

TYÖPAIKKAILMOITUKSET TYÖNANTAJAKUVAN RA- KENTAJINA SOSIAALITYÖNTEKIJÖIDEN REKRYTOIN- NISSA

Saila Kainulainen
Maisterintutkielma
Sosiaalityö
Yhteiskuntatieteiden ja filo-
sofian laitos
Jyväskylän yliopisto
Syksy 2021

JYVÄSKYLÄN YLIOPISTO

Tiedekunta Humanistis-yhteiskuntatieteellinen	Laitos Yhteiskuntatieteiden ja filosofian laitos
Tekijä Saila Kainulainen	
Työn nimi Työpaikkailmoitukset työnantajakuvan rakentajina sosiaalityöntekijöiden rekrytoinnissa	
Oppiaine Sosiaalityö	Työn tyyppi Maisterintutkielma
Aika Marraskuu 2021	Sivumäärä 70
Ohjaaja Marjo Kuronen	
<p>Tässä sosiaalityön pro gradu- tutkielmassa käsitellään työnantajakuvan rakentumista sosiaalityöntekijöiden työpaikkailmoituksissa julkisella sektorilla. Tutkielmassa analysoidaan työpaikkailmoitusten retoriikkaa ja argumentointia, joiden avulla lukija, eli mahdollinen työnhakija, pyritään vakuuttamaan niin, että hän hakisi työpaikkaa.</p> <p>Tutkimuksessa käytetään menetelmänä retorista diskurssianalyysiä, jossa yhdistetään diskurssitutkimuksen ja retorisen analyysin menetelmiä. Aineiston analyysin perusteella voidaan todeta, että työpaikkailmoituksissa käytetään retorisia keinoja maltillisesti, mikä on tyypillistä virallisten ilmoitusten genressä. Retoristen keinojen ja argumentoinnin analyysin perusteella konstruoitui kolme selkeästi toisistaan erottuvaa työnantajakuvadiskurssia. Työtä tarjolla -työnantajakuvadiskurssi edustaa perinteistä perusilmoitusta. Meille kannattaa tulla -työnantajakuvadiskurssi korostaa taloudellisia tekijöitä. Haluamme sinun viihtyvän meillä -työnantajakuvadiskurssi koostuu toiminnallisten ja psykologisten tekijöiden kautta vaikuttamalla. Työnantajakuvadiskurssit rakentuvat kerroksellisesti.</p> <p>Työpaikkailmoituksissa työnantajakuvaa rakennetaan vetoamalla samoihin tekijöihin, joiden tiedetään vaikuttavan toisaalta sosiaalityöntekijöiden vaihtuvuuteen, mutta myös työhön sitoutumiseen. Sosiaalityöntekijöiden vaihtuvuus, rekrytointihaasteet ja työntekijäpula ovatkin tämän päivän ilmiöitä, joihin positiivisella työnantajakuvalla on mahdollista vaikuttaa. Työnantajien tulisikin tiedostaa työpaikkailmoitusten ja rekrytoinnin merkitys osana systemaattista ja pitkäjänteistä työnantajakuvan rakentamista ja brändäystä. Rekrytointi on muuttumassa yhä monikanavaisemmaksi, mikä on syytä huomioida myös työpaikkailmoituksia laadittaessa. Työpaikkailmoituksissa on havaittavissa moniäänisyyden lisääntymistä ja genrejen limittymistä ja muokkautumista. Työpaikkailmoituksen merkitys on laajentunut avoimesta toimesta tiedottamisesta osaksi kuntien työnantajakuvan kirkastamista ja brändityötä.</p>	
Asiasanat: rekrytointi, työpaikkailmoitus, työnantajakuva, sosiaalityö, sosiaalityöntekijä, retorinen diskurssianalyysi	
Säilytyspaikka Jyväskylän yliopisto	
Muita tietoja	

KUVIOT

KUVIO 1	Vuoden viimeisenä päivänä Valviran rekisterissä olleet sosiaalityöntekijät	9
KUVIO 2	Työnantajakuvadiskurssit kerroksittain rakentuneina	59

TAULUKOT

TAULUKKO 1	Työnantajakuvadiskurssien ominaispiirteitä	67
------------	--	----

Sisällys

1	JOHDANTO	1
2	TUTKIMUKSEN LÄHTÖKOHDAT	3
2.1	Sosiaalityöntekijöiden työllisyystilanne	3
2.2	Sosiaalityöntekijän kelpoisuus	7
3	TYÖNANTAJAKUVA	10
3.1	Työnantajakuva käsitteenä	10
3.2	Rekrytointi prosessina	15
3.3	Työpaikkailmoitus	18
4	TUTKIMUKSEN TOTEUTUS.....	22
4.1	Tutkimustehtävä	22
4.2	Tutkimusaineisto.....	23
4.3	Retorinen diskurssianalyysi	25
4.3.1	Retorinen argumentaatio.....	26
4.3.2	Genre retorisena keinona	29
4.4	Aineiston käsittely ja analysointi	31
4.5	Tutkimuksen eettisyyden arviointi	33
5	TYÖPAIKKAILMOITUSTEN RETORIikka	35
5.1	Argumentin esittäjän vakuuttavuutta lisäävä retoriikka.....	35
5.1.1	Etäännyttäminen omista intresseistä.....	35
5.1.2	Puhujakategoriolla oikeuttaminen.....	36
5.1.3	Liittoutumisasteen säätely	37
5.1.4	Konseksuksella tai asiantuntijan lausunnolla vahvistaminen.....	38
5.2	Argumentin vahvistamisen retoriikka.....	39
5.2.1	Tosiasiapuhe.....	39
5.2.2	Kategorioiden käyttö vakuuttamisen keinona.....	40
5.2.3	Yksityiskohdilla ja narratiiveilla vakuuttaminen	41
5.2.4	Numeerinen ja ei-numeerinen määrällistäminen.....	42
5.2.5	Metaforien käyttö	43
5.2.6	Ääri-ilmaisujen käyttäminen	44
5.2.7	Kolmen lista.....	45
5.2.8	Muut retoriset keinot	46
5.3	Työpaikkailmoitusten genret ja tekstilajit retorisisina tekijöinä	47
6	TYÖNANTAJAKUVAT.....	50

6.1	Työnantajakuvien rakentuminen työpaikkailmoituksissa	50
6.1.1	Taloudelliset tekijät työnantajakuvan rakentajina	53
6.1.2	Toiminnalliset tekijät työnantajakuvan rakentajina	54
6.1.3	Psykologiset tekijät työnantajakuvan rakentajina	57
6.2	Työnantajakuvadiskurssit.....	59
6.2.1	Työtä tarjolla	60
6.2.2	Meille kannattaa tulla	60
6.2.3	Haluamme sinun viihtyvän meillä	62
7	JOHTOPÄÄTÖKSET.....	66
7.1	Keskeiset tulokset.....	66
7.2	Tutkimuksen arviointi.....	68
7.3	Pohdinta	69
	LÄHTEET	71

1 JOHDANTO

Työyhteisössäni olemme olleet viime aikoina samassa tilanteessa kuin monessa muusakin kuntaorganisaatiossa tänä päivänä. Sosiaalityöntekijöiden rekrytointi-ilmoitukseen ei ole tullut lainkaan hakemuksia tai hakijoita on ollut hyvin vähän ja heillä ei ole ollut sosiaalityöntekijän kelpoisuutta. Julkinen keskustelu on pitkään tuonut esiin kunta-alan työntekijäpulaa erityisesti sosiaali- ja terveysalalla.

Sosiaalityöntekijöiden saatavuudessa on ollut haasteita ja työntekijöiden vaihtuvuus on suurta. Moni harkitsee alalta pois siirtymistä ja työ koetaan raskaana ja uuvuttavana. Sosiaalityöntekijöiden saatavuuteen on pyritty vaikuttamaan esimerkiksi palkkausta nostamalla. Palkkaus ei ole kuitenkaan ainoa sosiaalityöntekijöitä motivoiva ja sitouttava tekijä.

Vahva ja hyvä työnantajakuva on yksi tekijä, jolla on mahdollista innostaa ammattilaisia vastaamaan työpaikkailmoituksiin. Myös kuntien työnantajakuvaan on alettu kiinnittää huomiota ja työnantajakuvan rakentaminen nähdään tärkeänä osana kunnan strategiaa ja henkilöstöjohtamista. Mm. Kuntatyö 2030 ja sitä edeltävät kunta- ja maakunta-alan työelämän kehittämisohjelma Kunteko 2020 ja Kuntatyö 2010 -projekti edistävät ja kokoavat yhteen kunta-alan kehittämistä ja siihen liittyviä hankkeita. Näissä kehitetään kuntatyön tuloksellisuutta, tuottavuutta ja työelämän laatua ja myös työnantajakuva on keskeinen teema.

Rekrytointiprosessi on vastavuoroinen tilanne, jossa sekä työnantaja että työnhakija toimivat ja arvioivat tilannetta omista lähtökohdistaan. Työntekijä kiinnittää huomioita työn tekemisen edellytyksiin ja itseään motivoiviin tekijöihin. Tuolloin työnantajan maine ja työnantajamielikuva ovat keskeisessä roolissa työsuhteen muiden ehtojen ohella. Hyvä työnantajakuva on ratkaiseva tekijä onnistuneessa rekrytointissa (Duunitori 2021).

Sosiaalityöntekijät toimivat kunnissa pääsääntöisesti viroissa, koska työtehtäviin sisältyy julkisen vallan käyttöä. Näin ollen sosiaalityöntekijöiden kelpoisuus on tärkeä rekrytointin osatekijä. Avaankin yleisellä tasolla myös virkaan liittyvää menettelyä sekä sosiaalityöntekijänä toimimista.

Haluankin selvittää työnantajakuvan rakentumista sosiaalityöntekijöiden rekrytointi-ilmoituksissa. Työnantajan ja sosiaalityöntekijän välisen vuoropuhelun ensimmäinen kohtaamispaikka, eli työpaikkailmoitukset, muodostavat tutkimusaineistoni. Lähtökohtana tutkimukselleni on oletus, että työpaikkailmoitus on oma tekstilajinsa, johon sisältyy erilaisia retorisia keinoja, joilla pyritään vaikuttamaan vastaanottajaan. Siksi katson retorisen diskurssianalyysin olevan sopiva menetelmä aineiston tarkastelemiseen. Samoin tähän lähtökohtaletukseen liittyen havaitsin perusteltuna liittämään myös työpaikkailmoitusten genren tarkastelun osaksi tutkimustani, vaikka kyseessä varsinainen genreanalyysi ei olekaan.

Aiempaa tutkimusta työnantajabrändiin, työnantajakuvaan sekä työpaikkailmoituksiin liittyen erillisinä tutkimuskohteina on runsaasti. Työnantajakuvaa eli

brändiä on tutkittu kattavasti kansainvälisissä sekä suomalaisissa tutkimuksissa. Tutkimus kohdistuu kuitenkin pääasiassa yritysmaailmaan ja painottuu kuluttaja-asia-
kasnäkökulmaan. Myös työpaikkailmoitukseen liittyvää tutkimusta on saatavilla. Eri-
tyisesti kieli- ja viestintätieteen alueilla on tutkittu työpaikkailmoitusten semantiikkaa
ja rakennetta ja myös visuaalista ilmettä. Rekrytointia on tutkittu etenkin työelämän
tutkimuksen näkökulmasta. Sen sijaan sosiaalityöntekijöiden rekrytointiprosessista ei
kuitenkaan ole tutkittua tietoa juurikaan saatavilla. Myöskään työnantajakuvan muo-
dostumista sosiaalityön työpaikkailmoituksissa ei ole tietääkseni tutkittu. Koenkin
oman opinnäytetyöni nostavan esiin työnantajakuvan merkitystä sosiaalityöntekijöi-
den rekrytoinnin kontekstissa.

2 TUTKIMUKSEN LÄHTÖKOHDAT

2.1 Sosiaalityöntekijöiden työllisyystilanne

Kevan (2021) kuntapäätäjäbarometrin mukaan suurin osaajapula on sote-palveluissa. Hakijoita avoimiin vakansseihin ei ole ollut riittävästi etenkin yli 100 000 asukkaan kunnissa. Keva (2021) on arvioinut tuoreimmassa barometrissaan kunta-alan vakuutettujen eläköitymistä vuosina 2021–2040. Ennusteen mukaan kunta-alan työntekijöistä seuraavan kymmenen vuoden aikana eläköityy joka kolmas, eli lähes 180 000 henkilöä. Kunta-alalla työskentelevistä sosiaalityöntekijöistä eläköityy seuraavan kymmenen vuoden aikana 29 %.

Ammattibarometri kertoo osaltaan eri ammattien työllisyysnäkyistä. Ammattibarometri kootaan Työ- ja elinkeinoministeriön toimeksiannosta kaksi kertaa vuodessa. TE-toimistot arvioivat keskeisten ammattien kysyntänäkymiä sekä työvoiman kysynnän ja tarjonnan tasapainoa puolivuositain. Arviointi perustuu seurantajärjestelmien lisäksi työnantajakäynneiltä ja työnantajilta sekä työnhakijoilta haastattelemalla saatuihin tietoihin. (Ammattibarometri 2021.)

Maaliskuussa 2021 julkaistun ammattibarometrin mukaan valtakunnan tasolla tarkasteltuna sosiaalityön erityisasiantuntijoista, joihin sosiaalityöntekijät sisältyvät, on paljon pulaa hakijoista Lapin, Kainuun, Pohjois-Savon, Pohjois-Karjalan, Kaakkois-Suomen, Hämeen, Uudenmaan, Varsinais-Suomen sekä Etelä-Pohjanmaan ELY-keskusten alueilla. Pulaa hakijoista on Pohjois-Pohjanmaan, Pohjanmaan, Keski-Suomen, Etelä-Savon, Pirkanmaan ja Satakunnan ELY-keskusten alueilla. Yhdenkään ELY-keskuksen alueella hakijatilanne ei ole tasapainossa tai hakijoita olisi liikaa tai paljon liikaa. Tarkemmalla tasolla tarkasteltuna ainoastaan Tunturi-Lapissa, Nivala-Haapajärvi seudulla, Kuusiokunnissa, Suupohjan kunnissa ja Porvoon seudulla hakijatilanne on tasapainossa. (Ammattibarometri 2021.)

Kevan teettämän Kuntien työvoimaennuste 2030 mukaan Kevan eläkevakuutettuja, eli kunta-alalla työskenteleviä sosiaalityöntekijöitä vuoden 2020 lopussa oli 6 112. Kaikilla työnantajasektoreilla työskenteleviä sosiaalityöntekijöitä oli 10 858. Analyysin tulosten mukaan työvoiman kysynnän ja tarjonnan tila vuonna 2020 todentaa sosiaalityöntekijäpulan olevan tosiasian myös tilastojen valossa. Analyysissä kuvataan tarjontaa, eli kuhunkin ammattinimikkeeseen kohdistuvaa suhteellista tarjontaa. Kysyntä kuvaa avoimia työpaikkoja suhteessa työllisten määrään ja ylitarjonta tai ylikysyntä kuvaa ammattinimikkeeseen kohdistuvaa työvoimapulaa tai työvoimaylijäämää. Edellä mainituissa kategorioissa sosiaalityöntekijöiden suhteellinen tarjonta on

4 %. Mitä korkeampi luku on, sitä enemmän tarjontaa on. Suhteellisen kysynnän näkökulmasta sosiaalityöntekijän ammattiin kohdistuu kaikista suurin kysyntä, eli 48 %. Seuraavaksi eniten kysyntää on psykologeista (40 %), erityisopettajista (40 %) ja lastentarhanopettajista (34 %). Rekrytoinnin näkökulmasta kiinnostava mittari on myös ylitarjonnan/ylikäytön tilanne. Suurin työvoimapula on analyysin mukaan sairaanhoitajista, lastentarhanopettajista, sosiaalityöntekijöistä ja erityisopettajista. (Keva 2021.)

Työvoiman kysynnän ja tarjonnan ennusteen mukaan tilanne ei ole helpottumassa. Sosiaalityöntekijöiden suhteellisen työvoimapulan indeksi vuonna 2020 oli -43,4 %, vuonna 2025 sen ennustetaan olevan -43,7 % ja vuonna 2030 -44,9 %. Tilastossa on huomioitu eläköitymisennuste sekä koulutusennakointiselvityksen data. Sosiaalityöntekijät ovat edelleen ammattiryhmä, josta on suurin työntekijäpula. (Keva 2021.) On siis perusteltua todeta, että työnantajilla on suuria haasteita saada palkattua päteviä sosiaalityöntekijöitä jo tällä hetkellä ja myös tulevaisuudessa. Siksi positiivisen työnantajakuvan merkitys korostuu ja siihen tulee kiinnittää huomiota myös työntekijöiden rekrytoinnissa ja työpaikkailmoituksissa.

Tutkimuksessani ei ole mahdollisuutta tarkemmin perehtyä sosiaalityöntekijöiden vaihtuvuuteen, mutta sitä ei voi kokonaan sivuuttaakaan. Työntekijöiden vaihtuvuus kietoutuu sosiaalityöntekijäpulaan ja rekrytointitarpeeseen ja sitä kautta myös erääksi työnantajakuvan kannalta merkitykselliseksi tekijäksi. Vaihtuvuus on myös taloudellinen tekijä. Laitinen (2021) toteaa yhden sosiaalityöntekijän vaihtumisen maksavan työnantajalle laskennallisesti jopa 75 000 euroa. Vaihtuvuuteen liittyy välittömiä kuluja, joita ovat esimerkiksi uuden työntekijän rekrytointiin liittyvien tehtävien kustannukset sekä perehdyttämiseen liittyvät kustannukset. Lähtevän työntekijän työteho laskee arviolta kolmen kuukauden ajaksi, mikä myös sisältyy välittömiin kustannuksiin. Välilliset kulut voivat olla välittömiä kustannuksia suuremmat. Välillisiin kuluihin sisältyvät vaihtuvuuden asiakastyön tekemiseen, prosessien sujuvuuteen ja mahdolliseen asiakkaan tilanteen kriisiytymiseen liittyvät kustannukset. Lisäksi huomioon tulee ottaa sosiaalityön asiakkaille aiheutuvat inhimilliset seuraukset, joiden arvoa on haastava mitata rahassa. (Laitinen 2021, 21.)

Sosiaalityöntekijäpula ja vaihtuvuus eivät ole uusia ilmiöitä. Turtiainen, Väänänen ja Varje (2018) ovat tutkineet sosiaalityöntekijöiden ammattilehdissä (Sosiaalityö, myöh. Sosiaalityöntekijä) vuosina 1958–1999 esiintyviä sosiaalityöntekijöiden käsityksiä sosiaalityöhön liittyvistä tavoitteiden ja todellisuuden paineista. Heidän mukaansa sosiaalityön historiassa paikantuu neljä eri vaihetta ja käännekohtaa. Nämä ovat ammatin harjoittamiseen liittyvä vaihe (1958–1968), sosiaalityön ja työskentelyolosuhteiden politisoituminen (1974–1981), lisääntynyt tietoisuus työhön liittyvistä paineista (1982–1990) ja sosiaalityön kriisinä kuvattu vaihe (1991–1999). Jo 1979-luvulla ammattilehtien keskusteluissa puhuttiin sosiaalityöntekijöiden vaihtuvuudesta.

Tuolloin vaihtuvuuden selityksenä oli se, että sosiaalityöntekijät kokivat palkkausky-symyksen epäoikeudenmukaisena suhteessa muihin julkisen sektorin työntekijöihin, kuten opettajiin ja psykologeihin. Koulutetut sosiaalityöntekijät ansaitsivat paremmin sosiaalityötä arvostetuimmista ammateista, mikä johti vaihtuvuuteen ja rekrytointihaasteisiin. (Turtiainen ym. 2018, 855.)

1980-luvulla ammattilehtien keskustelussa korostui psyykinen kuormitus. Sen syynä nähtiin sosiaalityön emotionaalinen luonne, lisääntyneet työtehtävät (byrokra-tia) ilman kompensatiota palkassa, organisaation vaatimusten ja ammattietiikan ris-tiriidat, aikapaine, työturvallisuusongelmat ja työn hallinnan menettämisen tunne. Samanaikaisesti sosiaalityöntekijöiden pätevyysvaatimukseksi tuli ylempi korkea-koulututkinto, mikä toi odotuksia emotionaalisesti tyydyttävästä työstä. Kun todelli-suus ei vastannutkaan odotuksia, heikensi se sosiaalityöntekijöiden työhyvinvointia osaltaan. Tuolloin alettiin puhua työuupumisesta ja loppuun palamisesta sosiaali-työssä, mikä johti ei toivottuun vaihtumiseen. (Turtiainen ym. 2018, 857–858.)

Sosiaalityöntekijöiden kuormitus on edelleen ajankohtainen aihe. Sitä on suoma-laisen yhteiskunnan kontekstissa tutkinut viime vuosina muiden muassa Mänttäri-van der Kuip. Hän tarkastelee ilmiötä toimintamahdollisuuksien kautta sosiaalityön luonteeseen kuuluvan eettisen kuormituksen näkökulmasta sekä moraalisen ahdin-kona sosiaalityössä. Moraalinen ahdinko ilmenee, kun sosiaalityöntekijä tunnistaa oi-kean tavan toimia, mutta institutionaaliset ja rakenteelliset tekijät estävät sen. (Mänt-täri-van der Kuip 2021, 15-16.) Heikentynyt mahdollisuus tehdä sosiaalityötä eettisesti vastuullisella tavalla on yhteydessä työntekijöiden kokemaan pahoinvointiin. Myös tilivelvollisuus asiakkaiden ja sidosryhmien ohella organisaatiota kohtaan on lisännyt työhön kohdistuvaa säästöpainetta ja tehokkuuden tavoittelua, mikä on yhteydessä kokemukseen toimintamahdollisuuksien heikentymisestä. (Mänttäri-van der Kuip 2015, 332.)

Mänttäri-van der Kuipin (2015; 2021) ohella myös Turtiainen ja muut (2018, 861) tunnistavat sosiaalityön ammatilliset haasteet pitkälle rakenteellisina. Hyvinvointiyh-teiskunnan nykyaikaistaminen, hyvinvointipalveluiden nopea kehittyminen sekä 1990-luvun lamakausi ovat kaikki osaltaan vaikuttaneet sosiaalityöntekijöiden työn arvostukseen, työn tekemisen mahdollisuuksiin, työhyvinvointiin sekä työsuhteen ehtoihin. Näillä kaikilla tekijöillä on suuri merkitys myös tarkasteltaessa sosiaalityön-tekijöiden vaihtuvuutta ja puhuttaessa sosiaalityöntekijäpulasta.

Työntekijöiden vaihtuvuus organisaatioissa on osittain välttämätöntä ja jopa or-ganisaation eduksi. Kuitenkin liiallinen ja vältettävissä oleva vaihtuminen on talou-dellisesti kallista ja haittaa myös organisaation toimintaa. Uusi työntekijä ei ole heti yhtä tehokas kuin kokenut ammattilainen. Uuden työntekijän perehdytys ja ohjaami-nen vievät työaikaa. Työn määrä saattaa lisääntyä muilla työntekijöillä ainakin tila-

päisesti. Vaihtuvuus vaikuttaa myös sosiaalityön asiakkaisiin Yhteiskunnan heikoimassa asemassa olevien henkilöiden jääminen vaille palvelua henkilöstön vaihtuvuuden vuoksi aiheuttaa laajempaa ekonomista ja sosiaalista puutetta ja inhimillistä karsimystä. Rekrytoinnin haasteet ja työntekijöiden sitoutumisen ongelmat tukahduttavat sosiaalityön professiota ja tekee palvelujen kehittämisen haasteelliseksi. Asiakkaat jäävät vaille tarvitsemaansa tasaisen laadukasta palvelua. (Webb & Carpenter 2012, 1236.)

Vaihtuvuuteen on mahdollista vaikuttaa sitouttamalla työntekijä organisaatioon. Hokkasen (2017) mukaan etenkin ennakoimattomat ja jatkuvat muutokset ja niiden johtaminen vaikuttivat sitoutumiseen. Työnantaja voi tukea sosiaalityöntekijän sitoutumista vahvistamalla arvostuksen tunnetta ja antamalla tunnustusta vaativasta työstä. Työnantaja voi varmistaa resurssien riittävyyden, asianmukaiset työvälineet ja työskentelytilat sekä mahdollistaa eettisen työskentelyn toteutumisen toimivien rakenteiden kautta. Myös laadukas johtaminen on merkityksellistä sosiaalityöntekijöiden sitoutumisessa.

Vuorijärvi, Raappana, Kinnunen ja Kostamo -Pääkkö (2018) ovat osana sosiaalihuollon ammattihenkilöstö- ja tehtävärakenneselvitystä kartoittaneet toimenpiteitä, joita on toteutettu sosiaalityöntekijöiden saatavuuden parantamiseksi. Palkkatason nostaminen, koulutusmahdollisuuksien lisääminen, puolison työpaikkamahdollisuuksien huomioiminen, asumisjärjestelyissä auttaminen, systemisen lastensuojelumallin pilotointi, etätyömahdollisuus, liukuva työaika sekä työhyvinvointiin panostaminen ovat olleen työnantajien kuvaamia keinoja. (Vuorijärvi ym. 2018.)

Webb ja Carpenter (2012) toteavat kysynnän ja tarjonnan lain vaikuttavan vaihtuvuuteen, sillä mitä enemmän avoimia työpaikkoja alalla on saatavilla, sitä suurempaa on vaihtuvuus. Vaihtuvuutta on selitetty myös taloustieteen näkökulmasta, jossa korostuu työntekijän rationaalinen hyöty/haitta puntarointi. Psykologisissa malleissa työntekijöiden odotukset linkittyvät työtyytyväisyyteen ja organisaatioon sitoutumiseen. Jos odotukset eivät tule kohdatuksi ja työntekijä on tyytymätön, voi se olla työpaikan vaihtamista selittävä ilmiö. Sosiologiset teoriat kiinnittyvät yksilöllisiin tekijöihin suhteessa organisationaalsiin tekijöihin. Yksittäinen työntekijän sitoutumiseen tähtäävä toimenpide vaikuttaakin eri tavalla eri henkilöihin. (Webb & Carpenter (2012, 1236–1237.)

Talentian (2021) mukaan sosiaalialalle tarvitaan oma alakohtainen työhyvinvointiohjelma. Sosiaalialan työn kuormitustekijät tunnistetaan hyvin. Kuitenkaan ei ole riittävän aktiivisesti kehitetty keinoja työolosuhteiden parantamiseen ja työkykyjohtamisen sekä osaamisen kehittämiseen niin, että ne vastaisivat työn lisääntyneitä osaamisvaatimuksia. (Talentia 2021.)

2.2 Sosiaalityöntekijän kelpoisuus

Sosiaalityöntekijöiden kelpoisuusvaatimukset liittyvät keskeisesti tutkimusaineistoon eli työpaikkailmoituksiin. Sosiaalityöntekijöiden rekrytointi-ilmoitukset kohdennetaan laillistetuille sosiaalityöntekijöille tai sosiaalityön opiskelijoille, jolloin ilmoitusta laadittaessa on välttämätöntä tuntea kelpoisuusehdot.

Laki sosiaalihuollon ammattihenkilöistä (ammattihenkilölaki) on ollut voimassa 1.3.2016 alkaen. Laki sosiaalihuollon ammatillisen henkilöstön kelpoisuuksista (ns. kelpoisuuslaki) kumottiin 1.5.2016. Ammattihenkilölaki määrittelee, mitä koulutusta edellytetään tiettyjen sosiaalihuollon ammattien ammatinharjoittamisoikeuteen tai nimikesuojaukseen. Lain mukaan sosiaalihuollon ammattihenkilöitä ovat laillistetut ja nimikesuojatut ammattihenkilöt. Ammattioikeuden laillistus tuo oikeuden toimia ammatissa ja käyttää ammattinimikettä. Nimikesuojatun ammattihenkilön koulutuksesta säädetään valtioneuvoston asetuksella ja henkilön tulee rekisteröityä Valviran ylläpitämään sosiaalihuollon ammattihenkilöiden keskusrekisteriin Suosikkiin. Laillistus tai nimikesuojauksen rekisteröinti haetaan tutkinnon suorittamisen jälkeen. Laillistettuja sosiaalihuollon ammattihenkilöitä ovat sosiaalityöntekijät, sosionomit, geronomit ja kuntoutuksen ohjaajat. Nimikesuojattuja sosiaalihuollon ammattihenkilöitä ovat lähihoitajat, kodinhoitajat ja kehitysvammaisten hoitajat. (Laki sosiaalihuollon ammattihenkilöistä 817/2015.)

Kelpoisuuslain kumoamisen myötä poistui merkittävä osa sosiaalihuollon tehtävien kelpoisuusvaatimuksista. Ammattihenkilölaissa ei säädetä erikseen kelpoisuuksista sosiaalihuollon eri tehtäviin. Osaan sosiaalihuollon tehtäviin liittyviä kelpoisuusehtoja löytyy kuitenkin sisällytettynä eri lakeihin, kuten esimerkiksi lastensuojelulakiin, oppilashuoltolakiin tai sosiaalihuoltolakiin.

Silloin, kun tehtävään säädettyinä kelpoisuusvaatimuksena ei ole sosiaalihuollon ammattihenkilön pätevyys, työnantaja voi valita tehtävään myös muun kuin sosiaalihuollon ammattihenkilölaissa mainitun ammattihenkilön. Kun työnantaja määrittelee tällaisiin tehtäviin vaatimaansa kelpoisuutta, ensisijaisena lähtökohtana tulisi olla kyseessä oleva tehtäväkuva ja sen edellyttämä osaaminen, ei niinkään henkilön suorittaman koulutuksen tutkintonimike. (Valvira.) Henkilöstöhallinnossa ja rekrytointiprosessissa onkin hallittava ja huomioitava laajasti lainsäädännön kokonaisuus.

Sosiaalihuollossa onkin tiettyjä tehtäviä, joihin edellytetään laillistettua sosiaalityöntekijää. Valviran mukaan tilapäisenä sosiaalityöntekijänä voi toimia enintään vuoden ajan sosiaalityöntekijän ammattiin opiskeleva henkilö, jolla tulee olla hyväksytysti suoritettut sosiaalityön aineopinnot ja käytännön harjoittelu suoritettuina. Ammattiin valmistunut sosiaalityöntekijä johtaa ja valvoo tilapäisen työntekijän toimin-

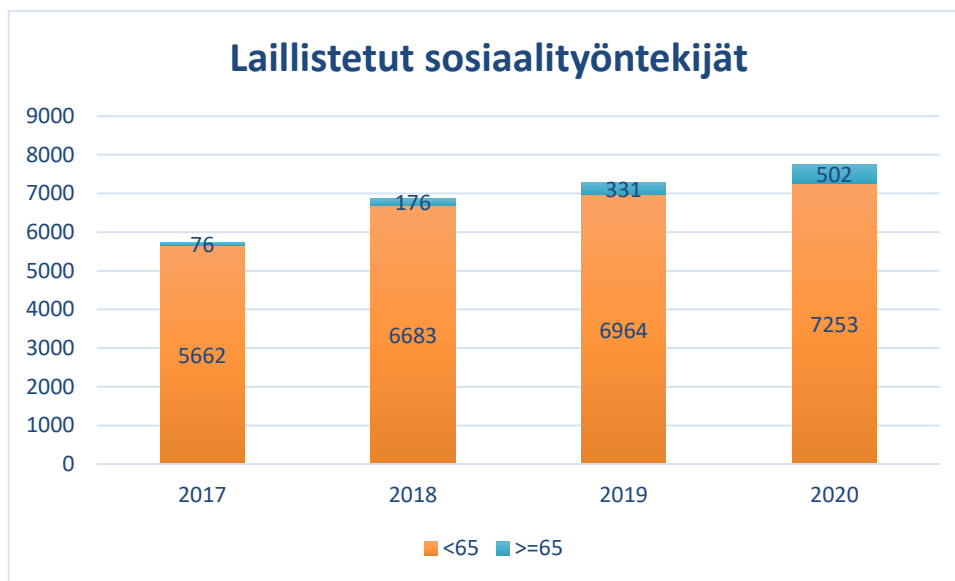
taa. Tilapäisesti sosiaalityöntekijänä toimivalla ei ole oikeutta päättää kiireellisissä tapauksissa tahdosta riippumattoman hoidon antamisesta tai siihen liittyvistä toimenpiteistä. (Laki sosiaalihuollon ammattihenkilöistä 817/2015.)

