

ARTIKKELI

TUTKIMUKSEN PUUTE ON UHKA MEDIAN MONINAISUUDELLE

MARKUS MYKKÄNEN JA VILLE MANNINEN

Suomalainen media näyttää pintapuolisesti varsin moninaiselta. Lehtiä, televisio- ja radiokanavia on vielä paljon, ja niitä seurataan laajalti. Tosiasiassa tiedoissamme moninaisuuden nykytilasta on vaarallisen suuria aukkoja.

Median moninaisuus on tärkeä asia suomalaiselle yhteiskunnalle. Se luo kansalaisille mahdollisuuden vapaaseen mielipiteenmuodostukseen ja sitä myöten poliittiseen keskusteluun. Median moninaisuuden on ajateltu tarkoittavan muun muassa lukuisia erilaisia tietolähteitä, mahdollisuutta seurata viestimien välityksellä yhteiskunnan toimintaa ja sitä koskevia mielipiteitä sekä osallistua keskusteluun ja vaikuttaa viestinnän sisältöihin (Heinonen ja Nordenstreng 2015; Pohjolainen 2015). Tärkeystään huolimatta median moninaisuudesta Suomessa on olemassa vain puutteellista tietoa – nykyinen tutkimus ja tilastointi eivät riitä antamaan siitä kokonaiskuvaa. Tilanne voi johtaa monopolistisen vallan huomaamattomaan kasvuun, tiedonvälityksen kaventumiseen ja pahimmillaan demokratian rapautumiseen.

Median moninaisuutta tavoitellaan

Suomalaisessa mediapolitiikassa median moninaisuus on yleisesti hyväksytty tavoite ja vakiintunut käsite. Median moninaisuutta on jo 1990-luvun alusta lähtien pidetty tavoiteltavana ihanteena erityisesti journalistisen median sekä informatiivisten sisältöjen osalta. Keskustelu asian tiimoilta on silti ollut epämääräistä, eikä valtiollinen mediapolitiikka ole kyennyt kovin johdonmukaisesti sitä edistämään. Merkittävä syy ongelmille on ollut moninaisuus-käsitteen abstraktius ja vakiintumattomuus mediapolitiikan piirissä.

Tutkijoiden parissa median moninaisuutta tarkastellaan usein Philip Napolin (1999) määritelmien kautta. Hän hahmottaa moninaisuudessa kolme ulottuvuutta: lähteiden, sisällön ja käytön moninaisuuden. Näistä jokainen jakautuu vielä kolmesta neljään alulottuvuuteen, joten kyseessä on siis varsin monitahoinen käsite. Jokainen yhdestätoista moninaisuuden ulottuvuudesta kuitenkin puolustaa paikkaansa, jos niitä tarkastelee kansalaisyhteiskunnan näkökulmasta.

Lähteiden moninaisuus on käsitteenä helppo ymmärtää. Esimerkiksi kymmenen sanomalehden tai televisiokanavan voisi olettaa tarjoavan moninaisempaa sisältöä kuin yhden. Tämä on yksi, mutta varsin suppea tapa tarkastella lähteitä, sillä kymmenelläkin sanomalehdellä voi olla yksi ja sama omistaja. Televisiokanava tai sen omistaja ei myöskään

ole aina sisällön varsinainen tuottaja, vaan media-tuotteita voidaan ostaa freelancereilta tai tuotantoyhtiöiltä. Samat sisällöt voivat täyttää useiden eri omistajien julkaisuja ja lähetyksiä. Lähteiden moninaisuutta voikin tarkastella myös omistajien ja sisällöntuottajien kautta: kuinka paljon ja kuinka erilaisia ne ovat? Neljäntenä lähteiden tarkastelun tasona voidaan pitää tuotannon työntekijöitä: saman yhtiön sisällä voi olla paljonkin moninaisuutta tai useiden tuotantoyhtiöiden henkilöstö voi muodostaa homogeenisen sisäpiirin.

