

Innovaatiojournalismin koulutusohjelma  
Työharjoittelujakso Stanfordin yliopistossa  
Kevät 2007

Raportti  
Helsingin Sanomain Säätiön  
apurahan käytöstä

Ilkka Luukkonen  
Toimittaja  
Maaseudun Tulevaisuus

[ilkka.luukkonen@maaseudentulevaisuus.fi](mailto:ilkka.luukkonen@maaseudentulevaisuus.fi)

Osallistuin 26.2.–30.6.2007 Sitran stipendiaattina Innovaatiojournalismin koulutusohjelman (Injo) työharjoittelujaksoon Kaliforniassa. Ohjelmaan kuului lyhyitä opintojaksoja Stanfordin yliopistossa sekä työskentelyä yhdysvaltalaisessa tiedotusvälineessä. Työharjoittelu kattoi suurimman osan Injo-ohjelman Yhdysvaltain-jaksosta.

### **Taustaa**

Injo-ohjelman juuret ovat Ruotsissa. Vinnova, joka on länsinaapurin vastine Tekesille ja Sitralle, on vuodesta 2003 lähtien rahoittanut 5–7 ruotsalaistoimittajan opinnot Stanfordin yliopistossa ja työskentelyn yhdysvaltalaisessa tiedotusvälineessä. Ohjelman kehittäjä ja johtaja on tri David Nordfors. Hänen toimistonsa sijaitsee Stanfordin yliopiston Wallenberg Hallissa, Stanford Center for Innovations in Learning -innovaatiotutkimusyksikössä.

Suomeen innovaatiojournalismin idean toi noin kolme vuotta sitten yhteistyössä Tekesin kanssa valtiot. tri Seppo Sisättö työskennellyään puoli vuotta Fulbright-stipendiaattina Stanfordin yliopistolla. Tampereen yliopistolla järjestettiin ensimmäinen innovaatiojournalismin kurssi vuosina 2004–2005.

Stanfordin ruotsalaisvetoinen Injo-ohjelma alkoi kansainvälistyä vuosi sitten, kun ensimmäinen suomalainen, Jyrki Alkio, osallistui siihen. Lisäksi tutkija Turo Uskali oli Stanfordin 2006–2007 innovaatiojournalismin tutkijana. Vuonna 2007 ohjelmassa oli mukana viisi ruotsalaista, kaksi pakistanilaista ja yksi suomalainen toimittaja. Kolmas pakistanilaistoimittaja joutui peruuttamaan osallistumisensa viisumivaikeuksien takia. Nordforsin suunnitelmissa on laajentaa ohjelmaa Sloveniaan ja Viroon.

Ohjelman Yhdysvaltain-osuuden rahoitus poikkeaa Suomessa ruotsalaisesta mallista. Sitra maksaa Injo-ohjelman hallinnointikulut, mutta muuten harjoittelujakson rahoitus on stipendiaatin vastuulla. Rahoituksen järjestäminen on työläs, mutta ei mahdoton tehtävä. Monet säätiöt ovat tukeneet kahden suomalaisen stipendiaatin ja yhden tutkijan Kalifornian-matkaa.

Oman jaksoni tärkein rahoittaja oli työnantajani Maaseudun Tulevaisuus, joka maksoi harjoitteluaikani palkan ja työpäiviltä ulkomaan päivärahan. Lisäksi matkaani tukivat Helsingin Sanomain Säätiö (8 000 euroa), Journalistisen kulttuurin edistämissäätiö (6 000 e), Liikesivistysrahasto (5 000 e), Keskitien tukisäätiö (4 000 e), Taloustoimittajat ry (3 000 e), Suomen kulttuurirahasto (3 000 e), Åkerlundin säätiö (2 000 e), Talonpoikauskulttuurin säätiö (1 000 e) sekä Uuden Suomettaren Säätiö (1 000 e). Osan kuluista rahoitin ottamalla pankkilainan. Haluan esittää parhaimmat kiitokseni kaikille rahoittajilleni.

Merkittävin kustannuserä on Stanfordin yliopiston kurssimaksu, 18 000 dollaria, eli noin 14 000 euroa. Myös elinkustannukset Piilaakson alueella ovat korkeat. Omalla kohdallani kustannuksia lisäsi se, että perheeni oli mukana Piilaaksossa koko harjoittelujakson ajan. Toisaalta päivähoitovaikeudet ja tutustuminen lasten kautta paikallisiin perheisiin valottivat kiintoisalla tavalla yhdysvaltalaisista elämäntapaa.

Käytännön järjestelyt, kuten asunnon ja auton hankkiminen, veivät kevään mittaan runsaasti aikaa, koska Injo-ohjelman järjestäjät huolehtivat vain Stanford-jaksojen ohjelmaosuuksista.

