



## Tampereen ammattikorkeakoulun näkyvyys TAMKin opiskelijat ja opinnot lehdistössä sekä verkkojulkaisuissa

Tampereen ammattikorkeakoulu  
Viestinnän koulutusohjelman tutkintotyö  
Valoilmaisun suuntautumisvaihtoehto  
Maaliskuu 2009  
***Kaisu Lämsä***

# Opinnäytteen tiivistelmä

**Kaisu Lämsä**

**Opiskelijat ja opinnot artikkeleissa – TAMKin opiskelijat ja opinnot lehdistössä sekä verkkojulkaisuissa**

Maaliskuu 2009

32 sivua

Tampereen ammattikorkeakoulu

Viestinnän koulutusohjelma

Valoilmaisu

Lopputyön muoto: kirjallinen

Lopputyön ohjaaja: Carolina Pajula

Avainsanat: ammattikorkeakoulu, ulkoinen tiedotus, tiedotusväline

Opinnäytetyöni käsittelee Tampereen ammattikorkeakoulun (TAMK) näkyvyyttä lehdistössä ja verkkojulkaisuissa erityisesti opiskelijoiden ja opintojen näkökulmasta. Tarkastelin vuosien 2007 ja 2008 ajalta suomenkielisiä artikkeleita, joissa mainitaan TAMK tai jokin muu TAMKin avainsanoista. Mediaseurantatyökalujen avulla sain artikkeleiden määräksi 582 kappaletta, jotka luokittelin määrällisesti ja sisällöllisesti erilaisiin kategorioihin.

Kaikista suomenkielisistä artikkeleista, joissa vuosina 2007–2008 mainitaan TAMK, 26 % käsitteli suoranaisesti oppilaitoksen opiskelijoita ja heidän opintojaan. Viestinnän ja kuvataiteen opiskelijoista puhuttiin useimmiten heidän av-tuotannollisten projektien ja tapahtumien yhteydessä. Erilaiset harjoitusyritysmessut toivat vastaavasti taas liiketalouden opiskelijoille näkyvyyttä, kun taas eri koulutusohjelmien insinöörit huomattiin uusien innovaatioiden ja yritysmaailman yhteistyökumppaneina.

Opinnäytetyöni kautta tuli esille se tulos, että parhaiten esille pääsevät viestinnän ja kuvataiteen opiskelijat, joiden yhteinen osuus on 76 % kaikista TAMKin opiskelijoita ja opintoja koskevista artikkeleista. Näiden koulutusohjelmien opinnot ovat monesti ns. mediaseksikkäämpiä kuin monen muun koulutusohjelman. Opinnäytetyöni pohdinnoissani tuon kuitenkin esille sen näkökannan, että myös muut koulutusohjelmat voisivat rohkeammin tuoda itseään esille lehdistössä sekä erilaisissa verkkojulkaisuissa. Tämä on yksi mahdollinen keino saada myös muiden koulutusohjelmien opiskelijoita ja opintoja paremmin esille sekä saada tulevaisuudessa nämä tulokset tasavertaisimmiksi koulutusohjelmien välillä.

## Thesis summary

**Kaisu Lämsä**

**Students and studies in articles – TAMK's students and studies in press and web publications**

March 2009

32 pages

TAMK University of Applied Sciences

Media Programme

Area of specialisation: Light

Type of Final Project: Written

Thesis supervisor: Carolina Pajula

Keywords: university of applied sciences, external publicity, media

My thesis analyzes how much TAMK University of Applied Sciences appears in press and web publications and especially from the student's perspective. I examined Finnish articles which had suggested TAMK or similar keywords during years 2007-2008. Media monitoring services found 582 articles, which I have classified quantitatively and internally to different categories.

26 % of all articles dealt with students of TAMK and their studies. Students of Media and Fine Art appeared in articles which discussed their audiovisual projects and events. Diverse practice corporate fairs made publicity to students of Business Administration. Students of engineering were noticed when in question was new innovation or co-operation with corporate life.

Through my research I discovered that students of Media and Fine Art has the best coverage in press and web publications. Their mutual allotment was 76 % of all articles. These study programmes usually are more mediasexy than other study programmes in TAMK. Through my research I found out that these study programmes should broadcast themselves more in press. This is one possibility to get them more visibility, and in the future these results will possibly be more coordinate.

## Sisällysluettelo

<b>1. Johdanto .....</b>	<b>5</b>
<b>2. Kuva Tampereen ammattikorkeakoulusta .....</b>	<b>6</b>
2.1 TAMKin viestintä.....	7
2.2 Keskeiset käsitteet tutkielmassa.....	9
<b>3. TAMKin näkyvyys.....</b>	<b>11</b>
3.1 TAMK tiedotusvälineissä.....	12
3.2 TAMKin koulutusohjelmat tiedotusvälineissä.....	14
3.3 TAMKin lehdistötiedotteet.....	16
<b>4. Mitä TAMKin opiskelijoista kirjoitetaan .....</b>	<b>17</b>
4.1 Kuvataiteen koulutusohjelma .....	18
4.2 Viestinnän koulutusohjelma.....	20
4.3 Liiketalouden koulutusohjelma .....	23
4.4 Tekniikanalojen koulutusohjelmat.....	24
4.5 Ylemmät AMK-tutkinnot.....	25
<b>5. Tulosten pohdinta ja johtopäätökset.....</b>	<b>27</b>
5.1 Imagotutkimukset kertovat suppean totuuden.....	27
5.2 Pienikin uutinen on arvokas.....	28
5.3 Uusi TAMK tuo haasteita .....	29
5.4 Henkilökohtaiset tulevaisuuden haasteet .....	29
<b>Lähteet.....</b>	<b>31</b>

## 1. Johdanto

Tutkimukseni kohteena ovat Tampereen ammattikorkeakoulun opiskelijoiden ja opintojen näkyvyys lehdistössä ja verkkojulkaisuissa. Havainnoinnit pohjautuvat mediaseurantatyökaluilla kerättyihin aineistoihin, joiden ylläpito ja arkistointi ovat yksi TAMKin viestintäpalvelun tehtävistä.

Toimiessani TAMKin viestintäpalvelussa tiedotusharjoittelijana syksyllä 2008 syntyi idea opinnäytetyölleni. Työssäni olin seurannut oppilaitoksen näkyvyyttä eri medioissa, ja halusin tarkastella kuinka me opiskelijat saamme näkyvyyttä lehdissä. Tämän lisäksi minulle oli tärkeää saada tehdä sellainen aihe opinnäytetyölleni, josta olisi tulevaisuudessa apua viestintäalan työtehtävien saannissa. Opinnäytetyöni hyödyllisyys TAMKin viestintäpalvelulle antoi minulle lisäpontta lähteä työstämään tätä aihetta.

Korkeakouluille on yhä tärkeämpää esitellä toimintaansa, tuleville opiskelijoille, henkilökunnalle kuin mahdollisille yhteistyökumppaneille. Oppilaitoksiin hakevien nuorten ikäluokat ovat pienentyneet, ja sen seurauksena kilpailu potentiaalisista hakijoista on kiristynyt korkeakoulujen välillä. Avoimella ja luotettavalla viestinnällä on mahdollista realisoida uusien opiskelijoiden odotukset heidän hakeutuessaan opintoihin.

## 2. Kuva Tampereen ammattikorkeakoulusta

Opinnäytetyössäni tutkin kuinka paljon ja mitä Tampereen ammattikorkeakoulun opiskelijoista ja heidän opinnoistaan kirjoitetaan lehdistössä. Tutkielmani yksi päämäärä on auttaa TAMKia löytämään omat vahvuudet ja heikkoudet tiedotustoiminnassaan. Toinen tavoite on tarkastella miten viestintästrategiaan kirjatut tavoitteet ovat toteutuneet.

Tampereen ammattikorkeakoulu on yksi Suomen suurimmista työelämään suuntautuneista korkeakouluista. Opiskelijoita on noin 5000, joista viidennes opiskelee aikuiskoulutuksessa. Nuorten ja aikuisten tutkintoon johtavia koulutusohjelmia on 16, joista neljä on englanninkielisiä. Tämän lisäksi TAMKissa on seitsemän ylempään AMK-tutkintoon johtavaa koulutusohjelmaa.<sup>1</sup>

TAMK tarjoaa tutkintoon johtavan koulutuksen lisäksi mahdollisuuden osaamisen ylläpitämiseen täydennyskoulutusohjelmissa. Osana TAMKia toimii myös Tampereen ammatillinen opettajakorkeakoulu, jossa voi suorittaa ammatillisen opettajan kelpoisuuden. (Emt.)

