

Media-alan tulevaisuus selvitys

MEDIA 2035

Neljä skenaariota median tulevaisuudesta

MEDIA-ALAN  TUTKIMUSSÄÄTIÖ

Julkaisija
Media-alan tutkimussäätiö,
Huhtikuu 2024

@ Media-alan tutkimussäätiö & Capful

Sisällys

Yhteenveto	4
Johdanto	5
Lukuohje	10
Media-alan trendit	12
Skenaarioiden yhteenveto	16
SKENAARIO 1 Media jatkumolla	18
SKENAARIO 2 Taistelu informaatiosta	28
SKENAARIO 3 Journalismin renessanssi	38
SKENAARIO 4 Viihteen voima	48
Strategisen ennakkoinnin tiekartta skenaarioiden hyödyntämiseen	58
Näin hanke toteutettiin	64
Tekijät	67

Yhteenveto

Media-ala muuttuu nopeasti. Toimialan tulevaisuuden kehitystä on vaikea ennakoida, koska se näyttäytyy epävakana ja monitulkintaisena. Siksi on entistä tärkeämpää kyetä tunnistamaan tulevaisuuden muutosvoimia ja arvioimaan, miten ne vaikuttavat media-ammattilaisten työhön ja mediayritysten toimintaan.

Media-alan tulevaisuusselvityksen tarkoituksena on kuvata monipuolisesti, miltä median ja mediayritysten mahdolliset tulevaisuudet voivat näyttää vuonna 2035. Se esittelee neljä mediaskenaariota: ”Media jatkumolla”, ”Taistelu informaatiosta”, ”Journalismin renessanssi” ja ”Viihteen voima”. Ne eivät ole ennusteita media-alan tulevaisuudesta, vaan kertomuksia mahdollisista tulevaisuuksista sekä niiden muutosvoimista, murroksista ja epävarmuuksista.

Ensimmäinen skenaario ”Media jatkumolla” kuvaa tulevaisuutta, jossa media-alan muutokset ovat odotettuja ja suhteellisen hitaita. Kotimaisen media-alan keskittyminen ja taistelu kansainvälistä kilpailua vastaan jatkuu, perinteiset median käyttötavat säilyvät vahvoina ja kuluttajat käyttävät yhä enemmän yhteisöllisiä medioita.

Toinen skenaario ”Taistelu informaatiosta” määrittää tulevaisuuden maailman, jossa geopoliittiset kriisit ja informaatiovaikuttaminen uhkaavat vapaata tiedonvälitystä. Samalla sananvapaus kaventuu kansalliseen turvallisuuteen liittyvien paineiden korostuessa.

”Journalismin renessanssi” on kolmas skenaario, jossa tekoälysaaste ja monikriisi

johtavat sekavaan ja sirpaleiseen informaatioympäristöön. Se lisää tarvetta luotettavalle journalistiselle tiedolle ja toisaalta ajaa ihmisiä vaihtoehtoisten totuuksien pariin.

Neljännän skenaarion ”Viihteen voima” maailmassa teknologian kehityksen kiihdyttämä sisällöntuotanto ja yhteiskunnallinen eriarvoistuminen ovat erottelleet ihmisten mediakäyttöä. Merkittävänä mediakuluttamisen ryhminä ovat laatuun ja syvällisyyteen panostava maksumuurieliitti ja koukuttavien algoritmien ohjaaman turboviihteen vietävissä oleva digiprekariaatti.

Mediaskenaarioiden tavoitteena on ennen kaikkea herättää uutta keskustelua median tulevaisuudesta sekä kehittää media-alan kykyä haastaa aiempia oletuksia ja ennakoida tulevaa. Raportti tarjoaa media-alan ammattilaisille ja yrityksille haastavia tulevaisuuden näkökulmia strategiseen ajatteluun, uusien kasvualueiden tunnistamiseen ja osaamisen kehittämiseen. Käytännön strategia- ja kehitystyötä tukee raportin lopussa esiteltävä strategisen ennakkoinnin tiekartta, joka on käytännön työväline skenaarioiden hyödyntämiseen.

Johdanto

Keskustelu median tulevaisuudesta kiihtyy. Media-alalla erityisesti lähitulevaisuus on kiinnostanut laajasti. Mitkä ilmiöt nousevat, mitkä trendit vaikuttavat, mihin teknologioihin panostaa, mikä kuluttajia kiinnostaa ja mihin he käyttävät aikaansa? Tämän media-alan tulevaisuus selvityksen tarkoituksena ei kuitenkaan ole tarkastella, mitä kannattaisi tehdä seuraavaksi. Selvitys pyrkii katsomaan horisontin taakse ja tutkimaan seikkaperäisesti, miten media-alan erilaiset mahdolliset tulevaisuudet voivat kehittyä vuoteen 2035.

Tulevaisuus selvitys pyrkii ruokkimaan mielikuvitusta ja luovaa ajattelua sekä tarjoamaan media-alan ammattilaisille ja yrityksille näkökulmia strategiatyöhön, uudistumiseen ja kasvuun. Se esittelee neljä mediaskenaariota, jotka avaavat näköaloja tulevaisuuden muutosvoimiin, epävarmuuksiin ja murroksiin. Skenaarioiden tavoitteena on vahvistaa media-alan yhteistä ymmärrystä ja keskustelua median tulevaisuudesta, kehittää alan toimijoiden kykyä ennakoida tulevaa sekä tunnistaa ja hyödyntää uusia mahdollisuuksia.