Ammattihenkilölain 7 § määrittää oikeuden toimia sosiaalityöntekijänä:

Sosiaali- ja terveysalan lupa- ja valvontavirasto myöntää hakemuksesta oikeuden harjoittaa sosiaalityöntekijän ammattia laillistettuna ammattihenkilönä henkilölle, joka on suorittanut Suomessa ylemmän korkeakoulututkinnon, johon sisältyy tai jonka lisäksi on suoritettu pääaineopinnot tai pääainetta vastaavat yliopistolliset opinnot sosiaalityössä.

Valtakunnallisen sosiaalityön yliopistoverkosto Sosnetin tilaston perusteella voidaan arvioida sosiaalityöntekijöitä koulutettavan riittävästi. Sosnet on sosiaalityön yliopistokoulutuksen yksiköiden muodostama yhteistyöverkosto, joka tilastoi valtakunnallisesti sosiaalityön koulutuksen aloittaneiden ja valmistuneiden määrää. Myös Talentian (2019) mukaan Suomessa on noin 2500 sosiaalityöntekijää enemmän kuin vakansseja. Kunnissa sosiaalityöntekijöiden vakansseja on 4700 ja järjestöissä hieman päälle 200. (Talentia 2019.)

Sosiaalityön koulutuksen aloituspaikkojen määrä on pitkällä aikavälillä tarkasteltuna kasvanut tuntuvasti. Vuonna 1990 aloitti yhteensä 175 uutta sosiaalityön opiskelijaa. Aloituspaikkojen määrä kasvoi niin, että esimerkiksi vuonna 2005 aloitti 336 uutta opiskelijaa ja vuonna 2010 aloituspaikkoja oli 377. Sosiaalityön koulutukseen on ohjattu lisärahoitusta vuosina 2013–2015, mikä entisestään lisäsi aloituspaikkojen määrää niin, että vuonna 2015 ennätyskelliset 527 uutta opiskelijaa aloitti sosiaalityön opinnot. Rahoituskauden päätyttyä määrä hieman laski, mutta vuosina 2018–2020 erillisten ESR-hankkeiden sekä opetus- ja kulttuuriministeriön maisterikoulutushankkeiden turvin vuonna 2018 aloitti 470 opiskelijaa, vuonna 2019 yhteensä 523 opiskelijaa ja vuonna 2020 463 uutta opiskelijaa. Sosiaalityön koulutuksen läpäisy on hyvä, sillä valmistuneiden maistereiden määrä on linjassa viisi vuotta aiemmin aloittaneiden opiskelijoiden määrään suhteutettuna. (Sosnet.) Eli myös valmistuneiden sosiaalityöntekijöiden määrä on lisääntynyt. Lain sosiaalihuollon ammattihenkilöistä voimaan tulon jälkeen 1.3.2016 Valvira on myöntänyt hakemuksen perusteella oikeuden toimia laillistettuna sosiaalityöntekijänä. Laillistettuja sosiaalityöntekijöitä on 31.12.2020 ollut Valviran rekisterissä yhteensä 7755. (Avoindata.fi 2021). Laillistettujen sosiaalityöntekijöiden määrä on kasvanut tasaisesti rekisteröinnin aloittamisesta alkaen.



KUVIO 1 Vuoden viimeisenä päivänä Valviran rekisterissä olleet sosiaalityöntekijät

Puhuttaessa sosiaalityöntekijöiden kelpoisuudesta, rekrytoinnista ja työhyvinvoinnista ja sitoutumisesta ei johtamista voida mielestäni ohittaa. Ammattihenkilölain 9 § mukaan sosiaalityöntekijä vastaa sosiaalityön ammatillisesta johtamisesta. Sosiaalihuollon pääasiassa hallinnollisesta johtamisesta voi kuitenkin vastata henkilö, jolla on tehtävään soveltuva ylempi korkeakoulututkinto ja alan tuntemus sekä riittävä johtamistaito. Heikkinen (2021) nostaa esiin ammatillisessa johtamisessa olevan kyse julkisesta vallankäytöstä ja ammatillisen osaamisen laadun valvonnasta sekä päivittäisen sosiaalityön prosessien sisällönohjauksesta. Hän toteaaakin, että ammatillisen johtamisen on oltava läsnä siellä, missä työ konkreettisesti tehdään. Ammatillisen johtamisen sijoittaminen puolimuodolliseksi näennäis- ja etäjohtajuudeksi on Heikkisen (2021) mukaan vältettävä ilmiö, joka tulee huomioida hyvinvointialueen organisoitumisessa.

Talentian (2021) mukaan puutteelliset resurssit, liian suuri asiakasmäärä ja haasteet johtamisessa olivat palkkauksen ohella merkittävämmät syyt siihen, että pätevät sosiaalityöntekijät eivät hakeudu kuntien virkoihin. Syytä onkin systemaattisesti, tavoitteellisesti olemassa olevaan tutkimustietoon perustuen kehittää sosiaalityön rakenteita ja työskentelyolosuhteita niin, että koulutetut työntekijät jatkossa hakeutuisivat kuntien palvelukseen tekemään asiakastyötä.

3 TYÖNANTAJAKUVA

3.1 Työnantajakuva käsitteenä

Organisaatio, jolla on hyvä maine ja työnantajakuva, kykenee houkuttelemaan parhaat tekijät palvelukseensa (Juuti & Vuorela 2015, 58). Työnantajakuvalla rinnakkaisia käsitteitä ovat imago, brändi ja työnantajamielikuva. Tutkimusaiheeseeni liittyviä aikaisemmin tehtyjä tutkimuksia hain kirjaston ohella JYKDOK-tietokannoista. Hakulausekkeiden muodostamisessa hyödynsin laatimaani tiedonhankintasuunnitelmaa. Finto YSO-sanastosta olen hakenut asiasanoja, jotka olen kääntänyt myös englanniksi. Keskeiset hakusanat ovat: työnantajamielikuva, brändi, mielikuvamarkkinointi, julkisuuskuva, rekrytointi, työpaikkailmoitus, rekrytointi-ilmoitus, branding, recruitment, recruitment of employees, employer branding, employment announcements, job advertisements ja public image. Hakusanoista olen muodostanut erilaisia hakulausekkeitä. Sosiaalityön, sosiologian ja sosiaalipolitiikan ohella olen hakenut lähteitä myös taloustieteiden ja viestinnän tietokannoista. Tallensin löytämäni lähteet RefWorks-viitteidenhallintaan.

Ambler ja Barrow ovat todennäköisesti ensimmäisenä määritelleet käsitteen työnantajabrändi (employer brand) vuonna 1996 Iso-Britanniassa toteutetussa yritysmaailmaan sijoittuvassa tutkimuksessaan. He määrittelevät käsitteen pakettina ansio-työhön liittyviä toiminnallisia, taloudellisia ja psykologisia etuja. Tosin he itse toteavat brändiajattelua mukailevan keskustelun paikantuvan aina keskiajalle, jolloin italialainen teologi San Bernardino aikalaistensa kanssa pohti aihetta markkinoinnin näkökulmasta. (Ambler & Barrow 1996, 185.)

Ambler ja Barrow (emt.) ovat jo 1996 julkaistussa tutkimuksessaan todenneet työntekijöiden olevan organisaation tärkein voimavara ja kilpailuetu. He linkittivät työntekijöiden laadun tuotetun palvelun tai tuotteen laatuun ja toteavat työnantajabrändin ja tuotebrändin olevan osittain toistensa kaltaisia. Heidän mukaansa työnantajabrändi tarjoaa työntekijöille yhtäläisiä etuja kuin perinteinen tuotebrändi kuluttajille. Ambler ja Barrow (1996, 187) ja myös Wilden, Gudergan ja Lings (2010, 56), määrittelevät työnantajakuvan koostuvan toiminnallisista, taloudellisista ja psykologisista tekijöistä, jotka mahdolliset työnhakijat yhdistävät käsitykseensä työnantajasta.

Australialaistutkijat Wilden, Gudergan ja Lings (2010) ovat tutkineet kognitiivisen psykologian ja signaaliteorian näkökulmista työnantajamielikuvan merkitystä rekrytinnissa. He ovat muutoinkin päätyneet samankaltaisiin tuloksiin Amblerin ja

Barrow'n (1996) kanssa. Molemmissa tutkimuksissa työnantajakuva nähtiin yhte-neväisenä tuotemarkkinoinnin kanssa. Hytti, Kuoppakangas, Suomi, Chapleo ja Gio-vanardi (2015) toteavat työnantajakuvan merkityksen myös julkisella sektorilla, mutta tuovat samalla esiin, että yksityinen ja julkinen sektori eroavat toisistaan. Brändäämi-sen edut on haastavaa kvantifioida ja osoittaa erityisesti alalla, jossa mittarit ovat hy-vin erilaisia vaikkapa kaupalliseen alaan verrattuna. (Hytti ym. 2015, 256.) Sosiaalityö on julkisen sektorin toimiala, jonka vaikuttavuutta on tunnetusti haastavaa täsmälli-sesti mitata. Wilden ja muut (2010, 57) toteavat peruslähtökohtana olevan, että hyvä asiakaspalvelu on mahdollista saavuttaa vain, jos työntekijöiden tyytyväisyys ja mo-tivaatio on korkea. Tähän taas hyvä työnantajakuva vaikuttaa keskeisesti.

Wilden ja muut (2010) haastattelivat mahdollisia työnhakijoita, jotka parhaillaan aktiivisesti etsivät töitä. Heidän mukaansa työnhakijat arvostivat selkeyttä, johdon-mukaisuutta ja helposti saatavilla olevaa tietoa työnantajasta.

Berthon, Ewing ja Hah (2005) laajentavat tutkimuksessaan Amblerin ja Barrow'n (1996) jaottelua lisäämällä houkuttelevuuden ulottuvuuden osaksi työnantajamieliku-vaa. Heidän tutkimuksessaan korostuu myös Amberin ja Barrow'n tavoin työntekijöi-den merkitys organisaatiolle. Berthon ja muut (2005) näkevät työntekijät organisaa-tion sisäisinä asiakkaita ja työpaikat voidaan käsittää sisäisinä tuotteina. Myös Wilden ja muut (2010, 57) toteavat henkilöpääoman ja brändin olevan työntäjän tärkein kil-pailuvaltti.

Berthonin ja muiden (2005) tutkimus organisaation vetovoimatekijöistä osoittaa, miten olemassa olevien työntekijöiden avulla voidaan rakentaa sisäistä työnantajaku-vaa, joka vaikuttaa myös ulkoiseen työnantajakuvaan. He toteavatkin, että hyvä työn-antajakuva on tärkeä paitsi rekrytoinnissa myös jo olemassa olevan henkilöstön sitou-tumisen kannalta. Työnantajakuva voidaan jakaa sisäiseen ja ulkoiseen työnanta-jakuvaan. Yksittäisen ihmisen näkemys työnantajasta muodostuu tiettyjen vetovoi-maan vaikuttavien lähteiden kautta. Osaan niistä organisaatio voi vaikuttaa suoraan ja toisiin taas epäsuorasti. Työnantajabrändäys, rekrytointimarkkinointi ja -viestintä, sisäinen ja ulkoinen viestintä, brändimarkkinointi, hakijakokemus, työntekijäkoke-mus, asiakaskokemus, työntekijöiden kertomukset, taloudellinen menestys, palkinnot ja media ovat tekijöitä, joista näkemys työntäjän vetovoimasta muodostuu. (Huhta & Myllyntaus 2021, 19.) Sisäisellä työnantajakuvalla tarkoitetaan lähinnä työntekijöi-den kokemuksia työnantajasta (Korpi, Laine & Soljasalo 2012, 67). Hyvä työnantaja-kuva syntyy, kun organisaation työntekijät kertovat työpaikan ja työntäjän hyvistä puolista organisaation ulkopuolella. Hyvää työnantajakuva luodaankin myös epävi-rallisissa kohtaamisissa työn ulkopuolella. (Juuti & Vuorela 2015, 58.)

Ulkoinen työnantajakuva puolestaan on ulkopuolisten henkilöiden eri fooru-meiden kautta saadun informaation perusteella muodostama näkemys. (Korpi ym.

2012, 67.) Ulkoista työnantajakuva usein rakennetaan viestimällä vahvuuksista ja jättämällä vähemmälle huomiolle kehittämistä vaativia asioita. Ulkoista työnantajakuva luodaan myös tiedostamatta. Esimerkiksi rekrytointitilanteessa haastattelutyöryhmään kuuluvilla luottamushenkilöillä voi olla hyvin erilainen näkemys työyhteisön tilanteesta kuin työyhteisön jäsenillä itsellään. Ongelmien tai työyhteisön kehittämistä vaativien tekijöiden vähättely tai peittely rekrytointitilanteissa on arveluttavaa. Kuten Korpi ym. (2012, 68) toteavat, kiinnijäämisen riski on suuri. Työntekijän saama virheellinen kuva työnantajasta voi vaikuttaa myös työnantajaan sitoutumiseen. Myös Kaijala (2016, 88) toteaa annettujen odotusten lunastamiseen liittyvän ison riskin.

Kun organisaatio tavoittelee sekä uusien työntekijöiden houkuttelua että olemassa olevien työntekijöiden pysyvyyttä, on välttämätöntä ymmärtää työnantajan vetovoimaan liittyvät tekijät. Työn mainostaminen ja työnantajakuvan kehittämisen merkitys kasvaa. Berthon ja muut liittivät Amblerin ja Barrow'n (1996) psykologiseen ulottuvuuteen kiinnostuksen arvon (mielenkiintoinen, innovatiivinen työympäristö) sekä sosiaalisen arvon (työilmapiiri, kollegiaalisuus ym.). Soveltamisen arvo (mahdollisuus käyttää ja jakaa osaamistaan) ja kehittymisen arvo (osaamisen tunnistaminen ja tunnistaminen, itseluottamuksen kasvu, urakehitys) laajentavat heidän toiminnallista ulottuvuuttaan. Taloudellinen arvo (keskitasoa parempi palkka, etenemismahdollisuudet ym.) liittyy sekä psykologisiin että toiminnallisiin ulottuvuuksiin. (Berthon ym. 2005, 159–162.)

Benraïss-Noailles ja Viot (2021) puolestaan tarkastelivat kriittisesti Berthonin ym. (2005) kehittämän työnantajan houkuttelevuuden mittaamiseen kehitetyn menetelmän (EmpAt). Benraïss-Noailles ja Viot toistivat tutkimuksen käyttäen hieman erilaisia muuttujia. Heidän johtopäätöksensä mukaan mittari kaipasi hieman tarkennusta, mutta on yleisesti ottaen varsin luotettava. Heidän tuloksensa myös korosti työnantajakuvan vaikutusta työntekijän hyvinvointiin, joka vaikuttaa myös lojaalisuuteen työnantajaa kohtaan. (Benraïss-Noailles & Viot 2021, 608–609.)

Vahva työnantajakuva pienentää henkilöstön hankkimiskustannuksia, kehittää yhteistoimintaa ja edistää työntekijöiden sitoutumista ja mahdollistaa matalampien palkkojen maksamisen (Berthon ym. 2005, 154). Sosiaalityön näkökulmasta ajattelen, että hyvän työnantajakuvan omaava organisaatio saa rekrytoitua ja myös pidettyä työntekijöitä keskimääräisellä palkkatasolla.

Hytti, Kuoppakangas, Suomi, Chapleo ja Giovanardi (2014) ovat tutkineet työnantajakuvan rakentumista kunnallisessa terveydenhuolto-organisaatiossa Suomessa. Heidän tutkimuksensa oli ainoita löytämiäni julkisen sektorin työnantajakuvaan liittyviä Suomessa toteutettuja tutkimuksia. Heidän mukaansa terveydenhuollossa työnantajakuva rakennettaessa tulee huomioida alan intiimiys ja tuotettavan palvelun

henkilökohtainen ulottuvuus. Tuolloin vahvan brändin tulee huomioida tämä erityisyys. (Hytti ym. 2015, 257.) Diskurssianalyysin tuloksena he muodostivat neljä selkeästi havaittavaa ulottuvuutta. Ensimmäisessä kunnallinen toimija nähtiin taloudellisenä ratkaisuna, jossa korostuivat tehokkuuden ja taloudellisuuden tavoittelu ja liiketaloudellinen toiminta. Toisen ulottuvuuden Hytti ym. (2015) nimesivät taikasauvaksi ja siinä korostui ulkoisen työnantajakuvan merkitys, ulkoinen näkyvyys ja visuaaliset efektit (logot, sloganit, nettisivujen ulkoasu jne.). Kolmantena kunta nähtiin tuotantolaitoksena, jossa keskeistä on prosessien uudistaminen, palkkausjärjestelmän houkuttelevuus, uudet tittelit ja moderni teknologia. Neljännessä ulottuvuudessa korostui asiakkaiden palveleminen tehokkaissa prosesseissa ja laadukkailla välineillä. Tässä potilas nähtiin asiakkaana, jolloin kokonaisvaltaisen ja yksilöllisen hoivan arvot unohdettiin. Brändiajattelun omaksuminen julkisen sektorin kentälle ei ole täysin ongelmantonta, vaan vaikkakin liiketalouden työkaluja voidaan hyödyntää terveydenhuollossakin, aiheuttaa se myös dilemmoja, etenkin, jos työntekijät eivät ole osallisia ja tietoisia työnantajakuvan rakentamisesta. (Hytti ym. 2015, 261–266.)

Ajattelenkin Hytin ja muiden (2015) julkiseen terveydenhuoltoon sijoittuvan tarkastelun olevan sovellettavissa tietyin rajauksin myös sosiaalihuoltoon, koska julkisen sektorin toimintaperiaatteet ovat pitkälle yhteneväiset. Sosiaalityöstä vastaavaa julkiseen sektoriin liittyvää kansallista tai kansainvälistä tutkimusta ei ollut saatavilla. Mahdollisten työnhakijoiden aikaisemmat kokemukset vaikuttavat siihen, mitä tekijöitä he työnantajassa arvostavat. Wilden kollegoineen (2010) toteavat, että kokeneemmat henkilöt arvostivat enemmän työkuultuuria, etenemismahdollisuuksia ja muita aineettomia tekijöitä. Kokeneemmat työntekijät ovat myös kyynisempiä ja kriittisempiä työnantajakuvan signaaleihin suhtautumisessaan. Puolestaan vasta työelämään astuvat pitivät tärkeänä palkkaa ja muita konkreettisesti ilmoitettuja etuja. Vähemmän kokenut työntekijä arvosti myös tunnettua brändiä, jonka näkyminen ansioluettelossa nähtiin merkityksellisenä. Työnantajien tulisikin kiinnittää huomiota mahdollisten työnhakijoiden kohderyhmään ja kohdentaa työnantajakuvaisignaaleja sen mukaisesti. (Wilden ym. 2010, 64-70.)

Huhta ja Myllyntaus (2021, 36–37) määrittelevät työnantajabrändin ideaksi siitä, millainen työnantaja on, ja lupaukseksi siitä, millaisen työpaikan organisaatio tarjoaa. Työnantajamielikuvaa on heidän mukaansa eräs työnantajabrändin tekijöistä ja siihen sisältyvät yksilön mielessä olevat tarkemmat uskomukset ja ajatukset. Huhta ja Myllyntaus toteavat työnantajakuvan rakentavan organisaation tunnettuutta ja tuottavan nykyisille ja potentiaalisille työntekijöille odotuksia siitä, millaista työpaikassa olisi työskennellä. Heidän mukaansa organisaation vetovoimaan on mahdollista vaikuttaa työntekijäkokemuksen, työnantajabrändin ja organisaatiobrändin avulla. (emt. 2021, 16.)

Tietoisesti työnantajakuva rakentavat organisaatiot tiedostavat, että työntekijöiden kokemuksen kautta rakentuvaan mielikuvaan vaikuttavat vain autenttiset kokemukset. Kokemustiedon merkityksen sisäistäneet työnantajat menestyvät työnantajakuvan luomisessa ja saavat hakijat samaistumaan yritykseensä. Yleensä tuolloin myös virherekrytointien riski pienenee ja hakijat itsekin jättävät hakematta työtä, jonka katsovat olevat itselleen sopimattoman. (Kaijala 2016, 88–89.)

Työnantajakuva on osa organisaatiobrändiä, jota voidaan pitää organisaation strategisena pääomana ja voimavarana (Huhta & Myllyntaus 2021, 27). Viime aikoina brändiajattelu on juurtunut myös kuntaorganisaatioihin, vaikkakin Hytti ym. (2015, 256) toteavat julkisen sektorin olevan vielä kaukana brändiajattelun sisällyttämisestä osaksi organisaatioiden kehittämistä. Lindberg-Repo (2020) toteaa kuntabrändin kerrotavan, mistä kunta on tulossa, missä se on nyt ja minne se on menossa. Kunnat kilpailevat osaavasta työvoimasta. Vahva kuntabrändi edesauttaa parhaiden osaajien saamisen työmarkkinoilta ja oppilaitoksista. Brändi on tullut osaksi kuntastrategiaa. Kuntaorganisaation näkökulmasta brändien kokonaisuus muodostuu palvelubrändistä, organisaatiobrändistä, suhdebrändistä sekä paikkabrändistä. Kuntabrändi elää kuntalaisten kokemuksissa ja mielikuvissa ja se muodostuu ajan kuluessa vuorovaikutuksessa kunnan ja asukkaan (tai työntekijän) välillä. (Lindberg-Repo 2020, 9-10; 22.)

Kunnalla ja sitä kautta kuntatyönantajalla on aina jonkinlainen maine, joka vaikuttaa kunnan houkuttelevuuteen muuttajien, yritysten ja työnhakijoiden näkökulmista. Brändin avulla kunta voi vaikuttaa maineeseensa. Brändin muodostaminen ja ylläpitäminen ja kehittäminen edellyttää pitkäjänteistä ja vastuullista brändi- ja strategiatyötä. (Lindberg-Repo 2020, 13–14.) Kunnan maineeseen vaikuttaa kaikki kuntaa koskeva viestintä aina lehtijutuista puskaradioon. Etenkin puskaradiossa positiiviset ja negatiiviset kokemukset leviävät helposti laajalle ja Wilden (2010, 70) toteaaakin puskaradion olevan mahdollisten työnhakijoiden joukossa jopa kaikista vaikuttavimpana ja luotettavimpana pidetty tietolähde. Luottamus henkilökohtaisiin suosituksiin perustuu auktoriteettiin vaikuttamisen keinona. Jokainen on oman elämänsä auktoriteetti, mikä tekee henkilökohtaisesta uskottavaa. (Strellman & Svinhufvud 2020, 52.)

Modernit julkisen sektorin organisaatiot kohtaavat samoja haasteita kuin yksityisen sektorin toimijat. Tulee erottua muista, tavoitella tehokkuutta, huolehtia rahoituksesta, rekrytoida ja sitouttaa osaavaa työvoimaa. (Hytti ym. 2015, 257.)

Työnantajakuva on mahdollista arvioida seuraamalla, miten vastarekrytoidut työntekijät viihtyvät työssään ja selvittämällä heiltä, vastaako työpaikka työntekijälle rekrytointiviestinnän yhteydessä syntynyttä ennako-odotusta (Korpi, Laine & Soljasalo 2012, 97.) Mikäli työnantajakuva poikkeaa vahvasti työntekijöiden kokemuksesta, on työnantajakuva vääristynyt, mikä voi johtaa jopa työnantajakuvan heikentymiseen. Työnantajamielikuvaa rakennettaessa tuleekin Sallin ja Takatalon (2014) mukaan olla

rehellinen ja avoin. Vaikka kiiltokuvamaisella työnantajakuvalla saataisiin hetkellisesti houkuteltua työntekijöitä, eivät pettyneet työntekijät sitoudu organisaatioon. (Salli & Takatalo 2014, 45.)

Työntekijäkokemus ja työnantajamielikuva tukevat toisiaan synnyttämällä positiivisen kierteen. Vahva työnantajakuva kannustaa organisaation työntekijöitä sitoutumaan itse organisaatioon sekä myös suosittelemaan työnantajaa tuttavilleen. Duunitorin (2021) rekrytointitutkimuksen mukaan organisaation henkilöstön verkostot oli tärkein rekrytointikanava. Positiivinen työnantajakuva motivoi myös panostamaan työhön. (Huhta & Myllyntaus 2021, 25.) Eräs perustava tekijä positiivisen työnantajakuvan rakentumiselle onkin nykyisten työntekijöiden vaaliminen (Juuti & Vuorela 2015, 58). Eräs tärkeimmistä työntekijämielikuvan rakennuselementeistä ovat niin sanotut sisäiset lähettiläät, jotka viestivät positiivisesti työnantajasta (Salli & Takatalo 2014, 44). Pelkistetyimmillään niin sanottu työntekijälähettilyys toteutuu, kun työntekijä kysyttäessä kertoo omista kokemuksistaan. Henkilöstö harjoittelijasta johtajaan voi toimia työntekijälähettiläänä ja joissain organisaatioissa onkin rakennettu lähettiläisohjelma, jossa tarkasti määritellään, mitä, missä ja kenelle eri rooleissa toimivien henkilöiden toivotaan viestivän. (Huhta & Myllyntaus 2021, 372–373.)

Työnantajamielikuva liittyy vahvasti työntekijäkokemuksen viitekehykseen. Huhta ja Myllyntaus (2021, 158) toteavat työnantajabrändityön olevan alisteisen työntekijäkokemuksen kehittämiseksi. He ovat mallintaneet työntekijäkokemuksen viitekehyksen, eli kokemukahdeksikon. Kokemukahdeksikko koostuu olemassaolon tarkoituksesta, kulttuurista, johtamisesta, työn ominaispiirteistä, sosiaalisesta ympäristöstä, hyvinvoinnista, fyysisestä työympäristöstä ja työvälineistä. Palaan kokemukahdeksikon elementteihin myöhemmin luvussa 6.1. omien tulosteni esittämisen yhteydessä.

3.2 Rekrytointi prosessina

Rekrytointi käsitteenä on melko tuore. Vielä 2000-luvun alussa puhuttiin yleisesti työhönotosta tai henkilöstöhankinnasta (Huilaja 2019, 12). Rekrytointia voidaankin määritellä eri tavoin. Kaijalaa (2016, 16) mukailen rekrytointi ei ole vain ihmisen palkkaamista ja työsopimuksen allekirjoittamista, vaan työnantajan arvoihin ja tavoitteisiin sopivan osaamisen, kehittymiskyvyn ja tahtotilan löytämistä ja vaalimista. Huilaja (2019) kiteyttää rekrytoinnin olevan toimijoiden tapauskohtaiseen ymmärrykseen perustuva vaiheittainen prosessi, jossa neuvotellaan odotuksista liittyen työhön, elämään ja sosiaalisiin sitoumuksiin liittyen. Rekrytoinnissa pyritään tavoittamaan aktiivisia työnhakijoita, jotka työpaikkailmoituksia seurattaessaan sopivan tehtävän löy-

tyessä jättävät hakemuksen tehtävään (Kaijala 2016, 142). Kortetjärvi-Nurmi ja Murtola (2015, 166–167) kuvaavat rekrytointia vaiheittaisena prosessina, jossa suunnittelu-, toteutus-, päätöksenteko- ja seurantavaiheilla on omat tehtävänsä. Sallin ja Takatalon (2014) mukaan rekrytointi voidaan nähdä pitkälti odotusten hallintana.

Rekrytointi ja henkilöstövoimavarojen hallinta laajemminkin on merkittävä osa-alue etenkin henkilötyövoimalla tuotettavissa palveluissa, kuten esimerkiksi sosiaalityö. Myös kunnat ovat muuttuneet yhä monialaisimmiksi konserneiksi. Kuntien järjestämistä vastuulla olevat palvelut ovat Salomaan ja Pakarisen (2013, 46) mukaan pitkälle henkilötyövoimalla tuotettavia ihmisten hyvinvointia tukevia palveluita, joiden laatu on riippuvaista henkilöstöstä. Rekrytoinnin tavoitteena onkin sopivien ihmisten houkuttelemisen hakeutumaan organisaation palvelukseen. Rekrytoinnilla rakennetaan perustaa yksilön ja työyhteisön väliselle suhteelle. Rekrytoinnin onnistuessa palkattu työntekijä voi hyödyntää koulutustaan, kokemuksiaan ja osaamistaan organisaation hyväksi. (Juuti & Vuorela 2015, 58–59.)

Ennen ulkopuolisen työvoiman rekrytointia työnantajan on selvitettävä, toteutuuko ensisijainen velvoite tarjota avointa tehtävää muulle henkilölle. Ensisijaisesti avointa tehtävää on tarjottava lomautetulle työntekijälle, osa-aikaiselle työntekijälle, tuotannollisin, taloudellisin tai uudelleenjärjestelyistä johtuvista syistä irtisanotulle henkilölle, jota kohtaan on työntarjoamisvelvollisuus sekä takaisinottovelvollisuuden piirissä olevalle henkilölle. (Huhta 2017, 83; Saarinen 2015, 24–26.)

Rekrytoinnissa tulee muistaa syrjinnän kieltö ja tasapuolisen kohtelun vaatimus. Työnhakijoiden yksityisyyden suojasta ja henkilötietojen tarkoituksenmukaisesta käsittelystä on myös huolehdittava. (Huhta 2017, 84). Anonyymi rekrytointi on eräs keino hakijoiden tasapuolisen kohtelun ja yhdenvertaisuuden takaamiseksi. Salminen (2020) toteaa anonyymien rekrytoinnin saavan Suomessakin tunnettuutta erityisesti yritysmaailmassa, mutta myös julkisella sektorilla. Anonyymien työnhaun uskotaan yleistyvän lähivuosina (Duunitori 2021). Anonyymissä rekrytoinnissa työhakemuksista poistetaan yksilöllä identifioivia tietoja, kuten ikä, sukupuoli ja tehtävästä riippuen esimerkiksi tieto, missä maassa työkokemus ja koulutus on hankittu. Valintavaiheessa huomio kiinnittyykin hakijoiden osaamiseen henkilökohtaisen ominaisuuksien sijaan. Yleensä anonymiteetti toteutetaan valittaessa hakijoita työhaastatteluun ja haastattelutilanteet tyypillisesti toteutetaan kasvotusten. (Salminen 2020.)

Työnantaja saattaa joutua vastuuseen myös kolmannen tahon työpaikkailmoituksen virheestä, esimerkiksi lehdessä julkaistussa ilmoituksessa tapahtuneeseen virheeseen. Siksi aina tulisi tarkistaa julkaistavan työpaikkailmoituksen sisältö ennen kuin se saatetaan hakijoiden tietoon. (Saarinen 2015, 27.)

Nykyisen lainsäädännön mukaan työnantajalla ei ole velvoitetta ilmoittaa työvoimaviranomaiselle avoimeksi tulleista työpaikoista. Suositeltavaa kuitenkin on, että

avoimista toimista ilmoittamiseen hyödynnetään TE-toimistojen työnvälityspalveluita. Työnantajalla on mahdollisuus käyttää myös muita valitsemiaan TE-toimistoista riippumattomia työnhakupalveluita. Niiden tulee yhtä lailla huolehtia tasapuolisuudesta ja puolueettomuudesta. (Saarinen 2015, 23–24.)