Lisäksi TAMKissa tehdään soveltavaa tutkimus- ja kehitystyötä sekä harjoitetaan työelämälähtöistä palvelutoimintaa. TAMKilla on myös merkittävä rooli Pirkanmaan alueen kehittäjänä. Pirkanmaan neljä korkeakoulua rakentavat Tamperetta aktiivisena korkeakoulukaupunkina Unipoli Tampere -sopimuksen mukaisesti. Aluetta kehitetään tiiviissä yhteistyössä elinkeinoelämän kanssa. (Emt.)

---

<sup>1</sup> <http://www.tamk.fi/fi/WWWTAMKFI/tamk.html>



Kuvio 1: TAMKIn organisaatiokaavio (<http://www.tamk.fi/fi/WWW/TAMKFI/organisaatio.html>)

## 2.1 TAMKIn viestintä

Tampereen ammattikorkeakoulun viestintästrategiassa viestinnän lähtökohdiksi määritellään se, että TAMKIn viestintä edistää TAMKIn tunnettavuutta julkaisemalla tiedotteita ja TAMK-materiaalia. Ulkoisen viestinnän materiaaleihin kuuluvat internet-sivut, messu- ja esittelymateriaalit sekä erinäiset painotuotteet kuten esim. hakijan oppaat, folderit, esitteet, ilmoitukset ja toimintakertomus. TAMKIn alueellista vaikuttavuutta Tampereen seudulla lisätään aktiivisen viestinnän ja monipuolisen toiminnan avulla. Viestinnällä pyritään siihen, että oppilaitos on myös tunnettu ja kiinnostava ammattikorkeakoulu. (TAMKIn viestintästrategia 2010, s. 2)

TAMKin viestintästrategiassa viestinnän tavoitteeksi on kirjattu hakijamäärien turvaaminen koulutusohjelmissa sekä TAMKin osaamisen esilletuominen eri medioissa monipuolisesti viestinnän keinoin. Ajantasaisen ja avoimen tiedotuksen tahdotaan myös parantavan opiskelija-, asiakas- sekä sidosryhmätyytyväisyyttä. Toiminnasta, tuloksista ja ajankohtaisista tapahtumista tiedotetaan aktiivisesti niin sisäisesti kuin ulkoisestikin.

(Emt., 4)

TAMKin viestinnän tavoitteiden toteutumista seurataan aktiivisesti mm. seuraavin tavoin: Taloustutkimus Oy:n toteuttamalla Ammattikorkeakoulujen imagotutkimusella sekä Aikuiskoulutuksen imagotutkimusella, hakijamäärillä sekä mediaseurantatyökalun seurannalla, jolla seurataan, missä medioissa TAMKin mediatiedotteita on julkaistu.

Tampereen ammattikorkeakoulussa viestintäpalvelut koordinoi kokonaisviestintää ja toteuttaa oppilaitoksen yhteistä viestintää. TAMKin eri tehtäväalueet, esim. koulutusohjelmat, täydennyskoulutus ja yrityspalvelut, vastaavat omasta viestinnästään, mutta tekevät tiivistä yhteistyötä viestintäpalveluiden kanssa. (Emt., 8)

Lehdistötiedotteet laatii joko ydinprosessin tiedottaja tai tiedotusvastaava. Keskushallinnon lehdistötiedotteet laatii TAMKin tiedotussihteeri, jonka kautta myös kaikki eri koulutusohjelmien lehdistötiedotteet lähtevät tiedotusvälineille. Viestintäpalvelut julkaisevat tämän lisäksi myös kaikki tiedotteet www-sivujen lehdistötiedotteet -osiossa, sekä www-sivujen ja intranetin uutispalstoilla.

Edellä mainittujen viestinnän keinojen avulla TAMK pyrkii saavuttamaan ammattikorkeakoulun keskeisimmät sidosryhmät. Näihin sidosryhmiin kuuluvat niin kotimaiset kuin ulkomaalaiset potentiaaliset hakijat sekä ammattikorkeakouluun hakeutuvat osaajat, työ- ja elinkeinoelämä, erilaiset yhteistyökumppanit, opiskelijat ja henkilöstö. (Emt., 5)



## 2.2 Keskeiset käsitteet tutkielmassa

Opetusministeriö määrittelee *ammattikorkeakoulut* (AMK) luonteeltaan pääosin monialaisiksi ja alueellisiksi korkeakouluiksi, joissa suoritettavat tutkinnot ovat ammatillispainotteisia korkeakoulututkintoja. Ammattikorkeakoulujen soveltava tutkimus- ja kehitystyö palvelee opetusta sekä tukee alueen kehitystä ja työelämää. Ammattikorkeakoulut antavat ja kehittävät aikuiskoulutusta työelämäosaamisen ylläpitämiseksi ja kehittämiseksi. Tämän lisäksi ammattikorkeakouluissa voidaan järjestää ammatillista opettajankoulutusta.<sup>2</sup>

*Ulkoisen tiedotuksen* avulla oppilaitos kertoo toiminnastaan ulospäin, julkisuuteen. Ulkoisen tiedottamisen tavoitteena on luoda kuvaa oppilaitoksestaan ulospäin ja lisätä tietoisuutta sen toiminnasta kohderyhmien keskuudessa. Ulkoisen tiedottamisen kohderyhmiä ovat yhteiskumppanit, tiedotusvälineet, potentiaaliset hakijat ja tuleva henkilökunta sekä tahot, joihin oppilaitos haluaa vaikuttaa. (Åberg 1996, 158) Tässä opinnäytetyössä keskitytään erityisesti lehdistöön.

*Tiedotusvälineillä* tarkoitetaan joukkotiedotusvälineitä, joilla voidaan viestiä suurille joukoille toistuvasti. Opinnäytetyössäni olen tutkinut vain yhtä tiedotusvälineiden osaa lehdistöä, joka pitää sisällään sekä päivälehdet että aikakauslehdet. Lehdistön lisäksi olen tarkastellut myös verkkojulkaisuja, sillä uskon näiden kahden joukkotiedotusvälineen saavuttavan suurimman osan Tampereen ammattikorkeakoulun sidosryhmistä.

*Verkkojulkaisu* on Päivi Kuusiston ja Mika Pippurin määritelmän mukaan internetissä levitettävää ja luettavissa olevaa, säännöllisesti ilmestyvää journalistista kokonaisuutta. Verkkojulkaisut ovat journalismin kannalta tärkein uusmedian osa-alue. Valtaosalla suomalaisista sanomalehdistä on jo oma painetun lehden verkkoversio, tämän lisäksi myös monet televisio- ja radiokanavat ylläpitävät verkkosivustoja.

(Kuusisto ja Pippuri 1998, 15)

---

<sup>2</sup> <http://www.minedu.fi/OPM/Koulutus/ammattikorkeakoulutus/?lang=fi>

Myös *uutiskriteeri* vaihtelee tiedotusvälineen mukaan. Tiedotusvälineen uutiskriteerit ovat eräänlainen mittari, jonka avulla toimitukset ja toimittajat arvioivat uutisten ja aiheiden sopivuutta omaan välineeseensä. Uutiskriteereiden avulla määritellään jutun tai idean arvo eli se, ylittääkö aihe toimituksen yleisesti asettaman tai sillä hetkellä sovellettavan uutiskynnyksen. (Ilvonen 2007, 54)

### 3. TAMKin näkyvyys

Taloustutkimus Oy on toteuttanut ammattikorkeakoulujen imagotutkimuksen vuosina 2002–2008. Näinä jokaisena seitsemänä kertana, Tampereen ammattikorkeakoulu on ollut yleisarvosanan perusteella kahden parhaan joukossa. Imagolliset vahvuudet ovat maine opiskelupaikkana, nykyaikaisuus, opetuksen ja tutkimuksen laatu sekä sijaintipaikan houkuttelevuus. Myönteisen arvion oppilaitos sai myös tiedonsaannista internet-sivuilta sekä kansainvälisyydestä. (Taloustutkimus Oy, 2008)

Ammattikorkeakoulujen imagotutkimuksessa TAMKia kuvataan ihanneammattikorkeakouluksi, jonka imago on vahva ja hyvin vakiintunut. Tutkimuksen mukaan TAMK sijoittuu useimmissa asioissa selvästi ammattikorkeakoulujen keskimääräisen tuloksen yläpuolelle, eikä tärkeitä kehittämiskohteita tutkimuksen mukaan ole. (Taloustutkimus Oy, 2008)

