

Innovaatiot ja journalismi

Innovaatiojournalismi-ohjelma
Stanfordin yliopisto
kevät 2006

Jyrki Alkio
Toimittaja
Taloustoimitus
Helsingin Sanomat
jyrki.alkio@sanoma.fi

TIIVISTELMÄ

Osallistuin keväällä 2006 Stanfordin yliopistossa Kaliforniassa järjestettyyn Innovaatiojournalismi-ohjelmaan. Ohjelman tarkoituksena on antaa toimittajille valmiudet ymmärtää innovaatioiden merkitys yritysten ja kansakuntien menestystekijänä. Ohjelmaan kuului opintojaksoja ja konferenssi Stanfordin yliopistossa sekä työskentelyä paikallisessa tiedotusvälineessä. Minun työpaikkani oli Piilaaksossa ilmestyvä Red Herring -viikkolehti, jossa työskentelin helmikuusta toukokuun loppuun. Opintojakson aikana opin ymmärtämään niin Piilaakson innovaatio-ekosysteemin kuin amerikkalaisen uutishuoneen toimintaa.

1. TAUSTAA

Osallistuin Helsingin Sanomien Säätiön 15 000 euron apurahan turvin keväällä 2006 Stanfordin yliopiston alaisuudessa järjestettyyn Innovaatiojournalismin koulutusohjelmaan. Ohjelma koostui Stanfordin järjestetyistä työpajoista ja Innovaatiojournalismi-konferenssista sekä palkattomasta työskentelystä paikallisessa tiedotusvälineessä.

Kevään ohjelmassa oli lisäksi mukana kuusi toimittajaa Ruotsista. Minä työskentelin viikoittain ilmestyvässä teknologian taloutta käsittelevässä Red Herring -lehdessä. Ruotsalaiskollegat olivat sijoittuneena taloutta ja tekniikkaa käsitteleviin Business 2.0, Cnet.com, Fortune, PC World, San Francisco Chronicle ja Wall Street Journal -julkaisuihin.

Innovaatiojournalismi-ohjelma käynnistyi kolme vuotta sitten ruotsalaisen Vinnova-organisaation aloitteesta. Vinnova on Ruotsin valtion viranomainen, joka pyrkii lisäämään Ruotsin talouden kasvua ja ruotsalaisten hyvinvointia innovaatiotoimintaa edistämällä.

Ohjelman taustalla on ajatus innovaatioiden keskeisestä merkityksestä kansakuntien kilpailukykyyn ja hyvinvoinnin edistäjinä. Yhteiskunnassa yleisesti innovaatioiden merkitys myönnetään avoimesti, mutta tiedotusvälineissä innovaatiot ovat jääneet vähälle huomiolle. Innovaatiojournalismi-ohjelman tarkoituksena on antaa toimittajille paremmat valmiudet ymmärtää innovaatioprosesseja ja innovaatiojärjestelmäksi kutsutun kokonaisuuden toimintaa. Toimittajien epäilemättä myös odotetaan käsittelevän innovaatioteemoja aiempaa enemmän kirjoituksissaan.

Innovaatiojournalismi-ohjelma on toteutettu Stanfordin yliopiston Center for Innovative learning -yksikön alaisuudessa. Stanfordin yliopisto sijaitsee keskellä Kalifornian Piilaaksoa, jota on totuttu pitämään teknologiateollisuuden ja innovaatiotoiminnan keskuksena. Ohjelman suunnittelijat uskovat, että opiskelu alueen yliopistossa ja työskentely paikallisissa tiedotusvälineissä auttaa toimittajia paremmin ymmärtämään innovaatioita ja niiden merkitystä yritysten ja kansantalouksien menestystekijöinä.

Vinnova on rahoittanut vuosittain, vuodesta 2004, kuuden ruotsalaistoimittajan osallistumisen ohjelmaan. Itse rahoitin osallistumiseni lukuisin apurahoin sekä Helsingin Sanomilta saamallani palkalla, koska Suomessa vastaavaa rahoitusratkaisua ei ole tarjolla.

