

Erkki Kauhanen

## Muutosjournalismia muutoksen aikaan

Tekniikka & Talous -lehdessä oli 12.5.2005 uutinen Siemensin hallintoneuvoston puheenjohtajan Heinrich von Piererin vierailusta Suomeen. Saksalais-suomalaisen kauppakamarin kokouksessa hän valisti, että ”palkkakustannuskilpailu jatkaa väistämättä työpaikkojen siirtymistä läntisistä teollisuusmaista alueille, joissa talouskasvu on kovempaa ja työvoima edullisempaa”. Jutussa kerrottiin, että Siemensin väestä on kiinalaisia jo seitsemän prosenttia, siis noin 30 000 ihmistä. ”Täytyy mennä sinne, missä musiikki soi ja missä ovat asiakkaat”, Pierer sanoi. Uhattuaan työpaikkojen siirtymisellä halpamaihin hän ”vaati voimakkaasti” teollisuuden palkkakustannusten alentamista ja kertoi, että Saksassa jo useissa yrityksissä työaikaa pidennetään palkkaa nostamatta.

Tämä juttu on monella tapaa ajan kuva suomalaisen lehdistön taloussivuilta vuonna 2005. Suuren yrityksen johtaja vaatii Kiina-ilmiöön vetoamalla palkkojen alentamista, eikä toimittaja kysy edes retorisesti, kannattaako johtaja myös johdon ansioiden laskemista kiinalaiselle tasolle vai vaatiiko talous uhrauksia vain tehtaan lattialla. Johtajan ”musiikki soi” -lausahduksessa on riehakuutta. Siihen on syytä, sillä globalisaatiossa työnantajilla on viimeinkin käsissään valtti, joka perustelee työehtojen heikennykset. Johtajan viesti on, että työntekijä joko suostuu – tai itkee ja suostuu. Se näyttää olevan myös median sanoma.

Tässä uudessa globaalissa kilpailussa selviytymisaseeksi on nimetty siirtyminen innovaatiotalouteen. Raskaasta kustannusrakenteesta ja ikääntyvästä väestöstä kärsiviä vanhoja teollisuusmaita uhkaa perikato, mutta se estetään siirtymällä investointivetoisesta *ekstensivisestä* kasvusta *intensiviseen* kasvuun, joka perustuu tuottavuuden nousuun (Sitra 2005, Valtioneuvoston kanslia 2004). Siis vaikka kypsyvien teknologioiden tuotanto siirtyykin nopeasti muualle, on ehkä mahdollista pysyä pinnalla surfaamalla aina uusien innovaatioiden nousuaallossa. Tämä länsimaiden oravanpyörä tuo mieleen Ihmemaan Liisan, joka juoksee Punaisen Kuningattaren kanssa itsensä läkähdykseen:



– *Meidän* maassa [-] tullaan toiseen paikkaan, jos juostaan lujaa ja kauan, niin kuin me juuri olemme tehneet.

– Sitten teillä ollaan hitaita! sanoi kuningatar. – Täällä saat juosta kaikin voimin, jos haluat pysyä paikoillasi. Ja jos haluat päästä eteenpäin toiseen paikkaan, saat juosta kaksin verroin niin kovasti. (Lewis Carroll, Liisan seikkailut peilimaassa)

Euroopan näköalat tässä kansainvälisen talouden uudessa myllerryksessä ovat paljon epävarmemmat kuin taloustoimijat yleensä suostuvat myöntämään. Vaikka talousjulkisuutta hallitsee teknologiavetoinen optimismi, yleisen hymistelyn taustalta voi kuulla hyvinkin synkkää mutinaa, josta aavistuksen antaa alkuvuodesta 2006 julkaistu EU:n uutta innovaatiopolitiikkaa hahmottava paperi ”Creating an Innovative Europe”. Tällaista paniikkia hipovaa sävyä näkee hyvin harvoin julkishallinnon asiakirjoissa:

Euroopan ja sen kansalaisten tulisi huomata, että heidän elämäntapansa on uhattuna. Polku vaurauteen on kuitenkin auki tutkimuksen ja innovaatioiden kautta, jos vain Euroopan johtajat ryhtyvät kunnollisiin toimiin, ennen kuin se on liian myöhäistä. (Independent Expert Group on R&D and Innovation 2006, 30, käännös englannista.)

