

# PENNI AJATUKSISTASI

Pamfletti ajatushautomoiden  
representaatiosta mediassa



Jesse Ukkonen  
Melissa Hokkanen  
2016

# Sisällys

<b>Aluksi.....</b>	<b>1</b>
<b>1. Vaikuttajaviestintä.....</b>	<b>2</b>
<b>2. Tarkastelussa kolme suomalaista ajatushautomoa.....</b>	<b>5</b>
2.1 Ellun Kanat.....	6
2.2 Suomen Perusta.....	7
2.3 Libera.....	8
<b>3. Diskurssianalyysi ajatushautomoiden työn representaatiosta mediassa..</b>	<b>10</b>
3.1 Ellun Kanat.....	11
3.2 Suomen Perusta.....	12
3.3 Libera.....	13
3.3 Yhteenvetoa.....	14
<b>Lopuksi.....</b>	<b>15</b>
<b>Lähdelistä.....</b>	<b>16</b>

# Aluksi

Ajatushautomolla (think tank) tarkoitetaan tutkimuslaitosta, yritystä tai muuta itseään riippumattomana tai puolueellisena pitävää organisaatiota. Ajatushautomoiden tavoitteena on tuoda vaihtoehtoja ja hakea ratkaisuja tulevaisuuden haasteisiin tutkimustietoa hyödyntäen. Niiden toimintatapoja ovat muun muassa erilaiset julkaisut, raportit, työpajat ja mediapuheenvuorot.

Tekstissämme tarkastelemme perinteisiä ajatushautomaita, jotka tuottavat tietoa ensisijaisesti vallanpitäjille ja poliittisille sekä taloudellisille päättäjille. Tavoitteenamme on tutkia ajatushautomoiden representaatiota mediassa.

Tarkempaa tarkastelua varten olemme valinneet kolme suomalaista ajatushautomoa: viestintätoimisto Ellun Kanat, joka profiloituu lyhyessä ajassa mediahuomion valokiilaan nousseeksi “näkemykselliseksi ja haastavaksi taistelupariksi”, Suomen Perustan, Perussuomalaisten ajatushautomo, jonka “tarkoituksena on suomalaista kansanvaltaista yhteiskuntaa kehittävän yhteiskunnallisen tutkimuksen, keskustelun ja päätöksenteon edistäminen”, sekä Libera, puoluepolitiikasta riippumattoman ajatushautomon, jonka tehtävänä on “tukea ja edistää yksilönvapautta, vapaata yrittäjyyttä, vapaita markkinoita ja vapaata yhteiskuntaa.”

Analyysimetodina hyödynnämme diskurssianalyysiä, jonka avulla pyrimme muodostamaan monitahoisen kokonaisuuden ajatushautomoiden työn representaatiosta mediassa. Lisäksi paneudumme ajatushautomoiden harjoittamaan vaikuttajaviestintään, ja pohdimme ajatushautomoiden ansiota sekä niihin kohdistuvaa kritiikkiä.

Helsingissä 11.12.2016

Jesse Ukkonen

Melissa Hokkanen

ELLUN  KANAT

SUOMEN  PERUSTA

**libera**

# 1. Vaikuttajaviestintä

Ajatushautomoiden edustajat voidaan nähdä konsultteina, jotka pyrkivät vaikuttamaan poliittiseen päätöksentekoon. Hautomoiden tärkeimpiä tehtäviä onkin pyrkiä työnsä kautta vaikuttamaan – usein vaikuttamista auttaa työntekijöiden ja asiakkaiden poliittiset suhteet, toisinaan lämmin veljeily saunan lauteilla.

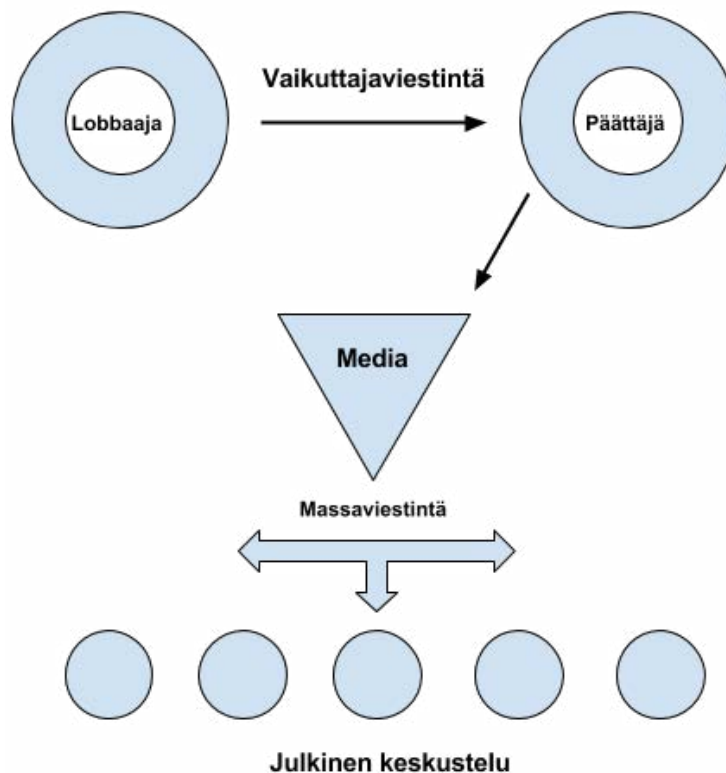
Yhä useamman viestintätoimiston retoriikassa puhutaan vaikuttajaviestinnästä (eli lobbauksesta) ja mahdollisuusviestinnästä, joiden tarkoituksena on usein poliittiseen keskusteluun tai lainsäädäntöön vaikuttaminen. Nämä toimistot ovat kuitenkin kaupallisia toimijoita, joiden osallistuminen koko maan kansaa koskevien asioiden päättämiseen on kyseenalaista. Toisaalta yritykset ovat myös yhteiskunnallisia toimijoita ja vaikuttavat ehkä tiedostamattaankin ihmisten toimintaan sekä mielipiteisiin.

Milloin vaikuttajaviestinnän kriteerit sitten täyttyvät? Wikipedian mukaan vaikuttajaviestinnän tarkoituksena on “vaikuttaa epävirallisesti päättäjiin ja poliitikkoihin.” (<https://fi.wikipedia.org/wiki/Lobbaus> luettu 11.12.2016). Kun yksittäinen henkilö tuo mielestään tärkeän asian esiin sosiaalisessa mediassa ja saa näkemykselleen tukea, se nousee nopeasti julkiseen keskusteluun. Ei ole tavatonta, että tällainen yksityishenkilön aloittama lumipalloeefkti on vaikuttanut päättäjiin ja aikaansaanut merkittäviäkin muutoksia. Esimerkiksi toimittaja Ina Mikkolan vuoden 2016 Slushissa kokema lähentely ja seksuaalinen häirintä sai Facebookissa laajaa näkyvyyttä ja päättyi viikon puheenaiheeksi. Kirjoitus poiki runsasta keskustelua startup-maailman seksismistä ja myös yleisesti tasa-arvosta (HS: “Slush lupaa puuttua tapahtuman iltajuhlissa esiintyneeseen seksuaaliseen häirintään monin tavoin – ‘Täällä on nollatoleranssi seksismille’” 5.12.2016). Tällaisesta some-paineesta nopealla tahdilla syntyneet päätökset voivat olla toisaalta kaivattuja, toisaalta petollisia. Mikkolan tapauksesta syntynyt keskustelu oli varsin kaivattua.