2. OHJELMAN SISÄLTÖ

Kevään 2006 Innovaatiojournalismi-ohjelma käynnistyi Stanfordin yliopistossa 6. helmikuuta viikon mittaisella aloitusjaksolla. Saimme viikon aikana kuulla innovaatioteemaan pureutuvia esityksiä useista näkökulmista.

Aloitusjakson jälkeen me ohjelmassa mukana olevat toimittajat siirryimme kukin omaan isäntäyhteisöömme. Minä työskentelin Red Herringin toimituksen internet-tiimissä, johon lisäksi kuului neljä lehden paristakymmenestä toimittajasta. Kirjoitin pääosin uutisia lehden internet-sivuille mutta myös muutamia artikkeleita paperilehteen. Linkit julkaistuihin kirjoituksiin löytyvät tämän raportin lopusta.

Rooliani lehdessä ei määritelty yksityiskohtaisesti. Sain varsin vapaasti vaikuttaa siihen, mistä aiheista lehdessä ollessani kirjoitin. Kollegani ja Red Herringin johto ymmärsivät, etten ollut lehdessä tekemässä mahdollisimman suurta määrää kirjoituksia vaan lisäämässä ymmärrystä amerikkalaisen innovaatiojärjestelmän toiminnasta. Itse koin, että Piilaakson maailmaan pääsi parhaiten sisään osallistumalla aktiivisesti uutistyyöhön.

Innovaatiojournalismi-ohjelma rytmitti myös lehtityöskentelyäni. Stanfordin yliopistossa järjestettiin huhtikuun alussa (5.-7. huhtikuuta) konferenssi, johon me ohjelmassa mukana olleet toimittajat valmistimme esityksen. Omassa konferenssiesityksessäni pohdin journalismin aikahorisonttia sekä niitä haasteita, joita tulevaa ennakoiva journalismi kohtaa. Uskon, että päiväkohtaisten tapahtumien uutisoinnin rinnalla löytyy aiempaa enemmän kysyntää tulevaisuussuuntautuneelle journalismille. Tällaisessa työssä toimittajien pitää hyödyntää muiden ammattikuntien, esimerkiksi tulevaisuudentutkijoiden työmenetelmiä. Linkki esitykseeni ja muuhun konferenssiaineistoon on koottu raportin loppuun.

Konferenssin jälkeen palasin Red Herring -lehteen, jossa loppukevään aikana seurasin ennen kaikkea langattoman teletekniikan kehitystä.

Me Innovaatiojournalismi-ohjelman osanottajat tapasimme kevään aikana lähes viikoittain ja vaihdoimme kokemuksiamme. Toukokuussa (10.-12. toukokuuta) kokoontuimme kolmeksi päiväksi Stanfordin yliopistoon laatimaan kevään loppuyhteenvetoa. Osallistuimme jakson aikana ryhmänä Googlen mediapäiville sekä teimme Wikipedia-tyyppisen esityksen innovaatiojournalismin parhaista käytännöistä. Ryhmätyön tulos on luettavissa Stanfordin yliopiston sivuilta (linkki esityksen lopussa).

Teimme toukokuussa (15.-19. toukokuuta) myös matkan itärannikolle, jossa tutustuimme amerikkalaiseen innovaatiopolitiikan päätöksentekoon muun muassa senaatissa vieraillessamme.

Kävin kevään aikana, 21.-24. maaliskuuta, myös Hollywoodissa ja Los Angelesissa, jossa paikallisen Suomen-suurlähetystön myötävaikutuksella tutustuin mediateollisuuden toimintaan.

3. HAVAINNOT

3. 1. Innovaatiojournalismi

Opintojaksot Stanfordin yliopistossa ja työskentely Red Herring -lehdessä antoivat sen, mitä Innovaatiojournalismi-ohjelma lupasikin: Ymmärrän aiempaa selvemmin, miten oleellisia innovaatiot ovat yritysten menestyksen kannalta. Vaikutus näkynee myös siinä, miten aiheita toimittajan työssäni jäsennän.