Tässä innovaatiojournalismi tulee mukaan kuvaan. Innovaatiotalouteen siirtyminen on kansallinen megaprojekti, jota voidaan yrittää joko pelkillä rakennemuutosohjelmilla tai sitten kansalaiskeskustelulla. Kansalaiskeskustelussa on riskinsä, mutta ilman sitä projektilla ei ole onnistumisen mahdollisuuksia. Sillä vaikka innovaatiotaloudesta toistaiseksi keskustellaankin vain teknologisetaloudellisessa yhteydessä, se on myös syvästi kulttuurinen projekti. Peruskysymys kuuluu: halutaanko ja onko mahdollista synnyttää sellainen kansallinen tieto- ja tahtotila, jonka seurauksena Suomi lyhyessä ajassa muutetaan joustavaksi ja vikkeläliikkeiseksi pioneeritaloudeksi, jonka kansallinen toiminta-ajatus on parhaiden teknologioiden jatkuva kokeilu, soveltaminen ja sovellusten myyminen hitaammille?

Innovaatiotalous vaatii tulevaisuusorientoitunutta yhteiskuntaa, jossa media osallistuu keskeisesti tulevaisuuskeskusteluun toisaalta tarjoamalla sille rikasta materiaalia ja toisaalta toimimalla sen keskeisenä foorumina. Se vaatii median toimintatapojen ja mediasisältöjen virittämistä osittain uudella tavalla. Juuri siitä innovaatiojournalismissa on kysymys. Koska innovaatiojournalismi välttämättä sijoittuu jonnekin tiedejournalismin, teknologiajournalismin, talousjournalismin ja sosiaalis-kulttuurisia kysymyksiä käsittelevän





journalismin välimaastoon, sitä voidaan lähestyä kaikista näistä suunnista. Tulevaisuusorientoituneisuutensa vuoksi se vaatii kuitenkin sen verran uutta välineistöä, että voidaan kenties puhua uudesta journalismin genrestä.

Tämä artikkeli perustuu hankkeeseen, jossa tutkitaan ja kehitetään innovaatioita koskevaa kirjoittelua kartoittamalla innovaatiojournalismia suomalaisissa viestimissä sekä tutkimalla toimitusten ja toimittajien työkäytäntöjä, ammattikulttuuria, asenteita ja visioita. Lisäksi hankkeessa selvitetään innovaatioita tuottavien yritysten ja organisaatioiden mediaan liittyviä tarpeita, pelkoja, hyötyjä ja riskejä sekä yhteistyön kehittämisen mahdollisuuksia.<sup>1</sup>

## Uusi kasvuteoria vaatii viestintää

Innovaatiotalouden vision taustalla on uusi *endogeeninen kasvuteoria* (Romer 1990 ym.), jossa talouskasvu perustuu tieto- ja osaamispääoman kasvattamiseen. Yksi avainkeinoista kasvun synnyttämiseksi ovat tutkimus- ja koulutusinvestoinnit, joiden pitäisi pienellä viiveellä johtaa nousevaan tuottavuuskehään. Suomen tilanne näyttäisi kuitenkin olevan hieman ristiriidassa teorian kanssa, sillä huolimatta suurista julkisista tutkimus- ja koulutusinvestoinneista työn tuottavuuden kasvu on jo pitkään ollut heikkenemässä. (Hyytinen & Rouvinen 2005b, Jalava & Pohjola 2005).

Tässä törmätään jälleen innovaatiojournalismin haasteeseen tai mahdollisuuteen. Koska kasvun tärkeimmät panokset, tieto ja osaaminen, ovat viestintällisiä hyödykkeitä, uuden kasvuteorian perusoletukset toteutuvat vain riittävän tehokkaan viestinnän olosuhteissa, eli jos innovaatiot leviävät riittävän hyvin. Kyse ei ole pelkästään tai edes pääasiassa yrityksiltä toisille kulkevasta teknisestä tiedosta, vaan myös siitä paljon yleisemmästä keskustelusta, jonka ansiosta yhteiskunnassa muodostuu – tai ei muodostu – innovaatioille ja niiden varassa tapahtuvalle yrittämiselle otollinen ilmapiiri sekä sitä tukevat rakenteet. Uuteen endogeeniseen kasvuteoriaan on siksi lisättävä viestintäehto: sisäsyntyisen tuottavuuden kasvun edellytykset eivät edes periaatteessa voi toteutua muuta kuin riittävän tehokkaan viestinnän tilanteessa. On tutkittava ja ymmärrettävä, mikä viestintä on tämän prosessin kannalta olennaista.