Sisällön moninaisuus kattaa sen määrän ja monipuolisuuden. Jos televisionkatsoja voi valita kolmen eri ohjelman väliltä, on sisältövaihtoehtojen moninaisuus suurempi kuin kahden ohjelman väliltä valitessa. Sisällön moninaisuudeksi katsotaan myös ohjelmatyyppejen ja erilaisten formaattien laaja tarjonta – rinnakkain eri kanavilla esitettävät tilannekomediat tarjoavat kyllä sisältövaihtoehtojen, mutta eivät sisältötyyppien moninaisuutta. Lisäksi sisällön tarjoamien katsomusten, mielipiteiden ja kulttuurillisten merkitysten tarjonta kuuluu sekoin sisällön moninaisuuteen. Tällä voidaan tarkoittaa esimerkiksi sitä, että moniarvoisessa mediassa kuullaan niin liberaaleja kuin konservatiivisia mielipiteitä. Sisällön moninaisuuden osa-alue on lisäksi demografinen moninaisuus, mikä voidaan ymmärtää mediassa esiintyvien ihmisten kirjoksi. Sisällöltään moninainen media siis tarjoaa runsaasti erityyppisiä vaihtoehtoja, joissa saavat sijansa niin erilaiset ihmiset kuin mielipiteet.

Kolmas ulottuvuus, käytön moninaisuus, antaa kuvan siitä kuinka onnistunutta mediatarjontaa on. Siinä huomio kiinnittyy yleisön mediankulutukseen: kuinka runsasta ja monipuolista se on. Tämä kielii yleisön suhteesta mediaan sekä median kyvystä vastata kysyntään. Tältä osin kiinnostavaa ovat median käytön määrä, yleisöjen jakautuminen sekä yksittäisen kansalaisen huomion jakautuminen. Jos median käyttö jää kokonaisuudessa vähäiseksi tai jos se keskittyy vain harvoihin mediatuotteisiin, kertoo se siitä, ettei tarjontaa kohtaa kysyntää. Silloin suurinkin tarjontapuolen moninaisuus valuu hukkaan.

Keskustelu moninaisuudesta on termien sekametelisoppaa

Median moninaisuuden tutkimus on Suomessa ollut kirjavaa. Vuosina 2017–18 Jyväskylän ja Tampereen yliopiston journalistiikan tutkijat kartoittivat median moninaisuuden käsitteistöä sekä aiempaa tutkimusta. Katsaus oli osa liikenne- ja viestintäministeriön (LVM) tilaamaa *Media- ja viestintäpolitiikan nykytila ja mittaaminen* -hanketta (Ala-Fossi ym. 2018). Tavoitteena oli analysoida mediapolitiisista dokumenteista ja lainsäädännöstä, mitä moninaisuudella oikeastaan tarkoitetaan.

Tutkimusaineistoa oli yli 20 vuoden ajalta ja se käsitti 280 erilaista dokumenttia ja lainkohtaa. Kattava aineisto oli omiaan kertomaan, millaisia merkityksiä moninaisuudella on mediapolitiikassa ollut. Hankkeen tulokset osoittivat (Hellman, Manninen, Mykkänen ja Kuutti, 2018), että moninaisuudella on yli puolessa tapauksissa (63 %) tarkoitettu median sisältöjen moninaisuutta, toisinaan medialähteiden moninaisuutta (35 %) ja hyvin harvoin käytön moninaisuutta (2 %). Mediapolitiisissa dokumenteissa eniten painoa moninaisuuden näkökulmasta annetaan siis sisällöille. Aineistosta havaittiin myös, että keskustelu median moninaisuuden ympärillä on viimeisen 20 vuoden aikana keskittynyt lähinnä vuosille 2008 ja 2013–14, jolloin tehtiin isoja lakimuutoksiin liittyneitä esitöitä. Projekti osoitti, että median moninaisuudesta puhuttaessa virkakieleen on pesiytynyt termi ”monipuolisuus”, jota käytetään mediapolitiisissa dokumenteissa jäsentymättömästi, viittaamaan milloin mihinkin. Monipuolisuudesta onkin tullut yleistermi, jolla on saatettu tarkoittaa mediavaihtoehtojen määrää, omistajien tai sisältövaihtojen määrää tai sisällön tekijöiden ja sisältötyyppien monipuolisuutta.

