnantajaorganisaatioiden näkyvyyden lisäämistä painottavat ilmaisut olivat myös läsnä työnantajien ohjauksen- diskurssissa. Huomioitavaa oli esimerkiksi, kuinka Tampereen yliopistolla oli sellaisia konkreettisia toimintaohjeita mainittuna, joiden tarkoitus oli lisätä työnantajan tai yrityksen näkyvyyttä ja positiota yliopiston toimijoiden keskuudessa, tavoitteenaan lisätä samalla yhteistyötä.

”Tule mentoriksi - Oletko työelämässä ja kokemusta kartuttanut osaaja? Haluaisitko jakaa kokemustietoasi työuran alussa olevalle ja tukea hänen työelämätaitojaan sekä kasvuaan asiantuntijaksi? Tutustu mentorointiohjelmaamme” Tampereen yliopisto

”Näy kampuksilla - Vahvista yrityksesi, yhteisösi tunnettuutta opiskelijoidemme keskuudessa ja luo kontakteja opiskelijoihimme” Tampereen yliopisto

Toisaalta myös Turun yliopisto hyödynsi puhuttelevaa diskurssia yhdessä markkinoinnin edistämismielessä seuraavassa esimerkissä:

”Jätä ilmoituksia avoimista paikoista maksuttomasti” Turun yliopisto

Puhuttelu ja konkreettinen toimintaohje on itsessään jo retorinen keino, mutta lisäen virkkeeseen taloudellisuuden diskurssin mainitessaan toiminnan maksuttomuudesta, voi se tehdä kyseisen toiminnan saavutettavammaksi ja entisestä houkuttelevammaksi työnantajan näkökulmasta.

On hyvä huomioida, että yliopistojen eri tavat muotoilla työnantajille kohdistettuja neuvoja ja toimintaohjeita ovat pitkälti lukijan tulkittavissa ja se, millaisia elementtejä lukijat arvostavat on hyvin yksilöllistä. Tästä johtuen suoranaisia johtopäätöksiä eri verkkosivujen muotoilutavoista työnantajien toimintaohjeistuksen suhteen ei ole suotavaa tehdä. Lienee kuitenkin perusteltua olettaa, että lukijaa innostavat, lähestyttävät ja saavutettavat elementit verkkosivuilla kannustavat työnantajia aloittamaan yhteistyö. Lisäksi voisi ajatella, että kattavat perustelut ja monipuoliset vakuuttamiskeinot luovat työnantajalle luotettavan mielikuvan yliopistosta ja argumentoivat yhteistyösopimuksen solmimisen puolesta.

8 Pohdinta

Tässä tutkimuksessa analysoitiin niitä keinoja, joita yliopistot hyödyntävät markkinoidessaan palveluitaan työnantajille omilla verkkosivuillaan. Lisäksi tutkimuksessa tuotiin esille yliopistojen olemassa oleviin yhteistyökumppaneihin liittyvää näkyvyyttä samoilla sivustoilla. Analyysi tehtiin diskurssianalyyttistä menetelmää hyödyntäen, ja tarkemmin rajattuna retoriikan analyysin ja tulkitsevan analyysin ohjenuorien avulla. Tutkimuksessa tuotiin näkyväksi yliopistojen välisiä eroavaisuuksia osaamisen markkinointikeinojen ja ilmaisujen välillä sekä analysoitiin sitä, millaisia perusteluita näiden eroavaisuuksien taustoilla mahdollisesti on. Pohdinta- luvussa havainnollistetaan ensin sitä, miten tutkimustulokset peilaavat ja asettuvat tutkimukseni teoreettiseen viitekehykseen. Tämän jälkeen pohditaan, miten diskurssianalyysi menetelmänä sopi juuri tämän tutkimuksen analyysimenetelmäksi. Pohdinnassa nostetaan myös esiin tutkimuksen eettisyyteen ja luotettavuuteen liittyviä näkökulmia, ja lopuksi punnitaan mahdollisia jatkotutkimusehdotuksia saman aihealueen viitekehyyksessä.

Suomessa puhutaan tasa-arvoisesta ja valtakunnallisesti laadukkaasta koulutuksesta aina perusopetuksesta korkeakoulutukseen, koulutusinstituutiosta huolimatta. Onko se kuitenkaan todellisuutta? Opiskelijan valmistuessa korkeakoulusta, on edessä joillekin jopa raadollinen elämänvaihe, kun tulisi hakea työpaikka ja jättää opiskelijastatus unholaan. Jotkut yliopistot ovat kuitenkin tehneet yhteistyösopimuksia erilaisten yritysten ja organisaatioiden kanssa, jolloin työpaikan löytäminen voikin olla yksinkertaisempaa ja vaivattomampaa kuin uskoisikaan. Erilaiset yhteistyösopimukset hyödyttävät niin työnantajaorganisaatioita kuin yliopistoakin, kun vastavalmistuneet opiskelijat tavoitetaan sujuvasti rekrytoitavaksi ja samanaikaisesti yliopistot saavat sekä rahoitusta valmistuneesta opiskelijasta että ulkopuolisilta organisaatioilta. (Davis & Binder, 2016; Viitala, 2021; Damoc, 2017). Tämän ilmiön toteutumisen edellytys on kuitenkin kyseisten yhteistyösopimusten solmiminen ja olemassaolo, jolloin fokus yliopistojen osaamisen markkinoinnissa työnantajille on erityisen tärkeää.

Työnantajaorganisaatiot ja muut ulkopuoliset tahot ovat nykypäivänä entistä enemmän läsnä korkeakoulutuksen kentällä. Tämä on mahdollistunut koulutuksen kaupallistumisen myötä, jolloin koulutusta integroidaan osaksi valtion markkinataloutta ja yrityskenttiä (Hogan & Thompson, 2021). Opiskelijoihin voidaan samaisessa viitekehyyksessä suhtautua näiden markkinoiden tuotteina, joita työnantajaorganisaatiot pyrkivät rekrytoimaan (Davis & Binder,

2016). Tämä on suoranaisesti koulutuksen kaupallistumista toteuttavaa toimintaa, jota tutkimukseni tulokset myös peilasivat yliopistojen markkinoidessaan nimenomaa opiskelijoita työnantajille verkkosivuillaan. Koska yliopistot sopivat yhteistyöstä eri työnantajien kanssa, opiskelijoilla saattaa olla eriävät mahdollisuudet työllistymisen suhteen riippuen siitä missä yliopistossa hän opiskelee ja millaisia yhteistyösopimuksia kyseinen yliopisto on entuudestaan solminut. (Viitala, 2021.) Tämä korostaa korkeakoulutuksen hakuprosessiin liittyvän hierarkkisen järjestyksen tärkeyttä, koska se voi peilata eri yliopistojen imagoon ja statukseen liittyvää ajatusmaailman valtavirtaa nuorien keskuudessa.

Tutkimustulokseni osoittivat, että lähes jokainen suomalaisista yliopistoista suhtautui verkkosivuillaan työnantajiin kannattavana yhteistyökumppanina, ja pyrkivät täten aktiivisesti kauppaamaan omaa yliopistoa ja sen opiskelijoita heille. Lienee perusteltua olettaa tämän peilaavan taustalla sellaisia koulutuspoliittisia linjauksia yhteiskunnassa, jotka korostavat koulutuksen ja ulkopuolisten tahojen kuten yritysten ja muiden organisaatioiden kanssa tehtävää yhteistyötä. Tämänkaltaiset koulutuspoliittiset linjaukset ja sen myötä päivitetty toimintatavat ilmentävät koulutuksen kaupallistumista (Hogan & Thompson, 2021).

Jokainen aineiston yliopistoista lukuun ottamatta Taideyliopistoa käytti puhuttelua retorisenä keinona, samaten retoriset kysymykset olivat yleisiä. Vaihtelevuus havaintojen määrän suhteen eri verkkosivustoilla oli kuitenkin merkittävä. Lisäksi joidenkin sivustojen rakenteet olivat hyvin vaihtelevia, välillä hankaloittaen tutkijan systemaattisuutta aineiston keruussa. Esimerkiksi Aalto-yliopiston työnantajille suunnatut palvelut oli rakennettu jo suhteellisen kattavasti pääsivustolle eri alaotsikoiden alle. Sen sijaan monen muun yliopiston suhteen joutui hyppimään sivustolta toiselle eri linkeistä, jolloin työnantajille suunnatut verkkosivut juuri akateemisen kapitalismin viitekehyksestä saattoi muodostua palapelimaisesti eri paikoista. Tutkijan position merkitys on tässäkin suhteessa kuitenkin huomioitu, ja aineistonkeruu tehtiin huolellisesti ja systemaattisesti mahdollisimman yhtenäisen ja luotettavan aineiston muodostamiseksi. Lisäksi aineisto koottiin ja tallennettiin tutkijan tietokoneelle yhden päivän aikana, eli yhteiskunnalliset tapahtumat vaikuttamassa verkkosivujen asiasisältöön tai päivityksiin ei ollut toisistaan poikkeavaa.