Toistaiseksi Suomi on ollut korkeintaan keskinkertainen informaatio- ja viestintäteknologian käyttönottaja eikä esimerkiksi laajakaistan ja internetin käytössä sijoitu kansainväliseen kärkeen (Koski 2005). Uusista yrityksistä vain pieni osa on sellaisia tuottavuuden kasvun kannalta strategisesti tärkeitä yrityksiä, joiden kautta uusi teknologia ja osaaminen etsii paikkaansa (Hyytinen & Rouvinen 2005c). Suomen erityiseksi ongelmaksi näyttää siten





nousevan juuri innovaatioiden leviämisen ja käyttöönoton hitaus. Itse asiassa koko Eurooppa on vastaavanlaisessa tilanteessa Yhdysvaltoihin, Japaniin ja Etelä-Koreaan nähden. Esimerkiksi mobiilipalvelujen kehittämisessä Japani on jo vuosia sitten ohittanut Suomen, mutta meillä media edelleen sammaltaa Nokia-humalassa tarinaa suomalaisesta teknologiataivaasta. Mediasta on näissä oloissa tulossa kansallinen ongelma.

Voidaan kysyä, pitääkö media epärealistisen kansallisylpeällä raportoinnillaan pystyssä kansallista kuplaa, joka estää näkemästä Suomen edessä olevan ongelman laajuutta, ja hidastaako se sen oivaltamista, että Suomella on edessään valtava murros, joka vertautuu viime vuosikymmenten suureen rakennemuutokseen maaltamuuttoineen ja elinkeinorakenteen mullistuksineen. Uusi murros saattaa vaikutuksiltaan olla suurempikin, sillä kansainvälisen talousjärjestyksen lisäksi meitä ajavat globaaliin ekologiaan liittyvät trendit, kuten ilmastonmuutos ja geeniteknologian, nanoteknologian sekä robotiikan esiinmarssi. Nämä kehityskulut muuttavat kansainvälisiä kilpailuasetelmia ja ihmisten elämää. Tässä tilanteessa medialle asettuva haaste on kahtalainen.

Toisaalta on ymmärrettävä, että media on osa kansallista innovaatiojärjestelmää, halusi se sitä tai ei. Media voi joko helpottaa murrosta tai luoda siihen kitkaa. Toisaalta elämme myös kulttuurista, sosiaalista ja poliittista murros-aikaa. Median tehtävä on ennakoida, seurata ja analysoida murrosta julkisuudessa, koska kukaan muukaan ei sitä tee.

Tähän rakoon innovaatiojournalismi sijoittaa itsensä. Yhteiskunta, jossa muutoksesta on tullut pysyvä asiointi, tarvitsee muutoksen journalismia. Innovaatiojournalismi on journalistinen näkökulma tai työtapa, jossa yhteiskuntaa tarkastellaan sen tulevaisuustyön näkökulmasta. Peruskysymykseksi nousee, miten läpinäkyvää tämä tulevaisuustyö on ja miten kattavaa, korkealaatuista ja itsetiedostavaa on siitä käytävä mediakeskustelu.

## Mediasisältöjen vinoumat johtavat harhaan

Suomalaisten viestinten innovaatiojournalismissa talouden ja tekniikan alat painottuvat silmiinpistävästi epätasaisesti.<sup>2</sup> Informaatio- ja viestintäteknologia korostuu kaikkien muiden kustannuksella niin, että mediasisältöjen painotuksen perusteella voisi kuvitella, että suurin osa suomalaisista työskentelisi internetin, tietokoneiden tai mobiililaitteiden suunnittelun parissa. Näilläkin aloilla korostuu muutama mobiililaitteita valmistava tai internet-yhteyksiä tarjoava suuri yritys. Erityisesti uuden teknologian soveltaminen muilla aloilla on suhteellisen vähän esillä aiheen tärkeyteen nähden.