Huilajan (2019) väitöskirjassa *Rekrytoinnin sosiaalinen järjestys*, rekrytointia käsitellään neljässä eri tutkimusartikkelissa. Huilajan mukaan rekrytointi on itse työtä laajempi tapahtuma, jota toteutetaan valintoina ja valinnan mahdollisuuksina ja joka yläläpittää, hajottaa, vahvistaa ja uudistaa sosiaalista järjestystä. Tämä näkökulma on merkityksellinen myös oman tutkimukseni kannalta.

Kaijala (2016) toteaa suomalaista rekrytointikenttää tutkitun viime vuosina aherasti. Tutkimusten mukaan rekrytointikanavien käyttö on monipuolistunut ja sosiaalista mediaa ja erilaisia sähköisiä ilmoitustauluja hyödynnetään osana rekrytointistrategioita. Kaijala kuvaa tätä käsitteellä sosiaalinen rekrytointi. Vaikka erilaisten kanavien käyttö on monipuolistunut, on sosiaalisen median hyödyntäminen rekrytoinnissa tutkimuksen mukaan kuitenkin vielä hapuilevaa ja hahmottomatonta. Tiedetään, mitä kanavia on olemassa, mutta miten niitä kannattaa hyödyntää tuloksellisesti, on vielä epäselvää. (Kaijala 2016, 184–185.)

Menestyvä ja kehittyvä organisaatio näkee rekrytoinnin sijoituksena tulevaisuuteen, jolloin haettavalta työntekijältä edellytetään paitsi ammatinhallintaa, myös taitoa kehittää sekä itseään että organisaatiota. Myös työntekijöiden työyhteisötaitojen merkitys korostuu erityisesti pienissä työyhteisöissä. (Kortetjärvi-Nurmi & Murtola 2015, 165.) Onnistunut rekrytointiprosessi vastaa potentiaalisen hakijan uratoiveisiin, jolloin osaaminen vastaa organisaation tarpeita. Kun työntekijän uratoiveet ja organisaation toimintakäytännöt kohtaavat, vaikuttaa se positiivisesti työmotivaatioon ja työn hallinnan tunteeseen, jolloin syntyy ammattitaitoa kehittävä hyvä kierre. (Juuti & Vuorela 2015, 59.) Yksittäisen rekrytoinnin onnistumista edesauttaa hyvin määriteltävä tehtävä, rekrytoivan esihenkilön sitoutuminen rekrytointiprosessiin sekä rekrytoinnin merkitys organisaation strategian kannalta sekä toimivien ilmoituskanavien hyödyntäminen (Duunitori 2021.)

Rekrytointikanavilla on merkitystä sekä osaajien saavuttamisen kuin työnhakijakokemuksen näkökulmasta. Myös rekrytointi seuraa yhteiskunnan digitalisoidumista, mikä vaikuttaa ilmoituskanavien valintaan. Työnantajat ovatkin alkaneet pohdita mobiililystävällisempiä rekrytointikanavia. Somekanavista LinkedIn ja Facebook olivat selkeästi tärkeimmiksi koetut rekrytointikanavat. Myös Instagramin käyttö rekrytoinneissa on lisääntynyt. (Duunitori 2021.)

Rekrytointiprosessi kytkeytyy tiiviisti työnantajakuvaan. Salli ja Takatalo (2014) toteavat hakijoiden tekevän pitkällekin meneviä johtopäätöksiä työnantajasta ja organisaatiosta rekrytointiprosessin perusteella. Esimerkiksi rekrytointiprosessin pitkittyminen, viive kysymyksiin vastauksissa ja huolimattomasti laadittu työpaikkailmoitus

voivat vaikuttaa työnhakijalle syntyvän mielikuvaan. Aktiivisella työnhakijalla on usein mielessä useampi vaihtoehto, joten rekrytointiprosessin sujuvuus ja viestintä prosessin eri vaiheissa voivat olla ratkaisevia tekijöitä, jotta organisaatio saa palkattua sopivan työntekijän. (Salli & Takatalo 2014, 10–11). Työnhakija ansaitsee tulla kohdelluksi asiallisesti ja oikeudenmukaisesti usein pitkänkin rekrytointiprosessin aikana (Duunitori 2021). Erityisesti sosiaalityöntekijöiden rekrytoinnissa tämä on tärkeä huomioida, koska avoimia työpaikkoja on tarjolla runsaasti.

Tehokkaasti toteutettu rekrytointiprosessi on taloudellisesti kustannustehokas, minkä ohella se parantaa työnantaja ja edistää usein myös olemassa olevien työntekijöiden työhyvinvointia (Salli & Takatalo 2014, 14).

3.3 Työpaikkailmoitus

Yhä useampi rekrytoija on sitä mieltä, että perinteinen työhakemus ei ole välttämätön rekrytointiprosessissa. Nopeat yhteydenottolomakkeet ja hakemukseton hakeminen ovat yleistyneet rekrytoinneissa. Myös suoramakujen käyttö on lisääntynyt ja sen odotetaan lisääntyvän merkittävästi seuraavan viiden vuoden aikana. (Duunitori 2021.) Tämä näkökulma horjuttaa myös perinteisten työpaikkailmoitusten asemaa. Työvoimapulasta kärsivillä aloilla saattaa riittää, että työnhakija jättää yhteystietonsa työnantajalle (Duunitori 2021). Kuitenkin sosiaalityöntekijöiden rekrytoinnissa työpaikkailmoituksilla on edelleen oma paikkansa ja työpaikkailmoitus on tärkeä osa rekrytointiprosessia. Sosiaalityöntekijöiden työpaikkailmoituksia julkaistaan runsaasti. 12.4.2021 sosiaalityöntekijä-hakutermin avulla avoimia työpaikkoja löytyi kunterkery.fi-sivustolta 193 kpl ja TE-toimiston verkkosivulta 200 kpl. Työpaikkailmoitukset on suunnattu alan ammattilaisille tai opiskelijoille, joilla on tietoa tehtävään liittyvästä ammattisanastosta.

Työpaikkailmoituksiin liittyvää tutkimusta on tehty jonkin verran. Ganesan, Antony ja George (2018) ovat tarkastelleet kansainvälisessä teorialuokituksessaan työpaikkailmoitusten ulottuvuuksia signaaleina työnhakijoiden kiinnostuksen saavuttamisen näkökulmasta. Heidän mukaansa hyvin laadittu työpaikkailmoitus tarjoaa työnhakijoille merkityksellistä informaatiota, jonka perusteella potentiaalinen työnhakija voi päättää jättämään hakemuksen. Vaikuttava työpaikkailmoitus edistää myös työnantajan näkyvyyttä ja rakentaa positiivista työnantajakuva. Samansuuntaisiin johtopäätöksiin tulivat myös Saksassa tutkimuksensa toteuttaneet Asseburg, Homberg ja Vogel (2017), jotka tutkivat rekrytointiviestinnän näkökulmasta kokeellisten työpaikkailmoitusten avulla, kuinka eri tavoin laaditut työpaikkailmoitukset vaikuttivat julkisen alan työpaikkojen hakemisinnokkuuteen. Heidän mukaansa inspiroivat

työpaikkailmoitukset ovat vaikuttavampia kuin rationaalisemmin laaditut. Myös Helminen (2021) viestinnän alan pro gradu - tutkielman mukaan työnhakijat toivoivat ilmoituksiin enemmän kiinnostavaa sisältöä ja rentoutta. Helminen toteaa kunta-alan työpaikkailmoituksia pääsääntöisesti pidettävän virallisina ja asiallisina. Toisaalta virallisuus näyttäytyy myös kehitettävänä teemana sen korostuessa liikaa. Myös vaatimusten ja kelpoisuusehtojen liiallinen korostuminen sekä palkan ilmoittamistapa nousivat esiin kehittämistä vaativina

Tuija Pehunen (2017) on pro gradututkielmassaan Sosiaalityöntekijöiden rekrytointi selvittänyt organisaatioiden tarjoamia työsuhteiden aineellisia ja aineettomia etuja rekrytoitaville sosiaalityöntekijöille viestinnän näkökulmasta. Tutkimustulosten mukaan palkka ei ollut kilpailutekijä sosiaalityöntekijöiden rekrytoinnissa. Työnantajat käyttävät hyvin niukasti houkuttelukeinoja, joilla olisi mahdollista kilpailla pätevistä sosiaalityöntekijöistä. Ilmoituksissa työtä kuitenkin Pehusen (2017) mukaan kuvataan kiinnostavalla tavalla

Kuntalain (410/2015) 87 § mukaan kunnan palveluksessa oleva henkilöstö on joko virka- tai työsopimussuhteessa kuntaan. Virkasuhteeseen liittyy työsuhteesta poikkeavaa menettelyä. Kuntalain 88 § mukaan valtuusto tai muu kunnan hallintosäännössä määrätty toimielin päättää viran perustamisesta ja lakkauttamisesta. Virka tulee perustaa, jos tehtävässä käytetään julkista valtaa. Julkista valtaa käytetään esimerkiksi tehtävissä, joissa lakiin perustuvan toimivallan nojalla päätetään yksipuolisesti toisen edusta, oikeudesta tai velvollisuudesta tai annetaan toista velvoittava määräys tai muulla tavalla puututaan toisen etuun tai oikeuteen (Kunnallisen esimiehen virkasuhdeopas 2015). Virkasuhde on myös mahdollista muuttaa työsuhteeksi (Kuntalaki, § 89).

Virka on julistettava haettavaksi ennen täyttämistä. Viranhakuilmoitus täytyy julkaista ainakin julkisten kuulutusten ilmoitustaululla ja tarpeen vaatiessa muulla kunnan itsensä päättämällä tavalla. Kunta määrittelee, mikä viranomaisen kunnassa päättää virkasuhteen haettavaksi julistamisesta. Hakuajan tulee olla vähintään 14 kalenteripäivää siitä, kun ilmoitus on julkaistu ilmoitustaululla.

Työpaikkailmoituksen laatiminen on erityisesti viestinnän näkökulmasta taitolaji. Hyvästä ilmoituksesta on helposti pääteltävissä, millaista osaajaa haetaan ja millainen organisaatio on kyseessä. (Kortetjärvi-Nurmi & Murtola 2015, 166.)

Työpaikkailmoituksia laadittaessa tulee muistaa syrjinnän kielto, eli työntekijältä ei voi edellyttää ominaisuuksia tai osaamista, jolla ei ole merkitystä avoimen tehtävän hoidossa. Työpaikkaa ei saa myöskään ilmoittaa ainoastaan naisille tai miehille avoimeksi, ellei siihen ole painavaa ja hyväksyttävää syytä. (Salli & Takatalo 2014, 91–93.) Esimerkiksi sosiaalityössä ei ole merkitystä, onko hakija suorittanut asepalveluksen. Sen sijaan haettaessa rauhanturvaajaksi, voidaan asepalveluksen suorittamista edellyttää.

Työpaikkailmoituksessa tulisi mainita vähintään kunta, haettavana oleva työ-/virkasuhde, kelpoisuusvaatimukset, hakuaika, kenelle hakemus on osoitettava, ohjeistus hakemuksen toimittamisesta sekä tieto mahdollisesta määräaikaaisuudesta. Mikäli tehtävässä edellytetään huumausainetestistä koskevaa todistusta tai rikosrekisteriotteen esittämistä tai rokotesuojausta, on nämä myös syytä mainita. Lisäksi hakuilmoituksessa on mahdollista mainita muita viranhoidossa tärkeinä pidettäviä seikkoja, joilla on merkitystä valintapäätöksessä. Hakuilmoituksessa mainittavia asioita tulee harkita tarkkaan ja pohtia erityisesti, edellytetäänkö vai katsotaanko tietty asia eduksi. Hakuilmoitus on oikeudellisesti merkittävä, kun arvioidaan hakijoiden pätevyyttä ja ansioituneisuutta virkavalinnan perusteluina. (Lehtinen 2017.)

Työpaikkailmoituksia selatessa tällä hetkellä Duunitorin (2021) mukaan eniten käytetään älypuhelinta. Tietokoneella tapahtuvan selauksen osuus on pudonnut viimeisen kymmenen vuoden aikana sadasta 27 prosenttiin. Kuitenkin varsinainen työhakemus edelleen tyypillisesti tehdään tietokoneella. (Duunitori 2021.) Koska ilmoituksia luetaan yhä enemmän mobiililaitteilla, tulee ilmoitustekstin olla riittävän lyhyt ja selkeä. Laajojen kuvausten sijaan kannattaa linkittää nettisivut, joista lisätietoa on saatavissa. (Salli & Takatalo 2014, 26.)

Hyvä työnantajakuva lisää kiinnostusta työnantajaa ja sitä kautta myös avoimia työpaikkoja kohtaan. Huhta ja Myllyntaus (2021, 26) toteavat kuitenkin, että työhakemusten määrän kasvattamisen ei tulisi olla itseisarvo, sillä avoimeen tehtävään sopimaton hakija ei ole toivottu. Suuri hakijamäärä merkitsee suurempaa pettyneiden, valitsematta jääneiden määrää, millä voi olla negatiivinen vaikutus työnantajakuvaan.

Onnistunut työpaikkailmoitus on selkeä, ytimekäs ja johdonmukainen ja sen avulla markkinoidaan työpaikkaa. Usein ilmoituksen rakenne muodostuu organisaation kuvauksesta, tehtävänimikkeestä, tehtävänkuvauksesta, osaamisvaatimuksista, henkilöstötietojen kuvauksesta, työn luonteen kuvauksesta, hakumenettelyn tiedottamisesta sekä yhteystiedoista. Työpaikkailmoitus on mielikuvamainontaa, jonka avulla rakennetaan työnantajakuvaa. (Kortetjärvi-Nurmi & Murtola 2015, 170–171.)

Työpaikkailmoituksessa kannattaa hyödyntää myös visuaalisuutta. Salli ja Takatalo (2014, 28) toteavat kuvien jäävän vahvasti ihmisten mieleen ja visuaalisuuden olevan keino näkyvyyden parantamiseen, brändin nostamiseen sekä työnantajakuvan kehittämiseen. Värejä, kuvia ja verkossa myös ääntä voi käyttää työpaikkailmoituksen osana lukijan huomion herättämiseksi. Visuaalinen ilme koostuu väreistä ja typografiasta, graafisista elementeistä sekä kuvien käytöstä (Kuntaliitto 2016, 35). Tyypillisiä visuaalisia elementtejä työpaikkailmoituksissa ovat logot, kuvat työntekijöistä tai toiminnalliset kuvat ihmisistä tekemässä työtä. (Kortetjärvi-Nurmi & Murtola 2015, 171.) Visuaalisuutta voi hyödyntää esimerkiksi liittämällä ilmoitukseen linkin videoon (Salli & Takatalo 2014, 30). Visuaalisuus vahvistaa tekstin merkitystä ja tavoitetta eli sanallista viestintää (Pohjola 2019, 137).

Työpaikkailmoituksen otsikointi on tärkeää ja se voikin olla markkinoinnin näkökulmasta hauska ja erottuva. Kuitenkin otsikosta tulisi käydä selkeästi ilmi, mitä haetaan. Työtehtävä on hyvä kuvata konkreettisesti ja suoritus pohjaisesti tarjoamalla realistinen kuva työn sisällöstä. On syytä harkita, kuinka pitkä vaatimuslistan asettaa hakijoiden osaamiselle. Liian pitkä vaatimuslista karkottaa tai rajaa mahdollisia hakijoita pois. Työpaikka kannattaa markkinoida hakijalle, joten kolmannessa persoonassa puhuttelu ei ole kannattavaa. (Salli & Takatalo 2014, 29-31.)

4 TUTKIMUKSEN TOTEUTUS

4.1 Tutkimustehtävä

Tutkimustehtävänäni on analysoida sitä, millaisia työnantajakuvia sosiaalityöntekijöiden työpaikkailmoitusten kautta rakentuu. Lähtöoletuksena on, että hyvä työnantajakuva edesauttaa mahdollista hakijaa tekemään ratkaisun työpaikan hakemisesta. Ajattelen, että työnantajan keskeinen argumentti on: tätä työpaikkaa kannattaa hakea. Strellman ja Svinhufvud (2020, 59) määrittelevät argumentin perusteltuna väitteenä, joka pyrkii saamaan lukijan uskomaan jotakin. Tutkimukseni kiinnittyikin vahvasti juuri argumentaation perusteluihin, eli siihen, miten mahdollinen työnhakija retorisisilla keinoilla ja retorisisilla ilmaisuilla saadaan uskomaan argumentoituun väitteeseen.

Koska laadullinen tutkimusprosessi etenee joustavasti hermeneuttisessa kehässä, on tutkimusasetelmakin joustava. Esiymmärrys aiheeseen liittyen muuntuu ja syventyy aineiston analyysin ja teoretiedon lisääntymisen myötä, jolloin tutkimuksen rajaus voi täsmentyä prosessin aikana tai voi syntyä tarve alkuperäisen viitekehyksen muokkaamiseen. (Puusa & Juuti 2020a, 80.) Tutkimuskysymykseni muotoutuivat ja tarkentuivatkin aineiston analyysivaiheessa.

Tutkimustehtäväni jakautuu kahteen tutkimuskysymykseen:

1. Millaisia retorisia keinoja käytetään sosiaalityöntekijöiden työpaikkailmoituksissa?
2. Millaisia työnantajakuvia työpaikkailmoitusten perusteella rakentuu?

Käytän tässä tutkimuksessani systemaattisesti, mutta väljästi käsitettä työnantajakuva, koska käsittelen työpaikkailmoituksia ja rekrytointiprosessia, joihin tiiviisti kytkeytyvät lukijan ennakko-oletukset ja uskomukset. Kunta-alalla rekrytointitoimintaa ei ole kokemukseni mukaan vielä niin laajasti ulkoistettu kuten yritysmaailmassa ja yksityisellä sektorilla sosiaali- ja terveystalallakin. Näin ollen taustalla harvemmin on strategista brändiajattelua. Kunnissa työpaikkailmoituksia kirjoittavat pääasiassa organisaation esimiehet tai henkilöstöhallinnon työntekijät. Käsitän organisaatiobrändin työnantajakuvaa laajempänä käsitteenä, johon liittyy vieläkin voimakkaammin tietoinen ja strateginen kokonaisvaltainen markkinointi.

Tässä tutkimuksessa työnantajamielikuvan rakentumista pyritään avaamaan tekstuaalisina konstruktioina. Retoriikan tutkimuksessa aineistoa voidaan tarkastella argumentoinnin tai poetiikan näkökulmasta (Saaranen-Kauppinen & Puusniekka

2006). Tutkimukseni keskittyy työpaikkailmoitusten argumentoinnissa käytettyihin retorisiin keinoihin ja laajemmin retoriikkaan, jolla pyritään vakuuttamaan lukija. Retoriikka-käsitettä käytän tutkimuksessani ensinnäkin retoristen keinojen tarkastelussa. Toiseksi käytän retoriikka -käsitettä kuvaamaan myös laajempaa yleisön vakuuttelua tavoittelevaa argumentointia.

4.2 Tutkimusaineisto

Retoriikan tutkimuksessa aineisto voidaan käsittää kielellisenä konstruktiona, josta voidaan analysoida käytettyä argumentointia ja siihen liittyviä retorisia keinoja (Saaranen-Kauppinen & Puusniekka 2006). Tutkimukseni aineiston muodostavat kuntarekry.fi -sivustolla julkaistut työpaikkailmoitukset. Avoimia työpaikkoja julkaistaan myös esimerkiksi TE-toimiston verkkosivuilla sekä erilaisten henkilöstöpalveluyritysten verkkosivuilla. Kuntarekry.fi -sivusto on julkissektorille suunnattu rekrytointijärjestelmä. Sosiaalityön ammattilaisten tärkeimmät tietolähteet työpaikkojen hakuun liittyen ovat TE-palvelut ja TE-palveluiden verkkosivut, opintoihin liittyvien harjoittelujen kautta saatu tieto työpaikoista sekä työnantajien verkkosivut ja verkossa toimivat rekrytointipalvelut kuten esimerkiksi kuntarekry.fi ja valtiolle.fi (Landgrén 2019, 15). Päädyin hankkimaan aineistoni kuntarekry.fi-sivustolta, koska tutkimusksymykseni liittyy kunta-alan rekrytointiin. Kuntarekry.fi -sivustolle viedyt ilmoitukset julkaistaan myös TE-palveluiden sivustolla, joten vältän päällekkäisten työpaikkailmoitusten esiintymisen. Rajaan tarkasteluni kuntien ja kaupunkien sosiaalityöntekijöiden työpaikkailmoituksiin. Talentian teettämän selvityksen mukaan valmistuneista sosiaalityön maistereista 83 % työllistyi kuntasektorille vuonna 2018 ja edellisenä vuonna jopa 94 % (Landgrén 2019, 18).

Tallensin jo ennen varsinaista aineistonkeruujankohdtaa kuntarekry.fi -sivustolle hakuvahdin hakuterminä *sosiaalityöntekijä*, jolloin sain sähköpostiini ilmoituksen uusista julkaistusta työpaikkailmoituksista. Näin pystyin muodostamaan käsityksen päivittäin julkaistavien ilmoitusten määrästä. Päivittäin kevään 2021 aikana julkaistiin useita uusia työpaikkailmoituksia. Suurin havaitsemani uusien työpaikkailmoitusten määrä oli 23 uutta ilmoitusta päivässä. Tämä tieto tarkensi aineistonkeruujankohdan asettamista. Aineistonkeruujankohdaksi valitsin toukokuun 2021 lopun. Toukokuun viimeisellä viikolla työpaikkailmoituksia julkaistiin päivittäin 15–23, eikä kesälomakausi vaikuttanut vielä rekrytointien määrään.

Tulostin työpaikkailmoitukset 1.6.2021. Tuolloin avoimia työpaikkoja oli sosiaalityöntekijä-hakusanalla yhteensä 127 kpl. Aineistoon nousi työpaikkailmoituksia, joista aikaisin ilmoituksen jättöpäivä oli 5.5.2021. Pääsääntöisesti ilmoituksissa haku-

aika oli 2-3 viikkoa. Rajasin aineistosta pois yksityisen sektorin ilmoitukset, määräaikaiset virat, esimiestehtävät sekä muut kuin varsinaisen sosiaalityöntekijän tehtävään kohdistetut työpaikkailmoitukset, jolloin varsinaisia kunnallisia sosiaalityöntekijöiden toistaiseksi voimassa oleviin virkoihin kohdistuvia työpaikkailmoituksia oli yhteensä 90 kappaletta.

Kuntarekry.fi -sivujen työpaikkailmoitus rakentuu vasemmalle sijoittuvasta työsuhteen perustiedoista. Otsikkona on yleisesti mainittu palvelutehtävä, johon sosiaalityöntekijää haetaan, esimerkiksi Sosiaalityöntekijä työikäisten sosiaalipalveluihin. Seuraavaksi ilmoitetaan hakujan päättymisen sekä organisaatio. Työpaikan tyyppinä aineistossani on vakinainen ja kokoaikatyö, joka on ilmoitettu seuraavaksi. Perustiedoissa on myös kuntarekryn työavain, eli numerokoodi. Työn aloitusajankohta sekä palkkauksen tiedot ja haku aika ovat myös ilmoituksen perustietoja. Oikeanpuoleisella palstalla yläreunaan on mahdollista sisällyttää kuva tai videomateriaalia. Lisäksi tässä kohtaa on tilaa vapaamuotoiselle ilmoitustekstille, yhteystiedoille sekä mahdollisille lisätiedoille. Sivun alaosassa on kartta, jossa näytetään työpaikan sijainti. Työnantajilla on myös mahdollista ohjata hakija Tutustu työnantajaan -painikkeen kautta sivulle, jossa on mahdollista esitellä kuntatyönantajaa tarkemmin. Oma aineistoni rajautuu varsinaiseen työpaikkailmoitukseen, joten mahdollisiin lisätietoihin en tutustunut.

Laadullinen tutkimus ei pyri tilastollisiin yleistyksiin, mikä on merkittävää arvioitaessa riittävää aineiston kokoa. Aineiston määrä liittyykin laadullisessa tutkimuksessa pitkälle siihen, paljonko ja millaista tietoa havaintoyksiköiltä saadaan (Kananen 2017, 125). Eräs tapa arvioida aineiston riittävyyttä on tarkastella aineiston saturaatiota, eli tilannetta, jossa lisätyt havaintoyksiköt eivät tuota uutta tietoa, vaan aineisto alkaa toistaa itseään (Tuomi & Sarajärvi 2009, 87). Saturatio, eli aineiston kylläntyminen tarkoittaa, että tietty aineistomäärä tuo esiin teoreettisesti merkittävän tuloksen (Hirsjärvi ym. 2018, 182). Tutkijan tulee tietää, mitä aineistosta etsii, jotta kylläntyminen on mahdollista havaita. Kylläntymisen rajaa tuleekin tutkimuksen edetessä tarkailla ja tarvittaessa tutkijan tulee pohtia, onko tarpeen hankkia lisää aineistoa tai onko tarpeen analysoida kaikkea jo hankittua aineistoa. (Saaranen-Kauppinen & Puusniekka 2006; Pietikäinen & Mäntynen 2019, 237).

Aineistoa hankkiessani itselläni olisi ollut mahdollisuus kerätä työpaikkailmoituksia pidemmältä aikajaksolta, mikäli olisin jatkuvasti havainnut uusia näkökulmia työpaikkailmoituksia analysoidessani. Jo ensimmäisellä lukemiskerralla vakuutuin siitä, että aineistoni on riittävä tutkimustehtävän kannalta. Työpaikkailmoituksissa toistuivat samankaltaiset rakenteet ja ilmaisut, eikä aineiston määrän lisääminen olisi tuottanut tutkimuksen kannalta merkittävää uutta tietoa. Saaranen-Kauppinen & Puusniekka (2006) toteavatkin, että kylläntymispisteen saavuttaminen on eräs käytännöllinen tapa aineiston määrän rajaamiseen.

4.3 Retorinen diskurssianalyysi

Tutkiessani työpaikkailmoituksissa esiintyviä retorisia keinoja ja niiden perusteella muodostuvia työnantajakuvadiskursseja hyödynnän retorista analyysia ja diskurssitutkimusta yhdistäen retorista diskurssianalyysiä. Diskurssitutkimuksessa eri tutkimuksia yhdistää yhteinen teoreettinen tausta, joka kiinnittyy sosiaalisesta konstruktivismista lähtevään näkemukseen kielen sosiaalista todellisuutta rakentavasta luonteesta. Ei ole siis olemassa yhtä diskurssianalyysiä, vaan tutkijan tulee pohtia, mikä on paras tapa analysoida omaa aineistoaan ja saada vastauksia omiin tutkimuskysymyksiinsä (Pietikäinen & Mäntynen 2019, 240). Saaranen-Kauppinen ja Puusniekka (2006) toteavatkin diskurssianalyysin tarkan määrittelyn ja kokonaisuuden hahmottamisen jopa haasteelliseksi, koska orientaatiosta riippuen analyysitapoja voi olla useita. Diskurssianalyysi voidaankin käsittää väljänä teoreettisena ja metodologisena viitekehyksenä, joka mahdollistaa tutkimustehtävästä riippuen hyvin monentyyppisten tutkimusmetodien ja -tekniikoiden soveltamisen (Ilmonen 2015, 134).

Diskurssitutkimus on luonteeltaan monitieteistä, joten sen käsitteetkin ovat moniselitteisiä ja niitä on käytetty eri tieteenaloilla ja eri aikoina eri merkityksissä. Diskurssitutkimuksen keskeinen käsite *diskurssi* on myös monimerkityksinen ja dynaaminen. (Pietikäinen & Mäntynen, 2019, 27.) Diskurssi on tutkimuksessani keskeinen käsite, koska tarkastelen työpaikkailmoitusten retoristen keinojen kautta rakentuvia työnantajakuvadiskursseja.

Käsitteen diskurssi alkuperä viittaa ranskankieliseen puhetta, jaarittelua ja jutte-lua tarkoittavaan sanaan. Edelleenkin diskurssilla voidaan tarkoittaa tiettyä aihetta koskevaa arkista keskustelua. Diskurssi voidaan käsittää myös kielenkäyttönä laajemmassa merkityksessä. Aiemmin mainittu kielellinen käänne toi diskurssin käsitteen keskeiseksi teoretisoinnin ja tutkimuksen kohteeksi juuri yhteiskuntatieteellisessä ja humanistisessa tutkimuksessa. (Pietikäinen & Mäntynen 2019, 29–31.) Tässä tutkimuksessani diskurssi käsitteellistyy analyyttisenä käsitteenä, jolloin se tarkoittaa rajattua ja aineistoanalyysin tuloksena tunnistettua kielenkäytön aluetta.

Diskurssitutkimus perustuu näkemukseen kielestä sosiaalisena toimintana. Diskurssitutkija onkin kielen rakenteen sijaan kiinnostunut siitä, mitä ja miten kieltä käytetään. Koska kielellinen toiminta paikantuu tilanteeseen ja aikaan ja niihin kytkeyty-neisiin aikaisempiin tilanteisiin sekä normeihin, arvoihin ja rutiineihin, on diskurssi-tutkimus myös kielenkäyttötilanteiden tutkimista. Diskurssitutkija kiinnostuukin kiel-en käytöstä todellisissa tilanteissa. Keskeinen ajatus on, että kieltä käytetään eri yhteyksissä eri tavoin, jolloin merkitykset ovat dynaamisia ja muuttuvat kontekstista riippuen. (Pietikäinen & Mäntynen 2019, 14; 37.) Perinteisestä poiketen aineistosta voidaan etsiä myös poikkeavia tapauksia ja erilaisuutta. (Puusa 2020, 153.)

Retorisessa analyysissä tutkitaan asioiden perustelemisessa ja vakuuttamisessa käytettyjä retorisia keinoja. Huomio kiinnittyykin erityisesti yleisösuhteen tarkasteluun ja argumenttien muotoiluun. Diskurssianalyysi puolestaan kytkee kielelliset keinot kulttuuristen merkitysten tuottamisen ja tulkinnan vuorovaikutuksellisuuteen. Kun nämä edellä mainitut lähestymistavat yhdistetään, puhutaan retorisesta diskurssianalyysistä. (Saaranen-Kauppinen & Puusniekka 2006; Jokinen 2016a, 261.) Retorin diskurssianalyysi perustuu niin sanottuun uuden retoriikan perinteeseen. Jokinen (2016a, 261) toteaa retorisen analyysin soveltuvan hyvin diskurssianalyyttisiin tutkimuksiin lähestymistapoihin liittyvistä painotuseroista huolimatta.

Retorisen diskurssintutkimuksen tavoitteena on kertoa kielestä ja maailmasta aineiston näkökulmasta jotakin olennaista, niin, että tutkimustulos näyttäytyy tieteellisesti uskottavana (Pietikäinen & Mäntynen 2019, 236). Retorisessa diskurssianalyysissä korostuu argumentaation, eli asioiden perustellun vakuuttamisen näkökulma ja usein uutta retoriikkaa onkin nimitetty argumentaation retoriikaksi. Retoriikan analyysi voidaan käsittää itsenäisenä teoreettis-metodologisena viitekehyksenä, mutta se voidaan nähdä myös yhtenä diskurssianalyysin muotona. (Vuori 2021.) Myös Siltaoja ja Sorsa (2020, 231–232) toteavat retorisen analyysin olevan osa diskurssianalyyttistä viitekehystä, jolloin keskeinen huomio kiinnittyy puhujan/kirjoittajan käyttämiin argumentaatiokeinoihin. Saaranen-Kauppinen ja Puusniekka (2006) määrittelevät retorisen diskurssianalyysin retoriikkaan liittyvän argumenttien muotoilun ja yleisösuhteen tarkastelun sekä diskurssianalyysille ominaisen kulttuuristen merkitysten tuottamisen yhdistelmänä.

