

1.6.2024–31.5.2026

# Lukio ja ammatillinen koulutus toimituksellisessa mediassa

## Analyysin lähtökohta

- Toisen asteen koulutuksesta käydään Suomessa poikkeuksellisen vilkasta julkista keskustelua. Samaan aikaan, kun nuoret tekevät koulutusvalintojaan, keskustelussa korostuvat koulutuksen laatu, oppivelvollisuus, työllistyminen, osaajapula ja julkisen talouden paineet.
- Media on keskeinen osa tätä keskustelua. Se ei ainoastaan raportoi koulutuksesta, vaan myös rakentaa mielikuvia siitä, millaisina eri koulutuspolut näyttäytyvät ja millaisiin teemoihin ne julkisuudessa yhdistetään.
- Tässä analyysissä tarkastellaan, millaista kuvaa suomalainen toimituksellinen media rakentaa lukiokoulutuksesta ja ammatillisesta koulutuksesta. Kysymys ei ole vain näkyvyyden määrästä, vaan myös siitä, millaisissa yhteyksissä koulutusmuodot esiintyvät, millä sävyllä niistä puhutaan ja millaisia mielikuvia niiden ympärille muodostuu.
- Molemmat koulutuspolut ovat Suomen tulevaisuuden kannalta välttämättömiä. Siksi on tärkeää ymmärtää, millaista julkisuuskuvaa media niistä rakentaa ja miten tämä kuva voi vaikuttaa koulutusmuotojen vetovoimaan ja niiden yhteiskunnalliseen asemaan.



## Aineisto ja rajaus

Analyysi perustuu Retrieverin mediaseurannan kautta kerättyyn aineistoon suomalaisesta toimituksellisesta printti-, verkko-, radio- ja tv-mediasta sekä maksumuurien takaisesta verkkoaineistosta Retrieverin lähdeaineiston mukaisesti.

Määrällisen tarkastelun aikaväli on 1.6.2024–31.5.2026. Tarkastelujaksolla aineistossa on yhteensä 114 684 mainintaa, joissa mainittiin lukio tai ammatillinen koulutus. Aineistosta on poistettu tekstiviestit, kaupalliset yhteistyöt ja tiedotejakesivustot.

Aineiston laadullinen tarkastelu perustuu korkean huomioarvon 4–5 mainintoihin, joiden kriteerit on kuvattu metodologiasivulla. Laadullisen tarkastelun aikaväli on 1.6.2025–31.5.2026 ja laadullisesti tarkastellun aineiston koko on 25 787 mainintaa.

Analyysi perustuu tekoälyavusteiseen luokitteluun ja tuloksia tulee tarkastella suuntaa-antavina mediajulkisuuden kehityssuuntien kuvaajina.

## Sisällysluettelo

	Sivu
Mainintojen määrän kehitys 1.6.2024–31.5.2026	4
Top media	5
Sävyjakauma*	6
Sanapilvi lukioon liittyneestä uutisoinnista*	7
Sanapilvi ammatilliseen koulutukseen liittyneestä uutisoinnista*	8
Havaintoja aineistosta	9
Metodologia	10
Yhteystiedot	11