Ammattikorkeakoulujen imagotutkimus on Taloustutkimuksen kehittämä ja vuosittain toteuttama tutkimus, missä selvitetään Suomen ammattikorkeakoulujen tunnettuus ja imago. Tutkimuksessa arvioijina toimivat mannersuomalaiset 17-29-vuotiaat nuoret, joiden avulla selvitetään korkeakoulujen tuntemista, niiden yleistä imagoa imagotekijöiden avulla.<sup>3</sup>

---

<sup>3</sup>[http://www.taloustutkimus.fi/tuotteet\\_ja\\_palvelut/julkisen\\_sektorin\\_tutkimukset/valmiita\\_julkisen\\_kuntasektorin/korkeakoulujen\\_imago/](http://www.taloustutkimus.fi/tuotteet_ja_palvelut/julkisen_sektorin_tutkimukset/valmiita_julkisen_kuntasektorin/korkeakoulujen_imago/)

### **3.1 TAMK tiedotusvälineissä**

Opinnäytetyössäni olen tutkinut artikkeleita, joita TAMKista on kirjoitettu kahden vuoden aikana, aikavälillä 1.1.2007 – 31.12.2008. Aineisto koostuu kahdesta eri mediaseurantatyökalun materiaalista, M-Brain ja Webnewsmonitori, joista Webnewsmonitor on ollut TAMKin käytössä yhteistyön loputtua M-Brainin kanssa 24.9.2008. Edellä mainitut mediaseurantatyökalut ovat poimineet artikkeleita, joiden yhteydessä mainitaan joku seuraavista avainsanoista: Tampereen ammattikorkea, TAMK, Tampereen ammatillinen opettajakorkea, TAOKK, taiteen ja viestinnän, TTVO, proAkademia sekä Tamko.

Mediaseurantatyökalujen mukaan aikavälillä 1.1.2007 – 31.12.2008 TAMKin avainsanat esiintyvät 582 kertaa eri tiedotusvälineissä. Jotta tietäisimme mistä tämä luku 582 muodostuu, olen jaotellut artikkelit viiteen eri kategoriaan: TAMK yleisesti, muu asiayhteys, entiset opiskelijat, tiedotteet sekä opiskelijat ja opinnot.

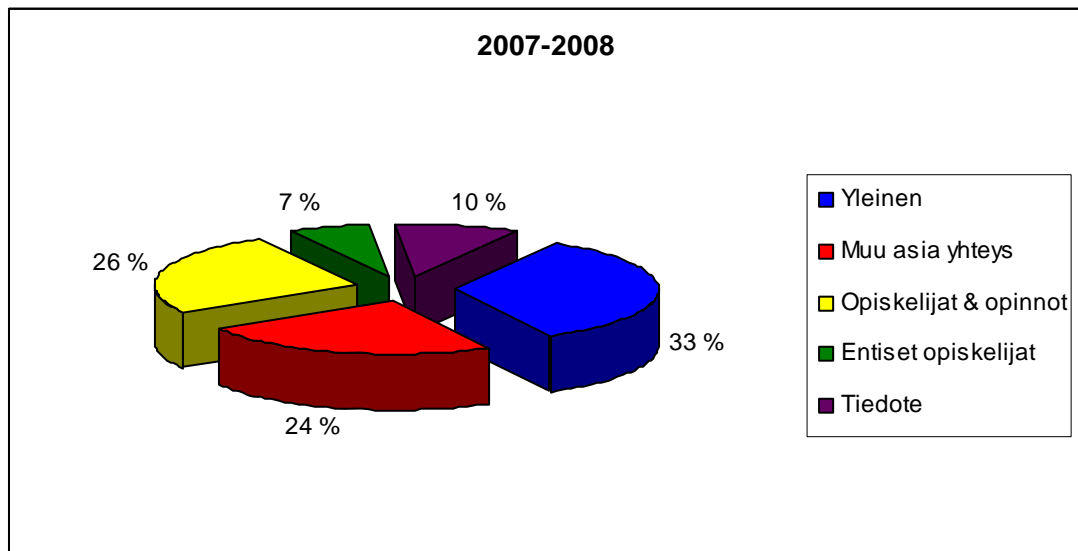
*TAMK yleisesti* -kategoria pitää sisällään artikkeleita, jotka käsittelevät Tampereen ammattikorkeakoulua yleisestä korkeakoulunäkökulmasta. Artikkeleissa puhutaan mm. TAMKin ja Pirkanmaan ammattikorkeakoulun (PIRAMK) yhdistymisestä, hakijamääristä, yhteistyösopimuksista ja TAMKin uusista koulutusohjelmista. Näiden artikkeleiden määrä 33 % kokonaismäärästä.

*Muussa asiayhteydessä* Tampereen ammattikorkeakoulun nimi on mainittu yksittäisessä lauseessa, jonkun muun asian yhteydessä, mikä ei tavalla tai toisella liity itse TAMKiin. Suurimmassa osassa näissä artikkeleissa joku TAMKin henkilökunnan jäsen kommentoi jotain asiaa yhdellä virkkeellä tai sitten jonkun opiskelijan harrastuksen yhteydessä tulee ilmi, että hän opiskelee TAMKissa. Kokonaissummaksi muut asiayhteydet keräsivät 24 %:n osuuden.

*Opiskelijat ja opinnot* –kategoria pitää sisällään artikkelit, jotka käsittelevät Tampereen ammattikorkeakoulun opiskelijoita ja heidän opintojaan. Tämä kategoria saavutti yli neljänneksen vuoden aikana kirjoitetuista artikkeleista, 26 %.

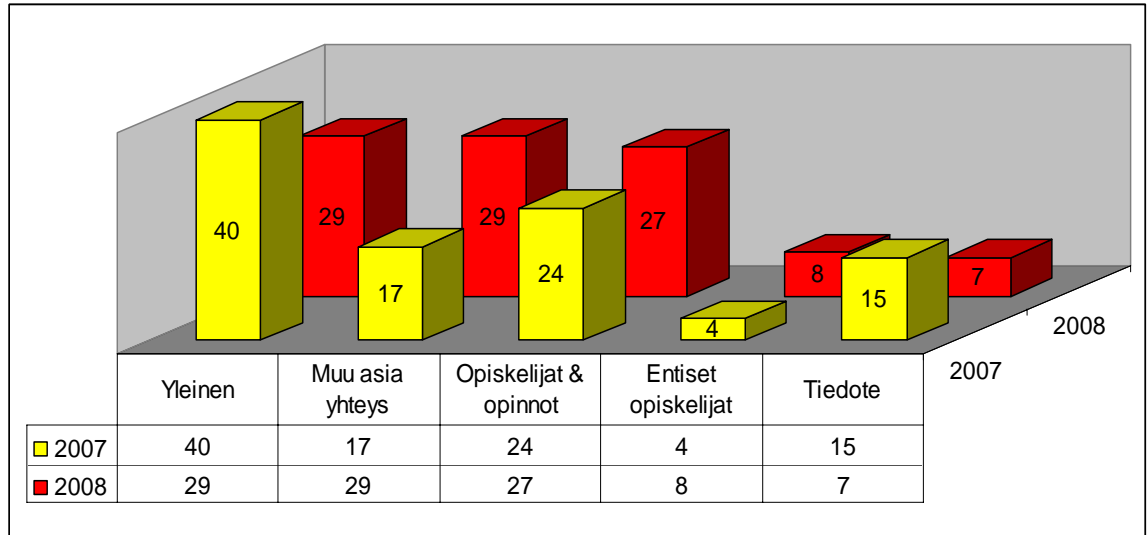
TAMKin *entisistä opiskelijoista* on kirjoitettu paljon uutisia viimeisen kahden vuoden aikana, ja näiden artikkeleiden yhteydessä esiintyy monesti myös Tampereen ammattikorkeakoulun nimi. Näissäkin tapauksissa TAMK tulee esille useimmiten vain erinäisissä faktalaatikoissa, joissa kerrotaan kyseisen henkilön valmistuneen TAMKista. Itse asiayhteys on jokin muu kuin TAMKiin liittyvä. Kyseisten artikkeleiden määrä on 7 %.

*Tiedotteet*-kategoria pitää puhtaasti sisällään suoria tiedotteita, joita TAMKista on lähetetty. Nämä tiedotteet ovat pääosin Kauppalehden www-sivuilla lehdistötiedotteet -osiossa, johon kerätään kaikki tiedotteet mitä kyseiseen tiedotusvälineeseen saapuu. TAMK saa virallisesti tiedotteensa julki, mutta käytännössä monikaan lukija ei varmasti tuonne sivustolle eksy. Tämän kategorian prosenttiosuus on 10 %.