Perinteinen vaikuttajaviestintä elää voimakasta murrosvaihetta. Erilaisten viestintäkanavien määrä on kasvanut räjähdysmäisesti ja uusia kanavia kehitetään alati, elinkeinoelämä on monipuolistunut, ja lainsäädäntö pirstaloitunut. Näistä syistä eri intressitahojen ja päätöksentekijöiden välinen vuorovaikutus hakee uusia muotoja. Tavallinen kuntalainen voi tuoda sosiaalisen median avulla näkökulmansa vaikuttajaviestinnän periaattein. Tällöin korkeamman tason vaikuttajaviestintä, jossa tieto siirtyy konsultilta päättäjälle, eliminoituu. Uusiin mahdollisuuksiin liittyy kuitenkin riski: kuka vain voi laukoa mielipiteitään perusteita ja usein sosiaalisessa mediassa mielipiteestä tulee fakta. Donald Trumpin voitto Yhdysvaltain presidentinvaaleissa oli osaltaan sosiaalisessa mediassa huutelun ja mediakentän valloittamisen tulosta.

**Teksti jatkuu »**

### Perinteisen vaikuttajaviestinnän matka



**Vaikuttajaviestinnän voi ajatella kulkevan lobbaajan kautta päättäjälle, jolta se annetaan ulos medialle. Lopulta media muotoilee viestin kansalaisille ja antaa siemenen julkiseen keskusteluun. Viestin kulkee siis kolmen “suodattimen” läpi.**

Ajatushautomoiden palveluja ostavat päättävät tahot eivät tilaa objektiivista tietoa tai neutraalia katsausta selvitettävästä asiasta. Sen sijaan he etsivät omaa poliittista kantaansa vahvistavaa mielipidettä, jota he voivat ajaa läpi tutkimuksi perusteltuna ja mielellään aukottomasti argumentoituna faktatietona massalle.

Ellun Kanojen perustaja ja entinen poliitikko Kirsi Piha pohti viestintätoimistojen asemaa seuraavasti: “ - - organisaatiot hakevat yhä enemmän näkyvyyttä tuottamalla itse tietoa, suoraan kuluttajille, ilman perinteisiä medioita. Tätä ne eivät kuitenkaan pysty tekemään itsenäisesti vaan tarvitsevat viestintätoimistoja.” Aiemmin yliopistot tuottivat tieteellistä tutkimustietoa valtaa pitävälle ja päättäjille. Nyt viestintätoimistot ja myös ajatushautomot tarjoavat mieluisimpaan suuntaan ohjaavaa “tietoa” viestintästrategian kera. Ne ikään kuin tuottavat päättäjän omia intressejä tukevaa materiaalia ja antavat vielä manuaalin sen indoktrinoimiseksi kansalle. Toisaalta monet julkisetkin organisaatiot ovat ulkoistaneet viestintänsä viestintätoimistoille. Toimistoilla on siis valta ja vastuu siitä, miten ja mitä nämä organisaatiot viestivät ihmisille sosiaalisissa ja perinteisissä medioissa. Koska viestintä on valtaa ja kummallakin vaikutetaan, voidaan sanoa, että myös viestintätoimistot ovat vaikuttajaviestijöitä, jotka lobbaavat asiak-

kaansa näkemyksiä eteenpäin – niin tavallisille kansalaisille kuin päätöksentekijöille. Kuten olemme jo aiemmin todenneet, ajatushautomot tarjoavat päätöksentekijöille monenkirjavaa tietoa yhteiskunnasta ja sen moninaisista ilmiöistä. Erilaisia tutkimuksia, raportteja ja selvityksiä julkaistaan jatkuvasti, mutta informaation suoranainen ylitarjonta on johtanut siihen, että ajatushautomoiden julkaisut hukkuvat helposti raporttien massaun. Kilpailu ihmisten ajasta on kovaa; lienee siis paikallaan kysyä, miten monimutkaisia aiheita saisi nostettua yhteiskunnalliseen keskusteluun?

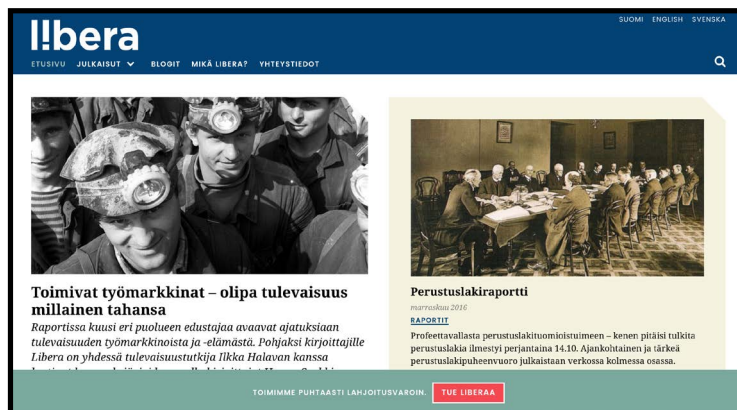
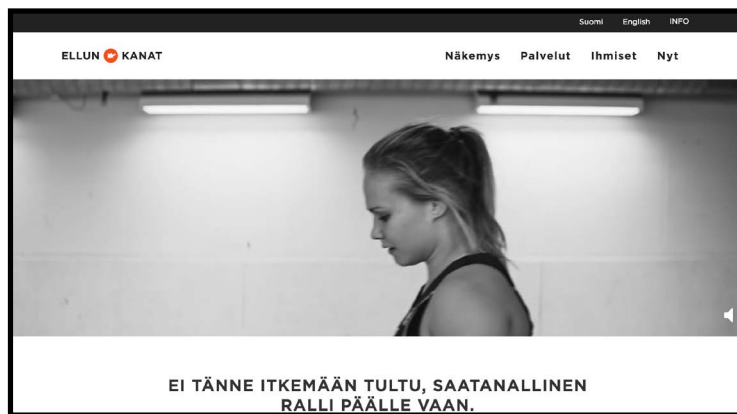
Vaikuttavuuteen tähtäävän tutkimuksen on tuotava selvä, todistettava panos tutkittavaan haasteeseen. Lopputuloksena saatava vaikuttavuus ilmenee eri tavoilla: tutkimus voi syventää lukijan tietämystä aiheesta tai se voi vaikuttaa ratkaisujen syntymiseen, mutta fokus toivottuun vaikuttavuuteen ohjaa aina tutkimuskysymysten asettelua.