Moninaisuuden käsitettä ei mediapolitiikassa ole varsinaisesti koskaan määritelty. Tämä on johtanut siihen, että erilaisilla moninaisuutta kuvaavilla ilmaisuilla viitataan eri asioihin eri yhteyksissä. Ilmaisujen sisältö ei välttämättä selviä edes niiden käyttökontekstista. Termien runsas ja villi käyttö on johtanut siihen, että mediapolitiikassa eniten käytetyistä termeistä on muodostunut abstrakteja, periaatteellisia ihanteita. Niiden pohjalta tehdään ympärilyöreitä mediapolitiisista päätöksiä, joita oikeutetaan näihin epämääräisiin ihan-

teisiin vetoamalla. Tehdyt muutokset voidaan näin ”myydä” poliitikoille, virkamiehille, alan toimijoille ja lopulta yleisölle. Epämääräisyys termeissä johtaa myös siihen, että mediapolitiikan onnistumista on vaikea arvioida.

Mediapolitiisessa päätöksenteossa moninaisuus näkyy nykyisellään lähinnä sähköisen viestinnän kohdalla. Esimerkiksi 1990-luvun alkupuolella hyväksytty laki Yleisradiosta korostaa julkisen palvelun luomaa journalismin ja median moninaisuutta. Samoin vuodelta 2014 oleva laki sähköisistä mediapalveluista pyrkii turvaamaan ohjelmistotarjonnan moninaisuuden sekä ottamaan huomioon erityisryhmien tarpeet. Julkisuudessa käytävässä keskustelussa sananvapaudesta ei kuitenkaan viitata median moninaisuuteen tai sen merkitykseen demokratiassa.

Edellä johdannossa esitetty Napolin (1999) mallin mukaelma on ollut yritys systematisoida ja selkeyttää moninaisuuteen liittyvää käsitteistöä, etenkin mediapolitiisessa keskustelussa. Mallilla on pyritty kattamaan nimenomaan vapaan mielipiteenmuodostuksen ja toimivan kansalaisyhteiskunnan kannalta oleelliset moninaisuuden osa-alueet. Valitettavasti moninaisuuden toteutumisen mittaaminen näillä osa-alueilla on Suomessa vaihtelevaa.

Moninaisuuden nykytilaa on vaikea mitata

Suomalaismedian moninaisuutta kuvaavaa, ajantasaista tietoa ei kaikilta osin ole olemassa. Osaa tarvittavasta tiedosta ei ole koskaan kerättykään, joiltain osin tietojen kerääminen on lopetettu ja joiltain osin dataa on nyky menetelmin liian kallista tai jopa mahdotonta kerätä.

Mediavaihtoehtojen määrää voidaan mitata yksinkertaisesti sanomalehtien, aikakauslehtien, televisiokanavien ja radiokanavien lukumäärillä. Suomessa julkaistiin viime vuonna 38 päivälehteä eli 4–7 kertaa viikossa ilmestyvää sanomalehteä (Tilastokeskus 2019). Aikakauslehtiä ilmestyi 3 230, jos mukaan otetaan myös harvemmin kuin neljästi vuodessa ilmestyvät lehdet (Kansalliskirjasto 2019). Suomessa oli viime vuonna 21 valtakunnallista radio- ja 18 televisiokanavaa (Tilastokeskus 2019). Edellä mainituista sanomalehtien määrä on laskenut tasaisesti 1980-luvulta alkaen, kun taas radio- ja televisiokanavat ovat lisäänty-

neet. Aikakauslehtien määrä vastaa kutakuinkin 1970-luvun tasoa. Mediavaihtoehtojen osalta suomalaismedia vaikuttaa siis varsin moninaiselta.

Omistuksen monimuotoisuus onkin sitten jo heikommassa kantimissa. Vuonna 2017 sanomalehtialan suurin yhtiö kattoi 19 % päivälehtien kokonaislevikistä ja neljä suurinta yhteensä noin 56 % (Tilastokeskus 2019). Nämäkin tiedot ovat paitsi vanhentuneita myös puutteellisia: niistä puuttuvat muun muassa *Iltalehden* ja *Ilta-Sanomien* levikit. Eurooppalaisella mittapuulla Suomen tilanne luultavasti ylttäisi keskitason keskittymiseen (Euroopan neuvosto 2009, 11). Kaikkien aikakauslehtien osalta yhtiökohtaisia levikkitietoja ei ole saatavilla vuoden 2013 jälkeen, mutta Tilastokeskuksen (2019) tietojen perusteella keskittyminen oli korkeaa jo kuusi vuotta sitten: markkinajohtajan lehdet vastasivat tuolloin yli kolmannesta kaikesta levikistä ja 84 % levikistä syntyi kolmen suurimman yhtiön lehdistä. Sen tuoreempia markkinaosuuslukuja ei ole käytössä. Niin radio- kuin televisioalan keskittyminen on suurta. Suurin yhtiö (kummallakin alalla Yleisradio) vastaa lähes puolesta kaikesta kuuntelusta ja katselusta sekä kolme suurinta yhtiötä pitkälti yli 80 %:sta (Tilastokeskus 2019). Omistuksen puolesta sanomalehdet ovat siis reilusti moninaisempia kuin aikakauslehdistö tai radio- ja televisiokanavat, vaikka myös sanomalehdistön omistus on keskittymään päin.