Kuvio 2: Tampereen ammattikorkeakoulusta kirjoitetut artikkelit vuosina 2007-2008

Vuosien 2007 ja 2008 välillä on eroja artikkeleiden määrän suhteen kuin myös eri kategorioiden välillä. Vuonna 2007 TAMKin avainsanat ilmenivät 235 eri artikkelissa, kun taas seuraavana vuonna osumia oli 347 kpl, eli noin kolmannes enemmän.



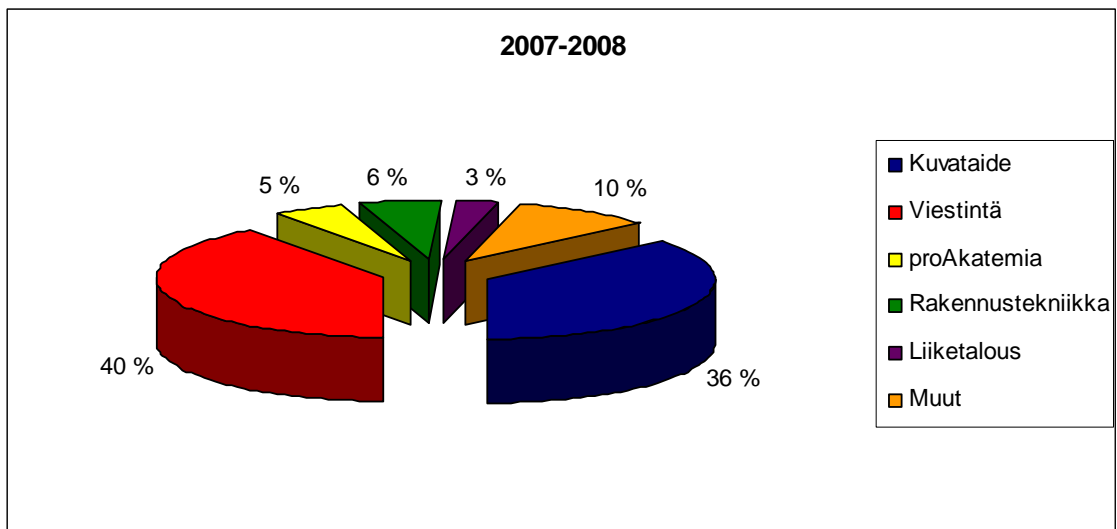
Kuvio 3: TAMKista kirjoitettujen artikkeleiden erot vuosien 2007 ja 2008 välillä

### 3.2 TAMKin koulutusohjelmat tiedotusvälineissä

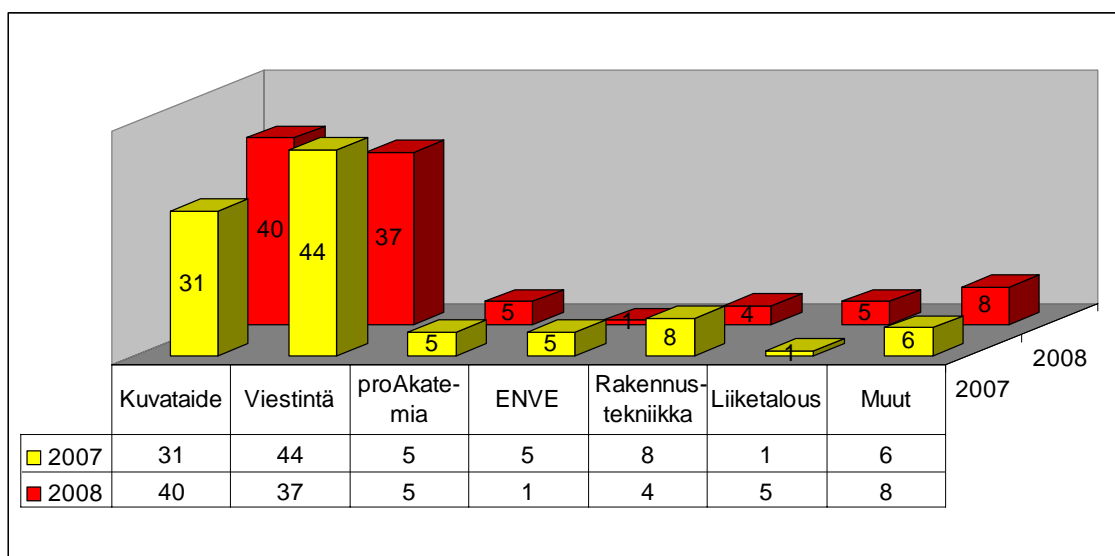
26 % artikkeleista eli 151 artikkelia, joissa Tampereen ammattikorkeakoulun nimi mainittiin, käsitteli TAMKin opiskelijoita ja heidän opintojaan. Koska TAMKissa on 23 eri koulutusohjelmaa, erottelin nämä kyseiset artikkelit niitä koskevien koulutusohjelmiin. Yhdeksi kategoriaksi listasin myös proAkatemian, joka on Tampereen ammattikorkeakoulun yrittäjyyden suuntautumisvaihtoehto.

Viimeisen kahden vuoden aikana suurin osa TAMKin opiskelijoista ja heidän opinnoistaan kirjoitetuista artikkeleista koski taiteen ja viestinnän osaamiskeskuksen (TTVO) kuvataiteen tai viestinnän koulutusohjelmia. Näiden osuus kaikista artikkeleista oli yhteensä 76 %.

Muut koulutusohjelmat, joista oli kirjoitettu uutisia 1.1.2007 – 31.12.2008 aikavälillä, tulevat kaukana viestinnän ja kuvataiteen koulutusohjelmista. Rakennustekniikan osuus oli 6 %, proAkatemian 5 % ja liiketalouden 3 %. Muiden koulutusohjelmien yhteinen osuus oli 10 %. Muut kategoriaan kuuluvat metsätalous, paperi-, tekstiili ja kemianteekniikka, environmental engineering, tietojenkäsittely, kone- ja tuotantotekniikka, auto- ja kuljetustekniikka, sekä ylemmän AMK-tutkinnon rakentamisen, yrittäjyyden ja liiketoimintaosaamisen koulutusohjelmat. Mainitse mattomista koulutusohjelmista ei ole julkaistu mediaseurantatyökalujen mukaan yhtään artikkelia kyseisenä aikavälinä.



Kuvio 4: TAMKin koulutusohjelmat tiedotusvälineissä



Kuvio 5: Koulutusohjelmien väliset erot julkaistujen artikkelien määrässä vuosina 2007 ja 2008

### **3.3 TAMKin lehdistötiedotteet**

TAMKin strategian mukaisesti oppilaitoksesta lähteneet eri koulutusohjelmien lehdistötiedotteet kulkevat viestintäpalvelujen kautta keskitetysti tiedotusvälineille. Vuoden 2008 aikana TAMKin viestintäpalvelujen kautta lähetettiin 57 suomenkielistä lehdistötiedotetta, joista kymmenen koskee suoranaisesti opiskelijoita ja heidän opintojaan. Vuonna 2007 suomenkielisten tiedotteiden määrä oli 45 kappaletta, joista kuusi liittyi oppilaitoksen opiskelijoihin.

Tämä tilastointi ei ole kuitenkaan täysin paikkaansa pitävä, sillä vaikka kaikki lehdistötiedotteet tulisi lähettää viestintäpalvelujen kautta, niin näin ei kuitenkaan tapahdu. Esimerkiksi vain muutama Tampereen ammattikorkeakoulun taiteen ja viestinnän osaamiskeskuksen lehdistötiedote on kulkenut viestintäpalvelujen kautta, loput tiedotteet on lähetetty suoraan opiskelijoiden tai heidän ohjaajiensa toimesta. Näitä tiedotteita ei ole koottu mihinkään, eikä ao. tiedotteiden määrästä ole olemassa minkäänlaisia arvioita.

Koska kaikista TAMKin opiskelijoita ja opintoja käsittelevistä artikkeleista, taiteen ja viestinnän koulutusohjelmien osuus on 76 %, on selvää, ettei TAMKin lehdistötiedotteiden pohjalta voida tehdä johtopäätöksiä siitä, kuinka tiedotteiden pohjalta on rakennettu TAMKin opiskelijoiden ja heidän opintojensa näkyvyyttä.



## 4. Mitä TAMKin opiskelijoista kirjoitetaan

Tässä kappaleessa esittelen, kuinka Tampereen ammattikorkeakoulun kahdeksan eri koulutusohjelmaa ovat saaneet näkyvyyttä viimeisen vuoden aikana lehdistössä. Suurin osa julkaistuista artikkeleista sijoittuu pirkanmaalaisiin medioihin, joista merkittävimpiä ovat Aamulehti sekä Tampereen kaupunkilehti Tamperelainen. Uutiskynnyksen ylittymisessä eri lehtien kesken on kuitenkin eroja koulutusohjelmittain.