Tutkimuksessani ensimmäiseen tutkimuskysymykseen pyrin löytämään vastauksen analysoimalla työpaikkailmoituksiin sisältyviä retorisia keinoja Arja Jokisen (2016) esittelemää jaottelua mukailen. Jokisen jaottelun esittelen tarkemmin tuloluissa 5.1 ja 5.2. Jälkimmäiseen tutkimuskysymykseen liittyen tarkastelen työpaikkailmoitusten argumentointia sekä niissä esiintyvää retoriikkaa. Näiden perusteella pyrin muodostamaan käsityksen siitä, miten ja millaisia työnantajakuvia työpaikkailmoituksissa rakentuu.

4.3.1 Retorinen argumentaatio

Kakkuri-Knuuttila (2004) toteaa laajasti tulkiten retoriikan perustana olevan argumentaation, jonka varaan muut retoriset keinot rakentuvat. Tämä klassinen näkemys perustuu Aristoteleen puhetaidon oppikirjaan *Retoriikka*, joka on kirjoitettu yli 2300 vuotta sitten. Retoriikka -teoksessa vaikutuskeinot jaotellaan kolmijakoisesti. Logos tarkoittaa väitteen asiasisältöä, eli varsinaista argumenttia. Eetos (ethos) käsittää tavat, joilla puhuja tuottaa omaa uskottavuuttaan tai luonnettaan. Tämän päivän vastine etokselle retoriikan tutkimuksessa on kirjoittajan yleisökäsitys. (Kakkuri-Knuuttila

2004, 233.) Strellman ja Svinhufvud (2020, 23) liittävät eetokseen kiinnostavasti myös miellyttävyyden käsitteen, joka sisältää puhujan ohella myös itse viestin miellyttävyyden. Tämä näkökulma on työpaikkailmoitusten tekstien kannalta erityisen kiinnostava. Paatos (pathos) puolestaan tarkoittaa kohdeyleisön vastaanottokykyä, joka vaikuttaa vastaanottamisen tapaan ja argumentin arvioimiseen. (Kakkuri-Knuuttila 2004, 233.)

Uusi retoriikka sai alkunsa 1950-luvulla yhdysvaltalaisen Kenneth Burken, brittiläisen Stephen Pulminin ja belgialaisen Chaïm Perelmanin kunkin julkaisemissa omat pääteoksensa. Tuolloin retoriikan arvostus käsitteenä ja tutkimuksellisenä lähtökohdiana kohosi ja kiinnostus luonnollisella kielellä tapahtuvaan argumentointiin kasvoi (Sääskilahti 2007, 41). Uusi retoriikka muokkasi ja tulkitsi klassisen retoriikan puhe-käsitystä. Uudessa retoriikassa näkökulma muuttuu puhujasta analyytikkoon. Uuteen retoriikkaan sisältyy laaja retorisen tilanteen tulkinta, jonka mukaan retorinen tilanne on mikä tahansa kommunikaatiotilanne. (Kakkuri-Knuuttila 2004, 235–236.) Erityisesti Perelmanin argumentaatioteoria, kuten uusi retoriikkakin, tarkastelevat keinoja, joilla argumenteista saadaan uskottavia (Jokinen 2016a, 259).

Tiivistetysti ilmaistuna retoriikalla tavoitellaan kielen keinoin yleisön suostutteleua ja vakuuttamista puhujan esittämän argumentin pätevyydestä sekä pyrkimystä saada kohdeyleisö sitoutumaan esitettyyn argumenttiin (Jokinen 2016a, 232; Jokinen 2016b, 259; Kakkuri-Knuuttila 2004). Retoriikka tarjoaakin hyviä mahdollisuuksia analysoida tekstilajeihin sisältyviä argumentointistrategioita (Sääskilahti 2006). Retoriikan analyysin perinteessä yleisesti käytettävät käsitteet ovat puhuja ja yleisö. Kyseisiä termejä käytetään kirjoitetustakin tekstistä, mutta niiden sijasta on mahdollista käyttää kirjoittaja ja lukija -käsitteitä. (Vuori 2021.) Koska tutkimukseni aineistona on työpaikkailmoitukset, eli kirjoitettu teksti, käytän tässä opinnäytetyössäni *kirjoittaja* ja *lukija* -käsitteitä.

Retorinen argumentaatio perustuu luonnolliseen kieleen, jolloin esitettyjen väitteiden lähtökohtaoletukset (premissit) voidaan kyseenalaistaa. Retorisen argumentaation lähtökohtana onkin avoimuus, eli viimeistä sanaa ei ole. (Jokinen 2016a, 259.)

Myös työpaikkailmoitus on vuorovaikutuksellinen, vaikka varsinainen teksti on yksistään kirjoittajan tuottamaa. Työpaikkailmoituksissa tekstiin kirjoitettujen osapuolten vuorovaikutus näyttäytyy tekstin sisään konstruoituna kirjoittajan ja lukijan välisenä ilmiönä. Tuolloin keskeisessä asemassa ovat tekstin kautta havaittavat kirjoittaja ja lukija eivätkä ne todelliset henkilöt, jotka tekstin tosiasiasa kirjoittavat ja jotka niitä aktuaalisesti lukevat. (Virtanen, Rahtu & Shore 2018, 14–15.)

Kirjoittaja pyrkii ennakoimaan lukijan mahdollisia reaktioita ja huomioimaan tulkinnallisia lähtökohtia, kuten mitä lukijan voidaan olettaa etukäteen tietävän tekstin aiheesta (Virtanen ym. Rahtu & Shore 2018, 15). Diskursseja tuotetaan ja uusinne-

taan erilaisissa sosiaalisissa käytännöissä ja diskurssianalyysissä korostuukin kontekstuaalisuus (Jokinen, Juhila & Suoninen 2016, 29). Rekrytointiprosessi muodostaa oman kontekstinsa, mikä asettaa tiettyjä lähtöoletuksia työpaikkailmoituksille. Tulkinallisena lähtökohtana voidaan pitää oletusta, että työpaikkailmoitusten kohdeyleisö on asiantuntijayleisöä, eli pääsääntöisesti sosiaalityön ammattilainen tai opiskelija. Perelman (1999, 23) toteaaakin, että asiantuntijayleisön voidaan olettaa tunnustavan tiettyjä vallitsevia väitteitä ja menetelmiä. Perelman (1999) jaottelee argumentaation suostuttelevaan ja vakuuttamiseen pyrkivään argumentaatioon. Asiantuntijayleisöön vedotessa suostuttelu onkin tyypillisesti käytetty keino, kun taas universaaliyleisöön pyritään vaikuttamaan vakuuttamalla (emt. 24–25). Työpaikkailmoituksissa käytettävä kieli ja sanasto voi siis olla ammattisanastoa, joka ei välttämättä aukea täysin aiheesta tietämättömälle lukijalle.

Ennako-oletukset muodostavat erilaisia lukijan positioita, joihin todelliset lukijat voivat suhtautua eri tavoin (Virtanen ym. 2018, 16). Lukijalla on myös omat sosiaaliset käytänteensä eli odotuksensa aihepiiriin, esitystapaan ja tekstin kulttuuriseen merkitykseen liittyen. Työpaikkailmoitusten näkökulmasta ajateltuna ilmoitustekstit ovat usein melko kaavamaisia ja samankaltaisia etenkin nopeasti silmäiltynä. Koska sosiaalityö ammattina on vahvasti sidoksissa erilaisiin normeihin ja säädöksiin ja työ on sisällöltään hyvin asiapitoista ja strukturoituakin, on tämä luonteva odotus myös ilmoitusteksteihin liittyen. Tekstin tavoitteet ja muut sosiaalisesti määräytyneet tekijät ohjaavat lukijoiden ohella kirjoittajaakin. (Hiidenmaa 2018, 86.) Työpaikkailmoitukseen liittyykin tietynlaisia vakiintuneita muotoilukäytäntöjä.

Retorinen diskurssianalyysi mahdollistaa monentyyppisten aineistojen tutkimisen. Tyypillisiä aineistoja ovat esimerkiksi erilaiset kirjalliset dokumentit kuten lakitekstit, puolueohjelmat, sanomalehtikirjoitukset ja myös puheista taltioidut tallenteet ja transkriptiot. Myös nettikeskusteluja, TV-ohjelmia ja tutkimuskäyttöön tehtyjä haastatteluja on mahdollista analysoida retorisen diskurssianalyysin keinoin. Mikäli aineistona on kasvokkaisen vuorovaikutustilanteen analysointi, on luontevaa yhdistää retoriikan analyysiin responsiivista analyysiä, jotta vuorovaikutusprosessiin sisältyvä vastavuoroisuus tulee huomioiduksi. (Jokinen 2016b, 338.) Työpaikkailmoitukset voidaan käsittää asynkronisen (ei reaaliaikaisen) vuorovaikutuksen tarpeeseen tuotetuiksi teksteiksi. Tuolloin ne eivät mahdollista kirjoittajalle tietoa ihmisten välisestä vuorovaikutuksesta eivätkä tuo esiin lukijoiden reaktioita tai tietoa siitä, onko teksti tavoittanut lukijan.

Retorinen diskurssianalyysi korostaa todellisuuden tulkinnallisuutta. Tuolloin keskiössä on se, miten asia on tekstissä esitetty sen sijaan, että kiinnitetään huomiota siihen, miten asia tosiasia on. Analyysissä tulkitaankin argumentointia (Jokinen 2016b, 338). Retorisessa diskurssianalyysissä sekä argumenttien muodostaminen että

argumentointi kommunikaatiokeinona ovat läsnä, jolloin argumentointia tarkastellaan sosiaalisena toimintana. Tarkastelu kiinnittyy siihen, miten kyseiset argumentit toimivat tilanteissa, joissa niitä tuotetaan (Jokinen 1999, 126).

Jokisen (2016b, 340) mukaan argumentin vakuuttavuus todentuu sen vastaanotossa. Eli sama argumentti ja sitä vahvistamaan pyrkivät retoriset keinot eivät samalla tavoin vakuuta jokaista lukijaa.

Retoriikan analyysi mahdollistaa myös tekstiin sisältyvien arvostusten tarkastelun. Argumentatiivisiin teksteihin sisältyviä arvoja voidaan etsiä positiivisesti tai negatiivisesti latautuneista termeistä, vertauksista ja metaforista, lauserakenteista, argumenttien esitysjärjestyksestä ja esitettyjen väitteiden perusteluista. (Kakkuri-Knuutila 2004, 264.)

Jokisen (2016b) mukaan puolustavan retoriikan keinoista väitteen esittäjään liittyvät *etäännyttäminen omista intresseistä, puhujakategoriolla oikeuttaminen, liittoutumisasenteen säätely sekä konsensuksella tai asiantuntijan lausunnolla vahvistaminen*. Argumenttiin liittyviä retorisia keinoja ovat *tosiasiat puhuvat puolestaan, kategorioiden käyttö, yksityiskohdilla ja narratiiveilla vakuuttaminen, numeerinen ja ei-numeerinen määrällistäminen, metaforien käyttö, ääri-ilmaisujen käyttäminen, kolmen lista, kontrastiparin käyttö, esimerkit ja rinnastukset, toisto ja tautologia sekä oletettuun vasta-argumenttiin varautuminen*. (Jokinen 2016b, 337–368.) Kuvaan kutakin retorista keinoa tarkemmin tulosluvussa viisi, jossa analysoin sosiaalityöntekijöiden työpaikkailmoituksissa esiintyviä argumentteja Jokisen (2016b) retoristen keinojen jaottelua mukaillen.

Sosiaalisen konstruktivismiin nojaava kielellinen käänne korostaa kielen todellisuutta rakentavaa luonnetta, jolloin *merkitys* tarkoittaa diskursiivisen toiminnan tulosta. (Pietikäinen & Mäntynen 2019, 22; 31). Sosiaalinen konstruktivismi nostaa esiin kysymyksen tutkijan positiosta, sillä tutkijan oma tulkinta väistämättä kietoutuu tutkimustuloksiin (Juhila 2004, 166). Tämä tarkoittaa sitä, että tutkimuksessani esiin tuomani johtopäätökset ovat vain yksi tapa kuvata työnantajakuvan rakentumisen todellisuutta.

4.3.2 Genre retorisena keinona

Vuori toteaa laadullisen tutkimuksen verkkokäsikirjassa, että retoriikan tutkimuksen yhteydessä relevanttia on myös genren eli tekstilajin pohtiminen. Genretutkimusta ja uutta retoriikkaa yhdistää erityisesti tekstien analysointi tavoitteellisena ja tilannesidonnaisena kielenkäyttönä. (Mäntynen & Sääsilahti 2012, 194). Työpaikkailmoitus voidaan käsittää omana tekstilajinaan. Teksti ja tekstilaji ovat käsitteinä sidoksissa toisiinsa (Shore & Mäntynen 2006, 9). Työpaikkailmoitusten tekstit tyypillisesti ovat melko rituaalisia ja myös institutionaalisia. Puhutusta ja kirjoitetusta tekstistä onkin yleisesti erotettavissa, mihin genreen kyseinen teksti kuuluu. Tunnistamme vaivattomasti esimerkiksi ruokaohjeen, mainoksen tai rukouksen genren. Shoren ja Mäntynen

(2006) mukaan ihmisellä onkin taipumus luokitella samankaltaisuuksien perusteella riittävästi samanlaiset esiintymät samaksi lajiksi. Vaikka teksti luokitellaan samaksi lajiksi, voi sen sisällä olla vaihtelua. Myös genrejen rajat voivat olla limittyneitä ja sekoittuneita keskenään. Genret myös muuttuvat ja uudistuvat ajasta riippuen. (Shore & Mäntynen 2006, 11; Pietikäinen & Mäntynen 2019, 201.)

Genret ovat keskeisiä kielellisen ja diskursiivisen toiminnan muotoja ja niitä tutkitaan etenkin humanistisilla ja yhteiskuntatieteellisillä tieteenaloilla. Määritelmiä ja lähestymistapoja on monia. Lähestyn käsitettä tässä erityisesti diskurssien näkökulmasta, jolloin genre nähdään sosiaalisen ja diskursiivisen toiminnan järjestyneenä muotona. Pietikäisen ja Mäntynen (2019, 110) mukaan tämä tarkoittaa sitä, että kielenkäyttöä opitaan jäsentämään ja ymmärtämään vakiintuneiden tapojen kautta siinä sosiaalisessa ympäristössä ja toimintakulttuurissa, jossa elämme. Genre voidaan diskurssitutkimuksen näkökulmasta nähdä kulttuurisen ja kielellisen toiminnan kiteytymänä, joka on melko kestävä, tunnistettavissa oleva ja joka ohjaa kielenkäyttöön liittyvää puhumista, kirjoittamista ja tulkintaa (Pietikäinen & Mäntynen 2019, 120).

Genreissä kiteytyvätkin tyypilliset diskursiiviset toimintatavat tiettyihin konteksteihin liittyen. Genre, kuten diskurssikin käsitteenä pyrkii osoittamaan kielenkäytön ja laajemman sosiaalisen kontekstin yhtäaikaista läsnäoloa diskursiivisessa toiminnassa. Kun diskurssi voidaan nähdä tapana merkityksellistää ja rakentaa maailmaa, genreä voidaan pitää vakiintuneena tapana sosiaalisen toiminnan rakentumisessa. (Pietikäinen & Mäntynen 2019, 110–111.)

Genrellä ajatellaan olevan jokin tavoite tai tehtävä, jolloin siihen liittyvän kontekstin merkitys korostuu. Genren valinta onkin toimimista eri merkitysjärjestelmien välillä ja teksti tulkitaan suhteessa muihin saman genren edustajiin. (Pietikäinen & Mäntynen 2019, 119–121). Tämä näkemys on merkittävä työpaikkailmoitusten kontekstissa. Kun lukija tarkastelee mahdollisesti kymmeniä, ellei satoja työpaikkailmoituksia, syntyy väistämättä tilanne, jossa ilmoituksia verrataan toisiinsa.

Genreen läheisesti liittyvä käsite on tekstityyppi, joka on ensisijaisesti kielenkäyttöä ilmentävä käsite. Tekstityyppeihin sisältyy kielenkäytön sosiaalinen leivurovaikutuksellinen näkökulma ja niiden avulla onkin mahdollista tarkastella tekstien sosiaalisia funktioita. (Pietikäinen & Mäntynen 2019, 137.)

Tekstityyppinä on eroteltavissa useita, mutta diskurssitutkimuksen näkökulmasta kuvaileva (deskriptiivinen), ohjaileva (instruktiivinen), kertova (narratiivinen), argumentoiva ja erittelevä ovat keskeisiä. (Pietikäinen & Mäntynen 2019, 136–137.) Tämä jaottelu perustuu niin sanottuun Werlichin luokitteluun (Lauerma, 2012, 67).

Erytyisesti kielentutkija M.A.K. Halliday (1925–2018) on kytkenyt genren käsitteen kielen retoriseen tehtävään (Shore & Mäntynen 2006, 20). Hallidaylaisen ajattelun mukaan kielellä käsitetään olevan useampia samanaikaisia tehtäviä ja kieli järjestelmänä tarjoaa kielellisiä resursseja, joiden avulla luomme merkityksiä eri tilanteissa

(Pietikäinen & Mäntynen 2019, 20). Työpaikkailmoitusten näkökulmasta genrejen tarkastelu tuo kiinnostavan ulottuvuuden ja kytkeytyessään retoriikkaan näen perusteltuna tutkimuksessani kiinnittää huomiota myös genreihin.

4.4 Aineiston käsittely ja analysointi

Tutkimusaineistoni koostuu kuntarekry.fi -sivustolla julkaistuista julkisen sektorin (kunnat ja kuntayhtymät) sosiaalityöntekijöiden työpaikkailmoituksista. Aineiston määrä oli 90 kappaletta.

Aloitin aineiston käsittelyn lukemalla ilmoitukset silmäillen läpi muodostaen käsityksen ilmoitusten rakenteesta. Samalla nimesin ilmoitukset manuaalisesti juoksevasti koodeilla i1-i90.

Seuraavilla lukemiskerroilla kirjasin word-tiedostoon muistiin ilmoituksissa toistuvia elementtejä ja ilmaisuja. Merkitsin ilmoituksen reunaan kiinnitetyllä tarra-lapulla selkeästi massasta erottuvat ilmoitukset. Laadin excel-taulukon, johon listasin tutkimukseni teeman kannalta merkityksellisiä asioita. Jaottelin taulukon seuraavasti :

- perustiedot (virkojen määrä, koeaika, palvelutehtävä, uudelleen haku, palkkaus)
- puhuttelu (henkilökohtainen puhuttelu, passiivi, me-henki)
- organisaatiosta annettu tieto (resurssit, savuton työpaikka, tilat)
- työtehtävästä annettu tieto (tehtävänkuva, asiakasmäärä)
- työyhteisöstä annettu tieto (palaverikäytännöt, työmenetelmät, työilmapiiri)
- vaatimusretoriikka (kelpoisuusvaatimus, oman auton käyttö, rikosrekisteriote, huumausainetesti, rokotesuoja, todistus terveydentilasta tai soveltuvuudesta tehtävään, kielitaitovaatimus, Valviran rekisteröinti)
- lupausretoriikka (esimiehen ja työyhteisön tuki, asiantuntijakonsultaatiomahdollisuus, joustava työaika, etätö, perehdytys, koulutusmahdollisuus, työhyvinvointi)
- fyysiset edut (asuntoetu, laitteet, työhuone, henkilöstöedut, työmatka, parkkipaikka)
- rekrytointikäytännöt (todistusten esittäminen, sähköinen hakemus, haastattelukäytäntö)

Merkitsin taulukkoon myös ilmoituksessa esiintyvät avainsanat, joita ovat *uudistaminen, kehittäminen, vaikuttaminen, tarjoamme, edellyttämme, vaadimme, arvostamme* ja *opiskelijoiden huomioiminen*. Merkitsin taulukkoon myös, mikäli ilmoituksissa tuotiin esiin jotain selkeästi muista ilmoituksista poikkeavaa tietoa tai käytettiin erottuvaa

kieltä. Pietikäinen & Mäntynen (2019, 23) toteavat, että kielenkäyttäjän toteuttamat kielelliset ja diskursiiviset valinnat merkitsevät mahdollisuutta kuvata sama asia erilaisin ilmauksin ja rakentein. On siis merkitystä, vaatiiko, edellyttääkö vai arvostaako työnantaja esimerkiksi aiempaa kokemusta vammaispalvelusta.

Merkitsin työpaikkailmoitusten marginaaleihin retorisiin keinoihin liittyviä huomioita. Erivärisillä yliväiväuskynillä merkitsin myös teksteihin niistä löytämäni retoriikan keinot ja retoriset ilmaisut. Tämä vaihe vaati useamman lukukerran, koska syvemmälle aiheeseen pääseminen terävöitti huomiokykyä ja ilmoituksista löytyi yhä uusia retoriikan keinoja. Tärkeää oli myös välillä antaa aineiston levätä ja palata pienen tauon jälkeen tuoreilla silmillä analyysin ääreen.

Tutkimusraporttiin otin esimerkeiksi kutakin retorista keinoa selkeästi kuvaavan lainauksen tai lainauksia. Suorat lainaukset merkitsin sitaatteihin ja kirjoitin ne sellaisena kuin ne ilmoitusteksteissä olivat mahdollisine kirjoitusvirheineen. Sitaattiin merkitsin vielä kursivilla kohdan, jossa retorinen keino ilmeni. Kiinnostavaa oli havaita, että sama esimerkki saattoi täyttää useammankin retorisen keinon tunnusmerkit.

Retoristen keinojen analysointi työpaikkailmoituksista tarkoitti sitä, että tutkijana olen ikään kuin osallisena vuorovaikutuksessa. Juhila (2016) kuvaakin kiinnostavasti diskurssianalyysin tekijän työtä luonteeltaan samankaltaisena kuin toiminta, jota tutkitaan. Tutkija puhuu ja kirjoittaa, kuuntelee aineistonsa kirjoitettua tai puhuttua ääntä ja keskustelee niiden kanssa. Myös muiden tutkijoiden kanssa syntyy vuorovaikutusta heidän kirjoitustensa kautta. Tutkija myös suuntaa tutkimusraportin tekstin jollekin yleisölle.

Aineistoa analysoidessani oli välttämätöntä pitää mielessä työpaikkailmoitusten asiayhteys ja konteksti. Argumenttien tunnistaminen tekstistä edellyttää tekstien tulkintaa ja ymmärrystä tekstin sisällöstä. Tulkinnan kautta saadaan selville tekstin merkitysisältö, jolloin merkityksen kontekstuaalisuus korostuu. (Kakkuri-Knuutila & Ylikoski 2004, 24.) On siis tulkittava, mitä käytetty ilmaisu tarkoittaa kussakin käytötyhteydessä. Työpaikkailmoituksissa tämä tarkoittaa sitä, että esimerkiksi ilmoitettu palkka suhteutuu juuri sosiaalityöhön ja sen vaatimuksiin. Tai ilmaisu *työskentelemme systeemisellä työotteella* (i27) tuskin avautuu samanlaisena vaikkapa teollisuuden alan ammattilaiselle kuin sosiaalityöntekijälle.

Kakkuri-Knuutilan (2004, 240) mukaan retoriseen analyysiin sisältyy logos-tason arviointi. Aineistoni analyysissä tämä tarkoitti yksittäisten argumenttien analysointia suhteessa kohdeyleisöön. Eetos-tason arviointiin liittyy psykologinen näkökulma, eli ne keinot, joilla kirjoittaja rakentaa yleisösuhdetta. Paatos-keinoilla puolestaan vaikutetaan yleisön vastaanottokykyyn. (Kakkuri-Knuutila 2004, 240.)

Esiin tulleiden tekijöiden perusteella jaottelin työpaikkailmoitukset kolmeen kategoriaan, jotka kukin edustivat omanlaistaan työnantajakuva. Lopuksi tarkastelin

jokaiseen kategoriaan liittyviä ilmoituksia ja muodostin niistä työnantajakuvadiskurs-
sit.

Retoriset keinot ja argumentaatio esiintyivät usein limittäin. Kategorioihin kuu-
luminen ei kaikkien ilmoitusten osalta ollut itsestään selvää, jolloin tarkastelin erityi-
sesti niissä ilmeneviä vakuuttamisen keinoja. Tarkastelin, kuinka paljon ilmoituksissa
käytettiin toiminnallisia, psykologisia ja taloudellisia tekijöitä.

Selkein kategoria oli ensimmäinen niin sanotun perusilmoituksen kategoria. Mi-
käli ilmoituksessa selkeästi korostettiin lähes yksinomaan taloudellisia tekijöitä ja
muiden argumenttien tai retoristen keinojen käyttö oli niukkaa, tulkitsin ilmoituksen
kuuluvan toiseen kategoriaan. Kolmanteen kategoriaan sijoittuivat ilmoitukset, joissa
korostui laaja retoristen keinojen käyttö etenkin toiminnallisten ja psykologisten teki-
jöiden kautta.

4.5 Tutkimuksen eettisyyden arviointi

Tutkimusprosessiin liittyy useita eri vaiheita, joihin liittyviin eettisiin kysymyksiin tu-
lee kiinnittää huomioita. Clarkeburn ja Mustajoki (2007, 26) toteavat, että tutkijan
oleellinen taito on tunnistaa eettiset kysymykset osana tutkimuksen tekoa, koska
muuten on mahdotonta tehdä tietoisesti eettisesti perusteltuja ratkaisuja. Tiedonhan-
kintatavat ja koejärjestelyt aiheuttavat ihmistieteissä tyypillisesti eettisiä haasteita.
Tutkimustiedon hankintaan ja julkaisemiseen liittyvät eettiset periaatteet ovat ylei-
sesti hyväksytyjä ja niiden tunteminen ja noudattaminen on jokaisen tutkimuksen te-
kijän vastuulla. (Hirsjärvi, Remes & Sajavaara 2018, 23–25.)

Eettiset kysymykset kiinnittyvät erottamattomasti osaksi koko tutkimusproses-
sia, vaikka niitä välttämättä ei tunnisteta eettisiksi (Clarkeburn & Mustajoki 2007, 52).
Omaan aiheeseeni liittyen toteutin eettistä arviointia jo tutkimussuunnitelmaa laaties-
sani. Tutkimuslupaa tai eettistä ennakoarviointilausuntoa en tarvinnut, koska en kä-
sittele henkilötietoja ja tutkimusaineistoni on julkisesti saatavilla olevaa. Vaikka tutki-
mukseni ei kohdistukaan suoraan ihmiseen, vaan ennemminkin yhteisöön, koen tär-
keänä noudattaa Tutkimuseettisen lautakunnan (2019) asettamia tutkimuksen eettisiä
periaatteita. Keskeinen kaikilla tieteenaloilla tehtävää tutkimusta ohjaaja yleinen eet-
tinen periaate on, että tutkimus toteutetaan niin, että siitä ei aiheudu haittaa, riskejä
tai vahinkoja tutkittavina oleville ihmisille, yhteisöille tai muille tutkimuskohteille
(Tutkimuseettinen lautakunta 2019, 7). Tutkimukseni saattaisi asettaa työpaikkailmoi-
tuksen julkaisseen organisaation epäedulliseen valoon ja osaltaan heikentää työnan-
tajakuvaa, jos toisin yksittäisen työnantajan ilmoituksen esiin. Kiinnitän tähän eri-
tyistä huomiota tutkimusraportissani. Tutkimusraportissa merkitsen käyttämiini ai-

neistoesimerkkeihin työnantaja yksilöivät tiedot korvaamalla työnantajaorganisaation nimen xxx-merkinnällä. Muutan myös esimerkeissä esiintyvien henkilöiden nimet.

Tutkielmassani koenkin tarvitsevani eettistä arviointia erityisesti tutkimusraportin kirjoittamisessa. Pyrin tunnistamaan omat ennakkokäsitykseni aiheeseen liittyen, mikä edistää objektiivista suhtautumista tutkimustuloksiin. Luontaisten taipumusten tiedostaminen, kuten taipumus pitäytyä totutuissa uskomuksissa ja tarve olla eri mieltä, on syytä tiedostaa ja minimoida (Clarkeburn & Mustajoki 2007, 103).

Koen olevani itse pian valmistuvana sosiaalityöntekijänä ja toimiessani vs. sosiaalityöntekijänä hyvin tiiviisti myös osa tutkimusaineiston kohderyhmää. Tutkimusaihetta valitessani ja koko tutkimusprosessin ajan tämä näkökulma on ollut kirkkaana mielessä. Ajattelen, että työntekijän ja työnantajan välinen vuorovaikutus ei koskaan ole täysin kitkatonta. Olenkin tietoisesti joutunut kiinnittämään huomiota siihen, että analysoin aineistoani mahdollisimman objektiivisesti, enkä anna omien mahdollisten negatiivisten kokemusten vaikuttaa tutkimukseeni. Tätä koen helpottaneen sen, että toimin myös esimiestehtävässä ja olen itsekin kirjoittanut työpaikkailmoituksia.

Näen kuitenkin työkokemuksesta olevan myös hyötyä tutkimukselleni. Pystyn peilaamaan työpaikkailmoitusten tekstejä sosiaalityön käytäntöön. Ajattelen myös löytäväni eri tavalla ilmoitusteksteistä retorisia keinoja toimiessani itselle tutulla alueella. Esimerkiksi kielitieteilijä kiinnittäisi todennäköisesti huomion hyvin erilaisiin ilmiöihin, kun mitä itse teen.

Lähteitä valitessani ja käyttäessäni kiinnitän huomiota siihen, että tärkeimmät lähteet täyttävät tieteellisten julkaisujen kriteerit. Kiinnitän huomiota myös lähteiden ikään ja etenkin vanhempien lähteiden kohdalla arvioin niiden soveltuvuutta ja selvittän, onko tuoreempaa tietoa aiheesta saatavilla. Käytän voimassa olevaa lainsäädäntöä lähteinä, joten on tärkeää huomioida, että haen ajantasaista lainsäädäntöä. Asianmukainen viittaustekniikka ja lähdeluettelo ovat myös tutkimuseettisesti tärkeitä (Tuomi 2007, 66). Tutkimuseettisesti hyvän tieteellisen käytännön keskeinen lähtökohta on toisten tutkijoiden työn ja saavutusten noteeraaminen ja kunnioittaminen niin, että heidän töihinsä viitataan asianmukaisesti (Tutkimuseettinen neuvottelukunta 2012, 6).

5 TYÖPAIKKAILMOITUSTEN RETORIikka

Tässä luvussa käsittelen ensimmäistä tutkimuskysymystä, eli analysoin työpaikkailmoituksissa esiintyviä retorisia keinoja. Vaikka Jokinen (2016b, 343) painottaa, että retorisisessa diskurssianalyysissä varsinaisten retoristen keinojen analyysin sijaan olennaista on tarkastella, mitä niitä käyttämällä on saatu aikaan, näen tarpeellisena tuoda esiin työpaikkailmoituksissa esiintyvän retoristen keinojen kirjon. Näin muodostuu perusta ja mahdollisuus vastata toiseen tutkimuskysymykseeni luvussa 6.

Retorisessä analyysissä tarkastelen työpaikkailmoituksissa käytettyjä retorisia keinoja Arja Jokisen (2016b) kuvaaman puolustavan retoriikan jaottelun mukaisesti. Puolustava retoriikka pyrkii oman position ja argumentaation vahvistamiseen ja saamaan sitä kautta lukijan vakuutettua (Jokinen 2016b, 342). Luvussa 5.1 käsittelen argumentin esittäjän vakuuttavuutta lisäävää retoriikka, joka tarkoittaa sitä, että kirjoittaja nauttii luottamusta. On helpompaa saada kannatusta sellaisen henkilön esittämälle väitteelle, jonka mielipide on arvostettu esimerkiksi korkean yhteiskunnallisen aseman tai koulutuksen myötä. (Jokinen 2016b, 344.) Luvussa 5.2 kuvaan argumentin vahvistamisen retoriikkaa, joka liittyy ajettavaa asiaa vahvistaviin keinoihin, joilla pyritään saamaan asia näyttämään totuudelliselle ja kannatettavalle. Käytännössä argumentin vahvistamisen retoriikka ja väitteen esittämistä vahvistava retoriikka ovat usein kietoutuneita toisiinsa. (Jokinen 2016b, 351.)