Sisällön tarjoajien tai sisällöntekijöiden monimuotoisuuteen liittyvää tietoa ei juurikaan ole saatavilla. Televisio-ohjelmien alkuperämaita tutkittiin osalla televisiokanavia vuosina 1997–2014 (Hellman ym. 2018, s. 118). Nykyään ainoa säännöllinen TV-sisältöjen tutkimus on LVM:n lakisääteinen valvonta, joka keskittyy ohjelmien eurooppalaisuusasteen ja niin kutsuttujen riippumattomien tuottajien osuuden seuraamiseen. Muun median kuin television osalta sisällön tarjoajia ei juurikaan tutkita. Myös sisällöntekijöiden tutkiminen on media-alalla varsin satunnaista. Yhtiöt kyllä saattavat teettää sisäisiä katsauksia esimerkiksi sukupuolten määräsuhteista, mutta koko alaa edustavat tutkimukset ovat harvinaisia. Esimerkiksi naisten roolia mediassa tarkkaileva GMMP-tutkimus toteutetaan vain joka viides vuosi (Macharia 2015). Nykyinen tietopohja mediasisältöjen tuottajista on lähes olematonta.

Sisältövaihtoehtojen määrästä tai monipuolisuudesta ei nykyään kerätä systemaattisesti tietoa, joten muutokset esimerkiksi uutissisältöjen suhteesta viihteellisiin sisältöihin nähdessä jäävät arvailujen varaan. Yritykset itse kerännevät tätä tietoa omiin tarpeisiinsa, mutta data jää sisäiseen tai parhaimmillaankin viranomaiskäyttöön. Kokonaiskuva ja sitä koskeva julkinen keskustelu puuttuvat. Liikenne- ja viestintäministeriön tilaamassa *Media- ja viestintäpolitiikan nykytila ja mittaaminen* -raportissa suositellaan, että ainakin sisältötyyppien monipuolisuutta alettaisiin mitata säännöllisesti. Suosituksia ei toistaiseksi ole toteutettu, kuten ei ole myöskään median moniarvoisuutta ja mediasisältöjen demografista moninaisuutta koskevia mitatausehdotuksia (Hellman ym. 2018). Kuka mediasisältöjä tekee ja millaisia arvoja ne edustavat, ovat kumpikin moninaisuuden kannalta tärkeitä kysymyksiä. Ne myös nousevat säännöllisesti julkisiksi kiistakysymyksiksi – siksi onkin valitettavaa, ettei tutkimuksella ole tarjota aineksia rakentavalle keskustelulle.

Suomalaisen demokratian kannalta käytön moninaisuus lienee median moninaisuuden oleellisin alue. Laajalla ja monipuolisellakaan tarjonnalla ei ole kansalaisyhteiskunnalle merkitystä, ellei yleisö hyödynnä sitä. Mediakäytön määrää mitataan säännöllisesti ja se ilmaistaan minuutteina vuorokaudessa. Olemassa olevien tilastojen perusteella tiedetään, että suomalaisten mediankäyttö lisääntyy tasaisesti ja on nyt lähes kahdeksan tuntia vuorokaudessa. Lisäys kuitenkin syntyy lähinnä internetin käytöstä, joka on jo vuosia ollut tärkein yksittäinen mediaväline. Kirjat ja erilaiset lehdet vastaavat yhdessäkin vain noin 13 prosenttia päivittäisestä media-ajasta. (Tilastokeskus 2019). Tämä on tärkeä tieto tulkittaessa muita moninaisuuden mittareita, sillä juuri verkkosisällöistä on vaikeinta saada kattavia tietoja. Ongelmaksi muodostuu jo suomalaisten kannalta oleellisen verkkomedian määrittäminen: tulisiko esimerkiksi YouTuben massiivinen tarjonta rinnastaa vaikkapa Yle Areenan sisältöihin? Internetiltä myös puuttuvat samanlaiset kattavat etujärjestöt ja lakisääteiset arkistointivelvoitteet, jotka muilla aloilla auttavat Tilastokeskuksen aineistonkeruuta. Datan hankkiminen vaatisi siis kokonaan uutta ja menetelmällisesti raskasta tutkimusta.