Monet yliopistot kuvaavat yhteistyömahdollisuuksia ja opiskelijoitaan muun muassa kannattavana investointina työnantajille ja korostavat niiden tuomaa lisäarvoa kullekin yritykselle. Esimerkiksi Aalto-yliopisto kuvaa, kuinka he 'auttavat työnantajia rekrytoimaan' opiskelijoitaan, joita myös kuvataan 'huippuosajina'. Lisäksi työnantajia neuvotaan siinä,

miten heidän tulisi toimia, jotta se saavuttavat Aalto-yliopiston opiskelijat. Kyseiset ilmaiset ja niiden muotoilut korostavat Aalto-yliopistoa hyvin kannattavana yhteistyökumppanina työnantajille luoden erittäin osaavaa ja laadukasta mielikuvaa sekä Aalto-yliopistosta että heidän opiskelijoistaan. Kontrastina tähän, huomiota herätti muun muassa Oulun yliopisto, joka sen sijaan kuivaili verkkosivuillaan yhteistyötä työnantajien kanssa neutraalimman sävyisesti. Oli kyseessä sitten opiskelijan rekrytointi tai muu yhteistyö yliopiston suhteen, Oulun yliopisto kuvaa, että yhteistyö ”räätelöidään sinun yrityksesi tarpeiden mukaisesti”. Voisi siis tulkita, että yhteistyö ikään kuin arvotetaan vastaamaan ensisijaisesti yrityksen tarpeisiin.

Tästä herää kysymyksiä valta-aseman suhteen, eli kuvataanko opiskelijaa tai muuta yhteistyötä yrityksille lisäarvoa tuottavana ja haluttuna tuotteena, vai onko esimerkiksi Oulun yliopiston suhteen havaittavissa jonkinlainen alisteinen asema, jossa fokuksena on yrityksen miellyttäminen ja toive yhteistyöstä eikä niinkään oman yliopiston osaamisen brändääminen niin sanottuna valttikorttina. Koska nopeasti muuttuvassa yhteiskunnassa työnantajaorganisaatioilta edellytetään osaavaa henkilöstöä ja heidän on kyettävä rekrytoimaan osaavia opiskelijoita (Damoc, 2017), yliopistojen on erityisen tärkeää kyetä argumentoimaan heidän instituution osaamisen puolesta. Tämän takia on merkityksellistä havaita yllä kuvattuja eroavaisuuksia yliopistojen välillä, sillä ne voivat vaikuttaa siihen, millaisia mielikuvia työnantajaorganisaatiot muodostavat yliopistoista tutustuessaan heidän verkkosivuihinsa.

Kuten tulososiossa jo mainittiin, se miten eri tavoin opiskelijoita kuvailtiin, oli huomiota herättävää. Erityisesti ’osaaja’-diskurssi oli mielenkiintoinen, sillä opiskelijoiden rinnastaminen osaajiksi työnantajille suunnatuilla verkkosivuilla voi herättää kyseenalaistavia ajatuksia. Suomisanakirja eli sivistyssanakirja määrittelee osaajan muun muassa ”taitajana” tai ”erityisesti koulutettuna erityisalan ammattilaisena” (sivistyssanakirja.fi, n.d.). Minkä ammattilainen senhetkinen opiskelija tai vastavalmistunut sitten on? Tai onko opintojensa loppuvaiheessa tai vastavalmistunut vielä oman alansa ammattilainen? Usein vastavalmistuneet ovat omaa alaansa aloittelevia työntekijöitä, joten vaikka heillä voidaankin uskoa olevan alan ajankohtainen ja oleellinen tietotaito, herää kysymys, onko heitä soveliaista kuitenkaan markkinoida työnantajille työelämäkontekstiin valmiiksi ’osaajiksi’ tai ’ammattilaisiksi’. Lisäksi samainen suomisanakirja määrittelee ’opiskelijan’: ”henkilöksi, joka osallistuu koulutukseen tai opiskelee” (suomisanakirja.fi, n.d.). Ristiriitaisia ajatuksia herättää se, että kyseinen sanakirja myös antaa esimerkin sanan ’opiskelija’ vastakohtalle:

'ammattilainen'. Jos 'osaaja' terminä on verrattavissa 'ammattilaiseen', mutta vastakohta käsitteelle 'opiskelija', on mielenkiintoista, tai hieman ristiriitaista nähdä, miten jotkut yliopistot käyttävät 'osaajaa' ja 'opiskelijaa' synonyymien omaisesti. Koulutuksen kaupallistumisen viitekehyksessä lienee kuitenkin luonnollista pyrkiä markkinoimaan oman yliopiston opiskelijoita, eli markkinoiden tuotteita (Davis & Binder, 2016) jopa ylenpalttisen positiivisessa valossa.

Yliopistojen maantieteellinen sijainti voi vaikuttaa korkeakouluun hakeutuvien hakuprosessiin. Jos omassa kotikaupungissa on yliopisto, on usein todennäköistä hakea kyseiseen yliopistoon opiskelemaan. Tämä voi asettaa hakijat epätasa-arvoiseen asemaan toistensa kanssa, sillä yliopistot sijaitsevat yleisimmin suurkaupungeissa eikä pienemmällä paikkakunnilla. Vertailtaessa maantieteellistä sijaintia suomalaisten yliopistojen markkinointiin liittyvän diskurssin näkökulmasta, havaittavissa ei kuitenkaan ollut merkittäviä eroavaisuuksia. Sen sijaan eroavaisuudet olivat havaittavissa enemmän yliopistojen maantieteellisen sijainnin vaikutuksesta yliopistojen toimintaan arvomaailman tasolla. Esimerkkinä tästä toimii Lappeenrannan-Lahden teknillinen yliopisto LUT, jonka sivuilla oli erityismaininta siitä, etteivät he julkaise Venäjällä tai Valko-Venäjällä olevia työ- tai harjoittelupaikkoja, tai myöskään venäläisen tai valkovenäläisen omistuksessa olevan firman avoimia paikkoja. Tämä lienee johtuvan juuri LUT:in maantieteellisestä sijainnista lähellä Venäjän rajaa. Oman yliopiston arvomaailman välittyminen nettisivuilla voi argumentoida yhteistyön puolesta vakuuttaessaan työnantajaa luotettavasta ja periaatteellisesta yhteistyökumppanista. Voisi päätellä, että tämä on koulutuksen kaupallistumisen viitekehyksessä yliopistoa hyödyntävä elementti.

Vaikka aineistossa analysoitavat verkkosivut ovat työnantajille suunnattuja, ovat ne saatavilla kenelle tahansa aiheesta kiinnostuneelle henkilölle – kuten esimerkiksi tuleville opiskelijoille. Kuten aineiston analyysiä tehdessä huomasin, yliopistot olivat rakentaneet verkkosivunsa hyvin eri tavoin ja erilaisin fokuksin. Se, miten yliopistot markkinoivat omia opiskelijoitaan ja koko instituution muuta osaamista työnantajille, voi myös olla merkittävä tekijä silloin, kun toiselta asteelta valmistunut opiskelija hakee jatko-opiskelun pariin ja on asettamassa hakukohteita järjestykseen. Verraten siihen, että suomalaisen korkeakouluhakuprosessiin liittyy koulutusinstituutioiden järjestäminen hierarkkisesti (Isopahkala-Bouret, Kosunen & Haltia, 2023), on hyvinkin luonnollista, että opintoihin hakevat yksilöt taustoittavat eri yliopistojen toimintaa ennen hakulomakkeen lähettämistä. Mikäli yliopisto on markkinoinut osaamistaan työnantajille kattavasti, positiivisessa valossa ja erittäin kannattavana toimintana,

voi tämä toimia myös kannustimena verkkosivuja lukeville opiskelijoille hakemaan osaksi kyseisen instituution verkostoja. Tämä toimii esimerkkinä siitä, miksi yliopistojen välinen hierarkkisuus on merkityksellistä ja minkä takia hierarkkisuuteen liittyvää vertailua ja kilpailua on perusteltua tutkia eri näkökulmista. Lisäksi yllä kuvattu esimerkki havainnollistaa sitä, kuinka yliopistojen välinen hierarkkisuus ja vertailu linkittyy jälleen osaksi koulutuksen kaupallistumista, erityisesti opintojen ja työelämän välisen suhteen nivelvaiheen tarkastelussa (Silvennoinen, ym. 2016).