\*Korkean huomioarvon 4-5 julkisuudesta

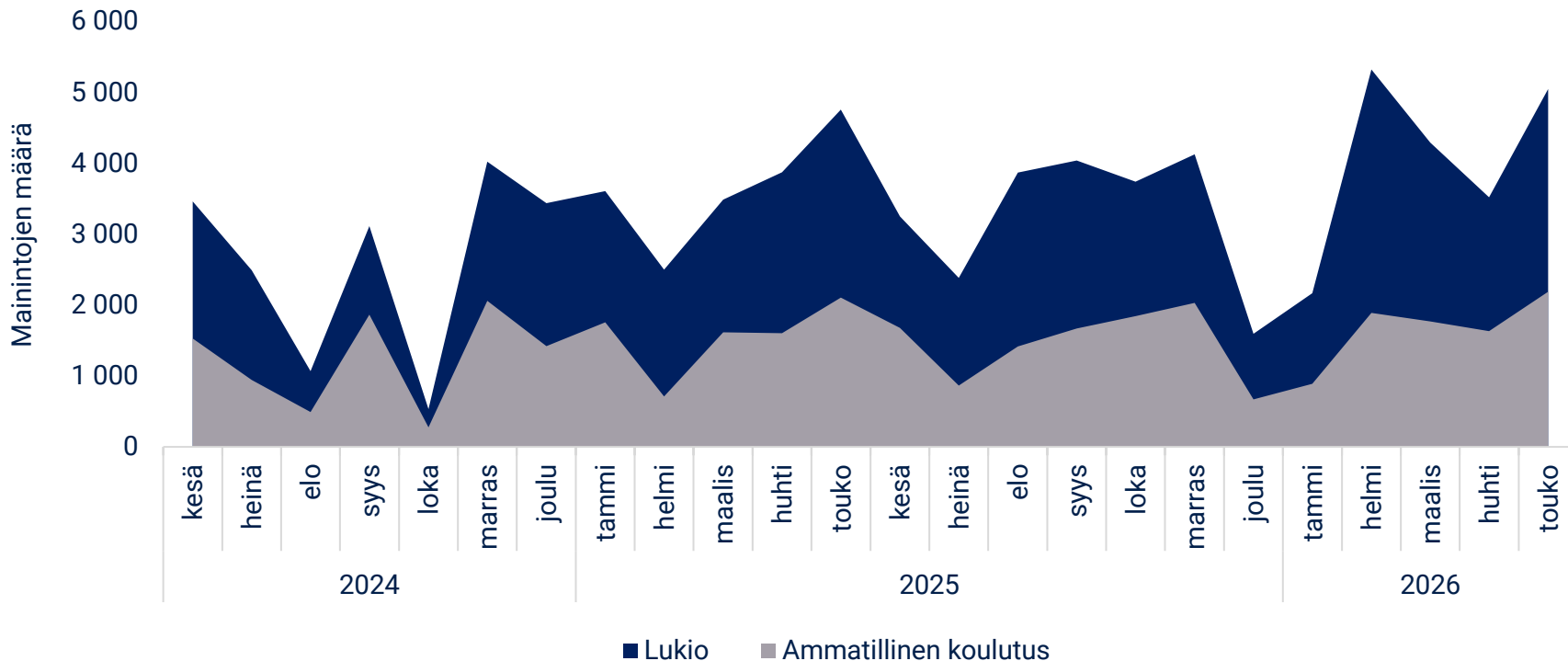




# Mainintojen määrän kehitys 1.6.2024–31.5.2026

Lukio = 79 746 artikkelia

Ammatillinen koulutus = 34 938 artikkelia

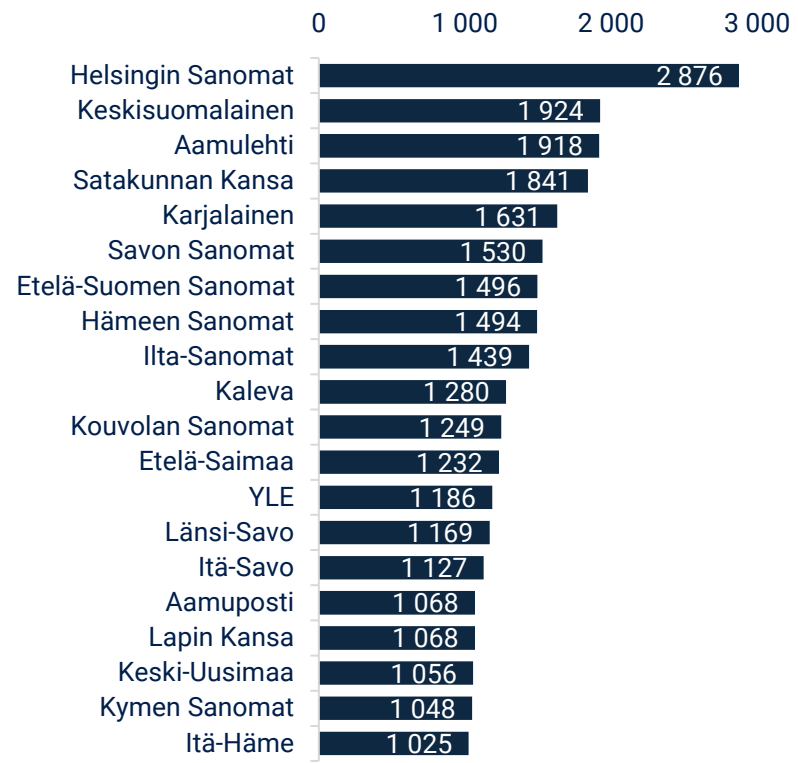


RETRIEVER

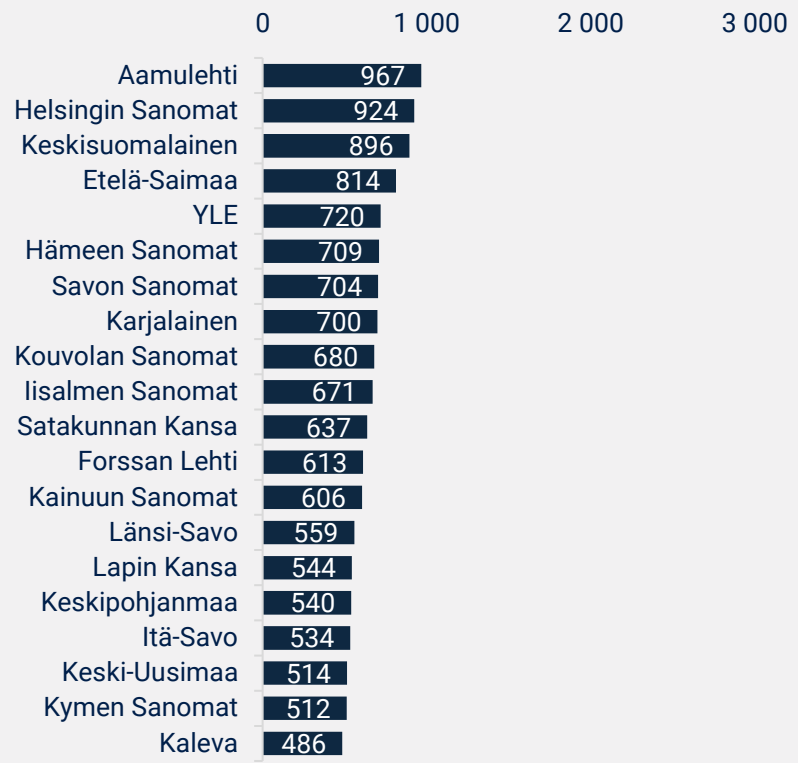


# Top 20 mediat, 1.6.2024–31.5.2026

## Lukio



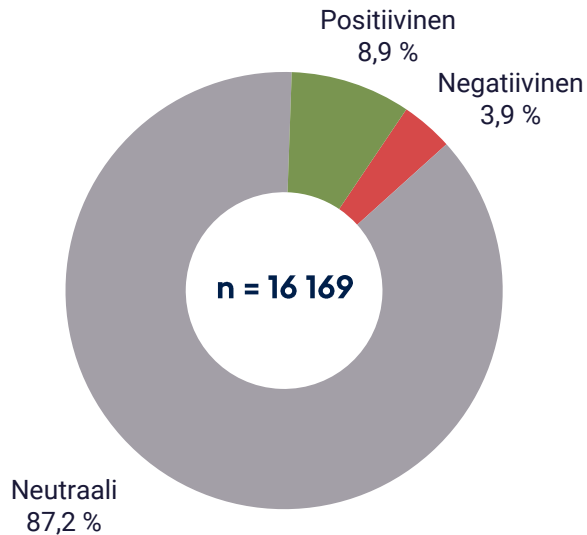
## Ammatillinen koulutus



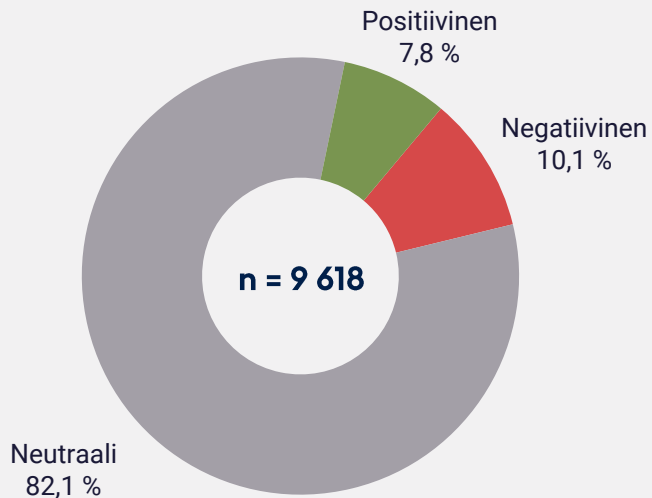
# Sävyjakauma, 1.6.2025–31.5.2026

Korkean huomioarvon 4-5 julkisuudesta

## Lukio



## Ammatillinen koulutus





# Sanapilvi lukioon liittyneestä uutisoinnista

Korkean huomioarvon 4-5 julkisuudesta



Lukioon liittyvässä korkean huomioarvon uutisoinnissa yleisimmin esiintyneet sanat artikkelien sävyn mukaan. Sanapilvissä esitetään kummastakin sävyluokasta 25 yleisintä sanaa; vihreä viittaa myönteissävytteisiin ja punainen kielteissävytteisiin artikkeleihin.