Teknologiaateollisuutta seuraavana toimittajana jakso oli arvokas myös siinä mielessä, että pääsin tutustumaan Piilaaksoon suuriin teknologiayhtiöihin ja niiden toimintatapaan. Uskon, että minulla Suomeen palattuani on aiempaa paremmat edellytykset kirjoittaa yhtiöistä.

Red Herring oli innovaatiojournalismi-teeman kannalta ihanteellinen työpaikka, koska lehden tekijät ymmärsivät ja ymmärtävät innovaatioiden merkityksen. Tyypillisesti teknologiaa painottavat julkaisut, esimerkiksi tietokonelehdet, keskittyvät uusiin tuotteisiin ja niiden teknisten ominaisuuksien arviointiin. Talouslehdet puolestaan käsittelevät teknologiayhtiöiden menestystä useimmiten talouden tunnuslukujen valossa. Innovaatiojournalismi, niin kuin se ohjelmassa määriteltiin, pyrkii yhdistämään molemmat näkökulmat ja näkemään teknologian eli innovaatiot taloudellisen menestyksen perustana. Red Herring määrittelee seuranta-alueensa teknologiabisneksiksi (*the business of technology*).

Työskentely Red Herringissä tarjosi mahdollisuuden nähdä konkreettisesti paikan päällä, miten Piilaakson innovaatio-ekosysteemi eli rahoittajien, yrittäjien, keksijöiden ja suuryritysten symbioottinen suhde toimii. Yliopistojen rooli kokonaisuudessa jäi minulle etäisemmäksi, mutta teoriatasolla sekin toki tuli selväksi.

Työskentely Red Herringissä auttoi ymmärtämään myös toimijoiden välistä työnjakoa. Vaikka medialla on keskeinen asema uusien keksintöjen tai lupaavien yritysten esiin tuonnissa, tiedotusvälineiden rooli on selvästi määritelty. Toisin kuin Innovaatiojournalismi-ohjelman käynnistäjät ehkä toivovat, Piilaakson ekosysteemissä journalismi ei mielestäni ole edistämässä ”hyvää asiaa” - kansallisen innovaatiojärjestelmän menestystä - vaan raportoi kiinnostavista tapahtumista omien uutiskriteeriensä perusteella.

Suomalaisittain keskeinen järjestelmä-näkökulma puuttuu lähes tyystin amerikkalaisesta innovaatioita käsittelevästä journalismista, ilmeisesti siksi, ettei pirstaleisten asioiden edes nähdä muodostavan suurta kokonaisuutta.

3. 2. Muuttuva mediakenttä

Innovaatiojournalismi ymmärretään Stanfordin ohjelmassa innovaatioita käsitteleväksi journalismiksi. Suomessa tutkija Erkki Kauhanen on määritellyt innovaatiojournalismin laajemmin muutoksen journalismiksi, jota hallitsee tulevaisuusnäkökulma.

Innovaatiojournalismi-käsitteellä voi myös tarkoittaa journalismissa tapahtuvia innovaatioita. Esimerkiksi Innovaatiojournalismi-konferenssissa vilkkainta keskustelua käytiin juuri innovaatioista journalismissa, ei niinkään innovaatioita käsittelevästä journalismista.

Innovaatiot journalismissa kiinnostavat ainakin tiedotusvälineitä tseään, sillä internet pakottaa, ja on jo pakottanut, perinteisiä mediayhtiötä muuttamaan toimintatapaansa, kun entistä useammat ihmiset lukevat uutiset painetun lehden sijaan verkosta, joko lehtien verkkosivuilta tai blogeista. Amerikkalaismedia tuntui keväällä 2006 kiivaasti etsivän keinoja, joilla pitää kiinni vanhoista yleisöistä ja samalla tavoittaa uutta lukija- tai kuulijakuntaa. Googlet, yahoot ja ennen kaikkea yhteisöllisyyttä rakentavat myspace ovat perinteisille mediataloille haaste, johon yhtiöt yrittävät kaikin keinoin vastata. Myös Red Herring -lehden sisällä käytiin jatkuvasti keskustelua siitä, mikä on lehden verkkosivuston merkitys ja paljonko resursseja pitää suunnata paperilehden, paljonko internet-sivuston sisältöön.