Tämä vinouma on huolestuttava muun muassa siksi, että ainakin edellisten yleiskäyttöisten teknologioiden, eli höyryn ja sähkön, tapauksessa suurimmat taloudelliset vaikutukset eivät tulleet laitevalmistuksesta vaan teknologian soveltamisesta. Toistaiseksi Suomen panos maailman mobiilivallankumouksessa on Nokian vuoksi ollut enemmän uuden teknologian laitteiden valmistuksessa kuin teknologian soveltamisessa muualla yhteiskunnassa. Todennäköisesti myös mobiiliteknologia tulee vaikuttamaan kansantalouden tuottavuuteen enemmän sovelluksillaan kuin laitevalmistuksen kautta.

Tämä on Suomen kansantaloudelle ongelma, jota tuskin on omiaan korjaamaan se, että perinteiset teknologian alat ja varsinkin palveluala ovat innovaatiokirjoittelussa heikosti esillä. Kun kuitenkin palvelusektori on kansantalouden suurin toimiala ja yhä kasvamassa väestön ikääntymisen takia, tuottavuuden kohtalonkysymykseksi nousee hiemankin pidemmällä tähtäimellä juuri palvelualan tuottavuuskehitys (Hyytinen & Rouvinen 2005b). Perinteisessä talous- ja teknologiajournalismissa kuitenkin uusien teknologiayritysten seuranta on miltei satunnaisen vähäistä ja palvelualojen innovaatiotoiminnan ja kehityksen seuranta liki puuttuu, lukuun ottamatta joitakin suurimpia infrastruktuuritason hankkeita.

On jopa pelättävissä, että julkisuuden epätasaiset painotukset ohjaavat niin yritysten kuin julkisyhteisön ja yksittäisten kansalaisten suunnitelmia väärään suuntaan. Vaikka informaatio- ja viestintäteknikka onkin tärkeää perusteknologiaa, myös tulevaisuudessa suurin osa ihmisistä vain käyttää, ei suunnittele tai valmistaa, sitä. Me tarvitsemme edelleen hyviä puu-, metalli-, kone-, sähkö-, vesi- ja muiden tekniikan alojen osaajia. Esimerkiksi Saksassa on ollut ongelmana jo pitkään, että niin sanotuille perinteisille teknologian aloille ei saada riittävästi opiskelijoita, koska suurin osa yrittää hakeutua uuden teknologian pariin. Taustalla on yhteiskunnallinen ilmapiiri ja tulevaisuusentän hahmotus, jossa informaatio- ja viestintäteknologian merkitys näyttää ylikorostuneen.

Aineistosta ilmenee myös, että ulkomaisen teknologiakehityksen seuraaminen on uutismediassa hyvin vähäistä ja näyttää miltei satunnaiselta. Osittain siitä johtuneen maassamme elävä myytti suomalaisten erityisestä teknologiaystävällisyydestä ja Suomen johtoasemasta esimerkiksi maailman mobiiliteknologiakilpailussa. Yhden yrityksen loistava menestys laitekehittelijänä ja -valmistajana peittää yleisjulkisuudelta Suomen jälkeenjääneisyyden mobiilipalvelujen kehittämisessä ja käyttöönotossa.

Nokian kaltaiset firmat seuraavat kansainvälistä teknologiakehitystä alallaan hyvin, mutta varsinkin aloilla, joilla Suomella ei ole kansainvälisiä huipputyöryksiä, heikko seuraaminen johtaa siihen, että merkittävät teknologia-





trendit saatetaan huomata aivan liian myöhään. Esimerkiksi robotiikka on suomalaisen julkisuuden näkökulmasta miltei varkain noussut maailmalla teknologiatrendiksi. Japanin robotiikkayhdistys, joka edustaa robotiikan tutkimukseen eniten sijoittavia suuryrityksiä, uskoo, että varsin pian kotitalous- ja viiherobotiikan liikevaihto ohittaa kotitietokonemarkkinat. Tämä ei kuitenkaan mitenkään näy suomalaisessa keskustelussa, koulutuksessa tai yritysinvestoinneissa. Kun julkisuus lopulta huomaa tämän teknologia-aallon, me olemme jo pudonneet sen harjalta.