Käytön moninaisuuteen sisältyy myös yleisön jakautuminen, eli horisontaalinen monipuolisuus. Tätä jakaamaa olisi mahdollista tarkastella monella eri tapaa, esimerkiksi aikakauslehtien tai radio-kanavien osuuksia kunkin alan yhteenlasketuista tavoittavuuksista. Näin tehtiin LVM:n tilaamassa tutkimuksessa (Ala-Fossi ym. 2018). Yhteenlasketuja tavoittavuuksia tarkasteltaessa moninaisuus ei heikkenisi, vaikka jokainen suomalainen kuulutelisikin Ylen Radio Suomea, kunhan he kuuntelisivat myös muita kanavia. Tätä käytön jakaamaa kuvaava tunnusluku asettuu niin televisio-, radio-, aikakauslehti- kuin sanomalehtialallakin hyvin matalalle, mikä osoittaa median käytön jakautuvan varsin laajalle. Mikään aloista ei siis ole vain muutaman huippusuositun mediavaihtoehdon hallitsema.

Lopuksi median käyttöä olisi hyödyllistä tarkastella myös yksilötasolla. Edellä mainitut mittarit nimittäin voivat vielä peittää sisäänsä hyvinkin vaihtelevia mediarutiineja. Kenties osa suomalaisista keskittyy vain yhteen mediavaihtoehtoon tai -tyyppiin kun toiset ahmivat sisältöjä sitäkin monipuolisemmin. Seikka on demokratian toiminnan kannalta oleellinen. Asian toteaminen kuitenkin vaatisi edustavaan otokseen perustuvaa, yksityiskohtaista yleisötutkimusta. Mediayhtiöt saattavat tuottaa tällaista tietoa omista sisällöistään, kenties myös kilpailijoidensa vastaavista sisällöistä, mutta kattava ja etenkin julkisesti käytettävissä oleva tieto aiheesta puuttuu.

Moninaisuuden puute tullaan huomaamaan

Suomalainen media näyttäytyy pintapuolisesti varsin moninaisena. Maassa julkaistaan paljon sanomaa ja aikakauslehtiä sekä lähetetään televisio- ja radio-sisältöjä usealla eri kanavalla. Yleisö myös näyttäisi hyödyntävän tarjontaa varsin laajasti sen sijaan, että kerääntyisi vain yhden kanavan tai lehden ääreen. Valtaosa tästä kirjosta on kuitenkin harvoissa käsissä, sillä käytännössä kolme tai neljä suurinta yhtiötä hallitsee kutakin alaa. Sanomalehtialan keskittyminen on matalinta, mutta silläkin kehitys kulkee kohti yhä kapeampaa omistuspohjaa.

Voidaan oikeastaan todeta, että suurimmaksi osaksi emme tiedä suomalaismedian moninaisuudesta mitään. Kuka mediasisältöjä tuottaa? Onko tarjonta lisääntynyt ja monipuolistunut vai ka-

ventunut ja köyhtynyt? Mitä arvoja ja ihmisryhmiä media edustaa ja mitkä se sivuuttaa? Muodostavatko suomalaiset tasapäisen mediayleisön vai kätkekö massa sisäänsä median suurkuluttajien ja välttelijöiden vähemmistöjä? Pistetietoa sieltä sun täältä löytyy, mutta sen lisäksi tarvittaisiin myös aikasarjoja, jotta voisimme todeta moninaisuuden kehityssuunnat. Niiden puuttuessa tarkkaakin tietoa on vaikea käyttää oikeiden päätösten tekemiseen.