5.1 Argumentin esittäjän vakuuttavuutta lisäävä retoriikka

5.1.1 Etäännyttäminen omista intresseistä

Lukijan vakuuttaminen on vaikeaa, mikäli oletetaan kirjoittajan ajavan omia etujaan. Argumentin esittäjän omien intressien etäännyttäminen varsinaisesta väitteestä onkin eräs vakuuttamiskeino. Etäännyttämällä omista intresseistä tavoitellaan vaikutelmaa, että kirjoittaja on kenties jopa omien intressien vastaisesti ainoastaan kuvaamassa tosiasioita, joita raportoi toisille eteenpäin. Vielä vakuuttavampi kyseinen retorinen keino on, jos asioiden todellisen laidan selvittyä kääntyykin kannattamansa asian vastustajaksi, koska tällaisen henkilön esittämä väite on usein vakuuttavampi kuin pelkän vastustajan esittämä. (Jokinen 2016b, 345–346.)

Omien intressien etäännyttämisen vastakohtana omien intressin ja muiden liitosten korostaminen saattaa herättää kuulijan luottamuksen. Erityisesti oman osallisuuden ja omakohtaisen kokemuksen esiin tuominen argumentointikeinona voi olla vaikuttava, koska kenenkään henkilökohtaista kokemusta on vaikeaa kumota. Kirjoittajan kokemus on toisen osapuolen ulottumattomissa. (Jokinen 1999, 134.)

Sosiaalityöntekijöiden työpaikkailmoituksissa etäännyttämistä omista intresseistä käytettiin jonkin verran. On selvää, että työnantajan intressi on saada palkattua paras mahdollinen työntekijä. Tätä ei työpaikkailmoituksissa tuotu esiin, vaan tarvetta kuvattiin esimerkiksi asiakkaiden kautta. Esimerkiksi:

Kiinnostaako sinua merkityksellinen työ suojelua tarvitsevien lasten ja perheiden kanssa tehtävässä työssä? (i69)

Esimerkin tekstistä voidaan tulkita, että lapset ja perheet tarvitsevat sosiaalityöntekijän suojelua sen sijaan, että tuotaisiin esiin työnantajan tarve työntekijälle. Näin ollen työnantajan intressi on ikään kuin piilotettu vetoamalla tunteikkaasti lasten ja perheiden tarpeeseen

5.1.2 Puhujakategorialla oikeuttaminen

Puhujakategorialla oikeuttaminen perustuu ajatukseen, jonka mukaan tietyssä kategoriassa on oikeus tietynlaiseen tietoon ja tietämykseen. Arvostetusta kategoriasta tuotettu argumentti tulkitaan helpommin vakuuttavaksi kuin vähemmän arvostetusta kategoriasta sanottu. Tämä pätee riippumatta puheen varsinaisesta sisällöstä. Esimerkiksi lääkärin tai professorin puhujakategoria voidaan yleisesti käsittää arvostettuna kategoriana, josta tuotetuilla argumenteilla on painoarvoa. Vastaavasti käänteisesti ajateltuna esimerkiksi lapsen kategoriasta tuotettu argumentointi ei saa helpposti vakuuttavuutta. (Jokinen 2016b, 346–347.)

Työpaikkailmoituksissa puhujakategoriaa laajennettiin muista poikkeavalla tavalla seuraavissa esimerkeissä:

Kokenut ja toimiva lastensuojelun tiimimme sekä perusturvajohtaja ja sosiaalityön johtaja toivottavat sinut tervetulleeksi xxx peruspalveluihin!

Yllä olevassa aineistositaatissa kyseessä oli ilmoitus, jossa tekstissä puhuttiin lastensuojelutiimin ja johdon yhteisestä puhujakategoriasta. Kollegakategoria oli toinen työpaikkailmoituksissa käytetty puhujakategoria.

Meille töihin tulleet kertovat saaneensa hyvän perehdytyksen ja lämpimän vastaanoton. (i55)

Eläkkeelle jäävän *kollegan* sanoin : ‘ maailman paras tiimi’. (i17)

Tiimimme jäsenet arvostavat tiimimme moniammatillista osaamista ja kehittämismyönteistä asennetta, säännöllistä työnohjausta sekä viikoittaista systeemistä asiakastiimiä. (i89)

Kollegakategoria näyttäytyy oheisissa esimerkeissä niin, että puhujina ovat muut töihin palkatut henkilöt, eläkkeelle jäävä kollega ja tiimin jäsenet. Näin tekstin sanoma ei jää pelkästään työnantajaa edustavan kirjoittajan tuottamaksi.

Työpaikkailmoituksissa puhujakategoriaksi välittyi pääsääntöisesti työnantajan ja esimiehen kategoria, joka voidaan määritellä julkiseksi kategoriaksi. Jokinen (1999, 136) toteaa julkisten kategorioiden olevan hyvin selkeitä. Julkiseksi puhujakategoriaksi työpaikkailmoituksissa on määriteltävissä myös kunta tai kuntayhtymä tai toimintayksikkö. Tätä kategoriaa voidaan sinällään pitää arvostettuna. Kiinnostavaa olisi ollut lukea työpaikkailmoitusta, jossa kirjoittaja olisi ollut työkaveri tai vaikkapa sosiaalityön asiakas. Tällainen ilmoitus saattaisi herättää huomiota ja erottua ilmoitusten suuresta määrästä. Tuolloin olisi myös mahdollista painottaa esimerkiksi asiakasnäkökulmaa ja osallisuuden teemaa eri tavalla ja uusintaa työnantajakuva sitä kautta

5.1.3 Liittoutumisasteen säätely

Liittoutumisaste kuvaa kirjoittajan omaa sitoutumista tai toisaalta etäännyttämistä esittämäänsä argumenttiin. Kun asiaa ei esitetä omilla nimillä, vaan välitetään sanoma raportoiden toisen kertomaa tai yleisesti tiedettyä asiaa, tuotetaan neutraalisuutta. Tuolloin kirjoittaja vältyy joutumiselta selityksentekovelvolliseksi. (Jokinen 2016b, 348.)

Työpaikkailmoituksissa tätä retorista keinoa käytetään puhuttaessa työhön liittyvistä vaatimuksista tai esimerkiksi palkkauksesta, etenkin jos palkkaus on tulkittavissa alhaiseksi suhteessa muihin ilmoituksiin tai palkkaa ei ole lainkaan euromääräisenä mainittu. Tuolloin ilmoituksessa käytetään passiivia tai vedotaan työehtosopimukseen tai työnantajan vakiintuneisiin käytäntöihin. Liittoutumisen asteessa seuraavissa työpaikkailmoitusten esimerkeissä on selkeä ero:

Palkkaus ja muut palvelussuhteen ehdot määräytyvät Kunnallisen yleisen virka- ja työehtosopimuksen (KVTES) mukaisesti. (i6)

Palkkaus on Xxx :n *soten* vahvistaman tehtävän vaativuuden arvioinnin mukainen. (i86)

Käytössämme on rekrylisä 150 €/kk ensimmäisen 12 kuukauden ajaksi. (i76)

Ensimmäisessä esimerkissä palkkaus on virka- ja työehtosopimuksen määräämä. Toisessa palkkaus on persoonattoman toimieliimen vahvistama tieto, jonka kirjoittaja välittää lukijalle. Viimeisessä esimerkissä kirjoittaja käyttää me-muotoa osoittaen tiiviimpää sitoutumisastetta. Vahvaa sitoutumisastetta oli havaittavissa vain yksittäisissä työpaikkailmoituksissa. Esimerkiksi:

Jos jokin jäi askarruttamaan, soita/laita viestiä Artolle (nimi muutettu) ja kysy lisää! (i72)

Jos haluat tietää, minkälaista meillä on olla töissä, niin sosiaalityöntekijä Jaana Johtava (nimi muutettu) juttelee asiasta mielellään kanssasi. (i70)

Viimeisissä esimerkeissä Arto ja Jaana (nimet muutettu) henkilökohtaisesti sitoutuvat olemaan työpaikasta kiinnostuneen lukijan käytettävissä. Pääsääntöisesti jokaisessa työpaikkailmoituksessa on työpaikan fraasitiedoissa kaavamaisesti tuotu esiin lisätietojen antajan yhteystiedot, mutta esimerkissä tieto on esillä jo varsinaisessa ilmoitustekstissä muista ilmoituksista poikkeavalla tavalla.

5.1.4 Konseksuksella tai asiantuntijan lausunnolla vahvistaminen

Argumentoinnin vahvistamisen keinona voidaan esittää usean eri tahon olevan samaa mieltä esitetystä väitteestä (Jokinen 2016b, 350). Eräs retorinen keino, jota työpaikkailmoituksissakin vähäisessä määrin käytettiin, on suorien lainausten käyttö.

Eläkkeelle jäävän kollegan sanoin : ‘maailman paras tiimi’. (i17)

Argumentoinnin vahvistamista on myös oheinen muotoilu:

Kiitosta saamme onnistuneesta asiakastyöstä. (i11)

Vaikka edellä olevassa esimerkissä ei käy esille, kuka tosiasiallisesti kiitosta antaa ja kenen näkökulmasta asiakastyö on onnistunut, välittyy lukijalle mielikuva, että työyhteisön lisäksi muutkin ovat argumentin takana.

Myös me-retoriikan käyttö on tietynlaista konsensuksella vahvistamista. Me-retoriikkaan käyttämällä luodaan mielikuva, että väitteen takana on laajempi joukko. Erilaisten instituutioiden edustajat tyypillisesti käyttävät teksteissä me-muotoa, mikä tuo argumentoinnille vahvan selkänöjan instituution myötä. (Jokinen 2016b, 351.) Me-retoriikka olikin yksi eniten käytetyistä retorisisista keinoista työpaikkailmoituksissa. Me-puhetta käytettiin erityisesti positiiviseksi tulkittavissa tekstikohdissa:

Palkkamme on kilpailukykyinen: tehtäväkohtainen palkka on 3 742,95 €/kk. Lisäksi *tarjoamme* henkilöstöetuina rekrytointilisän 150 €/kk kuuden kuukauden ajalta päteväälle sosiaalityöntekijälle-- (i 59)

Me-retoriikkaa käytettiin myös työpaikkailmoitusten perustekstissä:

Etsimme yhteistyökykyistä ja vastuuntuntoista työntekijää-- (i24)

Haemme aktiivista ja osaavaa sosiaalityöntekijää-- (i37)

Toivomme uudelta työkaveriltamme innostunutta ja myönteistä asennetta työhön ja työn kehittämiseen. (i26)

Me-retoriikkaa hyödynnettiin myös tuotaessa vaihtoehtoisella tavalla esiin työn edellyttämiä ominaisuuksia. Seuraavassa esimerkissä lukijalle syntyy mielikuva, että kaikilta työyhteisön jäseniltä edellytetään samoja ominaisuuksia, eikä vain uudelta työntekijältä. Ilmaisun kautta työntekijä myös otetaan osaksi työyhteisöä:

Työ edellyttää meiltä joustavuutta ja rohkeutta reagoida asiakkaiden nopeastikin muuttuviin olosuhteisiin. (i67)

Vahvimmillaan konsensuksen tuottaminen on silloin, kun vedotaan näkemyksiin tai toimintakäytänteisiin, jotka ovat itsestäänselvyksiä. Tuolloin voidaan todeta esimerkiksi: lapsikin sen tietää-- tai jokainen tietää, että-- . Näin argumentoimalla tukahdutetaan vastakkaiset mielipiteet ja tällaista näkemystä on vaikea vastustaa. (Jokinen 2016b, 351.) Aineistoni työpaikkailmoituksissa kyseistä retorista keinoa ei ollut havaittavissa kertaakaan.

5.2 Argumentin vahvistamisen retoriikka

5.2.1 Tosiasiapuhe

Juhila (2016, 178) toteaa viranomaispuheen faktuaalistamisen tärkeänä tutkimuskohteena, koska pääsääntöisesti se pyrkii rakenteeltaan todellisuuden suoraan kuvaukseen, jossa eksplisiittisesti ei ilmene puolesta ja vastaan -argumentointi, vaikka implisiittisesti se onkin läsnä. Faktuaalinen kielenkäyttö on retorisenä keinona erittäin vahva. Mitä faktuaalisempaa argumentaatio on, sitä paremmin lukija vakuuttuu sen todenperäisyydestä. (Jokinen & Juhila 2016, 293.)

Tosiasiapuheessa asiat näyttäytyvät tulkinnoista ja puhujasta riippumattomilta tosiasioilta, jolloin puhujan rooli ja toimijuus jäävät taustalle. Toimija ainoastaan hyväksyy tosiasiat ja osoittaa näin omaa rationaalisuuden tajua. Toimijuuden häivyttämisen eräs keino on passiivimuodon käyttäminen, jolloin lauserakenteesta ei ilmene aktiivista tekijää. (Jokinen 2016b, 352–353.)

Työpaikkailmoituksissa tosiasiapuhetta käytettiin melko paljon. Kiinnostavaa oli havaita, että osassa ilmoituksia me-retoriikan sijaan käytettiin nimenomaisesti passiivimuotoa tilanteissa, joissa työntekijältä vaaditaan tai edellytetään jotain. Tämä tapa liittyy myös liittoutumisasteen säätelyyn. Vaihtoehtoisesti käytettiin ilmaisua, jossa tehtävä tai työ vaatii tiettyä osaamista tai ominaisuuksia:

Tehtävään valittavalta *edellytetään* tartuntatautilain 48 §:n edellyttämää rokotussuojaa. (i57)

Työ edellyttää itseohjautuvuutta, kykyä itsenäiseen työskentelyyn ja päätöksentekoon, valmiuksia pari-, tiimi- ja verkostotyöhön, kirjallisen ilmaisun taitoa ja halua kehittää ja kehittyä työssä. (i88)

Työn luonne edellyttää ajokorttia ja mahdollisuutta oman auton käyttämiseen työtehtävissä. (i81)

Asioiden objektivointi jättämällä subjekti implisiittiseksi, onkin eräs keskeinen kielenkäytöllinen vallankäytön muoto (Jokinen 2016b, 353). Tosiasiapuhetta tuotettiin

myös viittaamalla lakipykäliin ja toteamalla asioita, jotka ovat yleisesti tiedettyjä olettaen, että lukija on sosiaalihuollon ammattilainen.

Nuorten oikeus jälkihuoltoon laajeni vuonna 2020. (i70)

Edellä mainittu esimerkki kertoo sosiaalityöntekijälle oitis, mitä työtehtävän ja organisaation näkökulmasta tarkoittaa jälkihuolto-oikeuden laajeneminen.

Alla oleva esimerkki kuvaa edellisen ohella hyvin tosiasiapuheen tyypillistä käyttöä työpaikkailmoituksessa.

Käytössämme on Pro Consona -asiakastietojärjestelmä. (i28)

Toteamukseen käytössä olevasta asiakastietojärjestelmästä tai muutoksesta laisäädännössä on miltei mahdotonta esittää vasta-argumenttia.

5.2.2 Kategorioiden käyttö vakuuttamisen keinona

Asioista, ihmisistä ja tapahtumista puhuttaessa luodaan jatkuvasti kategorioita. Asioita on mahdollista ilmaista vaihtoehtoisilla kielikuvilla, joten kategorisointi itsessään on tarkasteltavissa vakuuttavan retoriikan näkökulmasta. Kategorioita voidaan tarkastella niiden syntymekanismien ja sosiaalisesti tuotetun alkuperän kautta. On mahdollista tarkastella myös kategorioiden sisältöjä ja rajoja ja niiden häilyväisyyttä. Kategorioiden tilanteinen käyttö on myös yksi lähestymistapa, jonka mukaan eri kategoriat toimivat erilaisten funktioiden toteuttajina. (Jokinen 2016b, 353-354.) Sosiaalityössä tämä voisi tarkoittaa esimerkiksi sitä, että kriittisessä puheessa sosiaalityöntekijöistä puhutaan kukkahattutäteinä tai kyttääjinä, jolloin korostettaisiin puuttumista ihmisten elämään. Sen sijaan sosiaalityötä oikeuttavassa kategoriassa sosiaalityöntekijöistä puhutaan suojelijoina, tukijoina ja auttajina.

Kategorioita on myös mahdollista täsmentää tai jakaa erilaisiin osakategorioihin. (Jokinen 2016b, 353-356). Esimerkiksi eräs tapa kategorisoida sosiaalityötä täsmällisemmin, on tehdä se palvelutehtävien mukaan, jolloin kategorioina ovat lastensuojelu, iäkkäiden palvelut, vammaispalvelut ja niin edelleen. Kategorioiden luomisella on omat seurauksensa sosiaalityössä myös asiakkuuden rakentumisen näkökulmasta (Jokinen 2016b, 355).

Työpaikkailmoituksissa sosiaalityötä on selkeästi kategorisoitu sekä palvelutehtävien että työn sisällön mukaan. Ilmoituksissa tuodaan esiin, haetaanko työntekijää päihdepalveluun, sosiaalipäivystykseen vai lastensuojeluun.

--teet asiakassuunnitelmaan pohjautuvaa *muutostyötä*. (i27)

Tehtävä edellyttää hyviä tutkimuksellisia ja kirjallisia valmiuksia sekä *analysointikykyä*. (i80)

Lisäksi *kriisityön* tehtävät kuuluvat tehtävänkuvaan. (i84)

Sosiaalityöntekijä myös osallistuu työnsä *kehittämiseen*-- (i85)

Yllä olevissa esimerkeissä sosiaalityötä kuvataan eri tavoin. Kategorioita käyttämällä ilmennetään myös sosiaalityön luonnetta. Työpaikkailmoituksissa sosiaalityö kategorisoitui asiantuntijatyöksi, auttamistyöksi, edunvalvontatyöksi, muutostyöksi, kriisityöksi, tutkimustyöksi, monialaiseksi yhteistyöksi ja viranomaistyöksi. Kategorisoimalla sosiaalityön profession luonnetta, samalla myös sosiaalityöntekijän rooli kategorisoitui vastaavasti auttajaksi, asiantuntijaksi, viranomaiseksi, kehittäjäksi ja tutkijaksi.

5.2.3 Yksityiskohdilla ja narratiiveilla vakuuttaminen

Tarkoilla ja yksityiskohtaisilla kuvauksilla voidaan tapahtumasta tuottaa mahdollisemman totuudenmukainen vaikutelma. Narratiivirakenteen käyttö voi johtaa lukijan odottamaan tiettyjä asioita tapahtuviksi. Tuolloin lukija tekee tulkinnat itse sen sijaan, että niitä suoraan tuotaisiin kirjoittajan toimesta esiin. Lukijan tehdessä tulkintaa narratiivissa rakentuneessa tulkintakehyksessä, ei kirjoittaja joudu selitysvolvolliseksi. (Jokinen 1999, 145).

Vaikka työpaikkailmoitukset pääsääntöisesti ovat melko tiiviitä asiatekstejä, osassa aineiston ilmoituksia asioita kuvailtiin laajemmin, kuten alla oleva esimerkki osoittaa:

Työntekijöille ovat tarjolla esimiehen, tiimin, työyhteisön ja työnohjaajan tuki. Teemme työtä työpareina. Olemme luoneet positiivisen työilmapiirin, olemme joustavia, välittäviä ja huumorintajuisia. Meillä nauretaan ja keskustellaan paljon yhdessä ja välitetään aidosti siitä että jokainen jaksaa vaativassa työssä. Työyhteisössä on erinomainen yhteishenki. Meillä on turvallista tehdä lastensuojelutyötä -olit sitten urasi alussa tai jo kokeneempi tekijä. Meillä on vuosittain työn kehittämispäiviä ja olemme kehittämismyönteinen työpäristö. (i25)

Osassa työpaikkailmoituksia asiat kuvattiin hyvin ympäröivästä, jolloin lukijalle ei välity tarkkaa kuvaa asiantilasta. Lukijan on myös hankala tehdä omaa tulkintaa yksityiskohtaisten kuvausten puuttuessa.

Tarjoamme kohtuullisen asiakasmäärän, joustavan työajan, mahdollisuuden säännöllisesti etätöihin sekä monia henkilöstön liikunta-, ruokailu- ja virkistysmahdollisuuksia. (i1)

Edellisessä esimerkissä on informoitu useasta työntekijälle merkityksellisestä asiasta, mutta tieto on hyvin epätarkkaa ja herättää lisäkysymyksiä. Onko kohtuullinen asiakasmäärä 25 vai 40? Tarkoittaako säännöllinen etätö yhtä päivää viikossa vai kuukaudessa? Mitä ovat luvatut monet henkilöstön liikunta-, ruokailu- ja virkistysmahdollisuudet? Kuvatun tyyppinen ilmoitus saattaa houkutella kysymään lisätietoja. Riskinä on kuitenkin se, että lukija kokee vakuuttavammaksi ilmoituksen, jossa asiat on jo valmiiksi tarkkaan kuvattu, eli käytetty yksityiskohdilla vakuuttamista. Tuolloin

lukija välttyy tulkitsemasta virheellisesti ilmoituksen tekstiä. Ajattelen myös, että mikäli lukija on luonut mielikuvan, että säännöllinen etätö tarkoittaa päivää viikossa ja tosiasiasa mahdollisuus on päivä kuukaudessa, syntyy jo pettymys ennako-oletukseen nähden, mikä voi vaikuttaa syntyvään työnantajakuvaan. Alla olevat esimerkit kuvaavat kahta yksityiskohdiltaan ja ilmaisutarkkuudeltaan erilaista tapaa tuoda esiin täydennyskoulutusmahdollisuutta.

Xxx työnantajana tukee sosiaalityöntekijöiden mahdollisuuksia ammatilliseen täydennyskoulutukseen (mahdollisuus max. 14 palkalliseen täydennyskoulutuspäivään vuodessa). (i80)

Työsi tueksi tarjoamme täydennyskoulutusta. (i74)

Yksityiskohdilla vakuuttaminen voi myös kääntyä itseään vastaan, jolloin tehokkaampaa voikin olla yleisyystason nostaminen ja viestinnän tarkoituksellinen epämääräisyys.

Etätöitä voi tehdä 1-5 päivää viikossa. (i39)

Työpaikkailmoituksessa on haluttu nostaa esiin yksityiskohtana mahdollisuus etätöiden tekemiseen 1-5 päivänä viikossa. Ilmaisuu on varsin laava ja lupaus mahdollisuudesta tehdä jopa 5 päivää etätöitä viikossa on varmasti houkutteleva työnhakijalle, joka haluaa tehdä etätöitä. Lukija voi kuitenkin pohtia, miten sosiaalityössä on mahdollista tehdä tosiasiasa viitenä päivänä viikossa, jolloin antelias lupaus retorisenä keinona voi kääntyä itseään vastaan.

5.2.4 Numeerinen ja ei-numeerinen määrällistäminen

Kvantifiointi eli määrällistäminen on yleinen vakuuttamisen keino, jota myös työpaikkailmoituksissa oli löydettävissä. Kvantifiointia voidaan tehdä numeerisesti lukujen, taulukoiden, prosentiosuuksien kautta tai käyttää sanallisesti kuvailevaa kvantifiointia, jolloin hyödynnetään laatusanoja. (Jokinen 2016b, 358.)

Kvantifiointi numeerisesti luo mielikuvan yksiselitteisestä ja kiistattomasta tiedosta, vaikka laadullisten asioiden kyseessä ollessa se on hyvin suhteellista. Tarkastelu-uloittuvuudesta riippuen numeerinen määrällistäminen voidaan saada tukemaan esitettyä argumenttia. (Jokinen 2016b, 359). Esimerkiksi:

Viran täyttämisen jälkeen asiakasmäärä on noin 30 lasta vastuusosiaalityöntekijää kohden. (i39)

Asiakasmäärämme vaihtelevat, mutta tällä hetkellä meillä on keskimäärin noin 30 asiakasta sosiaalityöntekijää kohden. (i27)

Jos lukija ei tietäisi, mistä sosiaalityön osa-alueesta on kyse, voi mainittu 30 asiakasta toimia hyvin eri tavoin retoriikan vakuuttavuuden näkökulmasta. Esimerkiksi

vammaissosiaalityössä, jossa asiakkuudet ja palveluntarpeet ovat usein pitkäaikaisia, vakiintuneita ja pysyviä, tavataan suurta osaa asiakkaita harvakseltaan. Tuolloin vammaissosiaalityön näkökulmasta tarkasteltuna asiakasmäärä on hyvinkin maltillinen. Sen sijaan lastensuojelussa 30 aktiivisessa vaiheessa olevaa, haasteellista asiakkuutta voi työntekijästä olla jo merkittävästi enemmän työllistävää asiakasmäärä. Jokinen (2016b, 359) toteaaakin numeerisessa esittämisessä olevan huomionarvoista, että siinä usein sivuutetaan tulkinnallisuus kvantifiointiin kytkeytyvänä.

Asiakasmäärän ohella myös työyksikön henkilöstöresursseja tuotiin esiin tyypillisesti kuvaamalla vakanssien määrää kvantifioinnin keinoin:

Lapsiperheiden sosiaalityön tiimi koostuu 2 sosiaalityöntekijästä, 2 sosiaalihoajaista ja 5 perhetyöntekijästä sekä perhepalveluiden johtava sosiaalityöntekijä toimii lähiesimiehenä. (i19)

Kaiken kaikkiaan lastensuojelun avohuollossa on kuusi (6) systemisen mallin mukaista tiimiä -- (i76)

Olemme kokenut, avoin ja keskusteleva, 19 upean persoonan porukka -- (i64)

Ei-numeerista määrällistämistä käytettiin useassa työpaikkailmoituksessa. Seuraavassa esitän esimerkkejä erilaisista tavoista, joilla ei-numeerista määrällistämistä käytettiin aineistossa:

-- Suomen *suurin* perhekuntoutusyksikkö. (i60)

--systemisellä asiakastyöllä olemme saaneet lastensuojelun asiakkuudet *vähentymään*. (i76)

Systemisen mallin mukainen työskentely on *lisännyt* myös työhyvinvointia. (i76)

Työmäärä on *kohtuullinen* ja työaika riittää työn tekemiseen. (i31)

Ei numeerista määrällistämistä käytettiin lähinnä pyrittäessä vakuuttamaan lukijaa työn määrään liittyen tai toisaalta vahvistettaessa työyhteisöön liittyvää argumentointia.

5.2.5 Metaforien käyttö

Metafora voidaan määritellä vertauksena ilman kuin -sanaa. Metafora kuvaa tiettyä asiaa käsitteillä, jotka eroavat sen kirjaimellisesta käytöstä. Metaforien hyöty retorikan näkökulmasta on se, että hyvin käytettyinä niiden avulla on mahdollista luoda haluttuja konnotaatioita, eli oheismerkityksiä ilman monipolvista argumentaatiota. (Jokinen 2016b, 360–361.) Metaforan tehokkuus argumentoinnissa liittyy siihen, että metafora tuo esiin vain osan ilmiöstä, jolloin se on yleisöä ohjaileva Yleisesti käytettyinä ja toistettuina metaforat kuluvat, jolloin niitä ei enää käsitetä metaforiksi (Perelman 1996, 137–139).

Tartu rohkeasti haasteeseen. (i12)

Työtilamme sijaitsevat Xxx :n *ytimessä*, joten *kivenheiton päässä* on lukuisia hyviä lounasravintoloita. (i64)

Työtehtävät ovat hyvin monipuoliset ja pääset *aitiopaikalta* vaikuttamaan siihen, että lapsille ja perheille järjestyy tarvittava apu ja tuki oikea-aikaisesti. (i68)

Hyppää mukaan jälkihuollon tiimiin ja sen *uusiin tuuliin*. (i70)

Meillä on Xxx :ssa hyvin *yhteen hitsautunut* vammaissosiaalityö. (i11)

Työpaikkailmoituksissa metaforia käytettiin jonkin verran. Metaforien käyttö oli maltillista ja huomaamatontakin. Työpaikkailmoitusten asialuonne osaltaan ymmärrettävästikin rajaa pois populistisemmän retoriikan, jossa metaforia käytetään tietoisesti herättämään voimakkaita ja provosoiviakin reaktioita lukijassa (Parkkinen 2014.) Metaforien käyttö osana työpaikkailmoitusten tekstiä edellyttää kirjoittajalta hyvää kielikorvaa, koska taitamaton metaforien käyttö voi luoda kokonaan toisenlaisen mielikuvan kuin mitä on tavoiteltu. Aineistossa oli eräs ilmoitus (i60), jossa etsittiin *lämmintä* sosiaalityöntekijää. Eli myös lukijan kirjaimellinen metaforien tulkinta saattaa aiheuttaa epätarkoituksenmukaisia mielleyhtymiä.

5.2.6 Ääri-ilmaisujen käyttäminen

Kvantifioinnin keinojen ohella ääri-ilmaisuja ovat esimerkiksi joka kerta, ei todellakaan, täysin, ikuisesti, täydellisesti, ei mitään, koko (viikon/päivän ym.). Ääri-ilmaisuja käyttämällä voidaan maksimoida tai minimoida piirteitä tai voidaan ilmentää jonkin toiminnan säännönmukaisuutta. Ääri-ilmaisuja käytetään tyypillisesti esimerkiksi oman toiminnan puolustamiseen. Esimerkiksi voidaan puolustautua toteamalla, että jokainen samassa tilanteessa oleva toimisi samoin, jolloin normalisoidaan tekoa. (Jokinen 2016b, 362–364.)

Työpaikkailmoitukset ovat pitkälle asiategstejä, joten ääri-ilmaisujen esiintyminen on melko vähäistä ja huomaamatonta. Ääri-ilmaisuja käytettiin lähinnä pyrittäessä vakuuttamaan lukijaa työyhteisön erinomaisuudesta, kuten oheisista esimerkeistä käy ilmi.

Tule *huipputiimiimme* toteuttamaan ja kehittämään laadukasta palvelua Xxx :n alueen asukkaille! (i41)

Tule tekemään kanssamme Xxx :n *parasta* työtä perheiden parhaaksi ammattitaitoiseen, aktiiviseen ja iloiseen lastensuojelun tiimiimme! (i50)

Tervetuloa mukaan mukavaan työyhteisöön ja osaavaan ja avuliaaseen *huipputiimiin*. (i51)

Olemme kokenut, avoin ja keskusteleva, 19 *upean* persoonan porukka, jolle on tärkeää, että jokainen voi kokea olevansa arvostettu sekä työntekijänä että työkaverina. (i64)

Työyhteisössä on *erinomainen* yhteishenki. (i25)

Meillä on *loistava* porukka töissä, tervetuloa mukaan. (i27)

Eläkkeelle jäävän kollegan mielestä '*maailman paras tiimi*'. (i17)

Ääri-ilmaisuilla voidaan korostaa haluttuja piirteitä kuvattavassa asiassa. Ääri-ilmaisu voi liiallisesti käytettynä vakuuttamisen sijaan heikentää argumentaation uskottavuutta. (Jokinen 2016b, 364.) Työpaikkailmoituksissa ääri-ilmaisuja käytettiin tietyissä asiayhteyksissä, jolloin ne eivät näyttäneet liioittelevina. Vakuuttavimman vaikutuksen tuotti viimeinen esimerkki, jossa puhujakategoria yhdistyy ääri-ilmaisuun. Tässä sitaatissa eläkkeelle jäävän kollegan mielestä tiimi on maailman paras, jolloin argumentti on vaikeampi kyseenalaistaa kuin muissa esimerkeissä, joissa väite on ilmaistu yleisenä toteamuksena. Mikäli yksittäisessä ilmoituksessa olisi jatkuvasti korostettu työpaikan erinomaisuutta ja parhautta, aiheuttaisi se lukijassa epäuskoa. Etenkin, kun yhteishengen erinomaisuus, porukan loistavuus ja huipputiimi ovat abstrakteja käsitteitä ja subjektiiviseen kokemukseen liittyviä ilmiöitä, joita on vaikeaa luotettavasti mitata. Itsekriittinen työnhakija saattaisi jopa pohtia, onko lainkaan mahdollinen hakemaan täydellistä työpaikkaa.