Jotkut ajatushautomot, kuten Suomen Perusta, ovat onnistuneet ajamaan agendaansa nostamalla pieniä palasia raporteistaan ja liittämällä ne ajankohtaisiin ilmiöihin ja ongelmiin. Iltaapäivälehdet tarttuvat hanakasti oivalluksiin, joista saa raflaavia otsikoita. Näin syntyy sitä kuuluisaa pöhinää, eli sosiaalisessa mediassa kiertävää ja puhuttavaa viraalisisältöä. Kuitenkin todennäköisyys, että joku iltaapäivälehden jutun luettuaan etsii käsiinsä alkuperäisen raportin, klikkaa auki PDF-tiedoston ja jopa lukee sen, on hyvin pieni. Media- tai somenäkyvyys ei siis automaattisesti takaa vaikuttavuutta, pikemminkin kärjistänyt keskustelua ja omien kannattajajoukkojen kosiskelua.

## 2. Tarkastelussa kolme suomalaista ajatushautomoa

Olemme valinneet tarkasteltavaksi kolme suomalaista ajatushautomoa: viestintätoimisto **Ellun Kanat**, Perussuomalaisten ajatushautomo **Suomen Perustan** ja talousliberalisimien edustavan **Liberan**. Emme tee syvällistä ja kattavaa analyysii näistä toimijoista, vaan pyrimme luomaan yleiskäsityksen niiden toiminnasta ja erityispiirteistä.

Tämän osion tarkoituksena on antaa taustatiedot valitsemistamme ajatushautomoista, kun seuraavassa luvussa paneudumme tarkemmin ajatushautomoiden representaatioon mediassa.



Ellun Kanojen, Suomen Perustan ja Liberan verkkosivut herättävät visuaalisuudellaan erilaisia tunteita.

## 2.1 Ellun Kanat

Ellun Kanat on lyhyessä ajassa mediahuomion valokiilaan noussut “näkemyksellinen ja haastava taistelupari”, jota johtaa tällä hetkellä Kokoomuksen entinen puoluesihteerin Taru Tujula. Ellun Kanojen muutos ajatushautomosta viestintätöimistoksi on ollut mielenkiintoinen ja tuntuukin, että yritys on säilyttänyt joitakin ajatushautomon tunnusmerkkejä ja yhdistänyt niitä viestintätöimistotyöhön.

Jostain syystä Ellun Kanojen ajatushautomon “selvitykset” ja muut materiaalit ovat melko vaikeasti löydettävissä: viittaukset hautomon teoksiin esimerkiksi heidän blogiteksteissään ovat rikkinäisten linkkien takana ja <http://ellunkanat.fi/ajatushautomo-sivu> antaa vain virheilmoituksen. Heidän virallisesta ajatushautomostakaan ei ole kuulunut pariin vuoteen mitään. Vielä vuonna 2012 Ellun Kanoja kutsuttiin uutisoinnissa ajatushautomoksi, ei viestintätöimistoksi. Viestintätöimistossa työskentelee kuitenkin poliitikkoja ja lobbauksen tekijöitä, jotka ovat tuottaneet tietoa mm. poliittisille päättäjille. Toimitusjohtaja Tujunen on palkannut yritykseen politiikan ja toimituksen osaajia, sillä hänen mukaansa he tietävät, kuinka ihmisiin vedotaan. Vaikuttaa siis siltä, että tavallisiin kansalaisiin vedotaan mieluiten poliitikon viestintäkykyjen ja toimittajan ammattitaidon yhdistelmällä. Tällainen työpari olisi ainakin julkisessa viestinnässä huolta herättävä, mutta yritysmaailmassa vaikuttamisen kenttä näyttää vapaalta.

Ellun Kanat on siis halunneet profiloitua mieluummin viestintätöimistona, jonka rooli on auttaa yrityksiä kiihdyttämään liikevaihtoa kuin suurten päättäjien kanssa kabineteissa puljaavana ajaushautomona. Vaikuttaa siltä, että Ellun Kanat on ymmärtäneet perinteisen vaikuttajaviestinnän olevan murroksessa ja siirtyneet itse lanseeraamaansa mahdollisuusviestintään, jossa painotetaan, että “kommunikaatiovallankumouksessa valta on siirtynyt instituutioilta ja organisaatioilta meille kaikille” Mahdollisuusviestintä tarjoaa siis enemmän vaikutusvaltaa, kuin perinteinen ajatushautomo- ja lobbaustyö.

Vaikka Ellun Kanat ei tuo esille poliittisia suhteitaan tai toisaalta puhu riippumattomuudestaan, heidän riveissään on kuitenkin reilusti oikean siiven entisiä poliitikkoja, joilla on lämpimät suhteet Suomen oikeistopiireihin. Esimerkiksi Kokoomuksen kansanedustaja Ben Zyskowitz jakaa Ellun Kanojen perustajan Kirsi Pihan kanssa pitkän menneisyyden ja kertoi HS:lle: “Tunnen Kirsin parhaiten sitä kautta, että Ellun Kanat on ollut kokoomuksen käyttämä viestintätöimisto. Kirsi on persoonallinen, itsensä likoon laittava, erinomainen viestintäkonsultti.” Toisaalta kaupallisella viestintätöimistolla ei ole yhtä suuret paineet olla poliittisesti neutraali kuin muilla ajatushautomoiksi itseään kutsuvilla toimijoilla, poikkeuksena puolueiden omat ajatushautomot.

Ellun Kanat on myös aktiivinen sosiaalisessa mediassa: heidän Twitterinsä laulaa tiiviiseen tahtiin ja blogissa ruoditaan säännöllisesti ajankohtaisia asioita. Työntekijät ovat kirjoittaneet useasti Helsingin Sanomien mielipideosastolle ja kertoneet kantansa usein vastuullisen työnantajan näkökulmasta. Näin Ellun Kanojen työntekijät saavat äänensä kuuluviin henkilökohtaisella tasolla ja vaikuttavat ihmisiin henkilökohtaisella tasolla.



## 2.2 Suomen Perusta

Suomen Perusta on perussuomalaisten ajatushautomo, jonka ”tarkoituksena on suomalaista kansanvaltaista yhteiskuntaa kehittävän yhteiskunnallisen tutkimuksen, keskustelun ja päätöksenteon edistäminen”. Ajatuspaja harjoittaa omien sanojensa mukaan tutkimus- ja julkaisutoimintaa, ja järjestää keskustelutilaisuuksia ja seminaareja. Suomen Perusta osallistuu myös yhteiskunnalliseen keskusteluun ”tuomalla esiin uusia mielipiteitä, näkökulmia ja ratkaisuja.”

Suomen Perustan hallituksen puheenjohtaja oli vielä ajatushautomon perustamisen aikaan vuonna 2012 kansanedustaja Reijo Tossavainen, mutta nykyään hallituksen pj on historioitsija ja yhteiskuntatieteilijä Arto Luukkanen. Ajatushautomon kasvoina toimii kuitenkin toiminnanjohtaja Simo Grönroos.

Suomen Perustan julkaisuista suuri osa on ulkopuolisten ”asiantuntijoiden” käsialaa. Kirjoittajilla on poikkeuksetta kytköksiä perussuomalaisiin tai muihin kansallismielisiin järjestöihin, vaikka säätiö on kertonut, ettei se ole riippuvainen puolueen linjauksista, vaan se pyrkii antamaan uusia näkökulmia poliittiseen keskusteluun. Kirjoittajat eivät suoraan väitä tekstinsä olevan tieteellistä, mutta he viittaavat tutkimuksiin ja vetoavat toistuvasti tieteeseen, tutkimuksiin ja tutkijoihin. Myös kirjoittajien esittelyissä korostetaan yhteyksiä tieteeseen.