Analyysin tulokset osoittivat, että eroavaisuudet yliopistojen välillä olivat merkittäviä niin määrällisesti kuin laadullisestikin. Vaikka tässä tutkimuksessa aineistosta poimittujen havaintojen määrä ei ole oleellinen, oli huomattavissa, kuinka joidenkin yliopistojen sivustot olivat hyvin suppeat ja usein samanaikaisesti suhteellisen neutraalinsävyiset, ja saattoivat jopa korostaa diskursseissaan työnantajaorganisaatioiden tarpeita ja toiveita ylitse kaiken muun. Sen sijaan toisten yliopistojen sivustoilla oli havaittavissa kattavampaa mainostusta, jolloin fokuksena oli nimenomaa opiskelijoiden ja yliopiston muun osaamisen markkinointi työnantajille – korostettiin siis sitä lisäarvoa, jota yliopisto toisi yhteistyökumppanilleen ja miksi juuri he olisivat kannattava ja tuottelias kumppani. Se mielikuva, minkä jälkimmäisen esimerkin yliopistot loivat opiskelijoistaan rekrytoivan tahon näkökulmasta, oli huomattavasti houkuttelevampi ja innostavampi verrattuna suppeisiin tai neutraalinsävyisiin sivustoihin. Mahtaako siis korkeakoulutus olla tasa-arvoista tarkastellessa yliopistojen markkinointia suhteessa opiskelijoiden työllistymismahdollisuuksiin ja muihin työelämäyhteistyön muotoihin? Olisi tärkeä tunnistaa kyseinen ilmiö ja sen riskit koulutuksen tasa-arvoisuudelle, jotta tarvittavan jatkotutkimuksen myötä asiaan voitaisiin puuttua asianmukaisin tavoin.

Kuten teorialuvussa käsiteltiin, akateeminen kapitalismi ja erityisesti ulkoisten tahojen valta rahoituksen myötä läpileikkaa yliopistojen toimintaa monipuolisesti. Tämä voi osaltaan suunnata ja muokata myös yliopistojen tekemää tutkimusta, mahdollisesti uhaten akateemista vapautta. (Rinne, 2019, 458–468.) Tällöin voi siis olla paikallaan pohtia, mikäli akateemisen tutkimuksen autenttisuus ja luotettavuus säilyvät ehjinä. Kuten analyysin tulokset esittävät tulosluvun toisessa alaluvussa (ks. ”8.2 yliopisto kannattavana yhteistyökumppanina-diskurssi”) lähes kaikilla yliopistoilla, lukuun ottamatta Lapin yliopistoa ja Taideyliopistoa, on verkkosivuillaan erillinen maininta erilaisista ulkopuolisille tahoille suunnatuista yhteistyömuodoista, mutta tämän tutkimuksen viitekehäksessä huomiota herätti erityisesti tutkimusyhteistyöhön liittyvät maininnat. Tällöin yliopistot siis markkinoivat tekemäänsä tutkimusta ja ikään kuin samanaikaisesti avaavat verkkosivuilleen työnantajille ja eri

yhteistyökumppaneille mahdollisuuden tutkimusyhteistyöhön. Akateemisen kapitalismin viitekehyksessä lienee siis perusteltua pohtia, toteuttaako tämä itsessään akateemiseen vapauteen liittyvää huolta tutkimuksen suunnasta. Toisin sanoen, voivatko yhteistyössä toimivat työnantajaorganisaatiot suunnata akateemista tutkimusta omaa etua ajavaan suuntaan, mahdollisesti horjuttaen sen luovuutta, autenttisuutta tai vapautta. Slaughter (2022, 28) esittääkin, että akateemisen kapitalismin myötä tutkimuksen suunta muuttuu ulkopuolisten tahojen ja rahoittajien vaikuttaessa tähän.

Kuten analyysin tuloksista käy ilmi, yliopistot markkinoivat osaamistaan ja toimintaansa monipuolisesti eri tavoin ja myös eri määrissä. Rinteen (2019, 462) esittämän sepitteellisen diskurssin ja sen myötä syntyneen, imagoa kiillottavan teollisuudenhaaran näkökulmasta on tärkeää pohtia kyseisen ilmiön merkitystä tämän tutkimuksen viitekehyksessä. Koska sepitteellinen kielenkäyttö perustuu juuri oman toiminnan kuvailuun (Rinne, 2019), on tärkeä huomioda ilmiön mahdollinen vaikutus tätä diskursseja analysoivan tutkimuksen tuloksiin. Sikäli kun ilmiön puitteissa on tavanomaista kiillottaa oman instituution brändiä ja imagoa voi se luoda harhaanjohtavaa mielikuvia yliopiston toiminnasta niin työnantajille kuin opiskelemaan hakevillekin. Lisäksi tämänkaltainen toimintakulttuuri voi hankaloittaa totuudenmukaisen ja realistisen tiedon löytämistä, kun lukija ei voi tietää mitkä osat verkkosivujen teksteistä ovat sepitteellisiä ja mitkä aidosti totuutta peilaavia. Toisaalta lienee uskottavaa, että yliopistoilla on näyttöä erilaisten markkinointiväitteittensä tueksi, jos lukija osaa niitä pyytää. On myös ymmärrettävä, että yliopistojen tulee kyetä vastaamaan suorituskeskeisen kulttuurin korostamaan kilpailuun, säilyttääkseen asemansa yhteiskunnallisissa vertailuissa. Sepitteellisen diskurssin ilmiö on siis hyvä pitää mielessä lukiessaan kyseessä olevia verkkosivuja, mutta on myös osattava suhteuttaa ilmiö ajankohtaiseen yhteiskunnalliseen viitekehykseen ja analysoitava yliopistoille asetettuja vaatimuksia ja paineita sen pärjätäkseen vertailuun fokuoituneilla markkinoilla.

Tämä tutkimus ei kuitenkaan ole tarkoitusperriltään tai toteutukseltaan sellainen, josta voisi vetää suoria johtopäätöksiä yliopistojen markkinoinnin ja opiskelijoiden työllistymisen yhteydestä. Tutkimuksen tarkoitus on ollut havainnollistaa niitä keinoja, joilla yliopistot tätä markkinointia toteuttavat ja millaisia sosiaalisia konteksteja ne rakentavat. Analyysissä havaitut eroavaisuudet eivät siis toimi välineenä asettamaan yliopistoja hierarkkiseen asemaan kyseisen aiheen viitekehyksessä, vaan tarkoituksena on tuoda näkyväksi eroavaisuuksien olemassaoloa ja pohtia niihin johtaneita syitä ja tarkoituseriä. Tavoitteena on siis tuoda

näkyväksi teema, joka sivuutettuna voi uhata koulutuksellisen tasa-arvon toteutumista Suomessa.

On tutkimuksen viitekehityksessä oleellista huomioida, että jo aineistonkeruun aikana huomattiin, kuinka Taideyliopistolla ei ollut verrattain samankaltaisia sivustoja suunnattuna työnantajille, kuten muiden yliopistojen kohdalla. Taideyliopisto otettiin kuitenkin tutkimukseen mukaan sillä perusteella, että se on Opetus- ja kulttuuriministeriön listauksen mukaisesti yksi suomalaisista yliopistoista (Opetus- ja kulttuuriministeriö, n.d.) – ja lukeutuu näin siis osaksi tutkimuksen kohdetta. Tästä huolimatta, tutkimuksen analyysissä on huomioitu Taideyliopiston erilainen rooli ja suhde työelämään, vaikuttaen osaltaan analyysiprosessiin ja tutkimustuloksiin. Monimutkaista suhdetta kuvaa myös Kansallisen koulutuksen arviointikeskuksen (Karvin) tuottama Taideyliopiston auditointiraportti. Raportissa kuvaillaan, kuinka taidealojen suhteuttaminen työelämän näkökulmiin on haastavaa, sillä taidealan työelämää kuvaillaan moninaiseksi ja sirpaleiseksi. (Pesonen, ym. 2024.) Taideyliopistosta valmistuvat opiskelijat eivät siis lukeudu osaksi samankaltaista työelämää, kuin muista yliopistoista valmistuvat. Näin ollen tämänkin tutkimuksen viitekehityksessä Taideyliopiston voisi uskoa toteuttavan työelämäyhteistyötä työnantajien kanssa asianmukaisin tavoin suhteutettuna siihen, millaiseksi alan työelämä todellisuudessa rakentuu.

Tyypillisesti diskurssianalyysia on voitu hyödyntää sellaisten keskusteluiden viitekehityksissä, joiden keskiössä ovat muun muassa epätasa-arvoiset käytännöt, politiikka, sosiaaliset- ja yhteiskunnalliset käytännöt tai muut vastaavat kertomukset ja selonteot (Pälli & Lillqvist, 2020). Yliopistojen hierarkkisuus, koulutuksen kaupallistuminen sekä yliopistojen työelämäpalvelut ja uraohjaus ovat teemoja, joiden käytäntöjä ja toimintaa ei säädetä yhtenäisesti esimerkiksi valtion tasolta, joten ilmiötä on tärkeä tutkia muun muassa juuri tasa-arvoisuuden näkökulmasta.

