

- 1.** Pitää tietää, milloin puhutaan mediasta, milloin journalismista. Journalismi tuottaa yhteiskunnasta tietoa kansalaisille ja on näin osa demokratian perustaa. Media on laajempi systeemi, jossa journalismi operoi, mutta siihen kuuluu myös yritysviestintää ja muuta, jonka pelastaminen ei ole keskeistä demokratian kannalta.
- 2.** Valtiollisia tukia suunnatessa tulisi ottaa huomioon, että tuetaan journalismia ja aidosti sitä edistäviä innovaatioita, eikä yrityksiä, joiden liiketoiminta-alueena on media. Jos mediayhtiöitä tuetaan, tuki olisi suunnattava niille yhtiöille, jotka ovat aidosti vaikeuksissa tai vaihtoehtoisesti panostavat vahvasti kehitykseen. Jos mediayrityksen liikevoittoprosentti on 23, on syytä epäillä, että omistajat keskittyvät kehitystyön sijaan kotiuttamaan voittojaan.
- 3.** Koska media-alan ongelma on myös työllisyysongelma, tukitoimia pitäisi ohjata niin, että ne lisäävät työllisyyttä, eivät mediayhtiöiden voittoa.
- 4.** Kansainvälisillä markkinoilla uusia työpaikkoja ja kasvavia mediayrityksiä on onnistuttu luomaan sisällöllä, jotka ovat vahvasti erikoistuneita ja joita julkaistaan vain verkossa. Näistä menestystarinoista koottu "best practices" olisi hyvä pohja myös kotimaisen tuen ohjaamiseen.
- 5.** Epätyypilliset eli ei-vakituiset työsuhteet ovat tulleet jäädäkseen. Kun näiden työntekijöiden asemaa parannetaan, parannetaan myös media-alan markkinoiden dynamiikkaa.
- 6.** Kilpailutilannetta kartoitettaessa olisi Suomea hyvä verrata länsimaihin, joissa ei ole vahvaa yleisradioyhtiötä. Näin saadaan todenmukaisempi kuva siitä, onko yleisradioyhtiön toiminta aidosti niin vahva uhka yksityisomisteiselle medialle kuin annetaan ymmärtää.
- 7.** Yksi suurimmista uhkista on paikallisjournalismin vääjäämätön kuolema. Tätä aletaan pian nähdä laajemmassa mittakaavassa. Esimerkiksi Alma Media suunnittelee mittavia irtisanomisia ja ilmestymispäivien vähentämistä. Lehtikuolemien myötä esimerkiksi paikallispolitiikan seuranta katoaa suurten asutuskeskusten ulkopuolelta. Paikallisjournalismiin keskittyvät innovaatiot tulisi ottaa painopisteeksi, mutta on myös syytä miettiä erilaisia voittoja tavoittelemattoman paikallisjournalismin muotoja ja tapoja tukea sellaista.
- 8.** Monissa muissa maissa, etenkin Yhdysvalloissa, on syntynyt korkeatasoisia, riippumattomia tutkivan journalismin toimituksia. Ne toimivat tyypillisesti perinteisten mediatalojen ulkopuolella ja ovat voittoja tavoittelemattomia. Tällaista pitäisi pyrkiä synnyttämään Suomessakin.
- 9.** Innovaatio- ja kehittämistukea pitäisi entistä enemmän suunnata nuorille startup-yrityksille, jotka haluavat kehittää journalismia ja esimerkiksi sen ansaintamalleja tai jakelumuotoja. Pelkästään teknologisiin innovaatioihin keskittyneille firmoille on olemassa monenlaisia tukia, mutta journalistisen sisällön tukeminen kiinnostaa yhtä vähän kiihdyttämöitä kuin enkelisijoittajia. Kuitenkin juuri sen säilyminen myös digitaalisessa ympäristössä on toimivan demokratian elinehto.
- 10.** Median innovaatiotuki tulisi irrottaa Tekesin jäykistä säännöistä, jotta sitä voitaisiin paremmin suunnata uusille, pienille startuppeille, joista todelliset innovaatiot usein lähtevät.

11. Kansainvälisesti skaalautuvien innovaatioiden kehittämistä ei ehkä kannata odottaa suurilta kotimaisilta mediatyhtiöiltä. Se ei kuulu niiden ydinosamiseen. Median innovaatiotuen kansainvälisyysvaatimus todennäköisesti estää kotimaisia innovaatioita syntymästä.

12. Entä jos valtio perustaisi media-alan kiihdyttämön? Mallia voisi ottaa vaikkapa Y Combinatorista ja erityisesti mediaan keskittyneestä Matter VC:sta, jota myös julkinen media on mukana rahoittamassa.

Allekirjoittaneet:

Johanna Vehkoo, perustaja, Long Play & Hacks/Hackers Helsinki

Kari Haakana, palvelupäällikkö, Yle Areena

Olli Sulopuisto, freetoimittaja

Mikko Koskinen, perustaja, Scoopinion & Beatroot

Pekka Pekkala, freelancer-kirjoittaja

Juha Honkonen, päätoimittaja, Vihreä Lanka & perustaja, Readom