5.2.7 Kolmen lista

Kolmen lista retorisenä keinona luo vaikutelmaa yleisestä piirteestä tai tavanomaisesta toiminnasta. Kolmen listan avulla tuotetaan asiasta riittävä näyttö. Jos kolmen listan eteen liitetään vielä esimerkiksi tai loppuun ja niin edelleen, syntyy vaikutelma, että lista olisi vieläkin pidempi, mutta kaikkia asioita ei ole lueteltu. (Jokinen 2016b, 364.)

Kolmen lista oli eräs eniten käytetyistä retoriikan keinoista työpaikkailmoituksissa. Työpaikkailmoitusten yhteydessä kolmen listaan ei pääsääntöisesti liitetty esimerkiksi tai ja niin edelleen ilmaisuja, vaan kuten alla olevista sitaateista käy esiin, kolmen lista esiintyi sellaisenaan.

Etsimme joukkoomme *innostunutta, rohkeaa ja myönteistä* persoonaa. (i71)

Tarjoamme viihtyisän, dynaamisen ja kehitysmuotoisen työympäristön. (i77)

Xxx:n keskuksen lastensuojelu on *reipas, tehokas ja monikulttuurinen* asiantuntijaorganisaatio. (i25)

Tarjoamme sinulle *iloiset, osaavat ja avuliaat* työkaverit. (i26)

Tiimissämme on *hyvä, keskusteleva ja kannustava* ilmapiiri. (i31)

Kolmen listaa käytettiin osana vaatimus- ja arvostusretoriikkaa. Työntekijältä toivottuja ominaisuuksia tai osaamisvaatimuksia esitettiin kolmen listaa hyödyntämällä. Myös työyhteisöä, työn sisältöä ja työympäristöä kuvattiin kolmen listan avulla. Kolmen listassa on tyypillisesti lueteltu kolme positiivista adjektiivia, joilla on pyritty tuomaan esiin myönteisiä tekijöitä työnantajasta ja työyhteisöstä.

5.2.8 Muut retoriset keinot

Muita retorisia keinoja ovat kontrastiparin käyttö sekä toisto ja tautologia ja oletettuun vasta-argumenttiin varautuminen. Toistoa ja tautologiaa käytetään tyypillisesti mainoksissa. Työpaikkailmoituksistakin on löydettävissä mainostekstiin viittavia rakenteita. Kuitenkaan retorisenä keinona toistoa yksittäisissä työpaikkailmoituksissa ei käytetty. Sen sijaan kiinnitin huomiota siihen, että saman työnantajan eri ilmoitukset olivat usein hyvin samankaltaisia. Esimerkiksi ensimmäistä kertaa lukiessa maininta: ”työnantaja on rohkea ja rento, joka tarjoaa avoimen työilmapiirin, mahdollisuuden kokeilla uusia työ- ja toimintatapoja ja vastuullista työtä, jota ohjaavat suunnitelmallisuus ja selkeät tavoitteet” vaikutti positiiviselle ja toi hyvän ensivaikutelman. Kun sama teksti toistui täysin samankaltaisena useammassa ilmoituksessa, huomasin pohtivani, onko kyseessä ainoastaan fraasi, joka lisätään automaattisesti jokaisen organisaation ilmoituksen loppuun. Tämä ajatus itse asiassa heikensi mainitun argumentin uskottavuutta. Eli toisto, kuten moni muukin retorinen keino, voi liikaa käytettynä jopa kääntyä itseään vastaan.

Oletettuun vasta-argumenttiin varautuminen ilmeni työpaikkailmoituksissa melko huomaamattomasti ja vähäisessä määrin lähinnä vaihtuvuus-retoriikan yhteydessä. Ilmoitustekstissä kuvattiin syitä, miksi työpaikka on tullut avoimeksi, jotta lukija ei oleta kyseessä olevan ei toivotun ja vältettävissä olevan vaihtuvuuden, joka liittyy työnantajan pitovoimaan ja työntekijöiden sitoutumiseen.

Etsimme osaavaan joukkoomme sosiaalityöntekijää vakituiseen virkasuhteeseen perheneuvolaan nykyisen, *pitkäaikaisen* työntekijän siirtyessä eläkkeelle. (i75)

Edellä olevassa esimerkissä jo ennakolta kumotaan lukijan mahdollinen epäily siitä, että virka olisi tullut auki, koska tyytymätön työntekijä on hakeutunut toisaalle. Korostamalla vielä, että eläkkeelle jäänyt henkilö on pitkäaikainen työntekijä, vahvistetaan argumentointia työpaikkaan sitoutumisesta, mikä osaltaan tukee positiivisen työnantajakuvan muodostumista.

Tulkitsen myös seuraavaan ilmaisuun liittyvän oletettuun vasta-argumenttiin varautumista:

Meillä ei työskennellä avokonttorissa. (i39)

Yllä oleva sinällään faktuaalinen toteamus sisältää oletuksen, että muissa työpaikoissa työskennellään avokonttorissa, ja että se ei ole positiivinen asia.

Yleensä voimakkaan kannanoton esittäjällä on riski tulla kategorisoiduksi 'tyrkyttäjäksi', jolloin argumentin vakuuttavuus kärsii. (Juhila, 2016, 152.)

5.3 Työpaikkailmoitusten genret ja tekstilajit retorisisina tekijöinä

Työpaikkailmoituksen tehtävä on tiedottaa avoimeksi tulleesta työpaikasta, houkutella potentiaalisia hakijoita hakemaan työtä ja myös kertoa työsuhteeseen liittyvistä asioista ja työnhakuun liittyvästä prosessista. Työpaikkailmoitus voidaankin luokitella useamman genren kautta, vaikka työpaikkailmoitus voi muodostaa myös oman genrensä.

Kuten aiemmin luvussa 4.3.2 totesin, genrejen rajat voivat olla limittyneitä. Näenkin työpaikkailmoituksiin liittyvän piirteitä ilmoituksen, tiedotteen, mainoksen ja myös ohjeen genreistä. Työpaikkailmoitukseen voi sisältyä myös useampia tekstityyppejä. Genret koostuvatkin usein eri tekstityyppien yhdistelmistä. Tekstityyppi on kielenkäyttäjän toiminnallinen resurssi ja keino tarkastella genren ja siihen liittyvän sosiaalisen toiminnan rakentumista erityisesti tilanteisen kontekstin näkökulmasta. (Pietikäinen & Mäntynen 2019, 136–137.)

Kuvaileva eli deskriptiivinen tekstityyppi sisältää adjektiivien runsasta käyttöä ja siinä ei yleensä ole aktiivista toimijaa. Siinä kuvataan ilmiöitä korostetusti valitusta näkökulmasta. Kertova eli narratiivinen tekstityyppi sisältää aktiivista toimintaa ja siinä tarina etenee. Kertova tekstityyppi koostuu toimintaa ilmaisevista verbeistä ja on usein menneessä aikamuodossa. Ohjailevassa eli instruktiivisessa tekstityypissä sävy on usein neuvovaa, velvoittavaa tai käskevää. Ohjailevuus onkin eräs vaikuttamisen keino. Ohjailevalle tekstityypille tyypillistä on imperatiivin käyttö, ohjaileva passiivi tai modaalinen muoto. (Pietikäinen & Mäntynen 2019, 139–140; Lauerma 2012, 67.)

Argumentoiva tekstityyppi ottaa kantaa ja myös perustelee. Erilaiset mielipiteenilmaisut ja kannanotot ovat tälle tekstityypille ominaisia. Argumentoivan tekstityypin rinnalla esiintyy usein erittelevää eli ekspositorista tekstityyppiä, joka on pohdiskelevaa ja määrittelevää. Toisin kuin kertova tekstityyppi, argumentoiva on sisällöltään tyypillisesti abstraktia. (Pietikäinen & Mäntynen 2019, 140.)

Työpaikkailmoitusten genre on helposti tunnistettavissa ilmoitukseksi ja vielä tarkemmin työpaikkailmoitukseksi. Osa ilmoituksista sisältää osiota, jotka muistuttavat mainoksen, tiedotteen tai jopa uutisen genreä. Pietikäinen ja Mäntynen (2019, 138)

toteavatkin harvan genren rakentuvan ainoastaan yhden tekstityypin varaan. Työpaikkailmoitukset genren näkökulmasta tarkasteltuina olivat pääpiirteissään yhteneväisesti rakennettuja.

Tyypillinen työpaikkailmoitus koostuu aloituksesta, jolla useassa tapauksessa pyritään herättämään lukijan kiinnostus. Aloitukseen liittyy usein tiedottava elementti (mikä tehtävä on kyseessä) ja usein on käytetty ohjailevaa tekstityyppiä. Esimerkiksi seuraavissa aloituksissa on käytetty ohjailevaa tekstityyppiä:

Tule meille Xxx :een ja olet tukena elämässä. (i82)

Tule osaksi ratkaisukeskeistä ja itseohjautuvaa aikuissosiaalityön tiimiämme. (i28)

Aloitusta seuraa usein kuvaileva tekstityyppi, jonka avulla tuodaan esiin työtävään ja työyhteisöön liittyviä asioita. Osassa ilmoituksia on löydettävissä myös kertovaa tekstityyppiä, kun on käytetty ilmaisua, jossa haettava työntekijä tuodaan esiin aktiivisena työntekijänä. Esimerkiksi:

Pääasiallinen tehtäväsi on laatia palvelutarpeen arviointia ja toteuttaa suunnitelmallista työskentelyä erityistä tukea tarvitseville lapsille ja heidän perheilleen. (i40)

Sosiaalityöntekijänä vastaat palvelutarpeen arvioinnin asiakastyöstä, selvitysprosessin etenemisestä sekä tarvittaessa kiireellisistä toimenpiteistä. (i58)

Työpaikkailmoitusten osiot, joissa kuvataan työyhteisöä, ovat usein erittelevää tekstityyppiä, jolla määritellään esimerkiksi työilmapiiriä, kollegiaalisuutta tai johtamista, jotka ovat abstrakteja käsitteitä. Esimerkiksi:

Työyhteisömme on huumorintajuinen ja keskusteleva, jaamme kokemuksiamme ja iloitamme onnistumisistamme. (i67)

Ilmoituksen loppuosassa on yleisesti tiedottava osio, jossa kuvataan työsuhteen etuja. Etuja kuvaillaessa on tyypillisesti käytetty kuvailevaa tekstiä, joka sisältää positiivisia laatusanoja. Esimerkiksi:

Saat meillä kaupungin monipuoliset henkilöstöedut ja hyvät kouluttautumismahdollisuudet. --Toimipisteemme sijaitsee hyvien liikenneyhteyksien varrella xxx perhekeskuksessa. (i 58)

Ilmoituksissa on kuitenkin käytetty erilaisia tekstityyppejä vaihtelevasti. Samassa ilmoituksessa esiintyy tyypillisesti useita tekstityyppejä tekstin eri osioissa.

Genrejen tarkoituksenmukainen totutusta poikkeava käyttö voi olla myös tehokeino, jota erityisesti mainonnassa käytetään. Työpaikkailmoituksissakin oli osiota, jotka olisivat irrallisina tunnistettavissa kokonaan muuhun kuin työpaikkailmoitusten genreen kuuluviksi. Tyypillisintä oli mainosmaisena tekstin käyttäminen. Esimerkiksi:

Kun haluat tehdä laadukasta sijaishuoltoa aidosti hyvässä työpaikassa, olet löytänyt etsimäsi! (i39)

Yhdessä ilmoituksessa muista erottumista haettiin käyttämällä runomittaa ilmoituksen osana. Ilmoituksen alkuun ja keskivaiheille oli sijoitettu runomuotoon kirjoitettua ja aseteltua tekstiä:

Vampassa on 'laiffii' laidasta laitaa. Todelliset tarpeet? Juokseeko ajatus? Meillä on sulle paikka lasten tiimissä, lopeta pajatus. (i11)

ja ilmoituksen keskellä:

Toimintakyky aina mielessä, korjataan, jos ollaan pielessä. Johdossa on sullekin tukee, asiakas saa reiluu päätöstä lukee. (i11)

Genret muokkaantuvat ja uudelleen järjestäytyvät, mikä tuo ajallisen ulottuvuuden niiden tarkasteluun. Osa genreistä saattaa olla samankaltaisia, suosittuja ja tois-tuvia ajasta ja paikasta riippumatta. Genrejen institutionaalisuus voi olla eräs genren pysyvyyttä lisäävä tekijä. (Pietikäinen & Mäntynen 2019, 195.) Työpaikkailmoitukset ovat hallinnollisia ja siten institutionaalisia tekstejä. Kiinnostavaa onkin havaita, että myös työpaikkailmoituksissa perinteisen avoimesta virasta tiedottamisen ohella työpaikkailmoitus opastaa, mainostaa ja kehottaa lukijaa. Samaan tekstiin on sisällytetty useita eri tekstityyppejä ja tekstilajeja. Pietikäinen ja Mäntynen (2019, 196) kuvaavat tätä jaksottaisena intertekstuaalisuutena tai diskurssien ja genrejen upottamisena.

6 TYÖNANTAJAKUVAT

Edellisessä luvussa tarkastelin työpaikkailmoituksissa esiintyviä retorisia keinoja. Aristoteleen näkemys perustuen laajan tulkinnan mukaan retoriikan perusteena on argumentaatio (Kakkuri-Knuutila, 2004, 233). On siis perusteltua tarkastella myös työpaikkailmoituksissa esiintyvää argumentointia ja työnantajakuvien rakentumista sen kautta. Tässä luvussa vastaan toiseen tutkimuskysymykseeni, eli millaisia työnantajakuvia työpaikkailmoitusten perusteella rakentuu.

6.1 Työnantajakuvien rakentuminen työpaikkailmoituksissa

Retoriikan perinteen mukaan tehokas ja vaikuttava viestintä koostuu kolmesta tekijästä: eetoksesta (ethos), paatoksesta (pathos) ja logoksesta. Aristoteleen ajattelun mukaan juuri logos on keskeistä retoriikan aluetta, mutta myös eetoksella ja paatoksella on oma merkityksensä lukijan vakuuttamisessa. (Strellman & Svinhufvud 2020, 22.)

Logoksella tarkoittaa argumenttien esittämistä ja perustelemista. Logos on kyöksissä eetokseen. Kun argumentoija vakuuttaa hyvillä perusteilla yleisönsä, lisääntyy hänen uskottavuutensa. (Strellman & Svinhufvud 2020, 25.)

Eetos viittaa perinteisen aristoteelisen retoriikan mukaan viestijän uskottavuuteen ja miellyttävyyteen. Uskottavuus voi syntyä sisällöllisestä asiantuntijuudesta tai siitä, että on muiden arvostama tai auktoriteettien suosittelu oma alansa osaaja. Sen lisäksi kyseessä on varsinaisen tekstin miellyttävyys ja uskottavuus. Kielenhuollolliset tekijät, tekstin ulkoasu ja sujuvuus pohjautuvat eetokseen ja sitä kautta vaikuttavuuteen. (Strellman & Svinhufvud 2020, 23.) Mikäli teksti on kömpelöä ja sisältää paljon kirjoitusvirheitä ja on asettelultaan sekava, häiritsee se lukijan mahdollisuutta keskittyä viestin sisältöön, mikä heikentää argumentoinnin vaikuttavuutta. Eetokseen vaikuttavia retorisia keinoja tarkastellaan retoriikantutkimuksessa yleisöön vetoavan argumentoinnin kautta. Näitä keinoja ovat esimerkiksi metaforat, auktoriteettiin vetoaminen ja empiiriset argumentit (Mäntynen & Sääskilahti 2012, 201).

Paatos tarkoittaa yksinkertaistetusti viestijän ja viestin kykyä vedota vastaanottajan tunteisiin. Yleinen, mutta virheellinen käsitys Strellmanin ja Svinhufvudin (2020) mukaan on se, että asiateksteissä tunteisiin vetoaminen ei olisi tarkoituksenmukaista. Heidän mukaansa tunteisiin vetoaminen on merkityksellistä kirjoittamisen ja viestinnän lajista riippumatta, sillä sen avulla luodaan lukijalle henkilökohtainen suhde viestiin. Tunteisiin voi vedota esittämällä koskettavia asioita, hauskuuttamalla lukijaa tai pelottelemalla. (Strellman & Svinhufvud 2020, 24.)

Ylikoski (2004) muistuttaa kuitenkin argumentaation perustavoitteena olevan järkipärisen mielipiteenmuodostuksen, joten kohdeyleisön saattaminen tunnekuuhuun, jossa järkipäinen arviointi vaarantuu, rikkoo hyvän argumentaation periaatetta. Hän toteaaakin tunteiden ja hyväksyttävän argumentaation muodostavan kiinnostavan suhteen, koska tunteet ovat toisaalta argumentaation ulkopuolinen ei-tiedollinen tekijä, mutta kuitenkin tunteiden synnyttäminen on myös eräs argumentoinnin tavoite. (Ylikoski 2004, 161.)

Työpaikkailmoituksissa tunteisiin vetoamista käytettiin jonkin verran esimerkiksi kuvaamalla lapsi suojelua tarvitsevana:

Kiinnostaako sinua merkityksellinen työ suojelua tarvitsevien lasten ja heidän perheidensä kanssa? (i69)

Argumentointi onkin keskeinen tekijä potentiaalisiin työnhakijoihin vetoamisessa. Työnantajakuva rakentavassa argumentaatiossa työpaikkailmoituksista on löydettävissä työnantajakuvatutkimuksessa mainittuja elementtejä. Tarkastelenkin seuraavaksi työnantajakuvan rakentumista Berthonia ja muita (2005) mukaillen toiminnallisten, taloudellisten ja psykologisten tekijöiden kautta. Hyödynnän tarkastelussa myös Huhdan ja Myllyntauksen (2021) kuvaamaa työntekijäkokemuksen viitekehystä, koska heidän mukaansa työnantajabrändityö on alisteinen työntekijäkokemuksen kehittämiseksi. Työpaikkailmoituksissa erilaisilla argumenteilla pyritään vakuuttamaan lukija siitä, että tietyt hakijaa mahdollisesti motivoivat asiat toteutuvat työpaikassa. Argumentoinnilla pyritään kiinnostavasti vaikuttamaan myös niihin tekijöihin, jotka yleisesti tiedetään vaikuttavan sosiaalityöntekijöiden työhyvinvointiin ja vaihtuvuuteen.

Rekrytoinnin kontekstissa työpaikkailmoituksen kirjoittajalla on lähtöoletuksena se, että lukija tuntee sosiaalityötä ja sen ammattisanastoa. Mikäli näin ei olisi ja lukija olisi täysin maallikko suhteessa sosiaalityön substanssiin, retoriset keinot ja niiden kautta muodostuva työnantajakuva muotoutuisivat hyvin eri tavalla. Esimerkiksi maininta työn tukena perheterapeutti ja koordinaattori puhuttaessa systeemisestä työskentelystä merkityksellistyy vain, jos lukija tietää, miksi perheterapeutti ja koordinaattori ovat erityisen merkittäviä systeemisessä työskentelytavassa. Wildenin ym. (2010, 70) mukaan työnantajakuvasignaaleja tulee kohdentaa mahdollisten työnhakijoiden kohderyhmän mukaan. Työpaikkailmoituksissa tämä näyttäytyi niin, että ilmoitusten teksti on suunnattu asiantuntijayleisölle, eli sosiaalityöntekijöille ja alan opiskelijoille. Valtaosassa ilmoituksia opiskelijat huomioitiin vielä erillisenä kohderyhmänä.

Opinnot vielä kesken? Muodollisesti pätevien työntekijöiden puuttuessa voimme huomoida sosiaalityön sijaispätevyuden täyttävät hakijat. (i70)

Opiskelijoita houkuteltiin tarjoamalla esimerkiksi palkallista graduvaapaata.

Sosiaalityön opiskelijalla on mahdollisuus 2 kuukauden palkalliseen graduvapaaseen. (i 49)

Sosiaalityön opiskelijalla on mahdollisuus 3 kuukauden palkalliseen opintovapaaseen gradun kirjoittamista varten. (i69).

Vaatimusretoriikassa esiintyy sekä professioon liittyviä vaatimuksia, että myös työntekijän persoonaan liittyviä vaatimuksia. Työntekijään persoonaan liittyviä odotuksia ja vaatimuksia työpaikkailmoituksissa tuodaan esiin eri tavoin. Osassa ilmoituksia käytetään termejä *edellytämme* ja *vaadimme*. Osassa ilmoituksia vaatimukset tuodaan esiin ikään kuin työnantajan tai työyhteisön vaatimuksina ja osassa puolestaan työn vaatimuksina.

Edellytämme kykyä itsenäiseen työskentelyyn sekä hyviä valmiuksia monialaiseen yhteistyöhön. (i4)

Työ edellyttää hyviä sosiaalisia taitoja, itseohjautuvuutta sekä valmiuksia pari- ja verkostotyöhön. (i9)

Osassa työpaikkailmoituksia vaatimusretoriikka on tuotu pehmeämmin esiin käyttämällä vaihtoehtoisia ilmaisuja, kuten:

--asiakastilanteissa olet vahvasti ja lämpimästi läsnä. (i61)

Odottamattomat käännteet ja vaativat päätöksentekotilanteet kuuluvat työn luonteeseen, joten sinun on myös hyvä olla rohkea ja valmis altistamaan itsesi haastaville vuorovaikutustilanteille. (i64)

Lisäksi työtä pelkäämätön oma-aloitteisuus sekä hyvät vuorovaikutustaidot ovat sinun vahvuuksiasi. (i61)

Edellä olevissa esimerkeissä yksilön ominaisuuksiin liittyviä vaatimuksia on pehmennetty liittämällä vaatimusretoriikka työntekijältä toivottaviin vahvuuksiin sen sijaan, että työnantaja suoraan edellyttäisi mainittuja ominaisuuksia.

Osassa työpaikkailmoituksia lukijan huomiota pyrittiin saavuttamaan erottamalla muista. Erottumisen keinoina käytettiin yhdessä ilmoituksessa perinteisestä ilmoitustekstistä poikkeavaa genreä tai erottuvaa aloitusta tai lopetusta. Jo aiemmin mainitun runomuotoon kirjoitetun tekstin ohella erottumisen keinona käytettiin kysymyslauseella aloittamista.

Onko paikkasi meidän rinnallamme penessä? (i57)

Oletko kiinnostunut työskentelemään lapsiperheiden sosiaalityöntekijän virassa? (i 72)

Haluaisitko päästä toteuttamaan sosiaalihuoltolain/lastensuojelulain mukaista sosiaalityötä yhdessä ammattitaitoisen, aktiivisen ja innostuneen työyhteisön kanssa Xxx :n perhekeskukselle? Jos vastasit kyllä, olet etsimämme henkilö! (i86)

Osassa työpaikkailmoituksia oli tarjottu lukijalle mahdollisuus etsiä lisää tietoa työnantajasta nettisivuilta tai sosiaalisen median kanavissa. Tämä mahdollisti visuaalisuuden hyödyntämisen, sillä muutoin työpaikkailmoituksissa Kuntarekry-sivustolla visuaalisten tehosteiden käyttö on vähäistä. Osassa ilmoituksia on liitetty kunnan tai kaupungin vaakuna tai maisemakuva. Joissain ilmoituksissa on mainosmainen kuva eri ammattiryhmiä edustavista työntekijöistä. Erityisesti sosiaalityöhön liittyviä kuvia aineiston työpaikkailmoituksissa ei ollut. Kuntarekryyn laadittavaan työpaikkailmoitukseen olisi kuitenkin mahdollista liittää kuva- tai videomateriaalia. Osassa ilmoituksia oli hyödynnetty linkkipainiketta, joka ohjasi tutustumaan tarkemmin työpaikkaan.

Pilkahduksia toiminnastamme myös somessa : Ig :@xxxx.sossu ja @xxx :n lastensuojelu ja @perhesotyö. Twitter :@xxx. (i68)

Voit tutustua seutukuntaamme, Xxx :n toimintaan ja työntekijöihimme myös Instagramissa (at xxx.fi), Facebookissa tai Twitterissä (at Xxx.fi). (i79)

Tutustu Xxx :n sosiaalisessa mediassa (IG, FB, LinkedIn) #xxxsote #xxxsotekuntayhtymä. (i23)

Myös organisaatioon liittyvistä toimintakäytännöistä ja kehittämishankkeista oli lisätietoa saatavilla työnantajien työpaikkailmoituksissa mainitsemista internet-osoitteista.

Linkki hyvinvointikuntayhtymän valmisteluaineistoon, jossa hakijan mahdollista tutustua organisaatiouudstukseen. (i4)

Työyhteisössämme noudatetaan seuraavia pelisääntöjä : www.xxx.fi/pelisaannot. (i25)

Työpaikan hakeminen on pääsääntöisesti haluttu tehdä mahdollisemman vaivattomaksi. Yksittäisissä ilmoituksissa edellytetään enää työ- ja opintotodistusten liittämistä hakemukseen. Sen sijaan ilmoituksissa korostetaan, että todistukset tarkastetaan haastattelussa tai ainoastaan valituilta. Muutamissa ilmoituksissa edellytettiin liitteiksi PDF-muotoista tutkintotodistusta tai CV:tä tai ansioluettelo.

6.1.1 Taloudelliset tekijät työnantajakuvan rakentajina

Taloudellisiin tekijöihin liittyy keskitasoa parempi palkka ja muut rahanarvoiset työnantajan tarjoamat etuudet (Berthon ym. 2005, 159–162). Muita rahanarvoisia taloudellisia etuja mainittiin palkan ohella työpaikkailmoituksissa. Tyypillisin taloudellinen etu oli asumiseen liittyvä.

Tarjoamme kahden kuukauden asuntoedun ja autamme asunnon hankinnassa. (i4)

--mahdollisuus saada työsuhteasunto, jossa voit asua koko työsuhteesi ajan. (i10)

Xxx kaupungilla on meneillään uusien asukkaisen asumiskampanja, jossa kaupunki mahdollisesti osallisuus asumiskustannuksiin Lisätietoja löydät www.xxx.fi/tyontekijat-ja-yritykset/asumaan-xxx/ (i44)

Työpaikkailmoituksissa tuotiin esiin myös muita rahanarvoisia henkilöstöetuja.

Työsuhde-etuna xxx kaupunki tarjoaa mm. lounasetuuden, Xxx:n matkalipun työsuhde etuuden, 100 ilmaista uimahallikertaa vuodessa sekä Eazybreak-kulttuuri-/sporttipassin. (i11)

Xxxn kaupunki tarjoaa monipuolisia henkilöstöetuja, kuten asiointimatkalipun --, lounasetu (Edenred-kortti) ja liikuntapalveluita (mm. Elixian On line training 2.0). (i12)

Rahanarvoisia etuja ovat mm. sekä ePassi liikunta- ja kulttuuripalvelujen hyödyntämiseen. (i14)

Useissa työpaikkailmoituksissa osana vaatimusretoriikkaa edellytettiin mahdollisuutta oman auton käyttöön. Tällaisista ilmoituksista erottuvina nostan esiin esimerkit, joissa eräs työnhakijan vakuuttamisen keino on tuoda esiin, että omaa autoa ei tarvita. Vaatimusta oman auton käytöstä on enenevässä määrin kritisoitu sosiaalityöhön liittyvissä keskusteluissa esimerkiksi Facebookin sosiaalityön uraverkostossa.

Työnantajalla on käytössä leasing yhteiskäyttöautoja henkilöstön virka- ja virantoimitusmatkoja varten. (i54)

Kunta tarjoaa auton työpäivän aikana tarvittavaan työmatka-ajoon. (i83)

Tarjoamme leasing-auton käytön asiakasmatkoihin. (i86)

Työ on osaksi matkatyötä, mutta ei edellytä oman auton käyttöä (i66)

Kyseessä voidaan katsoa olevan myös taloudellinen tekijä. Jos sosiaalityöntekijä asuu hyvien julkisten liikenneyhteyksien äärellä, eikä muuten tarvitse yksityiselämässään autoa, on auton hankkiminen ja ylläpitäminen pelkästään työtehtävien vuoksi suuri menoerä.

6.1.2 Toiminnalliset tekijät työnantajakuvan rakentajina

Ambler ja Barrow (1996) ovat kuvanneet toiminnallisten tekijöiden merkitystä työnantajakuvan rakentamisessa. Berthon ym. (2005) tarkentavat toiminnallisia tekijöitä kehittymisen arvolla ja soveltamisen arvolla. Soveltamisen arvo tarkoittaa mahdollisuutta käyttää ja jakaa osaamistaan (Berthon 2005, 162.) Huhta ja Myllyntaus (2021) kuvaavat tätä teemaa työn ominaispiirteinä, johon sisältyvät työn monipuolisuus, työn laatu, määrä ja haastavuus. Liiallinen työmäärä aiheuttaa kuormitusta ja riskin motivaation haasteisiin. Toisaalta liian helppo työkään ei tuo tyydytystä. (Huhta & Myllyntaus 2021, 184–185.) Sosiaalityössä harvoin kyse on siitä, että työtä olisi liian

vähän tai työ olisi liian helppoa. Sen sijaan työpaikkailmoituksissa lukija pyritään vakuuttamaan kohtuullisesta asiakasmäärästä ja työn tekemisen joustavuudesta. Liitän toiminnallisiin tekijöihin myös fyysiset tilat, välineet ja laitteet sekä erilaiset työmenetelmät.

Joustavuutta tuotettiin työaikaan, etätööhön, työn aloittamisajankohtaan ja työn sisältöön liittyen esimerkiksi seuraavasti:

Liukuva työaika pitkällä liukumalla (7-9.30 ja 14-19) ja etätöön mahdollisuus antaa joustavuutta Sinulle suunnitella työpäiviäsi. (i38)

Työaikasi on joustava ja Sinulla on sovittavissa etätömahdollisuus. (i28)

Tehtävän sisällöstä voidaan halutessasi neuvotella. (i4)

Liukuva työaika tuo osaltaan joustoa työhön. (i31)

Tarjoamme kohtuullisen asiakasmäärän, joustavan työajan, mahdollisuuden etätööhön, autonomisen työajansuunnittelun. (i15)

Työn toiminnallisiin tekijöihin, kuten työn määrään, on mahdollista vaikuttaa esimerkiksi riittävällä työntekijämäärällä. Työn määrään sosiaalityössä vaikuttaa suoraan myös asiakasmäärä. Resursseja ja asiakasmäärää onkin tuotu esiin työpaikkailmoituksessa numeerisen ja ei-numeerisen määrällistämisen ohella esimerkiksi seuraavasti:

Resurssien lisäyksellä pyrimme kohtuullistamaan työntekijöiden asiakasmäärät. (i83)

Panostamme riittäviin resursseihin. (i39)

Soveltamiseen arvoon liittäisin sosiaalityön näkökulmasta mahdollisuuden tehdä sosiaalityötä eettisesti kestäväällä tavalla. Tätä tuotettiin työpaikkailmoituksissa tuomalla esiin muun muassa organisaation arvoja sekä työn tekemiseen liittyviä arvoja ja eettisiä ulottuvuuksia.

Asiakkaiden arvostava kohtaaminen ja lasten osallisuuden korostaminen on meille tärkeää ja toivomme samaa sinultakin. (i73)

Kehittymisen arvo osana toiminnallisia tekijöitä työnantajakuvan rakentumisessa tarkoittaa Berthonia ym. (2005) mukailleen mahdollisuutta kehittymiseen ja kehittämiseen sekä osaamisen tunnistamista ja tunnustamista. Näillä on vaikutusta työntekijän itsetuntemukseen, omanarvontuntoon ja tahtoon kehittyä ja edetä uralla (Berthon ym. 2005, 162). Huhta ja Myllyntaus (2021, 186–187) puhuvat kyvykkyyden tarpeesta, joka tarkoittaa oman osaamisen kokemusta ja hyödyntämistä sekä mahdollisuutta saavuttaa tavoitteet, oppia uutta ja kehittyä työssä. Sosiaalityössä työntekijät

kehittävät osaamistaan erilaisilla täydennys- ja lisäkoulutuksilla. Työpaikkailmoituksissa lukijaan pyritään vaikuttamaan kertomalla koulutusmahdollisuuksista sekä tuomaan esille mahdollisuutta itsensä ja työn kehittämiseen.