Kuten Pälli & Lillqvist (2020) ovat kuvailleet, diskurssianalyysin avulla voidaan tutkia kielenkäytön ja sosiaalisen toimintaan välistä suhdetta – sitä miten ne joko yhdistyvät tai toisaalta reflektivat toisiaan. Aineiston analyysissä oli havaittavissa, kuinka useat yliopistot kuten Aalto-yliopisto (ks. tulosluku 8.3., sivu 53 esimerkki) muotoilivat diskurssinsa siten, että niihin sisältyy jonkinlainen oletamus siitä, miten tavoiteltu lukija, eli työnantaja tai muu työelämän yhteistyökumppani, tulee toimimaan luettuaan tekstin. Nämä havaitut oletukset heijastavat yliopistojen tavoittelemaa lopputulemaa – eli yhteistyötä – rakentamalla lukijalle

sellaisen mielikuvan, että vaihtoehtoista ratkaisua ei ole. Yliopistot perustelevat diskurssien visiota markkinoimalla palveluitaan ja osaamistaan, samanaikaisesti luoden lukijalle sen ajatuksen, että yhteistyö todellakin on kaikkein järkevin ja kannattavin vaihtoehto.

On myös huomioitu, kuinka ylipäätään suuri osa akateemisesta tutkimuksesta käsittelee jonkinlaista tekstiaineistoa, minkä vuoksi nimenomaa kieleen ja kielenkäyttöön liittyvä analyysi on hyvin tärkeää (Saarinen, 2007, 28). Näin ollen aineiston siihen soveltuessa, diskurssianalyysi, ja tarkemmin retoriikan analyysi on menetelmänä erinomainen monipuolisen ja laadukkaan näkökulman tuojana. Koska tämän tutkimuksen aineistona toimi työnantajille suunnatut yliopistojen omat verkkosivut, oli niiden keskeinen fokus olla vaikuttava ja vakuuttava. Kuten menetelmäluvussa kuvailtiin, retoriikka on vuorovaikutteista ja tietoista vaikuttamista sisällön tuottajan ja sen vastaanottajan välillä. Sikäli kun yliopistojen tarkoitus on vakuuttaa työnantajat aloittamaan yhteistyö oman yliopistonsa kanssa, voidaan puhua suoranaisesti eri vakuuttamiskeinoista, eli retoriikasta. Täten voisi kiteyttää, että retoriikan analyysi sopi menetelmänä aineiston analysointiin ja siten asetettujen tutkimuskysymysten vastaamiseen erinomaisesti.

8.1 Tutkimuksen eettisyys ja luotettavuus

Laadullisessa tutkimuksessa pyritään tuomaan esiin tutkittavan ilmiön laatua sekä nostaa esiin sellaisia näkökulmia, joita aiemmin ei ole löydetty tai ainakaan tuotu julkiseen keskusteluun (Tuomi & Sarajärvi, 2018). Tutkijan positio voi olla tutkimusta tehdessä sekä haavoittuvuus että voimavara, sillä ihmiset tutkijoina havaitsevat asioita eri tavoin ja täten myös tulkitsevat niitä toisistaan poikkeavin tavoin (Hirsjärvi ym. 2009, 229–230). Laadullisessa tutkimuksessa on siis oleellista huomioida tutkijan ratkaiseva rooli läpi tutkimusprosessin, jotta tutkimuksen luotettavuus ja eettisyys säilyvät ja on todennettavissa. Koko tutkimuksessa on kiinnitetty erityistä huomiota siihen, että kaikki tutkimusvaiheet on suoritettu akateemisen tutkimuksen eettisiä periaatteita ja ohjenuoria kunnioittaen.

Tutkimuksen luotettavuutta osoittaa se, että tutkija on omaksunut luotettavan tutkimuksenteon säännönmukaisuuksia ja normeja sekä arvioinut tutkimusprosessiin kuuluneita valintojaan (Aaltio & Puusa, 2020, luku 11). Myös Hirsjärvi ym. (2009, 231) esittävät, että tutkijan on oleellista pohtia oman analyysin tuloksia oman tutkimuksen viitekehyksessä, mutta myös käsitellä tulosten mahdollista laajempaa merkitystä. Tutkimus on pyritty tekemään kauttaaltaan laadukkaasti ja johdonmukaisesti. Johdonmukaisuus laatukriteerinä ylipäätään korostaa järjestelmällistä säännönmukaisuutta ja virheettömyyttä, eikä fokus ole tiettyjen

korkeiden laatuksien ylittämässä (Huusko & Pyykkö, 2023). Säännönmukaisuuden ja virheettömyyden periaatteita on pyritty noudattamaan tutkimuksen jokaisessa vaiheessa.

Tutkimuksessa käytetty aineisto on julkisesti luettavissa ja saatavilla kunkin yliopiston verkkosivuilla. Aineistonkeruun problemaattisuus näyttäytyi siinä, että Aarresaari-verkoston linkit kunkin yliopiston työelämäpalveluiden verkkosivuille olivat toisistaan laajalti poikkeavia. Ensisijaisesti aineisto muodostettiin Aarresaari.net- sivuston linkkaamista urapalvelujen pääsivuista, mutta tämän jälkeen aineistoa tuli rajata manuaalisesti eri alalinkkien kautta, jotta analysoitavaa materiaalia olisi riittävästi. Aineiston rajaus tehtiin siis tulkinnanvaraisesti keskittyen siihen, että kustakin yliopistosta saisi tarpeeksi laadukkaan aineisto-otteen analyysin näkökulmasta. Tämän huomioiden on mahdollista, että eri yliopistojen suhteen löytyy epäsuhta siinä, kuinka erilaisia verkkosivuja ja sisältöjä aineistoon valikoitui. Esimerkiksi Aalto-yliopiston, Itä-Suomen yliopiston sekä Lapin yliopiston suhteen Aarresaari.net- sivuston linkin takaa löytyvä työnantajille suunnatut verkkosivut olivat sellaisia, jotka olivat tutkimustehtävään vastaamisen näkökulmasta tarpeeksi kattavia ja monipuolisia. Toisaalta Jyväskylän yliopiston suhteen työnantajille suunnattujen palvelujen verkkosivut tuli etsiä täysin manuaalisesti, korostaen entisestään tutkijan position merkitystä tutkimuksen toteutuksen suhteen. Taideyliopiston suhteen sen sijaan kyseisiä verkkosivuja ei löytynyt ollenkaan, muodostaen poikkeuksen aineistojen välille. Muiden kahdeksan yliopiston suhteen havaintoja etsittiin pääsivun alalinkkien kautta muiltakin verkkosivulta pääsivun lisäksi, jotta analysoitavaa materiaalia olisi riittävästi (ks. liite 1 – Aineistoluettelo).

Yllä kuvatun konstikkuuden vuoksi erityisesti aineistonkeruuseen ja analysointiin liittyvät vaiheet on siis kuvattu mahdollisimman tarkasti ja läpinäkyvyyttä korostaen, jotta tutkimus on toistettavissa samanlaisin tavoittein. Tutkimuksen toistettavuus korostaa tutkimuksen reliabiliteettia, jolla suoranaisesti tarkoitetaan tutkimustulosten toistettavuutta. Lisäksi tutkimuksen reliabiliteetti mittaa sitä, kuinka hyvin tutkimustulokset ovat ei-sattumanvaraisia (Hirsjärvi, ym. 2009, 231.) Reliabiliteetin näkökulmasta tiedostan, että tutkijana en ole kaksikielinen ja Hankenin suhteen analysoitavat verkkosivut olivat ruotsiksi. Tämä hankaloitti analyysin tekemistä hieman, mutta eri sanakirjoja ja käännessivustoja hyödyntäen koen aineiston olleen laadukkaasti analysoitavissa myös kyseisessä esimerkkitapauksessa. Tutkimuksen kaikissa vaiheissa on kiinnitetty kuitenkin erityistä huomiota tutkimuksen toistettavuuteen ja luotettavuuteen, ja täten kaikki tutkimusvaiheet on pyritty avaamaan lukijalle hyvin tarkasti ja selkeästi.