Yksiselitteisen tiedon puuttuessa median moninaisuuden parantamiseksi on vaikea tehdä mitään. Oli kyse sitten valtiojohtoisesta mediapolitiikasta tai yhtiölähtöisestä strategiasta, muodostuu puuttumiskynnys korkeaksi, ellei todellista ongelmaa voida osoittaa. Vaikka moninaisuuden hiipuminen ei olisikaan vielä ilmeistä, voi se aiheuttaa ongelmia tulevaisuudessa. Julkinen keskustelu yksipuolistuu ja vähenee, maailmankatsomuksiltaan eripuraiset ryhmät käpertyvät itseensä ja rakentavat maailmankuvansa aiempaa sisäsiittoisemmalle pohjalle. Jäljelle jäävien mediasisältöjen vaikutusvalta yhteiskuntaan voimistuu, minkä myötä yhä useampi asia on yleisön silmissä itsestään selvä totuus ja yhä harvempi poliittisesti neuvoteltavissa oleva näkemys.

Ensimmäisen maailmansodan jälkeen nuori amerikkalaistoimittaja Walter Lippmann oli vaikuttanut propagandan voimasta. Hän totesi median vaikutuksen ihmisiin olevan valtava, koska suurimmaksi osaksi he kokevat maailman vain “kuvina päässään” – arkipöytämenestysten ulkopuolinen maailma oli ja on yhä lähinnä median maalaama mielikuva (Lippmann, 1922). Lippmannin johtopäätös oli se, että asiantuntijoiden pitäisi hallita mediaa ja sitä kautta yleisön mediasta saamia mielikuvia. Näin käsitys maailmasta pysyisi todenmukaisena ja julkinen keskustelu asiassa.

Lippmannin ideaa kritisoitiin heti tuoreeltaan, ja nykyään sillä lienee varsin vähän kannatusta: olivat asiantuntijat kuinka viisaita ja vilpittömiä tahansa, he eivät kykene ottamaan huomioon kaikkia näkökulmia. Maailma on moninainen ja niin tulisi olla myös median välittämän mielikuvan siittä. Tutkijoiden tehtävä ei ole määrittää median sisältöjä, mutta heillä on velvollisuus kantaa huolta sen köyhtymisestä.

Lähteet

- Ala-Fossi, M.; Alén-Savikko, A.; Grönlund, M.; Haara, P.; Hellman, H.; Herkman, J.; Hildén, J.; Hiltunen, I.; Jääsaari, J.; Karppinen, K.; Koskeniemi, A.; Kuutti, H.; Lehtisaari, K.; Manninen, V.; Matikainen, J.; Mykkänen, M. (2018). *Media- ja viestintäpolitiikan nykytila ja mittaaminen*. Liikenne- ja viestintäministeriön julkaisuja 4/2018. <http://urn.fi/URN:ISBN:978-952-243-548-4>
- Euroopan neuvosto (2009). *Methodology for Monitoring Media Concentration and Media Content Diversity*. Strasbourg: Euroopan neuvosto. Saatavilla verkossa: <https://rm.coe.int/090001680483b18>
- Heinonen, A. ja Nordenstreng, K. (2015). Yhteenveto: Sananvapaus tarkkailussa. Teoksessa: Nordenstreng, K. (toim.), *Sananvapaus Suomessa*. Tampere: Tampere University Press, 234–247.
- Hellman, H., Manninen, V., Mykkänen, M. ja Kuutti, H. 2018. Median monimuotoisuus ja moniarvoisuus. Teoksessa *Media- ja viestintäpolitiikan tila ja sen mittaaminen*. Liikenne- ja viestintäministeriön julkaisuja 4/2018, s. 98–136.
- Kansalliskirjasto (2019). Julkaisu- ja kartutustilasto. Saatavilla verkossa: <https://www.kansalliskirjasto.fi/fi/julkaisu-ja-kartutustilastot>.
- Macharia, S. (2015). *Global Media Monitoring Project 2015*. World Association for Christian Communication. Saatavilla verkossa: http://cdn.agilitycms.com/who-makes-the-news/Imported/reports_2015/global/gmmp_global_report_en.pdf
- Napoli, P.M. (1999). Deconstructing the diversity principle. *Journal of Communication* 49:4, 7–34.
- Pohjolainen, T. (2015). Suurlakosta perusoikeusudistukseen: Sananvapauden sääntely Suomessa 1900-luvulla. Teoksessa: Nordenstreng, K. (toim.), *Sananvapaus Suomessa*. Tampere: Tampere University Press, 69–104.
- Lippman, W. (1922). *Public opinion*. New York.
- Tilastokeskus. (2019). *Joukkoviestintä* [verkkójulkaisu]. ISSN=2323-6329. Helsinki: Tilastokeskus [viitattu: 7.10.2019]. Saatavilla verkossa: <http://www.stat.fi/til/jvie/index.html>

Markus Mykkänen on journalistiikan tutkijaohjuri ja Ville Manninen journalistiikan yliopisto-opettaja Jyväskylän yliopiston kieli- ja viestintätieteiden laitoksella.