# Sanapilvi ammatilliseen koulutukseen liittyneestä uutisoinnista

Korkean huomioarvon 4-5 julkisuudesta



Ammatilliseen koulutukseen liittyvässä korkean huomioarvon uutisoinnissa yleisimmin esiintyneet sanat artikkelien sävyn mukaan. Sanapilvissä esitetään kummastakin sävyluokasta 25 yleisintä sanaa; vihreä viittaa myönteissävytteisiin ja punainen kielteissävytteisiin artikkeleihin.

# Havainnot aineistosta

- Lukio ja ammatillinen koulutus eivät saa mediassa vain eri määrää näkyvyyttä, vaan niistä rakentuu myös sisällöllisesti erilainen julkisuuskuva. Lukio näkyy useammin nuoruuden, saavutusten, ylioppilasmenestyksen ja yhteisöllisyyden kautta, kun taas ammatillinen koulutus kytkeytyy useammin työelämään, resursseihin, koulutuksen laatuun ja järjestelmätason haasteisiin.
- Lukion positiivinen sävy rakentuu erityisesti suoritusten, jatko-opintojen, ylioppilasjuhlien ja yksilömenestyksen ympärille. Ammatillisen koulutuksen myönteinen näkyvyys nojaa puolestaan käytännön osaamiseen, nopeaan työllistymiseen, erityisyhteistyöhön ja alueelliseen osaajatarpeeseen.
- Negatiivisessa näkyvyydessä ero on selvä: lukion kriittinen julkisuus liittyy useammin opiskelupaineisiin, vilppiäilyihin, hakijamäärien laskuun ja lukioverkon tulevaisuuteen. Ammatillisessa koulutuksessa korostuvat rahoitus, leikkaukset, lähiopetuksen väheneminen, muutosneuvottelut sekä huoli koulutuksen laadusta ja työelämävalmiuksista.
- **Havaittu ero mediajulkisuuden sävyssä ja teemoissa voi vaikuttaa siihen, millaisina koulutuspolut näyttäytyvät nuorille ja heidän lähipiirilleen: lukio kehystyy useammin menestyksen ja jatko-opintojen reittinä, ammatillinen koulutus taas työelämän kannalta tärkeänä mutta useammin haasteiden kautta kuvattuna vaihtoehtona.**