Lisäksi tutkijan on hyvä pohtia sitä, onko oman tutkimuksen menetelmät ja mittarit valittu asianmukaisesti, korostaen tutkimuksen validiteettiin liittyviä kysymyksiä. Tutkimuksen validiteetilla tarkoitetaan siis kykyä valita sellaisia tutkimusmenetelmiä, joilla on mahdollista mitata sitä mitä on tarkoitus mitata. (Hirsjärvi, ym. 2009, 231.) Tutkimuksessa hyödynnettiin sisällönanalyttisiä otteita aineiston jäsentelyn ja havainnollistamisen mahdollistamiseksi, mutta itse analyysin tuloksiin päädyttiin diskurssianalyttistä retoriikan analyysiä hyödyntäen. Sikäli kun tutkimustehtävänä oli analysoida muun muassa sitä, millaisin ilmaisuin ja sanoin yliopistot markkinoivat osaamistaan sekä sitä, miten nämä eroavaisuudet tuottavat erilaisia sosiaalisia konteksteja, sopi diskurssianalyysi ja tarkemmin retoriikan analyysi analyysimenetelmäksi hyvin. Se, että tutkija kykenee perustelemaan valitsemansa lähestymistavat ja menetelmät oman tutkimusongelman ratkaisun suhteen lisää myös tutkimuksen luotettavuutta (Puusa, Juuti & Aaltio, 2020). Tutkimuksen luotettavuuden, reliabiliteetin ja validiteetin ollessa kunnossa, lukijan on mahdollista ymmärtää, miten tutkija on päätenyt saatuihin tutkimustuloksiin ja miten hän perustelee tuloksista tekemiään tulkintoja.

On määritetty, että tutkijan tulee tehdä näkyväksi myös tutkimuksen toimintaperiaatteet eettisestä näkökulmasta tarkasteltuna, jotta tutkimuksen kokonaisvaltainen luotettavuus on saavutettavissa (Aaltio, Puusa, 2020). Tutkijan tulee siis noudattaa eettisiä periaatteita ja ohjenuoria kauttaaltaan koko tutkimusprosessin ajan. Tämän lisäksi tutkimusetiikan puitteissa on todettu, että tutkimus ei saisi aiheuttaa haittaa kenellekään, vaan ennemminkin tavoitteena tulisi olla hyvät asiat tutkimuksen kohteena oleville. (Puusa, Juuti & Aaltio, 2020.) Tässä tutkimuksessa aineisto on avoimesti saatavilla kaikille, korostaen tieteen avoimuuden periaatteita (Kohonen ym., 13). Tutkimuksen jokainen vaihe on toteutettu kaikkia yllä kuvattuja raameja kunnioittaen. Lisäksi tutkimuksen tavoitteena oli analysoida ja tuoda näkyväksi eri markkinointityylejä ja ilmaistumuotoja eri yliopistojen verkkosivujen välillä eikä arvottaa niitä millään tavoin – tutkimuksen pyrkimyksenä on siis nostaa kyseisiä eroavaisuuksia positiivisessa valossa informatiivisuutta lisäten.

8.2 Jatkotutkimusehdotukset

Vaikka yliopistojen muuttuvaa roolia yhteiskunnassa on tutkittu paljon, ja sen suurempi rooli markkinoilla on tunnistettu laajalti, keskittyy suurin osa nykytutkimuksesta yliopiston toimintaan kokonaisuudessaan. Tämä antaa osviittaa nykytilasta ja taustoittaa tutkimaani ilmiötä hyvin, mutta vähemmän löytyy vielä tutkimusta, joka selittäisi tarkemmin, miten ilmiö

vaikuttaa yliopisto-opiskelijoihin. Olisi siis laajalti merkityksellistä tehdä tulevaisuudessa sellaista tutkimusta, joka tuo näkyväksi niitä yhteyksiä, joita muodostuu opiskelijoiden ja työelämän välille suhteessa siihen, millainen rooli yliopistolla on yhteiskunnan sen hetkisillä talousmarkkinoilla. Lisäksi tutkimukseni aiheen tiimoilta on hyvin rajallisesti diskurssianalyttisin menetelmin analysoituja tutkimuksia. Kuten Saarinen (2007) on esittänyt, suuri osa eri tutkimuksista käsittelee edes jossain määrin jonkinlaista tekstiaineistoa, minkä vuoksi nimenomaa kieleen ja kielenkäyttöön liittyvä analyysi olisi erittäin tärkeää.

Tutkimukseni viitekehyksessä on hyvä vielä nostaa esiin korkeakoulu- ja erityisesti yliopistotutkimuksen funktio nyky-yhteiskunnassa. Mikäli korkeakoulutuksen tavoitteena on esimerkiksi tuottaa sivistyneitä kansalaisia ja asiantuntevaa työvoimaa, lienee perusteltua tutkia laajemminkin sitä, löytyykö tässä suhteessa eroavaisuuksia eri koulutusinstituutioista valmistumisen myötä. Toisin sanoen, voiko ilmiö aiheuttaa opiskelijoiden suhteen epätasa-arvoisuutta esimerkiksi opintojen pääsyn tai omalle alalle työllistettävyyden suhteen. Toisaalta olisi mielenkiintoista myös tutkia miten ulkopuolisten tahojen jalansija todellisuudessa vaikuttaa yliopiston toimintaan sekä luovuuden, itsenäisyyden ja autonomisuuden toteutumiseen, niin opetuksen kuin esimerkiksi tutkimuksenkin suhteen.

Sikäli kun tutkimuksessani analysoitiin yliopistojen omaa markkinointia ja vaikuttamiskeinoja, on merkityksellistä pohtia sitä, vaikuttaako tämä markkinointi loppujen lopuksi todellisuudessa mihinkään. Toisin sanoen, hyödyttääkö markkinointi yliopistoja uusien yhteistyökumppanien hankkimisen suhteen ja vaikuttaako markkinointi uusien työelämäpartnereiden saavuttamiseen opiskelijan työllistymismielessä? On myös hyvä kyseenalaistaa sitä, peilaako yliopistojen markkinointi aidosti realiteetteja, vai lieneekö sepitteellisen diskurssin läsnäolo valtavirtaa verkkosivuilla. Ilmiötä tulisi siis tutkia monipuolisesti eri näkökulmista, jotta esimerkiksi todellisten syy-seuraussuhteiden muodostaminen mahdollistuisi.

Yliopistoja vertaileva tutkimusasetelma on mielenkiintoinen, mutta vastaavan jatkotutkimuksen puitteissa tulisi huomioida aineistonkeruun problemaattisuus tämänkaltaisessa tutkimusviitekehyksessä. Olisi merkityksellistä saada tutkittua työnantajayhteistyötä kunkin yliopiston kohdalla ilman aineistonkeruun monimutkaisuutta, eli sellaisen tutkimusasetelman ja aineiston avulla, että varsinaisten syy-seuraussuhteiden löytäminen tai muodostaminen mahdollistuisi. Tämä tutkimus toi näkyväksi, miten monipuolisesti eri tavoin yliopistot markkinoivat omaa toimintaansa työnantajille ja

havainnollisti myös osittain sitä, miten erilaisia mielikuvia erilaisten kieliasujen käyttäminen herätti. Tutkimus myös havainnollisti sitä, miten erovaisuudet työelämäpalvelujen markkinoinnissa sävyttävät mielikuvia yliopistosta yhteistyökumppanina, mahdollisesti vaikuttaen koulutuksen kaupallistumiseen sekä yliopiston ja yhteiskunnan markkinatalouden integroitumiseen. Laajempien ja tarkempien syy-seuraussuhteiden tarkastelemisen myötä olisi tärkeää havainnollistaa ilmiön laajempaa yhteiskunnallista merkitystä ja mahdollisia epätasa-arvoisuuksia koulutusinstituutioiden välillä.

Lähteet

- Aaltio, I. & Puusa, A. 2020. Mitä laadullisen tutkimuksen arvioinnissa tulisi ottaa huomioon? Teoksessa Puusa, A., Juuti, P. & Aaltio, I. (toim.) Laadullisen tutkimuksen näkökulmat ja menetelmät. Helsinki. Gaudeamus.
- Aarresaari.net. Saatavilla: <https://www.aarresaari.net> (Viitattu 5.12.2024)
- Anttila, P. 1998. Tutkimisen taito ja tiedon hankinta. Metodix. Saatavilla: <https://metodix.fi/2014/05/17/anttila-pirkko-tutkimisen-taito-ja-tiedon-hankinta/> (Viitattu: 16.1.2024)
- Bégin-Caouette, O. 2017. Small Mighty Centers in the Global Academic Capitalist Race: A Study of Systemic Factors Contributing to Scientific Capital Accumulation in Nordic Higher Education Systems. A Doctoral Thesis in Department of Leadership, Higher and Adult Education Ontario Institute for Studies in Education University of Toronto. Saatavilla: https://tspace.library.utoronto.ca/bitstream/1807/78034/3/Bégin-Caouette_Olivier_201706_PhD_thesis.pdf (Viitattu 17.10.2024)
- Burch, P. 2021. *Hidden markets: public policy and the push to privatize education* (2nd ed.). New York, NY: Routledge.
- Caballero, G., Álvarez-González, P., & López-Miguens, M. J. 2020. How to promote the employability capital of university students? Developing and validating scales. *Studies in Higher Education* (Dorchester-on-Thames), 45(12), 2634–2652. Saatavilla: <https://www.tandfonline-com.ezproxy.utu.fi/doi/full/10.1080/03075079.2020.1807494> (Viitattu 6.1.2024)
- Candido, H., Seppänen, P. & Thrupp, M. 2023. Business as the new doxa in education? An analysis of edu-business events in Finland. *Journal: European Educational Research Journal*, SAGE. eISSN: 1474-9041. Saatavilla: <http://dx.doi.org/10.1177/14749041221140169> (Viitattu 7.12.2023)
- Damoc, A. 2017. The strategic role of partnerships between universities and private corporations as a driver for increasing workforce competitiveness in a global economy. *Proceedings of the International Conference on Business Excellence*, 11(1) 1146-1157. Saatavilla: <https://doi.org/10.1515/picbe-2017-0118> (Viitattu 28.12.2023)
- Davis, D. & Binder, A. 2016. Selling Students: The Rise of Corporate Partnership Programs in University Career Centers. *The University under Pressure. Research in the Sociology of Organizations*, Volume 46, 395-422. Emerald Group Publishing Limited. Saatavilla:

