

Uutismedian uusi ekosysteemi

Ingressi:

Yhdysvalloissa journalismin digitaalista murrosta on vauhdittanut nk. “uusi ekosysteemi”. Perinteisten mediatalojen rinnalle digitaalisen journalismin kenttään on viime vuosina syntynyt kymmeniä journalismin startup-yrityksiä ja erilaisia independent-toimijoita. Alan menestyneimmät tekijät ovat vetäneet puoleensa sijoittajia, ja suurimmat ovat nk. unicorn-yrityksiä, joilla on satojen miljoonien digitaalinen yleisö. Uusi kilpailu on vauhdittanut innovaatioita ja alan kehitystä.

Yhteenveto

Tutkimushanke amerikkalaisen digitaalisen uutismedian haastajien menestystekijöistä sekä sovellusmahdollisuuksista suomalaisen uutismedian arkeen on päättynyt. Tutkimuksen tarkoitus oli tuottaa ajantasaista, konkreettista tietoa, analyysejä ja case-esimerkkejä markkinasta, jossa digitaalinen transformaatio on kouraissut media-alaa syvemältä ja aiemmin. Yhdysvalloissa markkina on erilainen ja moninkertainen kooltaan, mutta peruskysymykset läntisen maailman uutismediassa ovat pohjimmiltaan samoja.

Raportin tehneet MindMill Networkin perustaja ja senior advisor Marjaana Toiminen ja Aalto-yliopiston tutkija Noora Pinjamaa tapasivat lähes 30 mediajohtajaa 15 eri yrityksestä.

Haastateltavissa oli suurimpien mediainstituutioiden ylintä johtoa, journalististen startup-yritysten perustajia, innovaatioista vastuussa olevia tuottajia ja toimittajia näiden sisällä. Haastateltaviin kuului myös yksi startup-sijoittaja ja yksi alalle uudenlaisia toimijoita kouluttava yliopistoprofessori.

Materiaalista nousee sekä yhdistäviä että erottavia tekijöitä nk. alan haastajien ja instituutioiden välillä. Haastajien, journalististen startuppien keskuudessa keskeistä oli rakentaa instituutio-toimijoita nopeampi, innovatiivisempi ja matalahierarkisempi toimintatapa. Yrittäjähenkisyys ja intohimo paremman tekemisen tapaa kohtaan nousi voimakkaasti esiin. Fokusoituminen yleisön rakentamiseen ja oman mission mukaiseen journalismiin oli haastajien prioriteetti.

Yhteisiä teemoja perinteisille toimijoille ja uusille tulokkaille olivat syvällisesti liiketoimintaan ja tulonmuodostukseen vaikuttavat platform-strategiat, yleisön

sitouttaminen eri kanavissa sekä sosiaalisen median jättiläiseen, Facebookiin ja sen valta-asemaan liittyvät monet kysymykset.

Yllättävin tulos oli se, kuinka intensiivisesti tulokkaat (emerging media companies) ja institutionaaliset mediatalot (legacy media companies) seurasivat toistensa strategiaa ja innovaatioita. Institutionaaliset toimijat myönsivät kilpailun vauhdittaneen kehitystä perinteisissä mediataloissa ja luoneen kokonaan uusia kysymyksenasetteluita näiden sisälle. Yhden haastateltavan mukaan New York Timesin alalla tunnettu ja laajalle levinnyt Innovation Report ei olisi koskaan syntynyt, ellei alalle olisi tullut uusia toimijoita.

Kilpailu lahjakkuuksista haastajien ja instituutioiden kesken on myös kovaa.

Teknologia-ammattilaisten ja journalistien yhteistyö vaikuttaisi saumattomammalta haastaja-yrityksissä, vaikka se on prioriteetti koko alalla.

Tutkimuksen raporttiin voi tutustua osoitteessa MediaFutureMakers.com. Raportin lisäksi tekijät ovat purkaneet kertynyttä materiaalia helposti hyödynnettäviin osiin, kuten haastatteluihin ja ajankohtaisiin keskustelunaihe-nostoihin. Saitille on myös koostettu esimerkkejä mielenkiintoisimmista uutis-startupeista, pääasiassa Yhdysvalloista, näiden alusta-strategioista, ansaintamalleista sekä keinoista, joilla haastajat ovat löytäneet paikkansa digitaalisen journalismin markkinalla.

MediaFutureMakers.com tarjoaa monipuolisen näkymän digitaalisen journalismin uuteen ekosysteemiin.

Lisätietoa:

marjaana@mindmillnetwork.com

noora.pinjamaa@aalto.