# Metodologia

## Maininta (artikkeli)

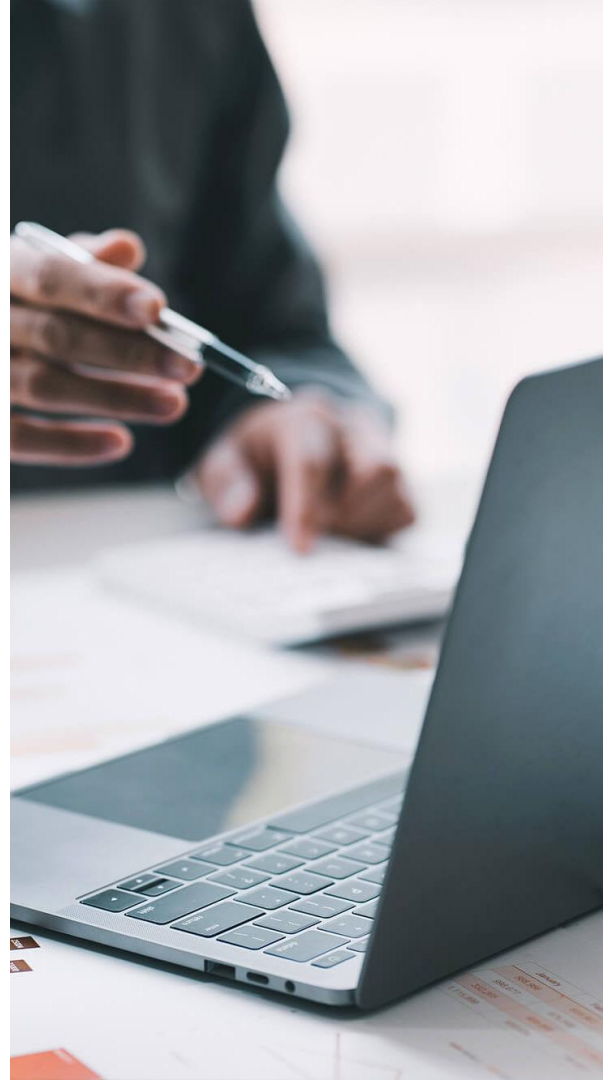
Maininta on yksittäinen artikkeli, joka muodostaa analysoitavalle kohteelle mediaosuman (uutinen, pääkirjoitus, kommentti, mielipidekirjoitus jne.). Se voi olla mistä tahansa seurattavasta mediasta: verkosta, painetusta mediasta tai radio- ja tv-lähetyksistä.

## Huomioarvo (asteikolla 1-5)

Huomioarvo mittaa analysoitavan kohteen näkyvyyttä uutisjutussa asteikolla 1–5. Mitä korkeampi huomioarvo, sitä keskeisemmässä roolissa kohde on jutussa. Arvioinnissa huomioidaan muun muassa, mainitaanko kohde otsikossa, ingressissä tai jutun pääsisällössä ja kuinka vahvasti juttu kokonaisuudessaan keskittyy siihen. Huomioarvo on tunnistettu koneellisesti.

## Sävy (asteikolla positiivinen-neutraali-negatiivinen)

Sävyä osalta artikkeli merkitään joko positiiviseksi, neutraaliksi tai negatiiviseksi sen mukaan, miten median välittämä äänensävy ja asenne vaikuttavat analysoitavan kohteen julkisuuskuvaan. Sävyä arvioitaessa kiinnitetään huomiota sanavalintoihin ja uutisartikkelin kokonaisuuteen: otsikkoon, ingressiin, mahdollisiin sitaatteihin ja kuviin. Sävyä pyritään arvioimaan keskivertokuluttajan silmin. Sävyluokittelu on toteutettu hyödyntämällä tekoälypohjaisia työkaluja.





# Yhteystiedot

## Tuomo Myllykangas

Media Analyst

+358 456 320 380

[tuomo.myllykangas@retriever.fi](mailto:tuomo.myllykangas@retriever.fi)

## Tuomas Lamminparras

Team Lead, Media Analysis

+358 50 557 6456

[tuomas.lamminparras@retriever.fi](mailto:tuomas.lamminparras@retriever.fi)