- https://www.researchgate.net/publication/303803734_Selling_Students_The_Rise_of_Corporate_Partnership_Programs_in_University_Career_Centers (Viitattu: 4.12.2023)
- De Wit- de Vries, E., Dolfsma, W.A., van der Windt, H.J. & Gerkema, M.P. 2019. Knowledge transfer in university – industry research partnerships: a review. *J Technol Transf* 44, 1236-1255. Saatavilla: <https://doi.org/10.1007/s10961-018-9660-x> (Viitattu: 28.12.2023)
- Dovemark, M., Kosunen, S., Kauko, J., Magnúsdóttir, B., Hansen, P., & Rasmussen, P. 2018. Deregulation, privatisation and marketisation of Nordic comprehensive education: social changes reflected in schooling. *Education Inquiry*, 9(1), 122–141. Saatavilla: <https://doi.org/10.1080/20004508.2018.1429768> (Viitattu 14.11.2024)
- Dunn, S., Dawson, M., & Block, B. (2021). Teaching teamwork in the business school. *Journal of Education for Business*, 96(6), 381–386. Saatavilla: <https://doi.org/10.1080/08832323.2020.1840322> (Viitattu 18.1.2024)
- Fatland, A. 2014. Why Universities and Corporations Need strategic Partnerships. LinkedIn. Saatavilla: <https://www.linkedin.com/pulse/20141110153212-3758357-why-universities-and-corporations-need-strategic-partnerships/> (Viitattu 29.12.2023)
- Guttorm, H., Arvola-Orlander, A., Niemi, A.-M., Vaahtera, E., Mertanen, K., Tammi, T., Mononen-Batista Costa, S., Brunila, K., Kouhia, A., Paakkari, A., Kainulainen, V., & Ikävalko, E. (2014). Akateeminen kapitalismi ja kollektiivisuuksien paradoksaalisuudet tohtorikoulutuksessa. *Aikuiskasvatus*, 34(2), 121–128. Saatavilla: <https://journal.fi/aikuiskasvatus/article/view/94087/52765> (Viitattu 7.2.2025)
- Hauge, T. 2016. Review of academic capitalism in the age of globalization. *Higher Education Research & Development*, 35 (4), 865-867. ABINGDON: Routledge. Saatavilla: <https://doi.org/10.1080/07294360.2016.1187380> (Viitattu 18.10.2024)
- Hirsjärvi, S., Remes, P., Sajavaara, P., & Sinivuori, E. 2009. Tutki ja kirjoita (15. uud. p.). Helsinki: Tammi.
- Hogan, A. & Thompson, G. 2021. Introduction: The ‘publicness’ of schooling. Teoksessa A. Hogan & G. Thompson. (toim.) *Privatisation and Commercialisation in Public Education: How the Public Nature of Schooling is Changing* (1st edition). Milton: Taylor and Francis. Saatavilla: <https://doi.org/10.4324/9780429330025> (Viitattu 3.1.2024)
- Huusko, M., & Pyykkö, R. 2023. Laatu suomalaisten korkeakoulujen strategioissa. *Tiedepolitiikka*, 48(3). Saatavilla: <https://doi.org/10.58957/tp.136117> (Viitattu 30.10.2024)

- Ikonen, R. 2001. Teoria kasvatustieteellisessä tutkimuksessa. *Kasvatus* 32 (5), 437–449.
- is.fi. 9.10.2024. Kaksi yliopistoa Suomesta ylsi maailman parhaiden listalle. STT. Saatavilla: <https://www.is.fi/kotimaa/art-2000010750170.html> (Viitattu 9.10.2024)
- Isopahkala-Bouret, U., Kosunen, S. & Haltia, N. 2023. University graduates' perceptions of institutional hierarchies. The case of Finnish Master's degree in business administration and economics. *Scandinavian Journal of Educational Research*, DOI. Saatavilla: <https://www.tandfonline.com/doi/full/10.1080/00313831.2023.2266706> (Viitattu 5.12.2023).
- Isosuo, T., Karttunen, M. & Manninen, M. 2021. Uraohjausta tulevaisuusorientaatiolla. Teoksessa T. Isosuo & M. Karttunen (toim.) Hyvä, parempi, paras tulevaisuuden uraohjaus. Lähtökohdat ja uraohjauskoulutus. Mikkeli: Kaakkois-Suomen ammattikorkeakoulu. Saatavilla: <https://www.theseus.fi/bitstream/handle/10024/484707/URNISBN9789523443235.pdf?sequence=2&isAllowed=y> (Viitattu 18.11.2024)
- Jokinen, A., Juhila, J. & Suoninen, E. 2016. Diskursiivinen maailma: teoreettiset lähtökohdat ja analyttiset käsitteet. Teoksessa A. Jokinen, J. Juhila & E. Suoninen (toim.) *Diskurssianalyysi: teorit, peruskäsitteet ja käyttö*. Tampere: Vastapaino.
- Jokinen, A., Juhila, J. & Suoninen, E. 2016. *Diskurssianalyysi: teorit, peruskäsitteet ja käyttö*. Tampere: Vastapaino.
- Juuti, P. & Puusa, A. 2020. Johdanto: Mitä laadullisella tutkimuksella tarkoitetaan? Teoksessa Puusa, A., Juuti, P. & Aaltio, I. (toim.) *Laadullisen tutkimuksen näkökulmat ja menetelmät*. Helsinki. Gaudeamus.
- Jyväskylän yliopisto. 2016. Laadukkaan ohjauksen periaatteet Jyväskylän yliopistossa: Linjaukset Jyväskylän yliopiston perustutkinto-opiskelijoiden ohjauksen järjestämiseksi. *Jyväskylä Studies in Education, Psychology and Social Research*, 630. Saatavilla: <https://www.jyu.fi/fi/file/laadukkaan-ohjauksen-periaatteet-rehtorin-paatos-2592023> (Viitattu 19.1.2024)
- Kauppinen, I. & Kaidesoja, T. 2014. A Shift Towards Academic Capitalism in Finland. *Higher Education Policy*, 27 (1), 23–41. Saatavilla: <https://doi.org/10.1057/hep.2013.11> (Viitattu 18.10.2024)
- Kaidesoja, T. 2018. Akateeminen kapitalismi nykyisessä tiedepolitiikassa. *Tiede & Edistys*, (2), 95–123. Saatavilla: <https://doi.org/10.51809/te.105282> (Viitattu 30.1.2024)