## Ohjelman sisältö

Injo-ohjelma käynnistyi Stanfordissa 26.2. viikon pituisella avausjaksolla, *kickoff*-viikolla. Etupäässä luennoista koostuvan jakson aikana innovaatioita käsiteltiin useista eri näkökulmista. Puhujina oli riskirahoittajia, pankkiireita, toimittajia ja tutkijoita. Lisäksi osa edellisvuoden Injo-harjoittelijoista kertoi kokemuksistaan.

Aloitusjakson jälkeen Injo-harjoittelijat siirtyivät työskentelemään harjoittelupaikkoihinsa. Oma työpaikkani oli teknologiaan keskittynyt aikakauslehti Red Herring. Lehdessä oli vuonna 2007 kaksi Injo-harjoittelijaa, joista toinen, ruotsalainen Marie Alpman, aloitti työskentelynsä huhtikuussa. Red Herringin lisäksi muut harjoittelupaikat olivat perinteinen sanomalehti San Francisco Chronicle, talouslehti Fortune, tekniikan aikakauslehti IEEE Spectrum, internet-uutiskanava Cnet ja internet-videouutisiin erikoistunut Podtech.

Etukäteen tekemäni suunnitelman mukaisesti keskityin Red Herringissä uusiutuvia energialähteitä koskevaan uutisointiin. Yhdysvalloissa sektorista käytetään termiä *clean tech*. Kenttä on laaja, koska aurinko- ja tuulisähkön, biopolttoaineiden ja vesivoiman lisäksi *clean tech* kattaa muun muassa sähköautot, energian säästämiseen tähtäävät tietokoneohjelmat, innovaatiot veden- ja ilmanpuhdistuksessa sekä polttokennot.

Osallistuin uutistyöhön muiden toimittajien tavoin ja kirjoitin artikkeleita sekä lehden internet-sivuille että paperiversioon. Saatoin kuitenkin määritellä roolini varsin vapaasti. Tavoitteeni ei ollut kirjoittaa mahdollisimman suurta määrää artikkeleita, vaan perehtyä Piilaakson innovaatiojärjestelmään ja innovaatioyritysten toimintaan. Red Herringin johto suhtautui rooliini ymmärtävästi.

Tapasin kevään aikana myös useita Tekesin, Finnoden ja Piilaaksossa toimivien suomalaisyritysten edustajia. Osallistuin lisäksi Stanfordin yliopiston energia-aiheiseen luentosarjaan, joka oli yleisölle avoin.

Injo-harjoittelijat kokoontuivat huhtikuussa kahdeksi päiväksi Stanfordin vertailemaan kokemuksiaan ja valmistelemaan innovaatiojournalismin neljättä konferenssia. Se järjestettiin Stanfordissa 21.–23. toukokuuta. Käytin kevään aikana runsaasti aikaa konferenssiesityksen valmisteluun.

Konferenssiin osallistui runsaat kaksisataa toimittajaa ja tutkijaa eri puolilta maailmaa. Suomesta mukana oli noin kymmenen hengen toimittajaryhmä sekä lisäksi edustajia Helsingin yliopistosta, Jyväskylän yliopistosta, Tampereen teknisestä korkeakoulusta, Tampereen yliopistosta, Suomen Los Angelesin-konsulaatista sekä FinNoden Piilaakson-toimistosta.

Analysoin omassa "Maybe it's just hot air" -konferenssiesityksessäni uusiutuvia energialähteitä koskevaa uutisointia. Arvioin, että erityisesti yhdysvaltalaisissa lehdissä parin viime vuoden aikana yleistynyt vihreä aalto taantuu parin seuraavan vuoden kuluessa. Toisaalta *clean tech* on vakiinnuttanut paikkansa lehtien taloussivuilla – ei siis enää vain ympäristösivuilla – ja alan yrityksiä arvioidaan kuten muitakin yrityksiä. Toin myös esille useiden analyytikkojen esittämän huolen vihreästä kuplasta eli siitä, että osa aloittavista ja rahoitusta saavista *clean tech* -yrityksistä ei elä muutamaa vuotta pitempään. Kuplaa on jopa verrattu vuosituhaten alun dotcom-romahdukseen, mutta näin suuresta ilmiöstä voidaan tuskin puhua.

Konferenssin jälkeen Injo-harjoittelijat tekivät matkan itärannikolle. Washington D.C:ssa Ruotsin Yhdysvaltain-suurlähetystön edustaja piti esityksen innovaatiopolitiikan seurannasta. New Yorkissa vierailimme IEEE Spectrumin, Fortunen ja Bloomberg Newsin toimituksissa.

Ennakkoon tehdyn sopimuksen mukaisesti kirjoitin kevään aikana artikkeleita myös kotimaiselle työnantajalleni Maaseudun Tulevaisuudelle ja pidin lehdessä kolumnipalstaa "Viilaten ja googlaten".