Aamulehden uutiskynnyksen ylittävät useimmiten TAMKin kuvataiteen ja viestinnän koulutusohjelmien uutiset ja tapahtumat. Näitä artikkeleita julkaistaan pääasiassa Aamulehden kulttuurisivuilla sekä päiväkirjassa. Taiteen ja viestinnän opiskelijoiden työt saavat myös näkyvyyttä pienemmissä sanomalehdissä, jos niillä on suora yhteys sanomalehden ilmestymispaikkakuntaan. Tästä hyvä esimerkki on Anna-Kaisa Haapalan lopputyö Ennustus-elokuva. Se sai vahvaa näkyvyyttä Akaan seudun sanomissa sekä Urjalan Sanomissa, joiden levikkialueella elokuvaa kuvattiin. Akaassa paikalliset ihmiset antoivat myös oman osuutensa elokuvantekoon.

Tampereen ammattikorkeakoulun liiketalouden opiskelijoita koskevat artikkelit ovat suurimmaksi osakseen saaneet näkyvyyttä Tamperelainen-lehdessä, joka kirjoittaa tulevien tradenomien menestyksestä niin pienempiä kuin suurempiakin artikkeleita.

TAMKin insinööreistä kirjoitettuja artikkeleita julkaistaan suurimmalta osin alan erikoislehdissä. Etenkin rakennus- ja metsätaloustutkimusohjelmien opinnot ja uudet innovaatiot ovat saaneet näkyvyyttä oman alansa asiantuntevissa ammattilehdissä.

## **4.1 Kuvataiteen koulutusohjelma**

Kuvataiteen koulutusohjelmaa käsittelevät artikkelit käsittelevät pääosin kuvataiteen opiskelijoiden näyttelyitä.

*Kesäkuun 17. päivä vuonna 2006 Tampereella vuodatettiin 2000 litraa vettä. Kaupunkiin julistettiin vesisotatila, kun Tampereen ammattikorkeakoulun kuvataiteen opiskelijat kutsuivat ihmisiä ampumaan toisiaan.*

*Parisataa tamperelaista kasteli toisiaan tunnin ajan punaisten ja mustien riveissä.*

*Suurvesitaistelu tallennettiin räiskyviin valokuviin, jotka ovat nyt esillä Finlaysonin alueella Ikuisessa galleriassa.*

*(Vehkoo, Johanna. 2007. Vesisota ei satuta ketään. Aamulehti 11.1.2007)*

*Tampereen ammattikorkeakoulun kuvataiteen opiskelijoiden Viikinsaaren ympäristötaidenäyttelyä voi luonnehtia perinteikkääksi. Ensimmäisen kerran kuvataiteilijat rantautuivat Pyhäjärven helmeen jo 1996.*

*(Viikinsaaressa virtaa voimakkaasti. Aamulehti 1.8.2008)*

Näyttelyt, joista on tehty ns. galleria-arvioita, ovat suurimmaksi osaksi positiivisia, joista heijastuu se ajatusmaailma, että taide välittyy jokaiselle kävijälle omalla tavallaan.

*Pispalassa on esillä myös Tampereen ammattikorkeakoulussa kuvataiteilijaksi opiskelevan Saara Maria Piispan maalauksia. (...)*

*Kirkkaat ja vahvat pinkki, oranssi ja viridian-vihreä loistavat railakkaina pintoina, jotka ovat yhtä aikaan luotaantyöntäviä ja kutsuvia. Teosten jännite syntyy ilmaisutavan ja aiheen välisestä ristiriidasta. Töiden tahallisen lapsekas yksinkertaisuus, litteys ja räikeä värimaailma vaativat katsojalta kuitenkin pientä totuttelua.*

*(Kovasiipi Katri. 2007. Muotokuva kuin ilmestys. Aamulehti 20.9.2007)*

Näyttelyistä kritiikkiä on tullut vain joissain tapauksissa, jolloin on kritisoitu näyttelyn paikkaa, ajankohtaa tai näyttelyn asettelua, jotka estävät arvioijan mukaan saamasta oikeaa kohdeyleisöön paikanpäälle.

*Valtaosa AVO08:n teoksista keskittyy edelleen Finlaysonille. Samalla, kun näyttelykokonaisuus julistaa tulevansa kaupunkitilaan, suurin osa teoksista piileksii Työväenmuseon Werstaassa.*

*(Kovasiipi, Katri. 2008. Taide etsii ihmistä. Aamulehti 16.10.2008)*

*TAMK:n valokuvataiteen opiskelijoiden näyttely vaikuttaa nopeasti kootulta.*

*Joukosta Sanna Kantolan kuvat ovat yksinkertaisuudessaan vaikuttavia.*

*Naisen katse on vahva, jopa uhkaava, mutta aihe on selkeästi rajattu. (...)*

*Raman Hussainin videoteos kuvaa maahanmuuttajaa muotokuvan kohteena.*

*Idealtaan hyvä teos hukkuu kuitenkin tilan sekaisuuteen ja hankalaan liikkumiseen siinä.*

*(Sjöberg, Sami. 2008. Galleriakierros – Alitajunnan näkymiä. Aamulehti 15.12.2008)*

Kuvataiteen opiskelijoista ja heidän töistään kertovissa artikkeleissa mainitaan usein kouluksi TTVO, vaikka Tampereen Taiteen ja Viestinnän oppilaitosta ei olekaan enää ollut 1996 vuoden jälkeen. Koska lehdistötiedotteet taiteen ja viestinnän töistä eivät kulje TAMKin viestintäpalvelujen kautta, kirjoitetaan TAMKin kuvataiteen ja viestinnän koulutusohjelmat usein lehdistössä muodossa TTVO. Ja koska TTVO-sanaa ei ole artikkeleissa useimmiten millään tavalla avattu, eivät kaikki lukijat välttämättä yhdistä heitä Tampereen ammattikorkeakoulun taiteen ja viestinnän osaamiskeskuksen opiskelijoiksi.

*TTVO:n kuvataideopiskelijat ovat koostaneet Hirvitalon yläkertaan oman, hilpeän itseironisen taiteen lastenkamarinsa.*

*(Kovasiipi, Katri. 2008. Hirvitalon kevätkaruselli. Aamulehti 28.3.2008)*

*Festivaali on hajautettu Vanhaan kirjastotaloon ja Finlaysonin alueelle, muun muassa Werstaaseen, Rupriikkiin sekä Taiteen ja viestinnän oppilaitokseen. Pienkustantajien oma ”pienlehtimarssi” löytyy TTVO:n tiloista. (Sihto, Juha. 2007. Manga ja perinteinen sarjakuva kohtaavat Tampereella. Aamulehti 27.3.2007)*

Artikkeliä on voitu myös pohjustaa aluksi kertomalla, että Tampereen ammattikorkeakoulussa esim. tapahtuu jotain. Haastateltavien opiskelijoiden tai henkilökunnan lausahduksissa voi silti ilmetä avaamattomana TTVO sana.

*Mistä syntyi tarve luova tuottaja – koulutusohjelmalle?*

*- TTVO:lla on aluista lähtien ollut bachelor-tason tuottajakoulutusta, mutta katsaus media-alan kentälle paljastaa, että AV-alalla on paljon tekemiseen suuntautunutta osaamista, mutta tuottajista on pulaa.*

*(Nyrhinen, Tiina. 2008. Mitä tekee luova tuottaja AMK? Aamulehti 31.1.2008)*

## **4.2 Viestinnän koulutusohjelma**

Viestinnän koulutusohjelmaa koskevat artikkelit kertovat pääasiassa viestinnän opiskelijoiden lyhytelokuvista tai heidän järjestämistään tapahtumista esim. TAF-festivaalista. Monet lehdistön edustajat tuovat esille artikkeleissaan, että näissä töissä tai tapahtumissa opiskelijat harjoittelevat ja kokeilevat uusia asioita koulun puitteissa. Vaikka kyse olisikin viimeisen vuoden opiskelijoiden opinnäytetöistä, ei näitä teoksia nähdä ammattimaisesta näkökulmasta monestikaan.

*Kohtaus 45, otto ties mones*

*Klaffityttö ilmestyy jälleen näyttämään, että menossa on kohtaus 45, eli Speakeasy-nimisen lyhytelokuvan loppukohtaus. Otto on jo ties kuinka mones. Sivulliselle uusinnan uusinnat jo puuduttavat, mutta nuori tekijäjoukko säilyttää tekemisen palonsa toisinoista toisintoihin.*

*(Vasara, Päivi. 2008. Kino-Palatsi pääsee kinoon. Moro 9.10.2008)*

TAMK tuodaan vahvasti esille myös, kun artikkeleissa käsitellään opiskelijatöiden mahdollisuuksista saada näkyvyyttä valtakunnallisissa kanavissa. Teksteissä tuodaan esille se, että oppilaitos omaa oikeudet opiskelijoiden töihin.