- Kettunen, J., Lee, J. & Vuorinen, R. 2020. Exploring Finnish Guidance Counselors' Conceptions of Career Management Skills. *SAGE Open*, 10(4), 215824402096877-. Saatavilla: <https://doi.org/10.1177/2158244020968778> (Viitattu 19.1.2024)
- Kohonen, I., Kuula-Luumi, A., Spoof, S. K., Löfström, E., Hämäläinen, K., Kettunen, J., ... & Turunen, R. 2019. Ihmiseen kohdistuvan tutkimuksen eettiset periaatteet ja ihmistieteiden eettinen ennakoarviointi Suomessa. Tutkimuseettisen neuvottelukunnan ohje 2019. Tutkimuseettisen neuvottelukunnan julkaisuja 3/2019. Tutkimuseettinen neuvottelukunta ja Tiedonjulkistamisen neuvottelukunta. Saatavilla: https://tenk.fi/sites/default/files/2021-01/Ihmistieteiden_eettisen_ennakoarvioinnin_ohje_2020.pdf (Viitattu 12.3.2025)
- Kuurila, E. 2014. *Uraohjaus ja urasuunnittelu ammattikorkeakoulussa*. Turun yliopiston julkaisuja C 384. Saatavilla: <https://www.utupub.fi/bitstream/handle/10024/98607/AnnalesC384KuurilaVK.pdf> (Viitattu 18.11.2024)
- Laaksonen, S.-M., Matikainen, J. & Tikka, M. 2013. Otteita verkosta: verkon ja sosiaalisen median tutkimusmenetelmät. Tampere: Vastapaino.
- Lehti, L. & Eronen-Valli, M. 2018. Diskurssintutkimuksen menetelmiä digitaalisen retoriikan tutkimuksessa. *Soveltavan kielitieteen tutkimuksia*, 11, 156–176. Saatavilla: <https://doi.org/10.30660/afinla.69104> (Viitattu 10.5.2024)
- Mars, M. M., Slaughter, S., & Rhoades, G. 2008. The State-Sponsored Student Entrepreneur. *The Journal of Higher Education (Columbus)*, 79(6), 638–670. Saatavilla: <https://doi.org/10.1080/00221546.2008.11772122> (Viitattu 5.3.2025)
- Molesworth, M., Nixon, E., & Scullion, R. 2009. Having, being and higher education: the marketisation of the university and the transformation of the student into consumer. *Teaching in Higher Education*, 14(3), 277–287. Saatavilla: <https://doi.org/10.1080/13562510902898841> (Viitattu 12.1.2024)
- Munch, R. 2014. *Academic capitalism: universities in the global struggle for excellence* (1st ed.). New York. Routledge. Saatavilla: <https://doi.org/10.4324/9780203768761> (Viitattu 17.10.2024)
- Nikkola, T., & Tervasmäki, T. 2021. Demokratia akateemisen kapitalismin puristuksessa: Psykososiaalinen luenta yliopistotyön logiikoista yliopistouudistuksen jälkeisessä ajassa. *Kasvatus & Aika (Verkkolehti)*, 15(3–4). Saatavilla: <https://doi.org/10.33350/ka.109711> (Viitattu 30.1.2024)

- Nivanaho, N. 2024. Suomalaisen peruskoulun yksityistäminen ja kaupallistaminen koulutusalan toimijoiden näkökulmasta. Turun yliopisto. Saatavilla: <https://www.utupub.fi/bitstream/handle/10024/176697/Annales%20B%20663%20Nivanaho%20VK.pdf?sequence=1&isAllowed=y> (Viitattu 17.4.2024)
- OECD & The European Commission. 2004. Career guidance. A handbook for policy makers. Saatavilla: <https://www.oecd-ilibrary.org/docserver/9789264015210-en.pdf?expires=1732547828&id=id&accname=guest&checksum=A60919FECE94AE98D9C7814C0CA60F0A> (Viitattu 28.11.2024)
- Okolie, U. C., Igwe, P. A., Nwosu, H. E., Eneje, B. C., & Mlangi, S. 2020. Enhancing graduate employability: Why do higher education institutions have problems with teaching generic skills? Policy Futures in Education, 18(2), 294–313. Saatavilla: <https://doi.org/10.1177/1478210319864824> (Viitattu 8.1.2024)
- Opetus- ja kulttuuriministeriö. 2024. Ehdotus ammattikorkeakoulujen ja yliopistojen valtakunnallisten rahoitusmallien uudistamiseksi vuodesta 2025 alkaen. Työryhmämuistio. Opetus- ja kulttuuriministeriön julkaisuja 2024:4. Saatavilla: https://julkaisut.valtioneuvosto.fi/bitstream/handle/10024/165371/OKM_2024_4.pdf?sequence=1&isAllowed=y (Viitattu 20.2.2025)
- Opetus- ja kulttuuriministeriö. Korkeakoulujen ja tiedelaitosten ohjaus, rahoitus ja sopimukset. Saatavilla: <https://okm.fi/ohjaus-rahoitus-ja-sopimukset> (Viitattu 20.1.2024)
- Opetus- ja kulttuuriministeriö. Yliopistojen rahoitusmalli vuodesta 2021 alkaen. Saatavilla: https://okm.fi/documents/1410845/4392480/YO_rahoytusmalli_fi/7ca7db15-70afe449-d2b4-0450d4cfd1c3/YO_rahoytusmalli_fi.pdf?t=1583241788000 (Viitattu 20.1.2024)
- Opetus- ja kulttuuriministeriö. Yliopistot Suomessa. Saatavilla: <https://okm.fi/yliopistot> (Viitattu 15.12.2023)
- Pesonen, H-L., Huntus, A., Rapo, J., Vuori, R., Harri, M. & Huusko, M. 2024. Taideyliopiston auditointi. Mäki-Ontto, R. & Savolainen, A. (toim.) Taideyliopiston itsearviointiraportti. Karvin julkaisu 19:2024. Saatavilla: <https://auditoinnit.karvi.fi/luvut/tiivistelma-38/> (Viitattu 12.11.2024)
- Pietikäinen, S., Mäntynen, A., & Pietikäinen, S. 2019. Uusi kurssi kohti diskurssia. Tampere: Vastapaino.
- Poutanen, M., Koskinen, H., Ylöstalo, H., & Taru, L. 2023. Yliopistovertailut kvantifioituna hallinnan välineenä. Saatavilla:

- <https://trepo.tuni.fi/bitstream/handle/10024/152943/Yliopistovertailut.pdf?sequence=1>
(Viitattu 13.3.2024)
- Puusa, A. 2020. Näkökulmia laadullisen aineiston analysointiin. Teoksessa Puusa, A., Juuti, P. & Aaltio, I. (toim.) Laadullisen tutkimuksen näkökulmat ja menetelmät. Helsinki. Gaudeamus.
- Puusa, A. & Juuti, P. 2020. Organisaatiokulttuurinäkökulma esimerkkinä laadullisen tutkimuksen yleistämistä. Teoksessa Puusa, A., Juuti, P. & Aaltio, I. (toim.) Laadullisen tutkimuksen näkökulmat ja menetelmät. Helsinki. Gaudeamus.
- Pälli, P. & Lillqvist, E. 2020. Diskurssianalyysi. Teoksessa M. Luodonpää-Manni, M. Hamunen, R. Konstenius, M. Miestamo, U. Nikanne & K. Sinnemäki (toim). Kielentutkimuksen menetelmiä. Helsinki. Suomalaisen kirjallisuuden seura.
- Rinne, R. 2019. Suomalaisen yliopiston tila: Rahan, vallankäytön ja hallinnan uudet muodot. Teoksessa: Jauhiainen, A., Nieminen, M., Simola, H., Nori, H., Haltia, N., Ojala, K., ... Rinne, R. (toim.) Kohti oppimisyhteiskuntaa: koulutuspolitiikan uusi suunta ja korkeakoulutuksen muuttuva maisema: juhlaKirja professori Arto Jauhiaisen täyttäessä 60 vuotta 5.4.2019. Turku: Turun yliopiston kasvatustieteiden laitos. (451-483)
- Rhoades, G. & Slaughter, S. 1997. Academic capitalism, managed professionals, and supply-side higher education: Academic labor. *Social Text*, 51, 9–39. Saatavilla: <https://doi.org/10.2307/466645> (Viitattu 4.3.2025)
- Saaranen-Kauppinen, A. & Puusniekka, A. 2006. 5.6 Sosiaalinen konstruktionismi. KvaliMOTV – Menetelmäopetuksen tietovaranto (verkkójulkaisu). Tampere. Yhteiskuntatieteellinen tietoarkisto. Saatavilla: https://www.fsd.tuni.fi/menetelmaopetus/kvali/L5_6.html (Viitattu 9.5.2024)
- Saari, S., Inkinen, A. & Mikkonen, J. 2016. Korkeakoulutuksen alueellinen tasa-arvo ja segregatio. *Otus* 54/2016. Saatavilla: <https://www.otus.fi/julkaisu/korkeakoulutuksen-alueellinen-tasa-arvo-ja-segregatio/> (Viitattu 6.12.2023)
- Saarinen, T. 2007. Quality on the move: Discursive construction of higher education policy from the perspective of quality (Nro. 83). Jyväskylän yliopisto. Saatavilla: <https://jyx.jyu.fi/bitstream/handle/123456789/13445/9789513930431.pdf?sequence=1&isAllowed=y> (Viitattu 12.3.2025)
- Savickas, M. 2013. Career Construction Theory and Practice. Teoksessa S. D. Brown & R. W. Lent (toim.) Career development and counseling putting theory and research to work (2nd ed.). Hoboken, N.J: Wiley