Laajojen koulutuskokonaisuuksien avulla rakennamme työllemme yhteistä viitekehystä. (81)

Tähän uudistus- ja kehittämistyöhön on nyt oiva mahdollisuus päästä mukaan ja vaikuttamaan sen alusta lähtien. (i1)

Meillä osaamisesi kehittyy ja pääsee esille. Arvostamme myös idearikkautta, luovuutta ja vastuullisuutta -meillä ne kumpuavat aina kaupungin strategiasta asti. (i61)

Kuulut joukkoomme, kun koet ammattiylpeyttä työstäsi, haluat kehittyä asiantuntijana ja kehittää työtä sekä oppia uutta. (i64)

Rekrytointi-ilmoituksissa tuotiin esille myös erilaisia työmenetelmiä. Näiden avulla voidaan tuottaa mielikuvaa työyhteisöstä, jossa on käytössä ajantasaisia ja uusia sosiaaliryhmien työmenetelmiä.

Parhailaan suunnittelemme toipumisorientaation ja systemisen työmallin käyttöönottoa myös aikuissosiaalityössä. (i81)

Olemme uudistamassa lapsiperheiden sosiaaliryhmien toimintoja perhekeskusmallin suuntaisesti ja ottamassa käyttöön lastensuojeluilmoitusten kohdalla ensiarvointimallia. (i1)

Fyysistä työympäristöä voidaan pitää työnantajan käyntikorttina. Fyysisen työympäristön tulisi ilmentää organisaation kulttuuria ja arvoja. Koronapandemian aikana yleistynyt monipaikkatyö on muuttanut fyysisen työympäristön merkitystä, mutta toimistotyössä viihtyisien ja toimivien tilojen merkitys saattaa korostua niinä harvoina kertoina, kun toimistolle mennään. Fyysiseen ympäristöön liittyvät kiinteästi myös työvälineet. Monipaikkatyössä, tietotyössä ja toimistotyössä työvälineiden ja ohjelmistojen merkitys on suuri. (Huhta & Myllyntaus 2021, 188-191.) Työpaikan viihtyvyyteen ja työvälineisiin liittyvää vakuuttelua esiintyykin työpaikkailmoituksissa runsaasti:

--työvälineet ovat ajantasaiset (i78)

Työvälineet mahdollistavat tarvittaessa myös mobiilin työskentelyn. (i81)

Saat käyttöösi omaa työpisteen, kannettavan tietokoneen ja puhelimen sekä asiointipöydän. (i10)

Syksyllä 2021 muutamme viihtyisiin työtiloihin Hyvän olon keskuksen. (i5)

Moniammatillinen työyhteisömme toimii viihtyisässä modernissa monitoimitilassa, jossa on avaran yhteisen työtilan lisäksi hiljaisen työskentelyn tiloja, asiakastapaamishuoneita, kokoushuoneita ja puhelinhuoneita. (i26)

Sosiaalityön näkökulmasta työtiloilla, työvälineillä ja ohjelmistoilla on keskeinen rooli. Työhön kuuluu merkittävänä osana asiakkaiden tapaamisen ohella asiakastyön dokumentointi, joka toteutetaan asiakastietojärjestelmällä. Sosiaalityöntekijä käyttää työssään useita muitakin tietojärjestelmiä ja ohjelmistoja, joten toimivien työvälineiden merkitys työn tehokkuuden ja sujuvuuden kannalta on suuri. Tapaamistilojen ja työvälineiden merkitys myös tietosuojaan näkökulmasta on tärkeä.

6.1.3 Psykologiset tekijät työnantajakuvan rakentajina

Berthon ym. (2005, 159) liittävät Amblerin ja Barrow'n (1996) psykologiseen ulottuvuuteen kiinnostuksen arvon (mielenkiintoinen, innovatiivinen työympäristö) sekä sosiaalisen arvon. Psykologinen turvallisuus tehostaa työn tuloksellisuutta ja kehittää työyhteisön kykyä ongelmanratkaisuun ja uuden oppimiseen. Psykologisesti turvallisessa tiimissä ei tarvitse pelätä leimaantumista osaamattomaksi, kun nostaa esiin ongelmia tai kysyy neuvoa. (Huhta ja Myllyntaus 2021, 183.)

Turvallisuus nostettiin esiin ilmoitusten teksteissä suoraan mainiten:

Meillä on turvallista tehdä lastensuojelutyötä -olit sitten urasi alussa tai jo kokeneempi tekijä. (i25)

Turvallisuutta tuotettiin myös muilla ilmaisuilla, kuten:

Tiimissä et jää yksin. (i68)

Merkityksellisyyden holistinen kokonaisuus muodostuu työn, työtehtävien, organisaation ja vuorovaikutuksen merkityksellisyyksistä. Merkityksellisyys liittyy organisaation kykyyn palvella yhteiskuntaa sekä sidosryhmiä. (Huhta & Myllyntaus 2021, 164-166.) Sosiaalityön näkökulmasta tämä on tärkeä teema. Työpaikkailmoituksissa vedotaankin sosiaalityön merkityksellisyyteen ja sosiaalityö kategorisoituu merkitykselliseksi myös retoristen keinojen kautta.

Organisaation kulttuuri ohjaa työntekijöiden toimintaa jaettujen uskomusten, arvojen ja toimintatapojen kautta. Organisaatiolla on tapana houkuttaa työntekijöitä, jotka ovat yhteensopivia sen kulttuurin kanssa. Organisaation kulttuuri määrittää sitä, millainen työpaikka on, joten sillä on suuri merkitys työnantajakuvan kannalta. Työntekijä arvioi organisaation kulttuurin sopivuutta omaan arvomaailmaansa nähden pohtimalla, ovatko työnantajan edustamat arvot yhteensopivia oman arvomaailman kanssa, miten monimuotoisuus ja yhdenvertaisuus ilmenee, kohdellaanko kaikkia yhdenvertaisesti ja miten kriisitilanteita hoidetaan. (Huhta & Myllyntaus 2021, 170-172.)

Sosiaaliseen arvoon sisältyvät muun muassa työilmapiiri, hyvät suhteet ja tuen saaminen työtovereilta ja esihenkilöiltä, kollegiaalisuus, yhteenkuuluvuuden tunne ja hyväksyntä (Berthon ym. 2005, 159). Työyhteisön ja kollegoiden merkitys on suuri.

Työtyytyväisyyttä mittaavissa tutkimuksissa hyvät ihmissuhteet työpaikalla ovat tärkeimpiä työtyytyväisyyden tekijöitä. Hyvät työkaverit ovat merkityksellisiä myös työhön sitoutumisen kannalta, sillä hyvästä työyhteisöstä ei haluta luopua, vaikka jokin asia työssä hiertäisi. (Huhta & Myllyntaus 2021, 183.)

Sosiaalityöntekijöiden rekrytointi-ilmoituksissa tuotettiin kollegiaalisuutta ja työyhteisön tukea esimerkiksi seuraavin argumentein:

Uutena työntekijänä saat perehdytyksen lähiesihenkilöltäsi ja kokeneilta kollegoiltasi sekä jatkuvan tuen koko työyhteisöltä. (i10)

Työtäsi tukevat case-kokoukset, työnohjaukset ja ammattiryhmäkohtaiset kokoukset. (i21)

Yhteenkuuluvuuden tunnetta työpaikkailmoituksissa rakennettiin työkaveri -retoriikalla.

Toivomme uudelta *työkaveriltamme* innostunutta ja myönteistä asennetta työhön ja työn kehittämiseen. (i26)

Psykologisiin tekijöihin sosiaalityössä katson kuuluvan myös laadukkaan ja riittävän perehdytyksen. Perehdytys olikin eräs yleisesti käytetty vakuuttamisen keino, jota tuotiin esiin eri tavoin työpaikkailmoituksissa. Perehdyttämisen avulla luodaan kestävää pohjaa uuden työntekijän sitouttamiselle.

Näenkin hyvän perehdytyksen olevan tärkeän myös työnantajan näkökulmasta, koska mitä nopeammin työntekijä kykenee hyödyntämään osaamisensa optimaalisesti, sitä paremman tuloksen hän pystyy tekemään. Hyvä perehdytys ja työhönopastus myös osaltaan mahdollistavat työntekijän edellytyksiä onnistua ja pärjätä työssään.

Perehdytyksemme on laadukasta ja pitkäkestoista. (i60)

Nykyinen virkaa hoitava sosiaalityöntekijä perehdyttää uuden viranhaltijan halitusti asiakkuuksiinsa. (i75)

Perehdytys koostuu kahden viikon perehdytysjaksosta, jossa pääset monipuolisesti tutustumaan toimipisteemme työtehtäviin ja toimintakulttuuriin. (i26)

Psykologiseen ulottuvuuteen liittyy myös hyvät suhteet paitsi työtovereihin, myös esihenkilöihin. Johtaminen onkin eräs keskeinen teema sosiaalityöntekijöiden vaihtuvuuteen ja työhön sitoutumiseen liittyen. Huhta ja Myllyntaus (2021) toteavat suhteen esihenkilöön voivan joko edistää tai heikentää työntekijäkokemusta ja sitä kautta työnantajakuvaa.

Johtamisen tulisi onnistua muun muassa perehdytyksessä, onnistumisen mahdollistamisessa, viestinnässä ja palautteen antamisessa, koska nämä ovat työntekijöille merkityksellisiä asioita. (Huhta & Myllyntaus 2021, 176.) Johtamiseen liittyviä

työntajan vetovoimaisuutta lisääviä argumentteja tuotiin esiin myös työpaikkailmoitusten teksteissä. Keskeisiksi tekijöiksi nousivat johtamisen riittävä resursointi, johtajan sosiaalityön substanssiosaaminen ja johdon tuen saatavuus asiakastyöhön.

Esihenkilötyö on resursoitu hyvin. Esihenkilöt ovat vahvasti läsnä asiakastyön arjessa. (i11)

Haluamme erityisesti kehittää johtamista siten, että esimies on sinun ja tiimisi saatavilla tarvittaessa myös käytännön työtehtävissä. (i50)

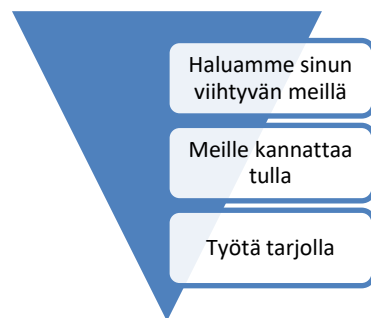
Esimiehellä on pitkä kokemus lastensuojelutyöstä. (i49)

Yksikön esimiehenä toimii johtava sosiaalityöntekijä. (i66)

6.2 Työnantajakuvadiskurssit

Työnantajakuvat konstruoidaan työpaikkailmoitusten perusteella ilmoituksissa käytettyjen retoristen keinojen ja argumentoinnin kautta. Työpaikkailmoitusten perusteella oli havaittavissa kolme toisistaan erottuvaa työnantajakuvadiskurssia, jotka nimesin *Työtä tarjolla* -, *Meille kannattaa tulla*- ja *Haluamme sinun viihtyvän meillä* - työnantajakuviksi. Aineistossa *Työtä tarjolla* -työnantajakuvaa edusti 46 työpaikkailmoitusta, *Meille kannattaa tulla* -työnantajakuvaa 20 ilmoitusta ja *Haluamme sinun viihtyvän meillä* -työnantajakuvaa 24 työpaikkailmoitusta.

Työnantajakuvadiskurssit rakentuvat työpaikkailmoituksissa kerroksellisesti. Perusilmoitus, jota edustaa *Työtä tarjolla* -työnantajakuvaa rakentavat ilmoitukset, on eniten käytetty ilmoitustyyppi. *Meille kannattaa tulla* -työnantajakuvassa on perusilmoituksen lisäksi käytetty retorisia keinoja, joilla pyritään vakuuttamaan lukija siitä, että työpaikan hakeminen on kannattavaa. *Haluamme sinun viihtyvän meillä* -työnantajakuvan ilmoituksissa on löydettävissä sekä *Työtä tarjolla*- että *Meille kannattaa tulla* -työnantajakuvien elementtejä. Niiden lisäksi *Haluamme sinun viihtyvän meillä* -työnantajakuvaa rakentavissa ilmoituksissa korostuvat erityisesti psykologiset tekijät.



KUVIO 2 Työnantajakuvadiskurssit kerroksittain rakentuneina

6.2.1 Työtä tarjolla

Kutsun työtä tarjolla -työnantajakuva rakentavia työpaikkailmoituksia perusilmoituksiksi. Niissä kerrotaan hakijalle selkeästi ja ytimekkäästi tarjolla olevan tehtävän perusasiat. Ilmoituksissa tuodaan esille viran kelpoisuusvaatimus sekä mahdollisesti edellytettävät selvitykset terveydentilasta, rokotesuojasta, rikosrekisteriotteesta, auton käyttömahdollisuudesta/ -velvollisuudesta tai työhöntulotarkastuksen yhteydessä tehtävästä huumausainetestistä. Avoinna olevaa työtehtävää on kuvattu suppeasti tai ilmoitettu ainoastaan, mihin sosiaalityön palvelutehtävään työntekijää haetaan.

Retorisia keinoja ja kuvailevaa kieltä on käytetty niukasti. Ilmoituksissa korostuu tekstin asiasisältö ja tyypillistä on, että työnantaja käyttää puhuttelussa passiivia ja vaatimus- ja edellytysretoriikkaa. Esimerkiksi seuraavissa lainauksissa käytetään sekä passiivia että edellytys- ja vaatimusretoriikkaa.

Virkaan valittavalta edellytetään hyvää suomen kielen suullista ja kirjallista taitoa. (i89)

tai

Työtehtävässä edellytetään tartuntatautilain 48 § :n mukaista rokotussuojausta. (i87)

Työtä tarjolla työnantajakuva rakentavat työpaikkailmoitukset vastaavat tarpeensa, eli työnhakija saa perustiedon avoimena olevasta virasta. Tässä työnantajakuvadiskurssissa työpaikkailmoitusten genre noudattaa pitkälle perinteistä ilmoitusta, jossa tiedotetaan tärkeimmät asiat.

Mahdolliseen hakijaan ei pyritä vaikuttamaan korostamalla jotakin tiettyä taloudellista, toiminnallista tai psykologista tekijää. Tätä työnantajakuva rakentavia ilmoituksia tarkastellessani esiin nousikin näkemys, että sosiaalityö itsessään on riittävä motivoiva tekijä, eikä muuta houkuttelua tarvita. Asiantuntijayleisön, eli sosiaalityöntekijöiden ja alalle opiskelevien voidaan olettaa tietävän, minkä tyyppisiä työtehtäviä sisältyy esimerkiksi vammaissosiaalityöhön, lapsiperheiden palveluun tai sosiaalipäivystykseen. Tässä kategoriassa lukijaa puhutellaan tyypillisesti virallisesti tai teksti oli passiivimuodossa, mikä korostaa työpaikkailmoituksen institutionaalista luonnetta.

6.2.2 Meille kannattaa tulla

Meille kannattaa tulla- työnantajadiskurssi rakentuu työntekijälle tarjottavien konkreettisten etujen kautta. Hakiessaan työpaikkaa, työntekijä odottaa saavansa vastineeksi keskitasoa paremman palkan tai muita rahanarvoisia etuja.

Meille kannattaa tulla -työnantajakuva rakentuu perusilmoitusten elementtien päälle. Perusilmoituksen tietojen lisäksi ilmoitusteksteissä muita tekijöitä, joiden pe-

rusteella työnhakija näkee ilmoitukseen vastaamisen kannattavana. Näitä ovat kilpailukykyinen palkka, rekrytointilisä, asuntoetu, sitoutumispalkkio, hyvät liikenneyhteydet (etenkin pääkaupunkiseudun ilmoituksissa). Hakija pyritään vakuuttamaan faktatiedolla ja konkreettisilla työhön liittyvillä eduilla.

Meille kannattaa tulla -työnantajakuva rakentavat työpaikkailmoitukset voivat sisältää elementtejä myös *Haluamme sinun viihtyväsi meillä* -diskurssista. Kuitenkin *Meille kannattaa tulla* -työnantajakuvassa korostuvat palkka sekä muut materiaaliset ja rahanarvoiset ja konkreettiset edut keskeisinä vakuuttamisen keinoina.

Palkkaus on ilmoituksissa tuotu esiin hyvin monenkirjavilla ilmaisuilla, jolloin tosiasiallisen kuukausipalkan hahmottaminen saattaa olla hankalaa. Jos ilmoituksen yhteenveto-osiossa on mainittu ainoastaan tehtäväkohtainen palkka, joka on muihin työntantajiin verrattuna pieni, on riski, että palkkaa arvostava hakija ohittaa hakemuksen, vaikka muualla ilmoitustekstissä olisikin tuotu esiin rekrytointilisiä tai muita rahan arvoisia etuja. Esimerkiksi yhdessä ilmoituksessa palkka oli tuotu esille vakuuttamisen näkökulmasta epäselvällä tavalla:

Tehtäväkohtainen peruspalkka on 3256,16 €/kk. Kelpoisuusehdot täyttävälle maksetaan 400 euron rekrytointilisä. Oman palkkatoivomuksensa voi esittää. (i63)

Kuitenkin toisaalla ilmoituksessa todettiin lisäksi:

--tehtäviin on mahdollista lisätä myös vastaavan kuraattorin tehtäviä, josta tällöin maksettaisiin 303 euroa /kk TVA-lisää.

Eli näennäisesti alhainen peruspalkka voikin rekrytointilisen ja TVA-lisän myötä kohota 3959,16 euroon, mikä on suurimpien kokonaispalkkojen joukossa aineiston ilmoituksissa. Seuraavassa esimerkissä palkka on tuotu esiin niin, että tosiasiallinen euromääräinen tehtäväkohtainen palkka jää epäselväksi, vaikka se näennäisesti on mainittu:

Palkkamme on kilpailukykyinen; tehtäväkohtainen palkka on 3742,95 €/kk. Lisäksi tarjoamme henkilöstöetuina rekrytointilisen 150 €/kk kuuden kuukauden koeajan jälkeen kuuden kuukauden ajalta päteville sosiaalityöntekijöille ja kunnan palvelukseen tuleville päteville sosiaalityöntekijöille voidaan maksaa yksi työkokemuslisä varhennettuna. Näin myönnetty varhennettu työkokemuslisä poistuu, kun henkilölle myönnetään työkokemuksen perusteella kertynyt vastaava lisä. (i59)

Muutamassa ilmoituksessa tekstiosiossa mainitaan kilpailukykyinen palkka, mutta palkkaa ei ole euromääräisesti ilmoitettu. Osassa ilmoituksia oli hyvin epätarkkoja ja vaikeaselkoisia ilmaisuja palkkaan tai muihin henkilöstöetuihin liittyen. Esimerkiksi:

Lisäksi palkkauksessa on mahdollista hyödyntää rekrytointilisiä ja myöhemmin henkilökohtaista lisää henkilökohtaisen työsuorituksen arviointiin perustuen. (i81)

Työnhakijat kuitenkin toivovat, että palkka ilmoitetaan selkeästi euromääräisinä lukuina (Helminen 2021, 46).

Kuten aiemmin jo toin esille, taloudelliseksi tekijäksi voidaan katsoa myös se, että työpaikkailmoituksessa ei edellytetä oman auton käyttämistä. Sen sijaan voidaan erikseen todeta, että omaa autoa ei tarvita. Myös hyvät julkiset liikenneyhteydet ja edulliset tai maksuttomat työmatkaliput ovat rahanarvoisia etuja, joita tässä työnantajakuvadiskurssissa tuotiin esiin.

Meille kannattaa tulla -kategorian työpaikkailmoitukset noudattivat ilmoituksen genrelle tyypillisiä piirteitä. Osassa oli lisäksi mainosmaisia elementtejä, joilla pyrittiin korostamaan taloudellisia etuja. Joissain ilmoituksissa käytettiin myös kuvailevaa kerrontaa. Tässä kategoriassa lukijaa puhuteltiin epävirallisemmin ja osassa ilmoituksia käytettiin me-retoriikkaa. Siksi nimesinkin työnantajakuvadiskurssin muotoon Meille kannattaa tulla, vaikka ensin muotoilin sen Tänne kannattaa tulla -työnantajakuvadiskurssiksi.

6.2.3 Haluamme sinun viihtyvän meillä

Haluamme sinun viihtyvän meillä -työnantajakuvassa korostuvat työhyvinvointiin, työssä jaksamiseen, työilmapiiriin ja työntekijän tukemiseen liittyvät diskurssit. Lukija pyrittiin vakuuttamaan toiminnallisten ja psykologisten tekijöiden myötä. Työpaikkailmoituksissa on usein mainittu myös fyysisiä työsuhteeseen liittyviä etuja. Haluamme sinun viihtyvän meillä -työnantajakuvassa myös kielellisillä retorisisilla keinoilla osoitetaan, että työntekijä on tervetullut ja hänen viihtymiseensä halutaan panna nostaa.

Haluamme sinun viihtyvän meillä -työnantajakuva rakennetaan henkilökohtaisen puhuttelun kautta ja tuottamalla vahvasti me-retoriikkaa:

Haluamme juuri Sinut sosiaalityön ammattilainen. (i1)

Oletko juuri Sinä etsimämme sosiaalityön ammattilainen? (i14)

Etsimme Sinua: ammattitaitoista, aktiivista, kehittämismyönteistä sekä hyvät yhteistyötaidot omaavaa sosiaalityöntekijää työskentelemään lastensuojelun avohuollossa. (i16)

Tehtävässä saat käyttää osaamistasi laaja-alaisesti. (i4)

Toimit asiakkaana olevien lasten asioista vastaavana sosiaalityöntekijänä ja teet asiakssuunnitelmaan pohjautuvaa suunnitelmallista muutostyötä yhteistyössä lasten, perheiden ja yhteistyöverkoston kanssa. (i27)

Osassa yllä olevia sitaatteja on käytetty yhtäaikaan sekä sinä-puhuttelua että me-retoriikkaa saman lauseen sisällä. Tällainen muotoilu on tyypillistä mainosteksteissä.

Haluamme sinun viihtyvän meillä -työnantajakuvaan rakennetaan myös tuomalla esiin työtä tukevia rakenteita ja resursseja, joita kaikissa työpaikoissa ei ole käytettävissä. Työtä tukeva resurssi voi olla konkreettisesti työtehtävän sisältöön liittyvä rakenne, kuten esimerkiksi niin sanottujen avustavien tehtävien (esimerkiksi postitus ja laskujen asiatarkastus) järjestely niin, että ne eivät vie aikaa varsinaiselta sosiaalityöltä. Näin sosiaalityöntekijäresurssi hyödynnetään koulutusta vastaaviin tehtäviin. Tämä liittyy osaltaan mahdollisuuteen käyttää osaamistaan sekä myös osaamisen tunnistamiseen ja tunnustamiseen. Työnantaja osoittaa arvostavansa sosiaalityötä ja sosiaalityöntekijää antamalla mahdollisuuden keskittyä sosiaalityön tekemiseen. Kuten aikaisemmin jo totesin, lisääntynyt työn byrokraattisuus heikensi sosiaalityöntekijöiden työhyvinvointia (Turtiainen ym. 2018, 857-858). Alla olevassa esimerkissä on hyvin tuotu esiin työtä tukeva toimintakäytäntö:

Kaksi sosiaalihoaja-kirjaajaa avustaa sosiaalityöntekijää asiakassuunnitelmien kirjaamisessa. Kaksi toimistosihteerä hoitaa yksikön toimistotyötä ja huolehtii mm. laskujen asiatarkastuksesta, Nappulan, pääätösten postitusten ja kirjallisten lausuntopyyntöjen koordinoinnista. (i66)

Useissa ilmoituksissa on myös mainittu, mikäli sosiaalipäivystys ei sisälly tehtävään tai sitä ollaan organisoimassa niin, että virkaan valitun ei tarvitse päivystää. Kokemukseni mukaan virka-aikainenkin sosiaalipäivystys usein koetaan kuormittavana, puhumattakaan työn ohella tehtävästä ympärivuorokautisesta päivystämisestä. Työtä tukeva rakenne voi olla myös asiantuntijatyöryhmä, ohjausryhmä tai asiantuntijoiden konsultaatiomahdollisuus, kuten seuraavissa esimerkeissä:

Meillä on käytössä moniammatillinen osaaminen, kuten toimintaterapeutti, juristi, lääkäri ja sairaanhoitaja. (i11)

Myös xxx:n lastensuojelun tukirakenteet, kuten moniammatillinen asiantuntijatyöryhmä, asiakasohjausryhmä ja johtavan asiantuntijan sekä lakimiesten tuki ovat käytettävissä. (i23)

Sosiaalityöntekijän tukena on myös mentori. (i33)

Lähitulevaisuudessa joukkomme vahvistuu vielä uudella ammattilaisella, kun perheterapeutin tehtävä avautuu. (i39)

Työskentelyn tukena toimii perheterapeutti, joka sparraa työntekijöitä kohti systemistä työtapa. (i69)

Haluamme sinun viihtyvän meillä -työnantajakuvaan rakentavissa ilmoituksissa palkka ilmoitettiin euromääräisenä selkeästi. Näin työnhakijalle muodostuu välittömästi kuva palkkaukseen liittyvistä tekijöistä.

Tehtäväkohtainen palkka on 3817,80 euroa/kk ja lisäksi maksetaan rekrytointilisää 5,8% vuoden ajan. (i39)

Palkkaus ja muut työsuhteen edut tuotiin esiin faktuaalisesti ja ytimekkäästi toteamalla. Tehtäväkohtainen palkka vaihteli 3424,78 euron ja 3832,06 euron välillä. Kiinnostavaa olikin, että palkkahaitarin korkeimpiakaan palkkoja ei tässä työnantajakuvadiskurssissa erityisesti korostettu, vaan lukija pyrittiin vakuuttamaan muilla keinoilla.

Haluamme sinun viihtyvän meillä -työnantajakuvadiskurssissa käytettiin vaihtuvuus-retoriikkaa vakuuttamisen keinona. Esimerkiksi:

Sosiaalityöntekijämme Markku (nimi muutettu) jää eläkkeelle ja etsimme Sinua tiimimme jäseneksi! (i83)

Vammaispalvelujen pitkäaikaisen työntekijän siirtyessä vapaalle haemme työtä jatkamaan asiantuntevaa ja motivoitunutta työntekijää. (i5)

Yhden meistä siirryttyä johtavaksi sosiaalityöntekijäksi organisaatiossamme haemme joukkoomme sosiaalityöntekijää vakituiseen virkaan. (i74)

Tarjoamme haasteellisen ja mielenkiintoisen työn sekä innostuneen ja työhönsä sitoutuneen työyhteisön, jossa vaihtuvuus on ollut huomattavan vähäistä. (i78)

Me huomioimme vahvuutesi ja pääset itse vaikuttamaan työnkuvaasi, sillä perustettava virka on uusi. (i14)

Koska sosiaalityöntekijöiden vaihtuvuus on suurta ja se voidaan tulkita merkkinä tyytymättömyydestä työnantajaan, on työpaikkailmoituksissa jo ennakolta argumentoitu niin, että lukijalle muodostuu kuva viran tulleen avoimeksi luonnollisen vaihtuvuuden vuoksi. Osassa ilmoituksia onkin suoraan kerrottu, miksi virka on avoin ja yhdessä ilmoituksessa korostettiin vähäistä vaihtuvuutta erikseen. Ilmoituksissa mainittiin myös, mikäli avoimena on kokonaan uusi virka.

Arvojen merkitys ja eettinen ulottuvuus ilmeni selkeästi Haluamme sinun viihtyvän meillä -työnantajakuvassa. Tasapuolisuuden ja syrjimättömyyden retoriikka tuotiin esiin anonyymien rekrytoinnin menetelmän kautta yhdessä ilmoituksessa:

Kannustamme monenlaisista taustoista tulevia hakemaan. Rekrytoinnissa käytetään anonyymien rekrytoinnin menetelmää. Anonyymissä rekrytoinnissa työhakemuksesta on poistettu kaikki henkilöön viittaava tieto, minkä ansioista hakija pysyy nimettömänä töhaastatteluun saakka. Ethän tuo hakemuksessasi esiin henkilökohtaisia tietoja esimerkiksi perhetilanteesta, terveydentilasta, iästä tai sukupuolesta. (i60)

Osassa ilmoituksia kuvattiin suorasanaistemmin työnantajan arvoja:

Tärkeimmät arvomme ovat yhdessä tekeminen, vastuullinen omatoimisuus ja rohkea kehittäminen. Pyrimme kaikessa toiminnassamme laaja-alaiseen hyvinvointiin, alueelliseen vaikuttamiseen sekä asiakkaiden ja kuntalaisten osallisuuteen. (i5)

Xxx:n arvot avoimuus, rohkeus, vastuullisuus ja yhteisöllisyys ohjaavat toimintaamme. (i33)

Eettisyyttä tuotiin esiin myös asiakasnäkökulman kautta:

Työssämme pidämme tärkeänä, että asiakkaan oma prosessi olisi katkeamaton ensimmäisestä yhteydenotosta alkaen ja asiakas saa tarvitsemansa palvelut oikea-aikaisesti. (i25)

Arvostamme kykyä asiakaslähtöiseen, myönteiseen ja ratkaisukeskeiseen työskentelyotteeseen. Pidämme tärkeänä ennaltaehkäisevää toimintatapaa, moniammatillista työskentelyä sekä kehittämismyönteisyyttä. (i67)

Edellä mainitut asiat tuotiin esille vaatimusretoriikan sijaan käyttämällä arvostamme sanamuotoa. Työpaikkailmoituksissa arvostusta osoitettiin laajemminkin tuomalla esiin asennoitumista työntekijöitä kohtaan, kuten seuraavassa:

Xxx:n työntekijät ovat tärkein voimavaramme, joten panostamme koulutukseen ja työhyvinvointiin. (i5)

Myös työnantajan joustavuus korostui useissa ilmoituksissa tässä työnantajakuvadiskurssissa. Joustavuus kuvautui esimerkiksi työn alkamisajankohdan joustavuudella, työtehtäviin liittyvällä joustavuudella sekä työaikaan ja työntekopaikkaan liittyvillä vaihtoehtoilla.

Tehtävänkuvaa on kuvattu laajasti ja monipuolisesti tuoden esiin myös työn haastavuutta ja siihen liittyviä vaatimuksia. Esimerkiksi:

Työ on vaativaa ja antoisaa asiantuntijatyötä. (i25)

Lastensuojelun sosiaalityöntekijänä sinun pitää kiinnittyä tiukasti lapsen etuun ja olla asioihin tarttuva, asiakkaita kunnioittava, mutta kuitenkin jämäkkä ottamaan vaikeat asiat puheeksi. (i83)

Työssä jaksaminen, työhyvinvointi, ja työilmapiiri olivat keskeisiä teemoja, joiden kautta tuotettiin haluamme sinun viihtyvän meillä -työnantajakuvaa.