*Jos elokuva käy valmistuttuaan kaupaksi jollekin tv-yhtiölle, rahat käärii opiskelijoiden oppilaitos.*

*- Tämä on kouluprojektimme, joten koulu saa rahat, jos joku ostaa elokuvan. Me saamme kokemusta ja osa saa myös opintosuorituksia, tuottaja Markkanen muistuttaa. (Sillanpää, Jenita. 2008. Opiskelijoiden hullu idea muuttuu musikaalielokuvaksi. Aamulehti 27.9.2008)*

*Tuottaja kertoo elokuvan budjetin olevan noin 10 000 euroa, mutta toteaa, ettei rahamäärä ole kovin vertailukelpoinen muiden tuotantojen kanssa, koska nuoret tekevät suurimman osan työstä talkoopalkalla.*

*(Mäkinen, Johanna. 2008. Halkivahan kylä valikoitui Ennustus-elokuvan näyttämöksi. Akaan Seutu 15.8.2008)*

Viestinnän opiskelijoiden järjestämistä tapahtumista kirjoitettujen artikkeleiden perusteella voidaan päätellä, että joissakin tapauksissa on annettu sellaisia lupauksia joita ei ole voitu toteuttaa. Tästä ehkä parhaimpana esimerkkinä on 2008 keväällä järjestetty TAF-festivaali, jota Aamulehden toimittaja seurasi tapahtuman jokaisena päivänä.

*Monipäiväisen tapahtuman järjestäminen on kuitenkin melkoisen palapelin hallitsemista.*

*Yleisömenestys olisi varmaan saanut joukon ponnistelemaan ahkerammin. Hiljaisella aukiolla oli vaikea pitää lystiä yllä.*

*Festivaali kaipaa ennen kaikkea lisää sisältöä.*

*Pelkällä tulella, savulla ja sirkustaiteella ei houkutella pääasian, taitelijatyön äärelle. (Nyrhinen, Tiina. 2008. Pitkät jäähyväiset opiskeluajan hengailulle. Aamulehti 12.5.2008)*

*TAF: Aukiolla oli tekemistä, mutta väkeä liikkui nihkeästi  
Tekemistä, kokemista ja särmää pitäisi olla lisää. Paikka on mainio, mutta  
tapahtumaa pitää hioa tiiviimmäksi.*

*(Nyrhinen, Tiina. 2008. Turnausväsymystä ilmassa. Aamulehti 12.5.2008)*

Opiskelijoiden festivaalimenestykset sekä audiovisuaalisten tuotosten esitykset  
valtakunnallisilla kanavilla näkyvät myös lehdistössä.

*Tampereen ammattikorkeakoulun Taiteen ja viestinnän osastolta valmistuvan  
Hanneleena Haurun lyhytelokuva Jos kaadun (eng. If I Fall) on valittu  
esiteltäväksi Cannesin elokuvajuhlien Critick's weekillä. Tapahtuma esittelee  
perinteisesti nousevien erikoisohjaajien töitä.*

*(Radio 957 11.05.2007)*

*TV – Dokumenttiprojekti antaa tilaa viidelle lyhytdokumentille, jotka ovat  
valmistuneet kahdessa ammattikorkeakoulussa, Helsingin Stadiassa ja  
Tampereen ammattikorkeakoulussa, jota ennen kutsuttiin Taiteen ja viestinnän  
oppilaitokseksi. (...)*

*Tampereella valmistuneet dokumentit ovat noin viisiminuuttisia ja aiheiltaan  
varsin henkilökohtaisia. Tulevaisuuden tekijät II –kokonaisuuden aloittaa Maria  
Aholan ohjaama Make, joka kertoo ongelmaperheen pojan kasvusta aikuiseksi  
nuorisotyöntekijäksi ja Legioonateatterin jäseneksi. Dokkari on Maken omin  
sanoin kerrottu, napakka ja voivottelematon. (...)*

*Sakari Suurosen Meidän Molli kertoo Irlannin-terrieristä, joka noudettiin  
työväenluokkaiseen perheeseen Yhdysvaltain suurlähetystöstä. Mollissa on  
ironisen perhesaagan aineksia.*

*Viiden dokumentin kokonaisuudesta jää innostava maku. Ikimetsän henki,  
Make ja Meidän Molli ovat selkeästi keskitasoa karaisevampia opiskelijatöitä.*

*(Kangasjärvi, Jukka. 2007. Ikimetsässä kuolema ja elämä yhtä tärkeitä.  
Aamulehti 7.8.2007)*

### **4.3 Liiketalouden koulutusohjelma**

Liiketalouden opiskelijoista on kirjoitettu erilaisten harjoitusyrittäjien messujen kohdalla uutisia, kun TAMKin liiketalouden opiskelijat ovat pärjänneet näillä messuilla ja ovat ulkomailla olevien messujen kohdalla tehneet Tamperetta ja Suomea tunnetuksi.

*Kymmenen Tampereen ammattikorkeakoulun liiketalouden opiskelijaa istuu edessäni innokkaana: he ovat saaneet maininnan koulun parhaasta harjoitusyrittäjien liiketoimintasuunnitelmasta ja mahdollisuuden lähteä Prahaan harjoitusyrittäjien messuille.*

*(Liukkonen, Katja. 2008. Harjoitusyrittäjistä lisäintoa opiskeluun. Tamperelainen 30.1.2008)*

*Tampereen ammattikorkeakoulun ensimmäisen vuoden liiketalouden opiskelijat osallistuivat menestyksekkäästi kansainvälisille harjoitusyrittäjien messuille Prahassa maaliskuun puolivälissä. Messuilla kilpailtiin neljässä sarjassa, ja TAMK voitti niistä kaksi, sekä yrityseshowsarjan että mainosvideosarjan.*

*(2008. Tampereen kaupakamarilehti 04/08)*

*Jussi Lehtonen, Antti Korhonen ja Santeri Lahdensalo Tampereen ammattikorkeakoulun liiketalouden koulutusohjelmasta voittivat Suomen mestaruuden ensimmäistä kertaa järjestetyissä projektijohtamisen Suomen Mestaruuskilpailuissa 18. marraskuuta Espoon Dipolissa. (...)*

*Jussi, Antti ja Santeri pääsevät edustamaan Suomea projektijohtamisen MM-kisoihin, jotka järjestetään kansainvälisen projektihallintajärjestö IPMA:n maailmankongressin yhteydessä Helsingissä ensi kesäkuussa.*

*- Vähän huono säkä meillä, sillä ensi vuoden Suomen mestarit edustavat Suomea MM-kisoissa Etelä-Afrikassa 2010, Antti hymyilee.*

*Myös toinen TAMKin liiketalouden koulutusohjelman joukkue pärjasi SM-kisassa hyvin ja sijoittui neljänneksi.*

*(Kanninen, Helinä. 2008. Juhlat ja uudet koneet motivoivat. Tamperelainen 7.12.2008)*

#### **4.4 Tekniikan alojen koulutusohjelmat**

Koulutusohjelmat, joista valmistuu eri alojen insinööreiksi, näkyvät artikkeleissa useimmiten uusien innovaatioiden kehittäjinä.

*Lehtori Harri Miettisen mukaan Virtuaalinen Viipuri -hanke on hyvä esimerkki arkkitehtuurin historian esittämisestä nykyaikaisen keinoin. Kymmenet koulun opiskelijat ovat piirtäneet taloja harjoitustöinä vanhojen valokuvien ja rakennuspiirrosten avulla, mistä on ollut hyötyä erityisesti rakennustekniikan opiskelussa.*

*(Saarinen Juhani. 2008. Vanhan Viipurin kauniit rakennukset piirretään uudelleen Tampereella. Helsingin Sanomat 12.12.2007)*

*Auto- ja kuljetustekniikan opiskelijaryhmä suunnitteli ja rakensi yhden hengen auton ratakäyttöön. Projektin vetäjä Vesa-Matti Salminen sai projektiin liittyvästä insinööryöstään Tampereen Insinöörien insinööryöpalkinnon.*

*(Kotilainen Arto. 2007. Lopputyönä rata-auto. Insu 3/2007)*

*Auto- ja kuljetustekniikan opiskelijoista koostuva tamperelainen tiimi osallistui vuoden kansainväliseen 2008 Formula Student -kilpailuun Englannin Silverstonessa kokonaan omaa suunnittelua olevalla formulallaan. Teknisten ongelmien vuoksi sijoitus oli 52, mutta ensi vuoden FS09 Formulan suunnittelu on jo täydessä vauhdissa.*

*(Moottori 10/2008)*

*Toukokuussa Tampereen ammattikorkeakoulussa valmistuneen opinnäytetyön mukaan ledien käyttökustannukset voivat olla kymmenessä vuodessa noin viidesosa natriumlamppujen kustannuksista. Kari Kallioharju selvitti työssään ledien soveltamista kasvihuoneissa.*

*(Manssila Petri. 2007. Kauppapuutarhat etsivät säästöjä led-valoista. Maaseudun Tulevaisuus 10.10.2007)*



Insinööreiksi opiskelevien opiskelijoiden yhteistyöt yritysmaailman yhteistyökumppaneiden kanssa herättävät kiinnostusta myös tiedotusvälineissä.