Median innovaatioisällössä on myös vahva teknis-kaupallinen vinouma innovaatioiden sosiaalisen ja kulttuurisen merkityksen kustannuksella. Kirjoittelua läpäisee teknologinen determinismi, eli teknologiakehityksen pitäminen annettuna tai teknokraattisesti määrittävänä. Median innovaatiokirjoittelu on elitististä siinä mielessä, että innovaatioita ja innovaatiotaloutta tarkastellaan lähinnä yritysten, teknologian kehittäjien ja poliittisten päättäjäien näkökulmasta. Kansalainen esiintyy jutuissa pääosin innovaatioiden kuluttajana tai uusien tuotteiden ostajana. Kuitenkin jo innovaatioihin liittyvä yleisönosastokirjoittelu paljastaa, että uuden teknologian käyttöönottoon liittyy aina suuria poliittisia, sosiaalisia ja kulttuurisia kysymyksiä, joiden kautta tavallinen käyttäjä tulee aktiiviseksi osapuoleksi tuossa prosessissa. Jos teknologian vastaanottoon liittyvää tematiikkaa ei pystytä julkisuudessa käsittelemään riittävän laajasti ja hyvin, jää käyttäjien tietämys ja kritiikki hyödyntämättä, mikä johtaa puolestaan konflikteihin ja hukka-investointeihin.

Kirjoittelun huomattaviin puutteisiin kuuluu myös lyhyt ajallinen jänne, joka yhdessä vähäisen analyttisyyden kanssa johtaa tarkastelemaan teknologiakehitystä yksipuolisesti laitteiden tai huonoimmassa tapauksessa kaupallisten tuotteiden näkökulmasta. Linjaavan ja yhteiskunnan tahtotilaa rakentavan tulevaisuuskeskustelun sijasta seurataan muutaman teknologiayrityksen tuloskehitystä, uusia tuotemalleja ja yksinkertaistavia yritystalouden tai julkisen talouden tunnuslukuja.

Perusongelmaksi osoittautuvat median juttukriteerit, jotka eivät ole erityisesti virittyneet murroksen aikaan. Myös journalistiset päivärutiinit, eli riippuvuus lähteiden harjoittamasta aktiivisesta tarjonnasta, aikapula, toisenlaisten esimerkkien ja toimintamallien puuttuminen sekä alan sisäisten generajojen rajoittava vaikutus, ovat innovaatiojournalismin ongelmia.

*Business as usual* journalismissa jutun muodon ja legitiimin aiheen määrää se, mistä on ennenkin kirjoitettu ja miten, vaikka murroskauden journalismissa olisi asiallista ainakin täydentävästi pohtia juttujen aiheita ja rakenteita myös erilaisten tulevaisuusskenaarioiden ja -visioiden näkökulmasta. Tär-





keintähän ei ole tietää, mitä eilispäivän suuruudet tekevät tänään, vaan ketkä ovat huomispäivän tekijöitä ja mikä on tavallisen kansalaisen rooli ja kohtalo tulevaisuuden tekemisen prosesseissa.

Se vaatii journalististen päivärutiinien pientä virittämistä siten, että nykyisen melko mosaiikkimaisen ja joskus suorastaan satunnaiselta ja satunnaisuudessaan tyhjänpäiväiseltä vaikuttavan uutisoinnin lisäksi tai sijaan saadaan enemmän kriittistä ja analyttistä kirjoittelua. Hyvä journalismi ei vain seuraa ”pakollisia” keskusteluteemoja vaan luo niitä. Murroskaudella on siirryttävä reaktiivisuudesta proaktiivisuuteen, ja tämän tulisi näkyä myös median toiminnassa ja sisällöissä.

## Mansikkakorin eetos ja innovaatiojournalismi

Innovaatiojournalismista puhuttaessa nousee aina esiin kysymys, haluaako talouselämä sen kautta tehdä mediasta itselleen ilmaisen PR-välineen. Tämä sinänsä tärkeä huoli perustuu kahteen väärinkäsitykseen.