Suomen Perustan nettisivuilta löytyy kirjoituksia kolmen erilaisen otsikon alta: julkaisut, ajatukset ja tutkimus. Julkaisujen alta löytyvät ajatushautomon laajemmat hankkeet. Julkaisuista käytetään kirjoittajasta riippuen nimityksiä ”raportti”, ”analyysi”, ”selvitys” ja ”arikkelikokoelma”. Eri termien viljelystä päätellen kirjoitukset eivät ole varsinaisia tieteellisiä tutkimuksia, vaan pikemminkin kirjoittajansa mielipiteeseen pohjautuvia puheenvuoroja.

Tiedetoimittaja Marko Hamilo on selvittänyt perussuomalaisten ajatuspajalle median ja perussuomalaisten suhdetta. Hän kutsuu itse kirjoitustaan raportiksi, mutta tunnustaa haastattelussa, että ”kyseessä ei ole tutkimus, vaan selvitys. Hamilo itse kertoi olevansa oikeistolainen, joka pitää perussuomalaisia liian vasemmistolaisena.” (Ilta-sanomat: ”Selvitys: Tällainen on perussuomalaisten Punavihreä kupla” 12.6.2015)

Suomen Perustan verkkosivujen ”Ajatukset” -osion alta löytyvät näkökulmat, videot ja kirja-arvostelut. Näkökulmat ovat napakoita kannanottoja, joista suuri osa on alunperin julkaistu osana jotakin laajempaa hanketta. Tutkimus-osion alta löytyy Suomen perustan ainoa varsinainen tutkimushanke, joka tutkii maahanmuuttojen vaikutuksia Suomen julkiselle taloudelle.

Vuonna 2013 käynnistyneestä hankkeesta on julkaistu tutkimuksen ensimmäinen osa ”Maahanmuutot ja Suomen julkinen talous. Osa 1: Toteutuneet julkisen talouden tulot ja menot” julkaistiin huhtikuussa 2015. Tutkimuksen myöhemmin ilmestyvässä toisessa osassa tullaan käsittelemään eri maahanmuuttajaryhmien elinkaarivaikutuksia Suomen julkiselle taloudelle. Tutkimushankkeen projektitutkijana toimii tilastotieteilijä Samuli Salminen, joka ei ole perussuomalaisten jäsen. Sen sijaan hän on aktiivinen toimija maahanmuuttoon kriittisellä suhtautuvalla

Hommaforum-keskustelupalstalla. Antamassaan haastattelussa Salminen toteaa, että “olen tietysti yrittänyt tehdä tutkimuksen objektiivisesti, mutta se jää sitten kriittisen yleisön arvioitavaksi, miten hyvin olen onnistunut siinä.” (Iltalehti: “Perussuomalaisten hurja laskelma maahanmuuton kustannuksista: 700 000 000 euroa vuodessa” 2.4.2015).

## 2.3 Libera

Libera on omien sanojensa mukaan “puoluepoliittisesti sitoutumaton ja itsenäinen ajatuspaja, joka tukee ja edistää yksilönvapautta, vapaata yrittäjyyttä, vapaita markkinoita ja vapaata yhteiskuntaa.” He korostavat työssä olevan sekä aatteellista että objektiivista. Liberan edesmennyt perustaja Gustav Von Hertzen on sanonut perustamisen motiivin olevan vaikuttaminen: “Ensin vaikutettaisiin mielipidejohtajiin, sitten yleiseen mielipiteeseen.”

Libera edustaa talousliberalismia ja sen hallituksen puheenjohtaja Elina Lepomäki on Kokoomuksen kansanedustaja. Lepomäki ja varapuheenjohtaja Björn Wahlroos ovatkin käytännössä Liberan kasvot ja ääni. Melko oikeistolaisen imagon luonut Libera vaikuttaa ulospäin asiantuntijoiden ja rahaihmisten siniseen puetulta kokoomuskeskittymältä.

Raporteissaan ja mediassa Libera on kuitenkin pyrkinyt eroon poliittisista kytköksistään ja kritisoinut niin vasemmistolaista kuin oikeistolaista toimintaa. Liberan julkaisut ovat jossain määrin onnistuneetkin ujuttautumaan niin Ylen kuin Helsingin Sanomien lähteiksi talous- ja työuutisissa. Usein Liberan oikealle kallistuvaa ideologista näkökulmaa ei mainita suoraan uutisessa itsessään.

Liberan verkostoon kuuluu poliitikkojen sekä yritysgurujen lisäksi myös akateemisesti ansioituneita henkilöitä, kuten Helsingin yliopiston kansantaloustieteen professori Vesa Kanninen ja Turun yliopiston taloustieteen professori Matti Virén. Talouspolitiikan ja markkinatalouden ympärillä pyörivät raportit saavat siis syvyyttä alan asiantuntijoiden ruotiessa aiheita mukavuusalueellaan. Toisaalta jopa parisataasivuiset markkinatalouspläjäykset eivät todennäköisesti saa tavallisen kansalaisen lukukiinnostusta heräämään – vaikka kaikki Liberan julkaisut ovat helposti luettavissa ja ladattavissa heidän kotisivuiltaan.

Liberalilla ei ole tiukkaa yhtenäistä linjaa toiminnassaan tai näkemyksissään. Myös ajatushautomon verkkosivuilla mainitaan, että heidän blogikirjoituksensa ovat “kirjoittajiensa mielipiteitä, eivätkä välttämättä edusta Liberan virallista kantaa.” Libera käyttää erilaisia asiantuntijoita ja edustajia, jotka pääsevät esittelemään substanssitietoaan julkaisuissa. Täten ajatuspajan ääni on moninainen ja haastavammin lähestyttävä, kuin esimerkiksi Suomen Perustan. Talousliberalismi nousee myös otsikoihin verrattain vähä-äänisemmin kuin äärioikeistolaisuus.

Toisin kuin Ellun Kanat, Libera on selvästi perinteinen ajatushautomo ja sen työn kärki on julkaisuissa ja tiedotustoiminnassa eikä niinkään asiakasyritysten liikevaihdon kiihdyttämisessä. Somepresenssi ei ole ensimmäisenä Liberan prioriteettilistalla, vaan se keskittyy julkaisu- ja blogitoimintaansa: blogipostauk-

sien kirjoittaminen näyttää olevan Liberan tapa vuorovaikuttaa yleisönsä kanssa ja ajatuspajan mediapresenssi rakentuu pitkälti blogin ja muun julkaisutoiminnan varaan. He siis tuovat sanottavansa esiin raporttien ja todisteiden kautta eivätkä spontaanisti kommentoiden ja keskustellen sosiaalisessa mediassa.