3. 3. Amerikkalainen lehtityö

Työskentely Red Herring -lehdessä tarjosi suomalaisittain ainutlaatuisen näköalapaikan

amerikkalaislehden toimituksen työtapoihin. Perushavaintoni oli, että toimittajan työ on eri puolilla maailmaa pohjimmiltaan samanlaista eli tietojen hankintaa ja esittämistä tiiviissä muodossa.

Yksityiskohtaisemmassa tarkastelussa eroja kuitenkin löytyy. Keskeisin ero on amerikkalaisen toimitustyön käsittelijävetoisuus. Yksittäiset toimittajat tuottavat aineistoa, jonka pohjalta käsittelevä toimittaja muokkaa julkaisukelpoisen kirjoituksen. Toimintatapa oli käytössä niin Red Herringissä kuin useimmissa muissakin ohjelmassa mukana olleiden toimittajien isäntäyhteisöissä. Ero suomalaiseen kulttuuriin on silmiinpistävä: ainakin sanomalehtitoimittajilta odotetaan Suomessa loppuun asti viimeisteltyä tekstiä, johon editointivaiheessa tehdään useimmiten vain stilistisiä korjauksia.

Amerikkalaistoimituksissa tuntuu olevan myös selvästi enemmän kilpailuhenkisyttä kuin Suomessa.

Toimittajien sidosryhmistä viestintätoimistoilla on Yhdysvalloissa korostuneen vahva asema. Meidän pohjoismaalaiseen käytäntöön tottuneiden toimittajien oli välillä vaikea ymmärtää, miten voimakkaasti viestintätoimistot voivat vaikuttaa kirjoitusten syntyyn.

VIITTEET

Innovaatiojournalismi (InJo):

Innovaatiojournalismi, Wikipedian määritelmä,

http://en.wikipedia.org/wiki/Innovation_journalism

InJo:n parhaat käytännöt (Innovaatiojournalismi-ohjelman ryhmätyö),

<http://innovationjournalism.stanford.edu>

InJo-ohjelma, <http://www.innovationjournalism.org/>

InJo-konferenssi, <http://www.innovationjournalism.org/archive/INJO-3-3.pdf>

How to Write about the Future (esitykseni konferenssissa),

<http://www.innovationjournalism.org/archive/INJO-3-4/Alkio.pdf>

Red Herringissä julkaistuja kirjoituksiani:

MSN Lures Searchers with Gifts ([lataa PDF](#))

Another Top Nokia Exec Leaves ([lataa PDF](#))

Icahn Alters Time Warner Plans ([lataa PDF](#))

Icahn, Time Warner Reach Deal ([lataa PDF](#))

Nokia's Blackberry Challenger ([lataa PDF](#))

US Is Nokia's Top Priority ([lataa PDF](#))

Search Giants Lured by Mobile ([lataa PDF](#))

Google Reassures Its Investors ([lataa PDF](#))

Startup Casts \$1B into WiMAX ([lataa PDF](#))

Wi-Fi Fight Brews in Big Easy ([lataa PDF](#))

RAZR's Now No. 1 in Europe ([lataa PDF](#))

New Orleans' Wi-Fi Blues (print) ([lataa PDF](#))

Getting Word Out on Innovation ([lataa PDF](#))

Wi-Fi Cell Phone Battel Looms ([lataa PDF](#))

Nokia Upbeat on Phone Prices ([lataa PDF](#))

HP in Buying Mood Again: Hurd ([lataa PDF](#))

Nokia Outplays Expectations ([lataa PDF](#))

Linux Jumps into Mobiles ([lataa PDF](#))

Dot Mobi Mob (print) ([lataa PDF](#))

Linux Calling (print) ([lataa PDF](#))

Moibile Ads Infinitum (print) ([lataa PDF](#))

EU Ponders Tax on SMS, Emails ([lataa PDF](#))

Why Mobile Carriers Avoid VoIP ([lataa PDF](#))

Fever Pitch (print) ([lataa PDF](#))