*Tampereen ammattikorkeakoulu ja valomainosyritys Tammerneon uudistavat yhdessä norjalaisen kaupan ilmeen.*

*Opiskelijat mm. vastaavat valomainosten kokoonpanosta Tammerneonin uudessa hallissa Tampereen Nekalassa.*

*Opiskelijoilla on ollut vapaat kädet projektin aikana.*

*He kiittävätkin yritys yhteistyötä. Myös tamperelaisyritys on tyytyväinen yhteistyöhankkeen hedelmiin.*

*(Tampereen Radio. 17.09.2008)*

*Kolme Tampereen ammattikorkeakoulun TAMKin opiskelijaa tekee opinnäytetyönsä Etelä-Kiinan Yunnanin maakunnassa. Opiskelijat selvittävät mahdollisuutta parantaa Kunmingin kaupungin Dian-järvi alueen ympäristöolosuhteita. (...)*

*TAMKin opiskelijat työskentelevät Kunmingissa puoli vuotta. He selvittävät ja tutkivat paikallisten viranomaisten kanssa järven tilaa nykyisin ja ennen sen likaantumista, ympäristöä ja ihmisten kokemuksia ennen kuivakäymälöitä ja näiden jälkeen sekä kasvi- ja ihmisperäisten jätteiden parasta mahdollista kierrättämistä kompostoinnin avulla. (Uusio Uutiset 6/2007)*

#### **4.5 Ylemmät AMK-tutkinnot**

Vuosina 2007 ja 2008 muutama ylempiä ammattikorkeakoulututkintoja koskeva uutinen sai palstatilaa lehdistössä. Kyseiset artikkelit ilmestyivät ylempien AMK-tutkintojen valmistajaisten yhteydessä, jolloin esille tuotiin valmistuvien halua syventää osaamistaan työelämässä.

*Petteri Putkonen, 36, saa tänään jälleen yhden todistuksen ahkeruudestaan. Handelsbankenin rahoituspäällikkönä työskentelevä Putkonen pokkaa paperit ylemmästä AMK-tutkinnosta Tampereen ammattikorkeakoulun yrittäjyyden ja liiketoimintaosaamisen koulutusohjelmista. (...)*

*Tradenomin tutkinnon TAMKissa Petteri Putkonen sai valmiiksi vuonna 2003. Jatkokoulutuksesta hän innostui vuonna 2005, kun halusi lisää tietoa ja taitoa ammatissaan.*

*(Kanninen, Helinä. 2007. Petteri Putkosella pitkä opintie. Tamperelainen 9.6.2007)*

## **5. Tulosten pohdinta ja johtopäätökset**

Tarkasteltaessa opiskelijoiden ja opintojen näkyvyyttä koko TAMKin kannalta, voidaan sanoa että tämän tarkastelun pohjalta saadut erot ovat eri koulutusohjelmien välillä ehkä yllättävänkin suuret. Kaikista suomenkielisistä artikkeleista jotka käsittelivät suoranaisesti TAMKin opiskelijoita ja opintoja, 76 % liittyi kuvataiteen tai viestinnän koulutusohjelmaan. Finlaysonilla sijaitsevassa toimipisteessä opiskelee vain joka kymmenes Tampereen ammattikorkean opiskelija. Ilman heitä Tampereen ammattikorkeakoulun opiskelijoita ja heidän opintojaan ei paljon lehdistössä näkyisi.

On kuitenkin muistettava, että taiteen ja viestinnän oppisisällöt ja projektit ovat enemmän ns. mediaseksikkäitä kuin esimerkiksi sähkötekniikka, joten Finlaysonin toimipisteen näkyvyys varmastikin tulee aina olemaan suurempi kuin muiden koulutusohjelmien. 23:sta eri koulutusohjelmasta kuitenkin vain kymmenen oli saanut viimeisen kahden vuoden aikana näkyvyyttä lehdistössä, ja tämä ei mielestäni vastaa TAMKin viestinnän tavoitetta. Yksikään näistä kymmenestä koulutusohjelmasta ei koskenut aikuisopintoja. Ammatillinen opettajakorkeakoulu ei saanut kertaakaan näkyvyyttä varsinaisesti heidän opiskelijoittensa ja opintojensa osalta.

### ***5.1 Imagotutkimukset kertovat suppean totuuden***

Vaikka Tampereen ammattikorkeakoulu on pärjännyt viimeisen seitsemän vuoden ajan erinomaisesti Taloustutkimus Oy:n toteuttamassa Ammattikorkeakoulujen imagotutkimuksessa, näen itse, ettei tämän tuloksen varaan kannata paljon nojata. Tutustuessa tarkemmin tähän imagotutkimukseen, sieltä nousee monia mielteliääksi pistäviä asioita.

Vuoden 2008 Ammattikorkeakoulujen imago tutkimuksessa Tampereen ammattikorkeakoulun kokonaistunnettavuus vastanneiden kesken oli 17 %, joista kaksi kolmasosaa tunsi TAMKin pelkästään nimeltä. Vain 2 %:lla oli omakohtaisia kokemuksia Tampereen ammattikorkeakoulusta.

Kysyttäessä mistä vastaajat ovat saaneet tietoa yleisesti opiskelusta, oli tiedotusvälineiden osuus vain 7 %. Tampereen ammattikorkeakoulu ei näin ollen ole varmastikaan ainoa korkeakoulu, jonka opintojen näkyvyyttä tiedotusvälineissä tulisi lisätä. Tämä on ennen kaikkea tärkeää siksi, että potentiaaliset hakijat tietäisivät, millaiseen koulutusohjelmaan he ovat hakemassa ja minkä alan ammattilaisia heistä tulee valmistuessaan. Tästä hyvänä esimerkkinä on tietotekniikan koulutusohjelma, jossa on TAMKin suurin keskeyttämisprosentti. TAMKin koordinoivan opinto-ohjaajan Anne Mustosen mukaan suurin osa opiskelijoista olettaa tulevansa koulutusohjelmaan opiskelemaan atk-alaa, kun taas todellisuudessa opiskelut sisältävät lähinnä operaattoreiden sovellusohjelmien opiskelua. Mielestäni tähän ongelmaan voitaisiin vaikuttaa ulkoisen viestinnän keinoin.

## ***5.2 Pienikin uutinen on arvokas***

Jokaisessa Tampereen ammattikorkeakoulun koulutusohjelmassa tehdään erilaisia hankkeita ja projekteja, joihin osaan liittyä myös yhteistyökumppaneita eri yrityksistä. Kysymys ei varmastikaan ole siitä, ettei TAMKilla olisi mitään tiedotettavaa opiskelijoistaan tai heidän opinnoistaan. Kyse pikemminkin siitä ettei usein nähdä sitä, että tästäkin asiasta voisi kirjoittaa lehdistölle tiedotteen.

Omakohaisten kokemusten perusteella väitän, että yksi syy mikseivät kaikki tiedotettavat asiat ylitä uutiskynnystä, on ajankohtaisuuden puuttuminen. Monet koulutusohjelmista viestintäpalveluille tulleet tiedotteet ovat saapuneet viime tipassa, tai pahimmillaan jopa viikkoja myöhässä tapahtuneesta. Uskon myös, että ne tiedotteet jotka ovat suoraan lähteneet lehdistölle opiskelijoiden tai heidän ohjaajiensa toimesta, eivät välttämättä kaikki ole täyttäneet

lehdistötiedotteen kriteereitä. Se on voinut estää toimittajaa ottamasta asian tiimoilta yhteyttä tai haitanneet uutisen laatimista tiedotteenpohjalta.