Työyksiköiden oma tyky-toiminta edesauttaa hyvinvointiasi niin töissä kuin vapaalla. (i61)

Panostamme työntekijöidemme hyvinvointiin ja pidämme kiinni työajoista. (i83)

Systeemisen mallin mukainen työskentely on lisännyt myös työhyvinvointia ja koko työyhteisössä on hyvä yhteishenki ja kehittämismyönteisyyttä. (i76)

Tarjoamme työsi tueksi tiimipalavereita, koulutusta, työhyvinvointitarjotinta ja työnohjausta. (i14)

Meillä nauretaan ja keskustellaan paljon yhdessä ja välitetään aidosti siitä, että jokainen jaksaa vaativassa työssä. Työyhteisössä on erinomainen yhteishenki. (i25)

Haluamme sinun viihtyvän meillä -työnantajakuvadiskurssin genre poikkesi eniten perinteisestä työpaikkailmoituksen genrestä. Osassa ilmoituksia oli elementtejä, jotka viittasivat ilmoituksen ohella mainoksen ja jopa vetoomuksen genreihin. Ilmoitukset sisälsivät muita työnantajakuvadiskursseja enemmän kuvailevaa ja kertovaa tekstityyppiä.

7 JOHTOPÄÄTÖKSET

7.1 Keskeiset tulokset

Puusan (2020b, 154–155) mukaan tutkimusaineiston analyysi ja analyysiprosessin kuvailu eivät vielä tarkoita tutkimuksen valmistumista, vaan tulokset tulee myös tulkita ja selittää.

Sosiaalityöntekijöiden työpaikkailmoitukset ovat pääsääntöisesti asiallisia, virallisia ja melko muodollisia. Retorisia keinoja käytetään jonkin verran. Selkeästi yleisempää oli argumentin vahvistamisen retoriikka, mikä rekrytoinnin kontekstissa onkin ymmärrettävää. Eniten käytetty argumentin vahvistamisen retoriikan keino oli kolmen lista, jota käytettiin lähes kaikissa ilmoituksissa. Seuraavaksi yleisimmät retoriset keinot olivat yksityiskohdilla ja narratiiveilla vakuuttaminen sekä numeerinen ja ei-numeerinen määrällistäminen. Ääri-ilmaisuja käytettiin myös muutamassa työpaikkailmoituksessa lähinnä pyrittäessä vakuuttamaan lukija työyhteisön erinomaisuudesta. Ääri-ilmaisujen käyttäminen oli kuitenkin hyvin maltillista ja asiallista.

Argumentin esittäjän vakuuttavuutta lisäävä retoriikka oli vähäisempää, koska työpaikkailmoituksissa argumentin esittäjä ja siten myös julkisen puhujakategorian edustaja on poikkeuksetta työnantajan edustaja. Jonkin verran kuitenkin oli löydettävissä argumentin esittäjän vakuuttavuutta lisäävää retoriikkaa. Liittoutumisasteen säätelyä, puhujakategorialla oikeuttamista ja liittoutumisasteen säätelyä käytettiin saman verran ilmoituksissa. Eniten käytetty retorinen keino, jolla pyritään vahvistamaan argumentin esittäjän vakuuttavuutta, oli selkeästi konsensuksella tai asiantuntijan lausunnolla vahvistaminen, joka yleisimmin toteutui me-retoriikkaa hyödyntämällä.

Työpaikkailmoituksissa käytettyjen retoristen keinojen ja taloudellisten, toiminnallisten ja psykologisten tekijöiden näkökulmista muodostettujen argumenttien perusteella aineistosta konstruoitui kolme työnantajakuvadiskurssia. Työnantajakuvadiskurssit muodostuivat kerroksellisesti rakentuen niin, että Työtä tarjolla -työnantajakuvadiskurssi edustaa niin sanottua perusilmoitusta ja perinteistä työpaikkailmoitusgenreä. Meille kannattaa tulla -työnantajakuvadiskurssissa on perusilmoituksen ohella painotettu taloudellisia etuja. Työntekijää pyritään houkuttelemaan vakuuttamalla työn tuottamalla taloudellisella hyödyllä. Haluamme sinun viihtyvän meillä -työnantajakuvadiskurssissa korostuivat psykologiset hyvinvointitekijät, johtaminen, työmenetelmien käyttö, kehittämisen ja kehittymisen retoriikka.

TAULUKKO 1 Työnantajakuvadiskurssien ominaispiirteitä

Työnantajakuva	Puhuttelu	Genret ja tekstityypit	Korostuu
Työtä tarjolla	Virallinen	Työpaikkailmoitus, argumentoiva tekstityyppi	Faktatieto, sosiaalityön itseisarvo, vaatimus-retoriikka
Meille kannattaa tulla	Epävirallinen tai virallinen	Ilmoitus, mainos, ohjaileva tekstityyppi	Taloudelliset tekijät, palkka, työsuhde-edut, hyvä sijainti, hyvät liikenneyhteydet, hyöty-retoriikka
Haluamme sinun viihtyvän meillä	Henkilökohtainen, tuttavallinen, mehenki	Ilmoitus, mainos, vetoomus, esittely, kuvaileva ja ohjaileva tekstityyppi	Työhyvinvointi, työilmapiiri, tilojen viihtyisyys, kehittämismyönteisyys, mehenki, perehdytys, johtaminen, toiminnalliset tekijät, psykologiset tekijät, tunteisiin vetoaminen, arvostus-retoriikka

Yllä olevaan taulukkoon on yhteenvedon omaisesti koottu jokaisen työnantajakuvadiskurssin keskeiset piirteet.

Työnantajat selkeästi ovat tunnistaneet työntekijöiden vaihtuvuuteen liittyviä tekijöitä. Työpaikkailmoitusten retoriikassa pyritään vaikuttamaan yksilöllisiin, organisatorisiin ja rakenteellisiin tekijöihin, joiden tiedetään vaikuttavan työpaikkaan sitoutumiseen ja olevan toisaalta myös sysääviä tekijöitä työntekijöiden pohtiessa työpaikan vaihtoa.

Mielenkiintoista oli havaita, että työpaikkailmoitusten retorisisilla keinoilla pyrittiin luomaan työnantajakuva pyrkimällä vaikuttamaan nimenomaan niihin tekijöihin, joiden tiedetään vaikuttavan myös sosiaalityöntekijöiden vaihtuvuuteen. Työpaikkailmoitusten teksteissä ikään kuin pyritään kumoamaan ennalta ne seikat, joiden tiedetään olevan taustalla sosiaalityöntekijöiden vaihtuvuudessa.

Työpaikkailmoitusten genreissä on havaittavissa moniäänisyyden lisääntymistä ja genrejen limittymistä ja muokkautumista. Työpaikkailmoituksen merkitys on laajentunut avoimesta toimesta tiedottamisesta osaksi kuntien työnantajakuvan kirkastamista ja brändityötä.

7.2 Tutkimuksen arviointi

Tutkimuksen luotettavuutta ja pätevyyttä tulee arvioida osana tutkimusprosessia. Laadullisessa tutkimuksessa luotettavuus ilmenee uskottavuutena ja vakuuttavuutena (Saaranen-Kauppinen & Puusniekka 2006). Laadullisen tutkimuksen luotettavuutta lisää tarkka kuvaus tutkimuksen toteuttamisen eri vaiheista.

Olen pyrkinyt työssäni tuomaan mahdollisimman tarkasti ja johdonmukaisesti esiin aineistonkeruun vaiheet, perustellut aineiston määrää ja saturaatiota, tutkimusmenetelmän valintaa sekä kuvannut aineiston analyysin vaiheet. Olen tutkimustuloksia kirjoittaessani pyrkinyt tekemään omat tutkijan konstruktiot mahdollisimman ymmärrettäviksi lukijoille valitsemalla esittämäni tulkintaa parhaiten kuvaavia esimerkkejä aineistosta. Esimerkit olen tuonut esiin suorina lainauksina.

Vaikka olen tietoisesti pyrkinyt tunnistamaan omat ennako-oletukseni ja oman tutkijapositioni suhteessa tutkimustehtävääni ja tutkimusaineistooni, on väistämättöntä, että jollakin tasolla tulkintaani heijastuu työkokemukseni sosiaalialalta. Myös esimieskokemus ja rooli työnantajan edustajana mahdollisesti vaikuttavat tulkintaani. Huolimatta siitä, että sosiaalisen konstruktionismin lähtökohdista toteutettu tutkimus ei pyrikään yhden totuuden tavoitteluun, vaan totuuden kyseenalaistamiseen (Saaranen-Kauppinen & Puusniekka 2006), on syytä huomioida myös tutkijaposition vaikutus. Analyysivaiheessa ja tutkimustuloksia kirjoittaessani pohdin jopa sitä, että rajoittaako positioni tulkintojen tekemistä niin, että varon liiaksi johtopäätösten tekemistä ja oman tulkinnan esiin tuomista. Tästä muistutin itseäni useamman kerran tuloslukuja kirjoittaessani. Oman kokemukseni reflektointi suhteessa tulkintoihin olikin mukana koko tutkimusprosessin ajan.

Tutkimusmenetelmäkseni valikoitui useista vaihtoehtoista retorinen diskurssi-analyysi. Menetelmä osoittautui toimivaksi valitsemani aineiston tarkasteluun. Haasteita asetti se, että työpaikkailmoitusten virallinen status toi mukanaan sen, että retoristen keinojen käyttö oli hyvin maltillista ja huomaamatontakin. Näin ollen aineistoa tulkittaessa vaati useita lukukertoja ja palaamista teorian ääreen, jotta pystyin havaitsemaan retoristen keinojen esiintymistä teksteissä. Huomattavasti selkeämmin tekstistä oli löydettävissä retorista argumentointia, jota kuvasin psykologisten, toiminnallisten ja taloudellisten tekijöiden näkökulmista. Aineiston analyysivaiheessa pohdinkin, olisiko pelkkä diskurssi-analyysi tai sisällönanalyysi ollut selkeämpi menetelmä. Koen kuitenkin, että retoriikan tarkastelu toi oman merkityksensä tutkimustulosten näkökulmasta, koska retoriikka ja argumentaatio pyrkivät vakuuttamaan lukijaa, mistä työpaikkailmoituksissa lähtökohtaisesti on kyse.

Aineistonkeruussa hyödynsin vapaasti saatavissa olevalla internetsivulla (www.kuntarekry.fi) julkaistuja työpaikkailmoituksia. Tämä osoittautui toimivaksi

menetelmäksi, sillä sain lyhyessä ajassa hankittua kattavan ja rikkaan aineiston. Koen, että keräämäni aineiston avulla kykenin vastaamaan tutkimuskysymyksiin.

Tutkimusaiheeni on ajankohtainen. Sosiaalityöntekijöiden rekryointihaasteet vaikuttavat monella eri tasolla asiakkaisiin, työyhteisöihin ja myös koko yhteiskuntaan. Näenkin tärkeäksi selvittää, miten työpaikkailmoitusten kautta osaltaan voidaan vaikuttaa positiivisen työnantajakuvan muodostumiseen.

7.3 Pohdinta

Opinnäytetyön kirjoittaminen ajoittuu yhteiskunnallisesti poikkeukselliseen ja kiinnostavaankin ajankohtaan. Koronapandemia on kurittanut koko maailmaa jättäen myös sosiaalityön kenttään jälkensä. Etätyö, digitalisaatio ja asiakastyön muuttuminen kasvokkain tehtävästä työstä työskentelytapaan, jota voisi hybridityöksikin kutsua, on merkityksellinen myös rekrytoinnin kontekstissa.

Myös työntekijöiden rekrytointi on murroksessa. Oma käsitykseni on, että sosiaali- ja terveystalouden siirtyessä kunnista hyvinvointialueille myös HR-toiminta keskittyy ja sitä hoidetaan jatkossa entistä ammatillisemmin ja mahdollisesti jopa ulkoistaen. Näiden muutosten odotan näkyvän myös työpaikkailmoituksissa ja laajemmin rekrytointiprosessissa. Riskinä tosin on, että työpaikkailmoitukset voivat muuttua kenties ammattimaisemmin brändäytyiksi, mutta sisällöltään yleisluontoiseksi, jolloin varsinaisen työyhteisön osuus saattaa jäädä ohueksi. Näkisinkin, että entistä enemmän tulee korostumaan epämuodollisten rekrytointikanavien kautta toteutuva työntekijälähteilisyys.

Vaikka sosiaalityössä ei tarvitse kilpailla asiakkaista, kuten esimerkiksi kaupallisella alalla tai enenevissä määrin yksityisen terveydenhuollonkin puolella, kilpailua on työntekijöistä. Siksi on ymmärrettävää, että liiketaloudesta ja markkinoinnista lähtöisin olevaa brändäystä ja työnantajakuvan tietoista rakentamista toteutetaan enenevissä määrin myös kuntaorganisaatioissa.

Työpaikkailmoitus on pieni palanen työnantajakuvan kokonaisuutta. Läpi tutkimusprosessin huomasin pohtivani, onko Kuntarekryn työpaikkailmoituksilla enää entisenlaista painoarvoa vai nousevatko muut rekrytointi- ja tiedonsaantikanavat merkittävämpään rooliin? Sosiaalityöntekijät ovat jo koulutuksensa ja ammatinsa puolesta taitavia verkostoitumaan ja kokemuksen mukaan koulutustilaisuuksissa, ammatillisilla keskustelupalstoilla tai muuten tavatessa keskustellaan sosiaalityöstä ja erilaisista työnantajaorganisaatioissa. Usein samalla toimitaan työpaikkalähteiläinä ja vihjaistaan omassa organisaatioissa avoimena olevista viroista ja kerrotaan kokemuksia työnantajasta.

Työpaikkailmoitus on yksi osa rekrytointiprosessia. Kuitenkin se voi olla ensimmäinen kosketuspinta, jonka kautta mahdollinen työnhakija muodostaa työnantajakuvaa. Työpaikkailmoitusten tekstit ovat pääsääntöisesti hyvin asiallisia ja virallisia. Pohdinkin, olisiko mahdollista tietoisesti rikkoa julkishallinnon jäykkää perinnettä? Oman kokemukseni mukaan juuri huumori ja työyhteisön rentous ovat voimavaroja, joiden avulla palaudutaan haastavistakin asiakastilanteista. On tosiasia, että sosiaalityössä ollaan usein vakavien asiakasasioiden äärellä, mutta rekrytointiviestinnän viitekehyksessä voisi ajatella olevan mahdollista hyödyntää huumoria ja rentoutta tai muuten erilaisia lähestymistapoja. Toisaalta virkailmoitukseen liittyy myös juridisia elementtejä, joten huumorin nivominen näihin saattaa olla haastavaa. Ajattelenkin, että ilmoituksissa tulisi olla niin sanottu virallinen osuus, jota täydennetään persoonallisella ja työyhteisöä aidosti kuvaavalla elementillä.

Perinteinen työpaikkailmoitus on mahdollisesti väistymässä rekrytoinnin muuttuessa yhä monikanavaisemmaksi. Kuitenkin niin kauan kuin sosiaalityötä tehdään viroissa, tulee virka jollakin tapaa julkistaa haettavaksi. Työnantajien tulisikin pohtia ennakkoluulottomasti vielä enemmän mahdollisuuksia potentiaalisten hakijoiden houkuttelemiseksi. Kiinnostavaa olisikin nähdä työpaikkailmoitus, jossa työnantajan äänen sijaan kuuluisikin asiakkaan, sidosryhmän edustajan tai tulevan työtoverin ääni. Kenties työpaikkailmoituksen voisi kirjoittaa sarjakuvan, matkaesitteen tai uutisen muodossa.

Huolimatta siitä, millainen työnantajakuva hakijalle ilmoituksia luettaessa muodostuu, on erityisen tärkeää huolehtia, että työpaikkailmoituksissa annetut lupaukset toteutuvat ja työnantajakuva vastaa todellisuutta. Työnantajan työpaikkailmoituksissa antamien lupauksen toteutuminen olisikin kiinnostava jatkotutkimuksen aihe. Samoin olisi kiinnostavaa tutkia, vastaako työnhakijalle muodostunut työnantajamielikuva todellisuutta.

LÄHTEET

- Ambler, T. & Barrow, S. (1996). The Employer Brand. *Journal of Brand Management* 4(3), pp. 185-206.
- Ammattibarometri (2021). <<https://www.ammattibarometri.fi/>>. [viitattu 13.4.2021].
- Asseburg J., Homberg F. & Vogel, R. (2018). Recruitment messaging, environmental fit and public service motivation. *The International Journal of Public Sector Management* 31:6, 689-709. doi:10.1108/IJPSM-08-2017-0217.
- Avoindata.fi (2021): Sosiaali- ja terveydenhuollon ammattihenkilöt. <<https://www.avoindata.fi/data/fi/dataset/sosiaali-ja-terveydenhuollon-ammattihenkilot>> [viitattu 22.8.2021].
- Benraïss-Noailles, L. & Viot, C. (2021). Employer brand equity effects on employees well-being and loyalty. *Journal of business research* 03:126, 605-613. Doi:10.1016/j.jbusres.2020.02.002. [viitattu 19.9.2021].
- Berthon, P., Ewing, M. & Hah, L. (2005). Captivating company: dimensions of attractiveness in employer branding. *International Journal of Advertising*, 24:2, 151-172. <doi.org/10.1080/02650487.2005.11072912>. [viitattu 16.4.2021].
- Clarkeburn, H. & Mustajoki, A. (2007). Tutkijan arkipäivän etiikka. Tampere: Vastapaino.
- Duunitori (2021). Kansallinen rekrytointitutkimus. <<https://duunitori.fi/rekrytointi/rekrytointitutkimus/>>. [viitattu 24.9.2021].
- Ganesan, M., Antony, S., George, E. (2018). Dimensions of job advertisement as signals for achieving job seeker's application intention. *The journal of Management Development; Bradford* 37:5, 425-438. <doi.org/10.1108/JMD-02-2017-0055>. [viitattu 16.4.2021].
- Heikkinen, A. (2021). Sosiaalihuollon johtaminen kuuluu vain ammattilaisille. <<https://www.talentia.fi/blogi/sosiaalihuollon-johtaminen-kuuluu-vain-alan-ammattilaisille/>>. [viitattu 24.9.2021].
- Hiidenmaa, P. (2018). Tekijä ja lukija Tietokirjan kynnysteksteissä. Teoksessa T. Rahtu, S. Shore & Virtanen (toim.) Kirjoitettu vuorovaikutus. Helsinki: Suomen Yliopistopaino Oy. 80-115.
- Hirsjärvi, S., Remes, P. & Sajavaara, P. (2018). Tutki ja kirjoita. 22. painos. Helsinki: Tammi.
- Hokkanen, E. (2017). Sosiaalityöntekijöiden sitoutumisen vahvistaminen muuttuvassa organisaatiossa. Lapin yliopisto. Yhteiskuntatieteiden tiedekunta. Pro gradu -tutkielma. <<http://urn.fi/URN:NBN:fi:ula-201712121382>>. [viitattu 15.4.2021].
- Huhta, H-R. (2017). Suomen työlainsäädäntö 60 minuutissa. Keuruu: Otava.
- Huhta, M. & Myllyntaus, V. (2021). Työnantajabrändi ja työntekijäkokemus. Helsinki: AlmaTalent Oy.
- Huilaja, H. (2019). Rekrytoinnin sosiaalinen järjestys - tutkimus työhön sopivuuden neuvottelukontekstista. Lapin yliopisto. Väitöskirja. <<http://urn.fi/URN:ISBN:978-952-337-148-4>>. [viitattu 15.4.2021].

- Hytti, U., Kuoppakangas, P., Suomi, K., Chapleo, C. & Giovanardi, M. (2015). Challenges in delivering brand promise - focusing on municipal healthcare organisations. *The International Journal of Public Sector Management* 28:3, 254-272. <doi:10.1108/IJPSM-10-2014-0127>. [viitattu 15.4.2021].
- IImonen, K. (2015). Muuan diskurssianalyysi. Esimerkkinä Chydenius.instituutin vaikuttavuustutkimus. Teoksessa R. Valli & J. Aaltola. Ikkunoita tutkimusmetodeihin 2. 4., uudistettu painos. Jyväskylä: PS-kustannus. 134-148.
- Jokinen, A. (2016a). Diskurssianalyysin suhde sukulaistraditioihin. Teoksessa A. Jokinen, K. Juhila & E. Suoninen. *Diskurssianalyysi. Teoriat, peruskäsitteet ja käyttö*. Tampere: Vastapaino, 248-265.
- Jokinen, A. (2016b). Vakuuttelevan ja suostuttelevan retoriikan analysoiminen. Teoksessa A. Jokinen, K. Juhila & E. Suoninen (toim.) *Diskurssianalyysi. Teoriat, peruskäsitteet ja käyttö*. Tampere: Vastapaino, 337-368.
- Jokinen, A. & Juhila, K. (2016) Diskurssianalyttisen tutkimuksen kartta. Teoksessa A. Jokinen, K. Juhila & E. Suoninen. *Diskurssianalyysi. Teoriat, peruskäsitteet ja käyttö*. Tampere: Vastapaino, 267-310.
- Jokinen, A., Juhila, K. & Suoninen, E. (2016): *Diskurssianalyysi. Teoriat, peruskäsitteet ja käyttö*. Tampere: Vastapaino.
- Juhila, K. (1999). Tutkijan positiot. Teoksessa A. Jokinen, K. Juhila & E. Suoninen (toim.) *Diskurssianalyysi liikkeessä*. 3. painos. Tampere: Vastapaino, 210-232.
- Juhila, K. (2016). Faktuaalistamisstrategiat viranomaispuheessa. Teoksessa A. Jokinen, K. Juhila & E. Suoninen. *Diskurssianalyysi. Teoriat, peruskäsitteet ja käyttö*. Tampere: Vastapaino, 145-178.
- Kananen, J. (2017): *Laadullinen tutkimus Pro Graduna ja opinnäytetyönä*. Tampere: Suomen Yliopistopaino Oy.
- Kaijala, M. (2016): *Rekrytointi. Tehtävään vai yhtiöön?* Helsinki: Alma Talent.
- Kakkuri-Knuuttila, M-L. (2004) *Retoriikka*. 6. painos. Teoksessa M-L. Kakkuri-Knuuttila (toim.) *Argumentti ja kritiikki*. Helsinki: Gaudeamus, 233-272.
- Keva (2021): *Kuntien työvoimaennuste 2030. Analyysi kuntien työvoima- ja osaamistarpeista*. <<https://www.keva.fi/tama-on-keva/tilastot-ja-ennusteet/>>. [viitattu 16.4.2021].
- Korpi, T., Laine, T. & Soljasalo J. (2012). *Rekrytoinnin suhteellisuusteoria*. Kopijyvä Oy.
- Kortetjärvi-Nurmi, S. & Murtola, K. (2015). *Areena. Yritysviestinnän käsikirja*. Keuruu: Otava.
- KT Kuntatyönantajat (2015). *Kunnallisen esimiehen virkasuhdeopas*. 8. painos. Keuruu: Otava.
- Kuntalaki (410/2015). <<https://finlex.fi/fi/laki/ajantasa/2015/20150410>>. [viitattu 15.4.2021].
- Kuntaliitto (2016). *Kuntaviestinnän opas*. Helsinki: Suomen Kuntaliitto.
- Laki sosiaalihuollon ammattihenkilöistä (815/2017). <<https://www.finlex.fi/fi/laki/ajantasa/2015/20150817>>. [viitattu 13.4.2021].
- Laitinen, J. (2021). *Vaihtuvuus maksaa*. *Talentia* 5/2021. 20-22.
- Landgrén, S. (2019). *Vastavalmistuneiden urapolut 2019: Vuosina 2017-2019 valmistuneiden Talentian jäsenten sijoittuminen työelämään*. Verkkojulkaisu.

- <<https://www.talentia.fi/vastavalmistuneiden-urapolut-2019/>>. [viitattu 9.4.2021].
- Lehtinen, M. (2017). Palvelussuhteen laji määrää rekrytointitavan. <<https://www.kuntatyonantajalehti.fi/2017/4/palvelussuhteen-lajimaaraa-rekrytointitavan>>. [viitattu 22.9.2021].
- Lauerma, P. (2012). Tekstityyppi. Teoksessa Genreanalyysi -tekstilajitutkimuksen käsikirja. V. Heikkinen, E. Voutilainen, P. Lauerma, U. Tiililä & M. Lounela. Helsinki: Gaudeamus. 67–69.
- Mäntynen, A. & Sämskilähti, M. (2012). Uusi retoriikka genrejen tutkimuksessa. Teoksessa Genreanalyysi -tekstilajitutkimuksen käsikirja. V. Heikkinen, E. Voutilainen, P. Lauerma, U. Tiililä & M. Lounela. Helsinki: Gaudeamus. 194–207.
- Mänttari-van der Kuip, M. (2015). Sosiaalityöntekijöiden työhyvinvointi ja toimintamahdollisuudet niukkuuden aikakaudella. *Janus* 23 (3). 329–335.
- Mänttari-van der Kuip, M. (2021). Toimintamahdollisuudet ja eettinen kuormitus sosiaalityössä. Teoksessa K. Günther & J. Kallio (toim.) *Tutkiva sosiaalityö. Sosiaalityö professiona*. <<https://talentia.e-julkaisu.com/2021/tutkivasosiaalityo>>. [viitattu 4.11.2021].
- Parkkinen, L. (2014). Sanaa ja sakramenttia- populistista retoriikkaa. *Havainnot*. Kielikello 3.2014. <<https://www.kielikello.fi/-/sanaa-ja-sakramenttia-populistista-retoriikkaa>>. [viitattu 2.11.2021].
- Pehunen, T. (2017). Sosiaalityöntekijöiden rekrytointi. Jyväskylän yliopisto. Yhteiskuntatieteiden ja filosofian laitos. Pro gradu -tutkielma. <<http://urn.fi/URN:NBN:fi:juu-201710013891>>. [viitattu 9.4.2021].
- Perelman, C. (1996). *Retoriikan valtakunta*. Suom. L. Lehto. Tampere: Vastapaino.
- Pietikäinen, S. & Mäntynen, A. (2019). *Uusi kurssi kohti diskurssia*. Tampere: Vastapaino.
- Pohjola, J. (2019). *Brändin ilmeen johtaminen*. Helsinki: Alma Talent.
- Puusa, A. & Juuti, P. (2020a). Laadullisen tutkimuksen olemus. Teoksessa A. Puusa, P. Juuti & I. Aaltio. *Laadullisen tutkimuksen näkökulmat ja menetelmät*. Helsinki: Gaudeamus, 75–85.
- Puusa, A. & Juuti, P. (2020b). Näkökulmia laadullisen aineiston analyysiin. Teoksessa A. Puusa, P. Juuti & I. Aaltio. *Laadullisen tutkimuksen näkökulmat ja menetelmät*. Helsinki: Gaudeamus, 145–156.
- Saaranen-Kauppinen, A. & Anna Puusniekka, A. (2006). *KvaliMOTV - Menetelmäopetuksen tietovaranto* [verkkójulkaisu]. Tampere: Yhteiskuntatieteellinen tietoarkisto [ylläpitäjä ja tuottaja]. <<https://www.fsd.tuni.fi/menetelmaopetus/>>. [Viitattu 20.8.2021].
- Saarinen, M. (2015). *Työsuhteen pelisäännöt*. 8. painos. Helsinki: Talentum Pro.
- Salli, M. & Takatalo S. (2014). *Loista rekrytoijana*. Viro: Helsingin seudun kauppakamari.
- Salminen, E. (2020): *Hyvästit syrjinnälle? Anonyymi rekrytointi yleistyy - näin se toimii käytännössä*. <<https://duunitori.fi/tyoelama/nimeton-rekrytointi>>. [viitattu 22.9.2021].

- Shore, S. & Mäntynen, A. (2006). Johdanto. Teoksessa A. Mäntynen, S. Shore & Solin, A. Genre - tekstilaji. Helsinki: Suomalaisen Kirjallisuuden seura, 9-41.
- Siltaoja, M. & Sorsa, V. (2020). Diskurssianalyysi johtamis- ja organisaatiotutkimuksessa. Teoksessa A. Puusa & P. Juuti. Laadullisen tutkimuksen näkökulmat ja menetelmät. Helsinki: Gaudeamus, 228–248.
- Sosnet. Sosiaalityön koulutuksen määrä valtakunnallisesti. <<https://www.sosnet.fi/FI/Peruskoulutus/Koulutuksen-maara>>. [Viitattu 9.9.2021].
- Strellman, U. & Svinhufvud, K. (2020). Kupliva kirjoittaminen. Iloa ja tehoa työelämän teksteihin. Helsinki: Art House.
- Sääskilähti, M. (2007). Retoriikan välinein tekstilajia tutkimaan. *Puhe ja kieli*, 27:1, 41–46.
- Talentia (2019). Sosiaalityöntekijöitä on riittävästi. 27.9.2019. <<https://www.talentia.fi/uutiset/sosiaalityontekijoita-on-riittavasti/>>. [viitattu 8.9.2021]
- Talentia (2021). Sosiaalialan korkeakoulutettujen ammattijärjestö Talentia ry:n kirjallinen asiantuntijalausunto. <<https://www.talentia.fi/wp-content/uploads/2021/04/Talentia-asiantuntijalausunto-hyvinvointialueiden-perustamisesta-4-2021.pdf>>. [Viitattu 9.9.2021].
- Tuomi, J. (2007): Tutki ja lue. Johdatus tieteellisen tekstin ymmärtämiseen. Helsinki: Tammi.
- Tuomi, J. & Sarajarvi, A. (2009). Laadullinen tutkimus ja sisällönanalyysi. Helsinki: Tammi.
- Turtiainen, J., Väänänen, A. & Varje P. (2018). The pressure of objectives and reality: Social workers' perceptions of their occupational complexities in a trade journal in 1958–1999. *Qualitative Social Work* 2018, Vol. 17(6) 849–864. DOI: 10.1177/1473325017699453.
- Tutkimuseettinen neuvottelukunta (2019). Ihmiseen kohdistuvan tutkimuksen eettiset periaatteet ja ihmistieteiden eettinen ennakoarviointi Suomessa. Tutkimuseettisen neuvottelukunnan julkaisu 3/2019.
- Tutkimuseettinen neuvottelukunta (2012). Hyvä tieteellinen käytäntö ja sen loukkausepäilyjen käsitteleminen Suomessa. Tutkimuseettisen neuvottelukunnan ohje.
- Valvira (2021). Sosiaalihuollon ammattioikeudet. Helsinki: Valvira. <<https://www.valvira.fi/sosiaalihuolto/sosiaalihuollon-ammattioikeudet>>. [viitattu 15.4.2021].
- Virtanen, M.T., Rahtu, T., Shore, S. (2018). Kirjoitetun vuorovaikutuksen moninaisuus ja erityisyys. Teoksessa T. Rahtu, S. Shore & Virtanen (toim.) Kirjoitettu vuorovaikutus. Helsinki: Suomen Yliopistopaino Oy. 9-38.
- Vuori, J. Retoriikan analyysi. Teoksessa Jaana Vuori (toim.) Laadullisen tutkimuksen verkkokäsikirja. Tampere: Yhteiskuntatieteellinen tietoaarkisto. <<https://www.fsd.tuni.fi/palvelut/menetelmaopetus/>>. [Viitattu 15.4.2021].
- Vuorijärvi, P., Raappana, M., Kinnunen, P. & Kostamo-Pääkkö, K. (2018). Sosiaalihuollon ammattihenkilöstö- ja tehtäväarakenneselvitys 2018. POSKE Pohjois-Suomen sosiaalialan osaamiskeskus.

- Webb, C.M. & Carpenter, J. (2012). What Can Be Done to Promote the Retention of Social Workers? A Systematic Review of Interventions. *British Journal of Social Work* 42, 1235-1255. <doi.org/10.1093/bjsw/bcr144>. [viitattu 12.4.2021].
- Wilden, Ralf (2010). Employer branding: Strategic implications for staff recruitment. *Journal of Marketing Management* 26:1-2, 56-73. <[doi:10.1080/02672570903577091](https://doi.org/10.1080/02672570903577091)>. [viitattu 12.4.2021].
- Ylikoski, P. (2004). Kuinka argumentti voi epäonnistua? Teoksessa M-L. Kakkuri-Knuuttila (toim.) *Argumentti ja kritiikki*. Helsinki: Gaudeamus, 158-173.