Päätin työharjoitteluni Red Herring -lehdessä kesäkuun lopussa. Suomeen palasin kahden viikon Yhdysvalloissa vietetyn loman jälkeen 13.7.

### **Arviointia**

Injo-ohjelma tarjoaa tilaisuuden päästä tutustumaan paitsi yhdysvaltalaiseen lehtityöhön, myös Piilaakson yrityksiin ja innostuneeseen ilmapiiriin. Aluettahan pidetään yhtenä maailman innovatiivisimmista alueista. Piilaakson menestymisen takana on useita tekijöitä, mutta kun asiaa kysyy alueen eri toimijoilta, vastaus alkaa yleensä suunnilleen näin: Piilaaksossa ideoita vaihdetaan avoimesti. Toisin sanoen alueen voima perustuu siihen, että luovien ja toisiaan sparraavien ihmisten vuorovaikutus on vahva.

Ohjelman suomia etuja on, että pystyin eri tilanteissa esittelemään itseni Red Herring -lehden toimittajana. Lehdellä on Piilaaksossa hyvä maine ja sen haastattelupyyntöihin vastataan usein. Ohjelman annin kannalta onkin tärkeää, että Nordfors on pystynyt luomaan hyvät suhteet arvostettuihin tiedotusvälineisiin. Pelkästään suomalaislehden edustajana kontaktien saaminen olisi huomattavasti vaikeampaa.

Injo-ohjelman avausjakso on intensiivinen ja tarjoaa runsaasti kiintoisaa tietoa Piilaakson innovaatiojärjestelmästä. Sen sijaan muiden koulutusjaksojen anti jäi vähäiseksi. Jatkossa olisikin syytä kehittää ohjelman koulutuksellista osuutta ja järjestää Stanfordissa yhteenvetopakso, jossa ohjelman antia puitaisiin. Innovaatiojournalismin kolmipäiväisen konferenssin sisältö on puolestaan parantunut vuosien mittaan. Parhaimmillaan se tarjoaa mielenkiintoisia näkökulmia mediamaailman uusiin ilmiöihin, heikoimmillaan siellä esitellään innovaatiojournalismiin liittyvää hallinnointia eri maissa.

Red Herring oli ohjelman kannalta erinomainen työpaikka, koska lehti on keskittynyt uutisoimaan aloittavista innovaatioyrityksistä, joita kutsutaan nimellä "start up". Monet näistä yrityksistä toimivat Piilaaksossa, mutta koska *clean tech* -alan yritykset eivät ole niin paljon keskittyneet Piilaaksoon kuin tietotekniikkayritykset, lehti seuraa koko mantereen tapahtumia. Myös Euroopan ja Aasian energia-alan tapahtumia uutisoidaan satunnaisesti. Red Herringin linjaan kuuluu, ettei teknologiayrityksistä kirjoiteta liian myönteisesti. "Monet tämän alan toimittajat ovat teknologiafaneja, mutta me haluamme välttää sitä", sanoo lehden päätoimittaja Joel Dreyfuss.

Tyypillinen artikkeli Red Herringissä kertoo aloittavasta yrityksestä, joka saa pääomasijoittajilta rahaa innovatiivisen tuotteen kehittämiseen. Piilaakson lehdistössä ylipäänsä keskeisellä sijalla ovat yritykset ja riskirahoittajat, eivät innovaatiojärjestelmä tai valtion rooli innovaatioiden edistäjänä. Toisaalta Piilaaksossakin on kuultu suomalaisesta järjestelmästä sekä Sitran ja Tekesin innovaatio-ohjelmista, joiden avulla on luotu innovatiivista teknologiaa pieneen pohjoiseen maahan.

Vuoden tärkein tapahtuma Red Herringissä on RH 100 -listojen julkaiseminen. Listoille on kerätty sata Pohjois-Amerikan, Euroopan ja Aasian lupaavinta uutta yritystä. Monet yritykset tavoittelevat RH 100 -statuksen saamista, koska lista on kymmenen olemassaolovuotensa aikana saavuttanut

tunnustetun aseman Piilaaksossa. Listan valmisteluvaiheessa käydään läpi 500–1000 yritystä ja arvioidaan niiden mahdollisuuksia taloudellisen tilan, riskirahoituksen määrän ja yrityksen johtoryhmän perusteella. Tärkein kriteeri arvioinnissa on liikeidea, joka aloittavan yrityksen kohdalla on merkittävin menestykseen vaikuttava tekijä. Vain hyvä idea takaa pääsyn RH 100 -listalle. Liikeidean arvioivat lehden toimittajat, mikä tekee listasta varsin subjektiivisen. Silti Red Herring on onnistunut ennustamaan esimerkiksi Googlen, Yahoon, Skypen ja eBayn menestykset.