**Pages**
[See all](#)




**Ellun Kanat**

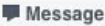




4.8 ★★★★★ (6) · Business Consultant · 6,339 like this  
 Ilkka O. Lavas, Jesse Ukkonen and 5 other friends like this  
 Strateginen viestintätoimisto, jolla on näkemys siitä, miten rytmihäiri



**Pages**
[See all](#)



**Suomen Perusta -ajatuspaja**





Non-Profit Organization · 1,044 like this  
 Ajatuspajan tarkoituksena on suomalaista kansanvaltaista yhteiskur


**Pages**
[See all](#)



**Libera**

4.2 ★★★★★ (43) · Non-Profit Organization · 7,166 like this  
 Ilkka O. Lavas likes this  
 Ajatuspaja Libera tukee ja edistää yksilönvapautta, vapaita markkin...

Suomen Perustan Facebook-sivun tykkäykset eivät yllä verrokkihautomoiden tykkäysten tasolle. Liberan tapauksessa huomataan myös, että se on säätiö ja pyytää avoimesti lahjoituksia.

# 3. Diskurssianalyysi ajatushautomoiden työn representaatiosta mediassa

Tarkastelemme tässä osiossa kolmen valitsemamme ajatushautomon mediapresenssiä verkkojulkaisuissa ja analysoimme niitä diskurssianaluusin keinoin. Olemme käyttäneet lähteinä Helsingin Sanomia, Yleä, Ilta-Sanomia sekä ajatushautomoiden omia julkaisuja. Tarkastelemme kirjoittajien käyttämiä sanoja ja sanastoja sekä miten tekstiä on suunnattu yleisöä varten. Keskiössä ovat ajatushautomoiden, median ja lukijoiden väliset valta-asetelmat. Tuomme myös esiin hautomoiden toiminnan metatason vaikutuksia ja esitämme omia tulkintojamme tekstien tarkoituksista sekä vaikutuksista.

Lähdemateriaaleista kävi ilmi, että ajatushautomoita edusti usein yksi tai kaksi poliitikasta tunnettua henkilöä. Asiantuntijalausunnat, vinkit ja esittelyt tulivat aina jonkin tutun edustaja suusta. Näin ajatushautomoja ikään kuin antropomorfisoitiin ja tehtiin samalla mediaseksikkäimmiksi: on kiinnostavampaa kuulla, että entinen vasemmistijohtaja Suvi-Anne Siimes siirtyi rahamies Björn Wahlroosin kanssa ajatuspaja Liberaan, kuin kasvottomaan liberalistisia arvoja ajavaan ajatushautomoon.

Tuntuukin usein siltä, että ajatushautomoista uutisoitaessa uutisoidaankin niiden henkilöistä, heidän tekemisistään ja poliittisista skismoista. **Henkilöitymisen trendi** on toisaalta havaittavissa niin organisaatioiden kuin politiikan uutisoinnissa. Ajatushautomot julkaisuineen jäävät taka-alalle, kun sosiaaliporno kaappaa mediapresenssin soihdun.

## Näyttökuvia tarkastelemiamme ajatushautomoita käsittelevistä uutisista

### Henkilökuvaa: Kirsi Piha – kiltti bisnesnainen, joka oli liian nopea poliitikoksi

Kirsi Piha on yrittäjä, jonka viestintätoimisto menestyy, vaikka yleinen taloustilanne laahaa pakkasen puolella. Onko hän iskelmoiva liikemies, kun pystyy luotsaamaan kasvuyritystä tässä ajassa? Ei suinkaan, sillä menestykseen tarvitaan kiltteyttä. Piha uskoo, että yrittäjänä hänellä on suuremmat vaikutusmahdollisuudet kuin poliitikkona.

Kotima 21.11.2015 klo 09:33 | päivitetty 25.11.2015 klo 09:25

Kuva: Miia Vahlila / Yle

### Perussuomalaisten tasa- arvokirjan kirjoittaja lähetti törkeitä viestejä seksuaalisen väkivallan naisuhreille

Maanantai 24.10.2016 klo 19:33

Matti Putkosen mukaan Timo Hännikaisellä ei ole asiaa tuumaustunnille.



Perussuomalaisten oma ajatuspaja Suomen Perusta julkaisee uuden kirjan nimeltä Epäneutraali sukupuoli. (AOP)

Perussuomalaisten ajatuspaja julkaisee torstaina kirjan, jossa esittelytekstien perusteella ollaan huolissaan miesten jäämisestä feminismin jalkoihin. Yksi kirjan tekijöistä kirjoitti viime vuonna alatyylisiä ja rasistisia viestejä Naisasialiiton Unioniin sekä väkivallan uhreja auttavan Naisten linjan nettisivuille. Hän on myös ollut mukana järjestämässä äärioikeistolaisia



### "Sydämeni avautui Elina Lepomäelle", sanoo vasemmistoliiton entinen puheenjohtaja Suvi- Anne Siimes

Siimes meni oikeistolaiseksi leimatun Liberan hallitukseen, mikä suuttutti hänen vanhat puoluetoverinsa.



Suvi-Anne Siimes sanoo olleensa hämmästynyt, kun hänen Libera-nimityksestään tuli ideologinen kyse. (kuva: SAM KIRIO H)

Marko Junkkari HS

Julkaisu: 5.6.2007, Päivitetty: 5.6.12:18

JONKINLAISTA reaktiota Suvi-Anne Siimes toki odotti, mutta silti hän yllättyi. Luokkapereturiksi häntä ei vähään aikaan ollut haukuttukaan.

Huhtikuun 21. päivänä ajatuspaja Libera tiedotti, että Siimes on nimetty sen hallitukseen. Sosiaalinen media ryöpsähti. Onhan Libera monen vasemmistolaisen mielestä libertaristinen, jopa äärioikeistolainen ajatuspaja. Siimes puolestaan on vasemmistoliiton entinen puheenjohtaja.

#### Luettulmat

- | JUURI NYT  | PÄIVÄ | VIKKO |
|--|-------|-------|
| 1. Näin brittimedia kirjoittaa X Factorista ja Saara Aallasta - "Voitaisinko vain julistaa molemmat voittajiksi ja jatkaa elämäämme"     |       |       |
| 2. Seinäjoen "ihme" kiinnostaa maailmalla - ylipäinöisten lasten määrä puolittui muutamassa vuodessa                                     |       |       |
| 3. Asiakaspalvelijat kertovat salaisuutensa: Mitä he oikeasti ajattelevat asiakastaan?   |       |       |
| 4. Mielipide: Lääkekorvauksen muutos vie minulta aktiivisen elämäni - tiedätkö, miltä tuntuu hyvästä elämästä hitaasti?                  |       |       |
| 5. Sähkötapakka on terveysriski, Thydvalat varoittaa - suosio kasvoi huhtikuun kuluessa 800 prosenttia                                   |       |       |
| 6. Kaksi jähin putoamista samalla järeällä Kirkkonummen Viikkokissa  |       |       |
| 7. Kolumni: Nimetön vihapuhe tekee Suomesta Neuvostoliiton - valheisvoston ylläpitäjäksi paljastui hyvämaineinen lakifirman asiantuntija |       |       |
| 8. Kirja-arvostelu: Elämäkertä kuolemantuomittuista Marjatta Koskista tuo tietoa, jota ei ollut samanimisessä elokuvassa                 |       |       |
| 9. Saksalainen startup-yritys patistaa eurooppalaisia kilpailemaan pankkeja netissä - "Nollakorkoon ei tarvitse kiittää"                 |       |       |

## 3.1 Ellun Kanat

Uutisointi Ellun Kanojen ympärillä rakentuu pitkälti sen perustajan, nykyisen hallituksen puheenjohtajan Kirsi Pihan ympärille. Taustaltaan Piha on entinen kokoomuspolitiitikko ja kauppatieteiden maisteri, joka on yleisestä taloustilanteesta huolimatta luotsannut Ellun Kanoista yhden Suomen menestyvimmistä viestintätoimistoista.