ALKUPERÄISAINESTOJEN JA -ESINEIDEN PALAUTUS

Suomi luovuttaa Yhdysvaltain alkuperäiskansojen edustajille Suomen kansallismuseon Mesa Verde -kokoelman ihmisperäiset aineistot noin kahdenkymmenen pueblo-intiaanin haudoista, jotka ovat peräisin arviolta 1200-luvulta. Ihmisluiden ja muumioiden lisäksi luovutetaan haudoissa olleita hautaesineitä. Jäämistöt ovat erityisen merkityksellisiä Pohjois-Amerikan intiaanikansojen jälkeläisille. Muu osa noin 600 kohteen Mesa Verde -kokoelmasta jää Suomen kansallismuseolle.

On tärkeä pohtia, mitkä näkökohdat puoltavat alkuperäisaineistojen ja -esineiden palauttamista museokokoelmista niiden alkuperäismaahan ja -kulttuureille. Suomen kansallismuseon ylijohtajan **Elina Anttilan** mukaan kansainvälisesti pyynnöt ovat lisääntyneet. ”Lähtökohtaisesti kokoelman olisi hyvä pysyä kokonaisuutena, hyvin säilytettynä ja tieteellisen yhteisön saavutettavissa.

Palautuksen ohella ratkaisuihin voivat olla myös kokoelmien saavutettavuuden lisääminen, esinelainat ja aktiivinen vuorovaikutus alkuperämaiden kanssa.”

Tänä päivänä kulttuuriperintöaineistojen viemistä pois alkuperämaasta säätelevät kansainväliset sopimukset. 1890-luvulla, kun Mesa Verde -kokoelma kerättiin, sopimuksia ei ollut laadittu, ja aineistoja kuljetettiin mittavasti maista toisiin. Yhdysvalloissa Mesa Verden alueesta Coloradossa tehtiin kansallispuisto vuonna 1906.

TUTKINNOSTA TYÖELÄMÄÄN

Yliopistojen kandipalautteen sekä maisteri- ja tohtoriuraseurantakyselyjen 2018 tulosraportti on julkaistu. Raportin perusteella kandidaatiksi valmistuneet vastaajat olivat pääosin tyytyväisiä opintoihinsa sekä tutkintoon, pitivät niitä kiinnostavina, opiskelivat suunnitelmallisesti ja heillä oli hyvät opiskelutaidot. Kuitenkin yliopistojen resurssien pienentyminen näkyi opiskelijoiden arjessa.

”Tämä on erittäin huolestuttava viesti. Viime vuosien leikkaukset näkyvät jo, ja tilanne muuttuu tästä vielä huonommaksi, jos yliopistot velvoitetaan lisäämään aloituspaikkoja OKM:n esittämässä mittakaavassa ilman lisäresursseja”, toteaa Suomen yliopistojen rehtorineuvosto UNIFI ry:n toiminnanjohtaja **Leena Wahlfors**.

Maistereiden uraseurannan perusteella maisterit olivat sijoittuneet työelämään hyvin, vaikkakin erilaisia urapolkuja pitkin. Vastaushetkellä työssä oli 94 prosenttia ja työttömänä 2 prosenttia vastaajista. Suurin osa vastaajista on työskennellyt valmistumisestaan asti ilman merkittäviä katkoksia työurassa. Myös tohtorit olivat työllistyneet hyvin ja monipuolisesti eri aloille ja erilaisiin tehtäviin, vaikka yliopisto on tohtoreiden suurin yksittäinen työnantaja. Vastaushetkellä työssä oli 95 ja työttömänä ainoastaan 2 prosenttia vastaajista.

Sekä kandipalautteen että maistereiden ja tohtoreiden uraseurantojen keskeiset tulokset julkaistiin nyt ensimmäistä kertaa yhdessä raportissa. Näin saadaan monipuolinen kuva siitä, minkälaisia palautetta opiskelijat antavat ja minkälaisia heidän urapolkunsa ovat. *Tutkinnosta työelämään* -raportin on tilannut UNIFI ry ja aineistojen analysoinnin on toteuttanut tutkijaohjuri **Tuija Koivunen**.