Suomalaisista energiayrityksistä oululainen pattereita kehittävä yhtiö Enfucell päätyi tänä vuonna RH 100 -listalle, mutta kokemukseni mukaan Red Herringissä ei muuten ollut kovin suurta kiinnostusta suomalaisia tai edes eurooppalaisia energiayhtiöitä kohtaan. Kevään aikana eniten *clean tech* -uutisia tehtiin aurinkosähköä kehittävistä yhtiöistä, joita Suomessa ei juuri ole. Toinen tärkeä uutisaihe ovat autojen vaihtoehtoiset energialähteet, joista sähkö ja polttokennot olivat Red Herringin kannalta kiinnostavampia kuin Suomessa kuumimmat keskustelunaiheet etanoli ja biodiesel.

Innovaatiojournalismin jossain määrin vakiintumattomassa määritelmässä todetaan, että tiedotusvälineiden rooli myönteisen innovaatioilmapiirin luomisessa on tärkeä. Kokemukseni perusteella tätä kysymystä ei ole Red Herringissä juuri pohdittu, ainakaan tietoisesti. Lehdelle on tärkeintä menestyä uutiskilpailussa eli kirjoittaa kiinnostavista ilmiöistä omien uutiskriteereidensä perusteella.

Lehdistön roolia osana innovaatioekosysteemin toimintaa ei siis pidä liioitella, mutta toisaalta ei myöskään vähätellä. Uskon, että lehdistön kiinnostus alkuvaiheessa olevia yrityksiä kohtaan – josta RH 100 -lista on hyvä esimerkki – kannustaa innovatiivisuuteen ja edistää yritysten menestymistä, vaikka niistä kirjoittaminen ei olisikaan pelkästään myönteistä.

Suomalaisen toimittajan mukanaolo Injo-ohjelmassa luultavasti lisää innovaatioaiheisten artikkeleiden määrää suomalaisessa mediassa. Myös artikkelien sisältö saanee uutta, enemmän tulevaisuusorientoitunutta ilmettä ja vähentää kyynisyyttä, suomalaisten helmasyntiä.

Voi myös olla, että osallistuminen ohjelmaan lisää suomalaisten yritysten näkyvyyttä yhdysvaltalaisessa mediassa ja siten parantaa niiden vientinäkyymiä, vaikka se ei ohjelman tavoite olekaan.

### **Innovaatiot tiedotusvälineissä**

Tiedotusvälineet ovat joutuneet muuttamaan toimintatapojaan internetin yleistyttyä. Muutos on kiihtynyt viime vuosina ja ollut erityisen nopeaa Piilaaksossa, jossa uuden teknologian käyttöön suhtaudutaan ennakkoluulottomasti. Alueen valtaledet, San Francisco Chronicle ja San Jose Mercury News, ovat molemmat talousvaikeuksissa ja hakevat säästöjä. Chronicien levikki putosi viime vuonna enää kolme prosenttia edellisvuoden 15 prosentin romahduksen jälkeen. Lehti ilmoitti kuitenkin kesäkuussa irtisanovansa 100 työntekijää 400-henkisestä toimituksestaan. Mercury News's levikkiluvut ovat laskeneet samaa vauhtia. Työntekijöitä on toimituksessa enää 200, kun niitä vielä seitsemän vuotta sitten oli 400.

Molemmat lehdet yrittävät säilyttää lukijansa nettilehtiään kehittämällä, jotka rahoitetaan mainostuloilla, ei niinkään käyttäjämaksuilla. Kilpailijoita on kuitenkin paljon, koska nettilehden perustaminen on halvempaa kuin perinteisen lehden. Hakujätkä Google ja Yahoo tarjoavat omia uutisiaan, minkä lisäksi monet nettiyhteisöt ovat vieneet perinteisten lehtien lukijoita. Nämä yhteisöt tarjoavat käyttäjilleen uutisten lisäksi esimerkiksi mahdollisuuden julkaista omia kirjoituksiaan yhteisön sivuilla.

Mainostulot eivät ole Red Herringissäkään kasvaneet odotetulla tavalla. Nettlehden lisäksi Red Herring julkaistaan edelleen viikoittain ilmestyvänä paperiversiona, mutta koska painaminen on kallista, kesäkuussa lehti siirsi paperiversionkin internetiin. Lehti siis taitetaan kuten tähänkin asti, mutta sitä voi lukea vain erityisen selailuohjelman avulla. Varsinainen nettilehti on edelleen ilmainen, mutta "paperi"-versio on maksullinen.

Uusia käyttäjiä houkutellaan myös videoleikkeiden avulla, joiden tekemistä varten lehti rakensi kevään aikana oman studion. Muutaman minuutin mittaiset leikkeet, klipit, keskittyvät start up -yritysten johtohenkilöiden haastatteluihin, ja ne muistuttavat television keskusteluohjelmia.