Pihan poliittinen tausta nostetaan esiin lähes poikkeuksetta häntä käsittelevissä jutuissa. Tähän tarttuvat esimerkiksi Yle Kotimaa (”Henkilökuva: Kirsi Piha – kiltti bisnesnainen, joka oli liian nopea poliitikoksi” 21.11.2015) ja Helsingin Sanomat (”Kokoomuksen entinen kampanjavelho hallituksesta: ”Jos paketissa on ruskeaa tavaraa, sitä on vaikea selittää miksikään muuksi” 28.11.2015). Pihan henkilökuva on ylistävä: ”Piha oli nuori nainen, joka ei halunnut toimia vanhojen kaavojen mukaan. -- Yksilönvapauden korostaja, joka ajoi kauppajen vapaata aukioloa jo 1990-luvulla”, HS kirjoittaa Pihan varhaisista vaiheista nuorena kokoomuspoliitikkona. Myös päätös siirtyä syrjään politiikasta käännetään henkilökohtaiseksi voitoksi: ”Koen itseni onnekkaaksi, että pääsin sieltä ajoissa pois. -- Eduskunnan ilmapiirissä oli paljon ”epämotivoivia asioita”, Piha toteaa.

Ylen jutussa nostetaan esiin myös Pihan pehmeämpää ja naisellisempaa puolta: joogaharrastus, lapsuudessa koettu isän kuolema, sekä suhde omaan teini-ikäiseen tyttäreeseen. Ellun Kanojen entinen harjoittelija tiivistää Pihan henkilökultin Ylen haastattelussa: ”Piha ei korostanut omaa asemaansa johtajana vaan osasi tarvittaessa keittää kahvit ihan itse. -- Pihan kanssa sai olla oma itsensä. Vapaa ilmapiiri salli kokeilemisen ja erehtymisenkin. Piha on paikan henki”.

Kirsi Pihan julkisuuskuva on juuri niin loppuun harkittu kuin viestintäalan ammattilaiselta voi odottaa. Piha on niukkasanainen yksityiselämästään, mutta media on tarttunut hänen avioeronsa (Iltalehti: ”Kirsi Piha ja Saku Tuominen: Avioero!” 18.7.2014) lisäksi uuteen suhteeseen (Seiska: ”eronnut Kirsi Piha iski rikkaan mainospomon - kuva!” 16.4.2015). Anna-lehdelle antamassaan haastattelussa juuri avioitunut Piha sanailee, miten avioero ei tarkoita epäonnistumista: ”Monet eronneet sanovat, että avioero on elämän pahin epäonnistuminen. Minä en ajattele niin.” (Uudelleen avioitunut Kirsi Piha: ”Lapsen jakaminen avioerossa oli aluksi kauheaa” 4.5.2016).

Voidaan sanoa, että Kirsi Piha on yhdessä nykyisen toimitusjohtajan Taru Tujusen kanssa Ellun Kanojen kasvot. Aina kun kun firma mainitaan mediassa, mainitaan lähes poikkeuksetta myös jommankumman naisen nimi, olipa kyseessä uusi ”selvitys” tai uudelleen avioituminen. Piha on kuitenkin itse myöntänyt haastattelussaan Ylelle, että julkisuus kiehtoo häntä, koska viestintätoimiston keulakuvana hän saa huomiota koko yritykselle ja sen työntekijöille. Onko huomion keskittyminen Ellun Kanojen työn sijasta liikaa Pihaan tai muihin tunnettuihin yrityksen työntekijöihin uhka vai mahdollisuus?

Internet-hakujen perusteella Ellun Kanat näyttäytyvät eniten erilaisia asiantuntijalausuntoja ja työelämän vinkkejä sisältävissä artikkeleissa (Yle: ”Kuinka kansa hurmataan – Taru Tujunen ja Mikael Jungner myyvät oppejaan yrityksille” 25.10.2015). Usein myös Kokoomuksen nimi vilahtelee otsikoissa, joten aivan täysin eroon oikeistoleimasta ei ole päästy. Koska yrityksen riveissä työskentelee monia poliittisesti ja yritysmaailmassa vaikuttavia henkilöitä, heidän auktoriteettivaltan-

sa on uutisoinnissa suuri: ”konkari”, ”viestintäpomo” ja ”voimanainen” ratkaisevat ongelmat ja kertovat miten asiat ovat (esim. Yle: ”Konkarin (Tujunen) neuvo Minna Arvelle: Harkitse tarkkaan kansanedustajaehdokkuutta” 8.10.2014).

”Käytännössä me ravistelemme yritysten tapaa ajatella ja toimia. Sen jälkeen ehdotamme niille ratkaisuja, miten toimia”, Piha tiivistää HS:n haastattelussa. Helsingin Sanomat kirjoittaa Ura & Raha -osiossaan kuinka ”--entinen poliitikko Kirsi Piha on sitä mieltä, että koko verkostoitumisen käsite on ymmärretty väärin. Pihan mukaan verkostoitumisella tarkoitetaan yleensä verkostoitumista sen itsensä vuoksi, ikään kuin mahdollisimman laaja verkosto itsessään olisi tavoite.” (”Miten luot hyvät verkostot? Kirsi Piha ja Lisa Sounio-Ahtisaari kertovat” 13.9.2015).

On huomioitava, että Ellun Kanojen retoriikassa kartetaan sellaisia sanoja kuin ajatushautomo, riippumaton ja verkostoituminen, mutta sitäkin ahkerammin käytetään ilmaisuja ”mahdollisuusviestintä”, ”rytmihäiriön maailma” ja ”kommunikaatiovalta”. Lanseeraamalla itse omat käsitteensä Ellun Kanat onnistuu erottumaan kilpailijoistaan ja rakentamaan omaa brändi-identiteettiään. He haluavat korostaa avointa vuorovaikutusta liiketoiminnan edistämässä ja ovat ”viestinnän kumppani” yrityksille, joiden tulee itse tehdä lopulliset päätökset – ainakin Ellun Kanojen mukaan.

## 3.2 Suomen Perusta

Uutisointi Suomen Perustan ympärillä nojaa niin ikään vahvasti henkilöihin ajatushautomon takana. Iltalehti kirjoittaa, kuinka yksi perussuomalaisten ajatuspajan julkaisema Epäneutraali sukupuolikirja -kirjan tekijöistä, Timo Hännikäinen, ”kirjoitti viime vuonna alatyylisiä ja rasistisia viestejä Naisasialiitto Unionin sekä väkivallan uhreja auttavan Naisten linjan nettisivuille” ja ”on myös ollut mukana järjestämässä äärioikeistolaisia soihtukulkueita.” (”Perussuomalaisten tasa-arvokirjan kirjoittaja lähetti törkeitä viestejä seksuaalisen väkivallan naisuhreille” 24.10.2016). Jutussa kerrotaan seikkaperäisesti Hännikäisen nettihäiriköinnistä ja haastatellaan puolueen ”työmiestä” Matti Putkosta, joka vakuuttaa, ettei Hännikäisellä ole asiaa kirjan julkistamistilisuuteen.