Ensinnäkin, on kaikkien yhteinen etu, että media harjoittaa kriittistä tehtäväänsä myös innovaatiojournalismissa ja ehkä erityisesti juuri siinä. Esimerkiksi 1990-luvun pörssikuplaa ei olisi syntynyt ilman mediaa, joka unohti kriittisen funktionsa tai harjoitti sitä niin verettömästi, että julkisuutta pääsivät hallitsemaan epärealistiset käsitykset uusteknologiayritysten arvosta ja mahdollisuuksista.

Median taipumus hypettää uutta teknologiaa on tuttu juttu. Tutkimuksemme haastatteluaineistossa<sup>3</sup> niin median kuin yritystenkin edustajat tunnistavat sen. Kumpikin näyttää jossain määrin syyttävän siitä toistaan, vaikka osapuolet tunnustavat myös oman osallisuutensa. Hypetyks näyttää ainakin osittain pohjaavan median käytäntöihin: talousjournalismin tavallisimpia juttutyyppinä on henkilöhaastatteluun perustuva artikkeli, jossa yrityksen edustaja päästetään estradille esittämään näkemyksiään ilman ulkopuolista kritiikin sanaa tai analyysiä. Jos toinen pystyttää korokkeen ja toinen lausuu sieltä, ei ole hedelmällistä pohtia, kumman vastuu on suurempi.

Talousjournalismissa vastainformaation käyttäminen näyttää olevan vähäisempää kuin esimerkiksi poliittisessa journalismissa, vaikka yrityksen edustaja on omassa asiassaan ilman muuta yhtä odotettavasti puolueellinen kuin poliitikkokin. Iso osa talousjournalismista koostuu julkisuutta varten lanseeratusta lausunnoista, ja tämä määrittää keskustelun sävyä ja odotuksia. Tätä ruokkii tahollaan myös tiede- ja teknologiajournalismi, joita uuden ihmettely läpäisee ehkä vielä talousjournalismia kriitikkömmämin.





Ongelmana ei ole se, että yksittäiset jutut antaisivat virheellistä tietoa, vaan se, että juttujen mosaiikki antaa vinon kuvan kokonaisuudesta. Jos kesäinen mansikkakori olisi uutismaailma ja sen perusteella pitäisi päätellä maailman olioista, syntyisi helposti sellainen käsitys, että metsässä kaikki on punaista ja makeaa. Juuri niin käy usein talous-, tiede- ja teknologiajournalismin virittämässä julkisuudessa. Ehkä osittain juuri siksi Suomessa on yhä vallalla myytti suomalaisesta mobiilistaivasta. Sitä vain ei enää ole olemassa, jos sitä koskaan olikaan.

Median analyttisen silmän herpaantuessa yhteiskunnan eliitit voivat toteuttaa suuriakin muutoksia miltei huomaamatta. Väitöskirjassaan Samuli Skurnik katsoo esimerkiksi, että Koiviston kaudella Suomi ainoana länsimaana 20–30 vuoteen toteutti perustalousmallin muutoksen, jossa maa pienin askelin hivutettiin koordinoidusta sääntelytaloudesta liberaaliin kaksinapaiseen globaalitalouteen (Skurnik 2005). Vaikka talousjärjestelmän muutos vertautuu merkitykseltään perustuslain tärkeimpien säädösten muuttamiseen, se tehtiin ilman huomattavaa yhteiskunnallista keskustelua, tai ainakaan julkisuus ei ymmärtänyt poloneesin koreografiaa, mikä on olennaisesti sama asia.

Nykyinen pyrkimys siirtyä innovaatiotalouteen sisältää samankaltaisia elementtejä kuin edellinen suuri kehityskulku. Globaalien haasteiden vuoksi talouden perusteissa ollaan jälleen ajamassa syvällisiä muutoksia, jotka vaikuttavat kaikkien tulevaisuuteen. Ainakaan nyt teknologiset eliitit eivät pyri ehkäisemään keskustelua vaan pikemminkin synnyttämään sitä. Näyttää kuitenkin siltä, että helppojen uutisjuttujensa kanssa puuhastelevaa mediaa ei suuria linjauksia koskeva vaikea keskustelu paljon kiinnosta. Jos julkinen keskustelu muutoksen ehdoista ja seurauksista ei ole riittävän kattavaa ja korkeatasoista, syntyy vaara, että muutosvoimat taas taluttavat yhteiskuntaa niin kuin sikaa korvasta.