- Saukkonen, S. 2011. Uraohjaajan asiantuntijaohjelman sadonkorjuu. Teoksessa: Saukkonen, S. & Syynimaa, K. (toim.) Korkeakoulujen uraohjaus käytäntöjä kehittämässä. Valtakunnallisen ohjausalan osaamiskeskuksen työpapereita 1. Koulutuksen tutkimuslaitos, Jyväskylän yliopisto. Saatavilla: [VOKES työpapereita 1.pdf \(jyu.fi\)](#) (Viitattu 22.1.2024)
- Silvennoinen, H., Kalalahti, M. & Varjo, J. 2016. Globalisaatio, markkinaliberalismi ja koulutuspolitiikan muutos. Teoksessa Silvennoinen, H., Kalalahti, M., Varjo, J. & Haltia, N. (toim.) Koulutuksen tasa-arvon muuttuvat merkitykset. Turku: Suomen kasvatustieteellinen seura FERA
- Silvennoinen, H. & Kinnari, H. 2015. Koulutus, kilpailukyky ja hallinta. Teoksessa Harni, E. (toim.) Kontrollikoulu: Näkökulmia koulutukselliseen hallintaan ja toisiin oppimiseen. Jyväskylä: Kampus Kustannus.
- Slaughter, S. 2022. Current Challenges to Academic Freedom: Academic Capitalism and Neo-nationalism. Teoksessa Pritchard, R., O'Hara, M., Milsom, C., Williams, J., Matei, L., Pritchard, R. M. O., & O'Hara, M (toim.) The Three Cs of Higher Education Central European University Press. (27–50). Saatavilla: <https://doi.org/10.1515/9789633863282-006> (Viitattu 21.2.2025)
- Slaughter, S., & Leslie, L. L. 1997. Academic capitalism: politics, policies, and the entrepreneurial university. The Johns Hopkins University Press.
- Slaughter, S., & Leslie, L. L. 2001. Expanding and Elaborating the Concept of Academic Capitalism. *Organization* (London, England), 8(2), 154–161. Saatavilla: <https://doi.org/10.1177/1350508401082003> (Viitattu 4.3.2025)
- Suomen Akatemia. 2024. Tieteen tila -tilastot 2024. Tutkimuksen rahoitus, henkilöstö ja julkaisutoiminta. Saatavilla: <https://www.aka.fi/globalassets/2-suomen-akatemia-toiminta/2-tietoaineistot/tutkimuksen-rahoitus-henkilosto-ja-julkaisutoiminta-2024.pdf> (Viitattu 18.2.2025)
- Suomisanakirja. 'osaaja'. Saatavilla: <https://www.suomisanakirja.fi/osaaja> Viitattu 16.10.2024.
- Suomisanakirja. 'opiskelija'. Saatavilla: <https://www.suomisanakirja.fi/opiskelija> Viitattu 16.10.2024
- Tieteen termipankki. 2021. "Diskurssi". Saatavilla: <https://tieteentermipankki.fi/wiki/Ihmistieteet:diskurssi> (Viitattu 15.12.2023)

timeshighereducation.com. 9.10.2024. About THE's rankings. Saatavilla:

<https://www.timeshighereducation.com/world-university-rankings/about-the-times-higher-education-world-university-rankings> (Viitattu 17.10.2024)

Tuomi, J., & Sarajärvi, A. 2018. Laadullinen tutkimus ja sisällönanalyysi (Uudistettu laitos.).

Helsinki: Kustannusosakeyhtiö Tammi.

Turun yliopiston työelämäpalvelut, Rekry. Palvelut opiskelijoille. Saatavilla: [Palvelut](#)

[opiskelijoille | Rekry - Turun yliopiston työelämäpalvelut \(utu.fi\)](#) (Viitattu 22.1.2024)

Verger, A., Steiner-Khamsi, G., & Lubienski, C. 2017. The emerging global education

industry: analysing market-making in education through market

sociology. *Globalisation, Societies and Education*, 15(3), 325–340. Saatavilla:

<https://doi.org/10.1080/14767724.2017.1330141> (Viitattu 9.1.2024)

Vesala, K-M. & Rantanen, T. 2007. Laadullinen asennetutkimus: Lähtökohtia, periaatteita,

mahdollisuuksia. Teoksessa K-M. Vesala, Rantanen T, & Ehrling, L. (toim.)

Argumentaatio ja tulkinta: laadullisen asennetutkimuksen lähestymistapa. Helsinki:

Gaudeamus

Viitala, R. 2021. Henkilöstöjohtaminen. Edita Publishing Oy.

Vuorinen, R., Kettunen, J., Villalba-Garcia, E. & Harrison, C. 2021. Identifying standards for

career professionalism. Teoksessa: Digital transitions in lifelong guidance: rethinking

careers practitioner professionalism: A CareersNet expert collection. 14-30.

Publications Office of the European Union. Cedefop Working Paper, 2/2021.

Saatavilla: https://www.cedefop.europa.eu/files/6202_en.pdf (Viitattu 20.1.2024)

yle.fi 9.10.2024. Kaksi yliopistoa Suomesta ylsi maailman 200 parhaan joukkoon. STT.

Saatavilla: <https://yle.fi/a/74-20116733> (Viitattu 14.10.2024)

Lapin yliopisto	Työelämä- ja rekrytointipalvelut / Palvelut työnantajille	https://www.ulapland.fi/FI/Yksiko/t/Tyoelama--ja-rekrytointipalvelut/Palvelut-tyonantajille	10.4.2024
Lappeenranta-Lahden teknillinen yliopisto (LUT)	Yrityksille ja yhteisöille → Rekrytointi ja opiskelijatyöt → Ilmoita työpaikasta / Osallistu rekrytointitapahtumiin / Rekrytointikumppanuus / Rekrymail – Avoimen työpaikan markkinointi opiskelijoille	https://www.lut.fi/fi/yrityksille → https://www.lut.fi/fi/yrityksille/rekrytointi-ja-opiskelijatyot → https://www.lut.fi/fi/yrityksille/rekrytointi-ja-opiskelijatyot/tyopaikkailmoitukset - https://www.lut.fi/fi/yrityksille/rekrytointi-ja-opiskelijatyot/rekrytointitapahtumat - https://www.lut.fi/fi/yrityksille/rekrytointi-ja-opiskelijatyot/rekrytointikumppanuus - https://www.lut.fi/fi/yrityksille/rekrytointi-ja-opiskelijatyot/rekrymail-avoimen-tyopaikan-markkinointi-opiskelijoille	10.4.2024
Oulun yliopisto	Palvelut yrityksille ja yhteisöille → Opiskelijayhteistyö	https://www.oulu.fi/fi/yhteistyopalvelut-yrityksille-ja-yhteisoille → https://www.oulu.fi/fi/yhteistyopalvelut-yrityksille-ja-yhteisoille/opiskelijayhteistyo	10.4.2024

Taideyliopisto	Yhteystiedot	https://www.uniarts.fi/yleistieto/yhteystiedot/	10.4.2024
Tampereen yliopisto	Opiskelijayhteistyö ja urapalvelut – löydä osaaja → Rekrytoi yliopiston kansainvälinen osaaja / Tarjoa työ- tai harjoittelupaikkaa opiskelijoille	https://www.tuni.fi/fi/palvelut-ja-yhteisty/loyda-osaaja → https://www.tuni.fi/fi/palvelut-ja-yhteisty/loyda-osaaja/rekrytoi-yliopiston-kansainvalinen-osaaja → https://www.tuni.fi/fi/palvelut-ja-yhteisty/loyda-osaaja/tarjoa-tyo-ja-harjoittelupaikkaa	10.4.2024
Turun yliopisto	Palvelut työnantajille → Rekrytoi opiskelija / Teetä opinnäytetyö tai projekti / Näy opiskelijoille / Ryhdy urakummiksi	https://sites.utu.fi/rekry/palvelut-tyonantajille/ → https://sites.utu.fi/rekry/rekrytoi-opiskelija/ - https://sites.utu.fi/rekry/opinnaytetyo-projekti/ - https://sites.utu.fi/rekry/nakyvyyspalvelut/ - https://sites.utu.fi/rekry/ryhdy-urakummiksi/	10.4.2024
Vaasan yliopisto	Yritykset ja yhteisöt → Rekrytoi opiskelija → Vaasan yliopiston kumppanuusohjelma	https://www.uwasa.fi/fi/yhteisty/yritykset-ja-yhteisot → https://www.uwasa.fi/fi/yhteisty/yritykset-ja-yhteisot/rekrytoi-opiskelija → https://www.uwasa.fi/fi/yhteisty/	10.4.2024

		vaasan-yliopiston-kumppanuusohjelma	
Åbo Akademi	Palvelut työnantajille → Palkkaa opiskelija → Aloita työelämäyhteistyö	https://www.abo.fi/fi/palvelut-tyonantajille/ → https://www.abo.fi/fi/palvelut-tyonantajille/palkkaa-opiskelija/#osarahoitussummat → https://www.abo.fi/fi/palvelut-tyonantajille/aloita-tyoelamayhteistyo/	10.4.2024