### **5.3 Uusi TAMK tuo haasteita**

Kilpailu potentiaalista hakijoista kovenee nuorten ikäluokkien pienentyessä, eikä uudeksi TAMKiksi yhdistyvä TAMK ja PIRAMK saa pelkällä yhdistymisellään kilpailuetua muihin korkeakouluihin nähden. Mielestäni on entistä tärkeämpää, että opiskelijoiden opinnoista ja heidän tuloksistaan saadaan näkyvyyttä niin Pirkanmaalla kuin myös valtakunnallisesti. Ennen kaikkea eri koulutusohjelmien yhteistyöprojekteja tulisi markkinoida lehdistölle, jotta hakijat mieltäisivät suuren ammattikorkeakoulun ”yhteistyöhenkiseksi” ja monipuolisten mahdollisuuksien tarjoajaksi.

Jotta uusi TAMK, 1.1.2010 lähtien, osaisi ja pystyisi vastaamaan viestintästrategiisiin haasteisiin, tulisi minun mielestäni tarkastella ennen uuden organisaation yhdistymistä myös PIRAMKin opiskelijoiden ja opintojen näkyvyyttä lehdistössä. Tällä tavalla pystytään luomaan tarkempi viestintästrategia uudelle korkeakoululle, jossa voidaan huomioida mahdolliset ongelmakohdat. Samalla nähdään, kuinka molemmissa ammattikorkeakouluissa on toimittu opiskelijoiden ja opintojen esilletuomisessa. Onko mahdollisesti toisen oppilaitoksen tapa toiminnallisesti ja tuloksellisesti parempi, jolloin se voitaisiin ottaa suoraan yhteisen ammattikorkeakoulun käyttöön.

### **5.4 Henkilökohtaiset tulevaisuuden haasteet**

Työskentelyni TAMKin viestintäpalveluissa tiedotusharjoittelijana sekä opinnäytetyöni ovat saaneet minut vakuuttuneeksi siitä, että tahdon tulevaisuudessakin tehdä töitä tiedottajan ominaisuudessa. Työpäiviin kuuluu haasteita, mielenkiintoisia ihmisiä ja tapahtumia. Näille tulisi suoda mahdollisuus saada näkyvyyttä organisaation sisällä sekä mahdollisesti myös tulla suuremman yleisön tietoisuuteen.

Tiedottajan ja toimittajan töitä on koko ajan Suomessa tarjolla, mutta tekijöitä on sitäkin enemmän. Ensimmäinen suuri haasteeni on valmistuttuani medianomiksi saada hankittua itselleni työ viestintäalan parissa, jossa saan näyttää omaa osaamistani sekä kehittyä paremmaksi viestinnän alan ammattilaiseksi. Toivon myös löytäväni sellaisen työn, jonka parissa pystyn paneutumaan minulle tärkeisiin aiheisiin ja teemoihin. Päättäessäni juuri opintojani uskon, että yksi parhaista kohderyhmistä olisi toimia opiskelijoiden ja nuorten ihmisten parissa. Omistan tuoreet muistot ja kokemukset opiskelijan elämästä ja opiskelusta, ja uskon että tämä antaisi vielä enemmän pontta paneutua annettuun työtehtävään syvällisemmin.

Opinnäytetyöni oli mielenkiintoinen ja haastetta antava prosessi. Aikaisemmin en ollut näin tarkasti tutustunut mihinkään yksittäiseen aiheeseen. Myös näin laajaan aineistoon pohjautuvan taulukoiden tekeminen oli minulle uusi kokemus. Koen onnistuneeni tehtävässä mallikkaasti, ja toivon tulevaisuudessa saavani hyödyntää tästä saamaani oppia uuden tehtävän muodossa. Kokemusten karttuessa vuosien varrella toivon joskus tekeväni myös laaja-alaisempaa tutkimusprosessia jonkun yhtä mielenkiintoisen aiheen parissa.

Haasteita ja tavoitteita on paljon tulevien vuosien varsille, niin työnsaannin kuin eteen tulevien työtehtävien osalta. Löytääkseni itselleni oikeanlaisen työtehtävän aion tarttua jokaiseen annettuun työtehtävään rohkeasti ja vastuuntuntoisesti.

## Lähteet

- *Ikävalko E. 1999. Käytännön tiedottaminen. Jyväskylä: Gummerus.*
- *Ilvonen A. 2007. Miten tiedotan? Vantaa: Opintotoiminnan Keskusliitto ry.*
- *Kuusisto, Päivi ja Pippuri, Mika (1998, 15) Verkkojulkaisun eväät. Tampereen yliopisto, Tiedotusopin laitos, Julkaisuja, sarja C24/1998*
- *Ojanen S. 2003. Tiedota tehokkaasti. Helsinki: Edita Publishing Oy.*
- *Opetusministeriö. [www-sivu]. [viitattu 10.01.2009] Saatavissa: <http://www.minedu.fi/OPM/Koulutus/ammattikorkeakoulutus/?lang=fi>*
- *Taloustutkimus Oy. 2008. Ammattikorkeakoulujen imago.*
- *Taloustutkimus. [www-sivu]. [viitattu 16.11.2008] Saatavissa: [http://www.taloustutkimus.fi/tuotteet\\_ja\\_palvelut/julkisen\\_sektorin\\_tutkimukset/valmiita\\_julkisen\\_kuntasektorin/korkeakoulujen\\_imago/](http://www.taloustutkimus.fi/tuotteet_ja_palvelut/julkisen_sektorin_tutkimukset/valmiita_julkisen_kuntasektorin/korkeakoulujen_imago/)*
- *TAMKin viestintästrategia 2010. [www-sivu]. [viitattu 16.11.2008] Saatavissa: <https://intra.tamk.fi/portal/dt?Tamk.setSelected=Tamk/AsiakirjatContainer&last=false>*
- *Tampereen ammattikorkeakoulu. [www-sivu]. [viitattu 16.11.2008] Saatavissa: <http://www.tamk.fi/fi/WWWTAMKFI/tamk.html>*
- *Åberg Leif. 1996. Viestintä tuloksen tekijänä. Helsinki: Infor Oy TAT.*

## Esimerkkiaineistot

- *Aamulehti. Viikinsaarella virtaa voimakkaasti. 1.8.2008*
- *Aamulehti. Ikimetsässä kuolema ja elämä yhtä tärkeitä. Kangasjärvi, Jukka. 7.8.2007*
- *Aamulehti. Muotokuva kuin ilmestys. Kovasiipi Katri. 20.9.2007*
- *Aamulehti. Hirvitalon kevätkaruselli. Kovasiipi, Katri. 28.3.2008*
- *Aamulehti. Taide etsii ihmistä. Kovasiipi, Katri. 16.10.2008*
- *Aamulehti. Mitä tekee luova tuottaja AMK? Nyrhinen, Tiina. 31.1.2008*

- *Aamulehti. Pitkät jäähyväiset opiskeluajan hengailulle. Nyrhinen, Tiina. 12.5.2008*
- *Aamulehti. Turnausväsymystä ilmassa. Nyrhinen, Tiina. 12.5.2008*
- *Aamulehti. Manga ja perinteinen sarjakuva kohtaavat Tampereella Sihto, Juha. 27.3.2007*
- *Aamulehti. Opiskelijoiden hullu idea muuttuu musikaalielokuvaksi. Sillanpää, Jenita. 27.9.2008*
- *Aamulehti. Galleriakierros – Alitajunnan näkymiä. Sjöberg, Sami. 15.12.2008*
- *Aamulehti. Vesisota ei satuta ketään. Vehkoo, Johanna. 11.1.2007*
- *Akaan Seutu. Halkivahan kylä valikoitui Ennustus-elokuvan näyttämöksi. Mäkinen, Johanna. 15.8.2008*
- *Helsingin Sanomat. Vanhan Viipurin kauniit rakennukset piirretään uudelleen Tampereella. Saarinen Juhani. 12.12.2007*
- *Insu. Lopputyönä rata-auto. Kotilainen Arto. 3/2007*
- *Maaseudun Tulevaisuus. Kauppapuutarhat etsivät säästöjä led-valoista. Manssila Petri. 10.10.2007*
- *Moottori. 10/2008*
- *Moro. Kino-Palatsi pääsee kinaan. Vasara, Päivi. 9.10.2008*
- *Radio 957. [www-sivu]. [viitattu 20.11.2008]*
- *Tampereen kauppakamari 04/08*
- *Tampereen Radio. 17.09.2008*
- *Tamperelainen. Petteri Putkosella pitkä opintie. Kanninen, Helinä. 9.6.2007*
- *Tamperelainen. Juhlat ja uudet koneet motivoivat. Kanninen, Helinä. 7.12.2008*
- *Tamperelainen. Harjoitusyrityksestä lisäintoa opiskeluun. Liukkonen, Katja. 30.1.2008*
- *Uusio Uutiset. 6/2007*