Samassa Iltalehden jutussa osataan lisäksi kertoa, että Hännikäinen kuuluu itsenäisyyspäivänä Helsingissä järjestettävän isänmaallisen 612-marssin puuhamiehiin, ja että ”Suojelupoliisi on luonnehtinut marssin järjestäjiä äärioikeistolaisiksi, ja marssijoiden omina turvamiehinä on raportoitu olleen Suomen vastarintaliike -uusnatsijärjestön jäseniä.”

Perussuomalaisten puoluesihteerin Riikka Slunga-Poutsalo tekee pesäeron puolueen ja ajatushautomon välille. STT:lle hän ei vastaa suoraan kysymykseen, oliko Hännikäisen aiempi kirjoittelu puolueen tiedossa, sillä ”eihän hänen entiset kirjoituksensa kuulu meille mitenkään -- Tästä yritetään taas hakea hirveää kohtua, jossa puolue olisi jotenkin osallisena” (Turun Sanomat: ”Perussuomalaisen ajatuspaja julkistaa kirjan Epänormaali sukupuolikirja” 25.10.2016).

Ellun Kanoja ja Suomen Perustaa yhdistää persooniin nojaava uutisointi, mutta siinä missä Ellun Kanojen johtohahmoista kirjoitetaan varsin positiiviseen sävyyn, joutuu Suomen Perusta tiukemman arvostelun kohteeksi. Helsingin Sanomat otsikoi lakonisesti perussuomalaisten ajatushautomon perustamisesta (“Suomen Perusta aloittaa vuodenvaihteessa” 16.11.2012). Suppean jutun yhteydessä nousevat esiin ajatushautomon kontaktit äärioikeistolaisiin tahoihin.

Iltasanomat uutisoi tiedetoimittaja Marko Hamilon julkaisua Punavihreä kupla, jossa Hamilon ruotii median ja perussuomalaisten suhdetta. Jutun mukaan Hamilo tunnustaa, että kyseessä ei ole tutkimus, vaan “selvitys” (“Selvitys: Tällainen on perussuomalaisten Punavihreä kupla” 12.6.2015). Iltasanomien haastattelussa Hamilon puolustaa näkemystään ja esittää, että media kirjoittaa negatiivisesti erityisesti perussuomalaisista, koska puoluetta ei tunneta samalla tapaa kuin kokoomuslaisia tai vihreitä. Hamilon mukaan “--toimittajat liioittelevat omaa riippumattomuuttaan, toimittajien ennakoluuloilla on vaikutusta juttujen sisältöön, rivitoimittajat ovat kovin punavihreitä tai toimittajien enemmistö on arvoliberaaleja.”

### 3.3 Libera

Vaikka Libera esiintyy puoluepoliittisesti sitoutumattomana, se esitellään medias-  
sa toisinaan oikeistolaisena ajatushautomona ja sen edustajat ovat Kokoomuksen  
riveistä tunnettuja jo entuudestaan. Tämä vaikuttaa melko vahvasti Liberan me-  
diapresenssiin: Elina Lepomäki ja Björn Wahlroos ovat usein ajatushautomon nok-  
kahahmoina ja Liberasta kertovien uutiset kirjoitetaan usein henkilö edellä.

Libera on Ellun Kanoihin ja Suomen Perustaan verrattuna neutraalimpi niin omas-  
sa mediapresenssissään kuin uutisoinnissa. Kun Ellun Kanojen valttikortti on vireä  
viestintä ja räväkkä kirjoitustyyli ja Suomen Perustan äärioikeistokontaktit sekä po-  
liittisesti epäkorrekti ulosanti, Libera pyrkii vakuutamaan perinteisen markkinali-  
beraalin kontekstin sisällä eikä vaikuta herättävän suurta pöhinää tekemisistään.

Liberan tuotoksiin viitataan mediassa sanoilla “raportti” ja “analyysi”, aivan kuten ne  
ovat heidän verkkosivuillaan nimetty. On tavallista, että ajatushautomoiden tapauk-  
sissa vastapuolen edustajat ovat kutsuneet toisen hautomon raporttia pamfletiksi ja  
mediassa selvitys on muuttunut raportiksi. Teosten nimityksillä on paljon väliä var-  
sinkin kun ne tuodaan julkisuuteen: pamfletti lähteenä ei ole yhtä vakuuttava uutisen  
lähde kuin tutkimus. Esimerkiksi Yle uutisoi Liberan työstä otsikolla “Raportti tyylyt-  
tää: Työmarkkinat ovat yhä täysin umpikujassa” (26.11.2015). Samanlainen retoriikka  
jatkuu uutisessa: “Raportissa arvioidaan -- Raportissa neuvotaan -- Raportti toteaa”  
Vaikka Libera mainitaan ja esitellään uutisen alussa, sen tekemästä raportista teh-  
dään tavallaan objektiivisen tiedon lähde eikä sitä juuri kyseenalaisteta tai haasteta.

Monet uutiset Liberasta ovat lyhyitä tiedotuksia heidän kirjansa tai raporttinsa jul-  
kistamistilaisuuksista. Tämä vahvistaa edellä todettua Liberan tapaa vuorovaikuttaa

julkaisujensa kautta: he antavat kirjallisen tuotantonsa puhua puolestaan ja jättäytyvät itse taka-alalle, jolloin keskustelu ja uutisointi nousee julkaisuista. Toisaalta ajatuspajan johtohahmot Lepomäki ja Wahlroos ovat aktiivisesti mukana päivän politiikassa, joten Libera tulee mainituksi jo pelkästään heistä kirjoitettaessa.

Akateemisen, usein hidastempoisen, tutkimuksen tuominen ajatushautomon työhön antaa sille uskottavuutta julkisessa keskustelussa ja uutisoinnissa. Kuten aiemmin mainittiin, raskaat teksteitokset markkinataloudesta ja politiikasta eivät tavallisen tallaajan iltalukemiseksi todennäköisesti päädy. Massamedian rooli onkin ollut käydä läpi näitä julkaisuja ja poimia niistä helppoja, nopeita ja klikkejä houkuttelevia kirjoituksia. Uutisen lähde on aina mainittu, mutta Liberan esiintuoma ehdotus tai näkökulma näytetty korkearvoisessa asemassa, miltei objektiivisena totuutena. Tällainen vaikuttaminen, jossa viesti putkahtaa ylhäältä ajatushautomolta alas massamedialle ja sieltä edelleen kansalaisille antaa hyvän kuvan ajatushautomoiden vallasta yhteiskunnassa.

## 3.4 Yhteenvetoa

Kun tutkimme ajatushautomoiden representaatiota mediassa kiinnitimme huomiota siihen, kuinka vahvasti uutisointi rakentuu persoonien eikä varsinaisen tutkimustyön ympärille.