Toiseksi, vaikka jotkut pelkäävätkin, että innovaatiojournalismissa media alistuisi joillekin median ulkopuolisille tai ainakin sitä laajemmille päämäärille, media on itse asiassa aina tehnyt niin: muuten sillä ei olisi yhteiskunnallista legitimitettä. Media on yhteiskunnallisen vaikuttamisen instituutio *par excellence*. Kuitenkin kun puhutaan median vastuusta ja julkisuuden sisällöstä, journalistit usein sujuvasti lipsahtavat puheeseen, jossa kielletään median halu vaikuttaa ("lehdistön tehtävä ei ole vaikuttaa vaan tarkkailla ja raportoida") ja korostetaan tietojen oikeellisuutta ja tarkkuutta tärkeimpänä päämäärinä.

Tämä rituaalinomainen ja median ulkopuolisuutta taktisesti korostava kaksoisdiskurssi näkyy tutkimuksemme haastatteluaineistossa. Kuitenkin jos







vain tietojen tarkkuus olisi juttujen julkaisemisen motiivi, voitaisiin lehdet täyttää jatkokertomuksilla puhelinluetteloista tai tähtitieteellisistä efemeriditaulukoista. Jälkimmäiset saa halutessaan vaikka kymmenellä desimaalilla. Tosiasiassa me kaikki tiedämme, että journalismin taustalla on aina jokin arvio mediasisältöjen yhteiskunnallisesta käytöstä ja käyttökelpoisuudesta. Suuren muutoksen oloissa tulevaisuuskeskustelu välttämättä asemoituu kaikkein tärkeimpien ja käyttökelpoisimpien teemojen joukkoon. Pysyvän muutoksen oloissa sen tulee olla pysyvästi vahva osa median sisältöä.

Aiemmin media on laajana rintamana osallistunut moniin yleishyödyllisinä pidettyihin projekteihin kansanterveystyöstä itänaapurin rauhoitteluun. Nyt herää kysymys, onko siirtymä innovaatiotalouteen sitten sellainen kansanterveystyöhön vertautuva kansallinen projekti, johon median tulisi tietoisesti osallistua.

Globalisaatioon ja teknologiseen kehitykseen liittyvää murrosta emme pääse pakoon, vaikka haluaisimmekin. Mutta miten se toteutetaan, on omilla käsissämme. Parhaimmillaan me ehkä onnistumme synnyttämään uuden teknologia-aallon edelläkävijämaan, eettisen yhteiskunnan, jossa ”tehokkuuden ja tasa-arvon välinen ristiriita” (Hämäläinen & Heiskala 2004) ratkaistaan pohjoismaiselle hyvinvointiyhteiskunnalle ominaisella ja ihmisen arvoa kunnioittavalla tavalla. Pahimmillaan me alistumme globalisaatiopaniikissa sellaisiin yhteiskunnallisiin ratkaisuihin, jotka tuhoavat vuosikymmenten mittaisen yhteiskunnallisen kehitystyön hedelmät.

Prosessin lopputulos on luultavasti sitä parempi, mitä paremmin se perustuu informoituun kansalaiskeskusteluun. Siinä median on perusetiikkansa mukaisesti oltava mukana. Innovaatioalloilla surfaaminen on yksi valinta, mutta toisiakin vaihtoehtoja voi olla. Tai sitten ei. Kaikkien vaihtoehtojen pohtiminen on innovaatiojournalismin tehtävä. Median on annettava eväitä vaihtoehtojen kriittiseen tarkasteluun ja tilaa myös innovaatiotaloutta haastaville yhteiskuntapoliittisille valinnoille.