On totta, että journalismi on viihteellistynyt ja artikkelit sen myötä. Lukijat eivät enää odota sanomalehdiltä pelkkää vakavamielistä raportointia, vaan toimittajan pitäisi pystyä tuottamaan tekstiä, jossa yhdistyy hauskuus, viihdyttävyys, huvi ja informatiivisuus.

Massamediassa sanoilla ja käsiteltävien kohteiden asettelulla on suuri merkitys uutisen tulkinnessa. Ajatushautomoiden edustajien elämään ja heidän toilailuihinsa tarttuminen vie huomion tehokkaasti pois hautomoiden ydintoiminnasta. Voidaan pohtia, lukisivatko ihmiset enemmän ajatushautomoiden julkaisuja jos niistä ei uutisoitaisi viihteelliseen sävyyn, vai painuisivatko ne täysin unohduksiin. Ehkä itse julkaisusta voisi tehdä kansaan vetoavamman version, jonka kaikki jaksavat lukea tai katsoa – pdf-tiedosto ei liene ainoa vaihtoehto esitellä työn tuloksia.



# Lopuksi

Emme juuri tiedneet mitä halusimme tutkia tai mitä sanoa, kun aloitimme tämän pamfletin työstöä. Tiesimme vain, että olimme kiinnostuneita ja hämmentyneitä ajatushautomoiden toiminnasta ja että siinä on pakko olla jotain kyseenalaista.

Voimme projektin jälkeen todeta, että ajatushautomoiden representaatio mediassa on moniäänistä, henkilöitynyttä ja värittyä. Tutkimustyön ohessa tutustuimme perusteellisesti valtamedian toimintatapoihin ja voimme sen pohjalta päätellä, että ajatushautomoiden käsittely ei poikkea periaatetasolla muista uutisaiheista: klikkien tavoittelu ja yksinkertaistaminen ovat yleisiä nykyuutisen tunnusmerkkejä.

Projektin oppimuksellisenä tavoitteena oli kehittää kriittistä ajattelukykyä ja tiivistä kirjoitustaitoa. Saavutimme mielestämme nämä tavoitteet ja saimme aikaan dokumentin, joka tuo esille kykyjämme tarkastella valittua aihetta analyttisesti, mutta kriittisesti. Otimme joitain vapauksia kirjallisessa muodossa ja visuaalisuudessa – se sallittakoon meille, sillä tämän pamfletin tarkoituksena on myös heijastaa omaa persoonallisuuttamme, jota tuimme visuaalisesti. Kärkevä asioiden käsittely vaatii myös terävän muodon.

# Lähdelistä

## Vaikuttajaviestintä

<https://fi.wikipedia.org/wiki/Lobbaus>  
<http://ellunkanat.fi/10-viestinnan-myyttia-lobbaus-vaikuttajasuhteet/>  
<http://procom.fi/digitaalisuus-vaikuttajaviestinta-ja-eettisyys-haastavat-viestintajohtoa/>  
<https://organisaatioviestinta.com/tag/vaikuttajaviestinta/>  
[http://www.miltton.fi/wp-content/uploads/2016/04/Miltton\\_InsightsIV\\_Hyva\\_yritys\\_3painos.pdf](http://www.miltton.fi/wp-content/uploads/2016/04/Miltton_InsightsIV_Hyva_yritys_3painos.pdf)  
<http://yle.fi/uutiset/3-7932434>  
<http://yle.fi/uutiset/3-8403755>  
<http://www.iltasanomat.fi/digitoday/art-2000004894576.html>  
<http://www.hs.fi/talous/art-2000004895058.html>

## Ellun Kanat

<http://ellunkanat.fi/>  
<http://ellunkanat.fi/nakemys/>  
<http://www.hs.fi/raha/a1448606740086>  
<http://ellunkanat.fi/dialogi-selvitys-amikset-luottavat-tyollistymiseensa/>  
<http://www.hs.fi/raha/a1448606726018>  
<http://yle.fi/uutiset/3-8461656>  
<http://anna.fi/i ihmiset/julkikikset/uudesta-avioitunut-kirsi-piha-lapsen-jakami-nen-avioerossa-aluksi-kauheaa/>  
<http://www.hs.fi/sunnuntai/a1373082236026>  
<http://yle.fi/uutiset/3-6434713>  
<http://yle.fi/uutiset/3-8403753>  
<http://www.hs.fi/raha/a1448606740086>  
<http://www.hs.fi/ura/a1441940769803>  
<http://www.hs.fi/raha/a1448606726018>  
<http://www.hs.fi/mielipide/a1409890599287>  
<http://www.hs.fi/kaupunki/a1339380831787>  
<http://yle.fi/uutiset/3-7514101>  
<http://ellunkanat.fi/naisdialogi-2015-hanke-nosti-naisten-etenemismahdollisuudet-valtakunnalliseksi-puheenaiheeksi/>  
<http://www.hs.fi/mielipide/a1454652685399>  
<http://www.hs.fi/kotimaa/a1409299805498>  
<http://ellunkanat.fi/ellun-kanat-perustaa-tutkimuksellisen-liiketoimintayksikon-mita-tapahtuu-huomenna-tehtaan/>  
<http://blogi.viestintapalvelut.fi/mediaseurannan-haasteet-mediaseuranta-reaaliaikaisuus>

## **Suomen Perusta**

<http://www.suomenperusta.fi/>  
<http://www.suomenperusta.fi/wp-content/uploads/2016/06/Kansainv%C3%A4li-nen-pakolaisinstituutio-ja-valtioiden-mahdollisuudet-pdf.pdf>  
<http://www.suomenperusta.fi/wp-content/uploads/2016/10/Ep%C3%A4neutraa-li-sukupuolikirja-pdf.pdf>  
<http://www.suomenperusta.fi/wp-content/uploads/2016/12/Integraatio-vastatuules-sa-pdf-2.pdf>  
<http://www.suomenperusta.fi/wp-content/uploads/2015/06/Punaviih-re%C3%A4-kupla-pdf.pdf>  
<http://www.antroblogi.fi/2016/11/epaneutraali-vastine/>  
<http://www.hs.fi/kulttuuri/a1458534230914>

## **Libera**

<http://www.libera.fi/>  
<https://fi.wikipedia.org/wiki/Libera-s%C3%A4%C3%A4ti%C3%B6>  
[http://libera.fi/wp-content/uploads/2014/05/Euro\\_140508a.pdf](http://libera.fi/wp-content/uploads/2014/05/Euro_140508a.pdf)  
<http://libera.fi/wp-content/uploads/2014/12/Vapaakauppa-FINAL.pdf>  
<http://www.iltasanomat.fi/taloussanomat/yrittaja/art-2000001872774.html>  
<http://www.iltasanomat.fi/kotimaa/art-2000001171803.html>  
<http://yle.fi/uutiset/3-8480406>  
<http://yle.fi/uutiset/3-8681743>  
<http://yle.fi/uutiset/3-6978849>  
<http://yle.fi/uutiset/3-7226299>  
<http://www.iltasanomat.fi/kotimaa/art-2000001163527.html>  
<http://www.iltasanomat.fi/taloussanomat/art-2000001904364.html>