Itse uskon, että kaikissa realistisissa skenaarioissa uusien teknologioiden laaja käyttöönotto on välttämätön osa kokonaisuutta. Siinä taas tarvitaan innovaatiojournalismia. Tämän murroksen keskellä journalismi ei voi olla moraalinen vapaamatkustaja.

VTT Erkki Kauhanen toimii tutkijana innovaatiojournalismin tutkimusprojektissa Tampereen yliopiston Journalismin tutkimusyksikössä. Aiemmin hän on työskennellyt mm. tiedetoimittajana Yleisradiossa ja Helsingin Sanomissa.





## Viitteet

- 1 Tampereen yliopiston journalismin tutkimusyksikön kaksivuotista innovaatiojournalismin tutkimus- ja koulutushanketta rahoittavat TEKES, opetusministeriö ja koulutukseen osallistuvat yritykset. Hankkeen tutkijat ovat VTT Erkki Kauhanen ja YTM Elina Noppari. Sisällönanalyysitutkimuksessa ovat mukana 1–2 kuukauden numerot touko-kesäkuulta 2005 seuraavista viestimistä: Helsingin Sanomat, Hufvudstadsbladet, Kaleva, Kauppalehti, Länsiväylä, Tekniikka & Talous, Anna, Seura, Tekniikan maailma, Yleisradion klo 20.30 TV-uutiset, MTV:n klo 19 uutiset. Loppuraportti valmistuu vuoden 2006 aikana.
- 2 Innovaatiojournalismihankkeen aineistojen analyysi on vielä kesken, mutta tuloksista voi jo sanoa jotain alustavaa.
- 3 Anna, Helsingin Sanomat, Kaleva, Seura, Tekniikka & Talous, Yle.

## Lähteet

- Hyytinen, Ari & Petri Rouvinen (toim.) (2005a) Mistä talouskasvu syntyy? Elinkeinoelämän tutkimuslaitos ETLA, Sarja B 214. Helsinki: Taloustieto Oy.
- Hyytinen & Rouvinen (2005b) Loppupäätelmiä – Ovatko kasvun lähteet muuttuneet? Teoksessa Hyytinen & Rouvinen 2005a, sivut 321–348.
- Hyytinen & Rouvinen (2005c) Onko talouskasvua ilman yrittäjiä? Teoksessa Hyytinen & Rouvinen 2005a, sivut 137–157.
- Hämäläinen, Timo J. & Risto Heiskala (2004): Sosiaalisen innovaatiot ja yhteiskunnan uudistumiskyky. Loppuraportti tutkimushankkeesta Sosiaaliset innovaatiot, yhteiskunnan uudistumiskyky ja taloudellinen menestys: kohti oppivaa yhteiskuntaa (Sitra). Helsinki: Edita Prima.
- Independent Expert Group on R&D and Innovation (2006) Creating an Innovative Europe. Saatavilla internetistä: <http://europa.eu.int/invest-in-research/>.
- Jalava & Pohjola (2005) Tieto- ja viestintäteknologia tuottavuuden ja talouskasvun lähteenä. Liikenne- ja viestintäministeriön julkaisuja 11/2005.
- Kauhanen, Erkki (2005) Innovation is much more than business and technology. *Innovation Journalism* Vol.2 No.4, April 25, 2005, sivut 147–163.
- Koski, Heli (2005) Teknologian diffuusio ja talouskasvu. Teoksessa Hyttiäinen & Rouvinen 2005a, sivut 73–87.
- Romer, Paul M. (1990) Endogenous Technological Change, *Journal of Political Economy*, Vol. 98, No. 5, Part 2: The Problem of Development: A Conference on the Institute for the Study of Free Enterprise Systems, sivut 71–102.
- Sitra (2005) Suomi innovaatiotoiminnan kärkimaaksi. Helsinki: Suomen itsenäisyyden juhluvuoden rahasto Sitra.
- Skurnik, Samuli (2005) Suomalaisen talousmallin murros – suljetusta sääntelytaloudesta kaksinapaiseen globaalilouteen. Väitöskirja. Helsinki: Acta Universitatis Oeconomicae Helsingiensis.
- Valtioneuvoston kanslia (2004) Osaava, avautuva ja uudistuva Suomi. Loppuraportti projektista “Finland in the Global Economy”. Publications 26/2004.