MEDIA-ALALLA TARVITAAN SYVÄLLISTÄ YMMÄRRYSTÄ TULEVAISUUDESTA

Media-alan muutos on ollut nopeaa ja toimintaympäristön muutokset merkittäviä. Toimialan kehityssuunnat vaikuttavat korostuneen epävarmoilta, monimutkaisilta ja vaikeasti tulkittavilta. On tärkeää tunnistaa tulevaisuuden muutosvoimia ja analysoida, miten ne vaikuttavat media-alaan, mediayri-

tysten päätöksentekoon ja media-ammattilaisten työhön.

Media-alalla tarvitaan uutta tietoa ja näkemystä media-alan kehityksestä ja tulevaisuudesta, jotta alalla kyetään ennakoidaan ja ohjaamaan muutosta. Tulevaisuuden epämääräisyys vaikeuttaa myös

Skenaarioiden tavoitteena on vahvistaa media-alan yhteistä ymmärrystä ja keskustelua median tulevaisuudesta, kehittää alan toimijoiden kykyä ennakoida tulevaa sekä tunnistaa ja hyödyntää uusia mahdollisuuksia.

mediayritysten strategista johtamista sekä hidastaa mediaorganisaatioiden uudistamista ja liiketoiminnan kasvua.

Näihin tarpeisiin vastaa media-alan tulevaisuus selvitys ”Media 2035 – neljä

skenaariota median tulevaisuudesta”. Media-alan tutkimussäätiön julkaiseman ja ennakointi- ja strategiatoimisto Capfulin toteuttaman tulevaisuus selvityksen keskeisiä tavoitteita ovat:

- media-alaan vaikuttavien muutostekijöiden ja epävarmuuksien tunnistaminen,
- media-alan tulevaisuuden skenaarioiden kuvaaminen,
- media-alaa haastavien näkökulmien löytäminen sekä
- uusien kasvualueiden tunnistaminen media-alalle.

Nämä tavoitteet ovat kriittisiä laajasti media-alalla – sekä yrityksille että ammattilaisille. Mediayritysten on yhä nopeammin pystyttävä tunnistamaan, mitkä ovat tulevaisuuden menestymisen kannalta keskeisiä ilmiöitä ja asioita. Se koskee niin uusia mahdollisuuksia kuin uhkia ja riskejä liiketoiminnalle. Esimerkiksi digitalisoitumisen vaikutukset median käyttötapoihin, sisällön tuotantoon ja jakeluun sekä liiketoimintamalleihin ovat olleet merkittäviä. Vastaavasti esimerkiksi tekoälyn, data-analytiikan ja virtuaalitodellisuuden vaikutuksia media-alaan ja mediatyöhön ollaan vasta hahmottamassa.

Tässä selvityksessä media-alan tulevaisuutta on lähestytty skenaariotyön keinoin. Skenaariotyö mahdollistaa alaa koskevien muutosten kokonaisvaltaisen tarkastelun ja merkittävimpien syy-seuraussuhteiden hahmottamisen. Tulevaisuuden vaihtoehtoisten kuvausten avulla voidaan jäsentää toimintaympäristön epävarmuutta ja monitahoisuutta sekä suunnitella toimintaa tulevaisuuslähtöisesti.

Tulevaisuus selvitykseen on osallistunut laajasti media-alan toimijoita ja ammattilaisia Suomesta ja maailmalta. Hankkeessa toteutettujen kyselyiden, haastattelujen ja skenaariotyöpajojen kautta media-alan muutosvoimien tunnistamiseen ja skenaarioiden rakentamiseen on osallistunut yli 175 media-alan

ammattilaista ja asiantuntijaa. He ovat edustaneet laajasti erilaisia media-alan yrityksiä ja muita toimijoita.

Media-alan tulevaisuus selvitys tarjoaa uutta tietoa, ajankohtaista näkemystä ja käytännöllisiä työvälineitä mediayritysten strategiatyön, päätöksenteon ja tulevaisuuden kasvun tueksi. Selvitys tuo media-alan tulevaisuutta koskevaan keskusteluun seuraavia näkökulmia ja vaikutuksia:

- uutta ja ajankohtaista ymmärrystä median tulevaisuudesta sekä uusista mahdollisuuksista media-alalle, mediayrityksille ja media-alan ammattilaisille,
- strategista ymmärrystä media-alan toimintaympäristön muutoksista ja työväline niiden hyödyntämiseksi tulevaisuuden liiketoiminnassa ja kehitystyössä,
- skenaarioita ja tulevaisuuskuvia media-alan kehityksen ennakoimiseksi ja ohjaamiseksi,
- ymmärrystä ja käytäntöjä media-alan ja media-ammattilaisten tulevaisuusajattelun ja ennakointi-osaamisen kehittämiseksi.

Esimerkiksi tekoälyn, data-analytiikan ja virtuaalitodellisuuden vaikutuksia media-alaan ja mediatyöhön ollaan vasta hahmottamassa.

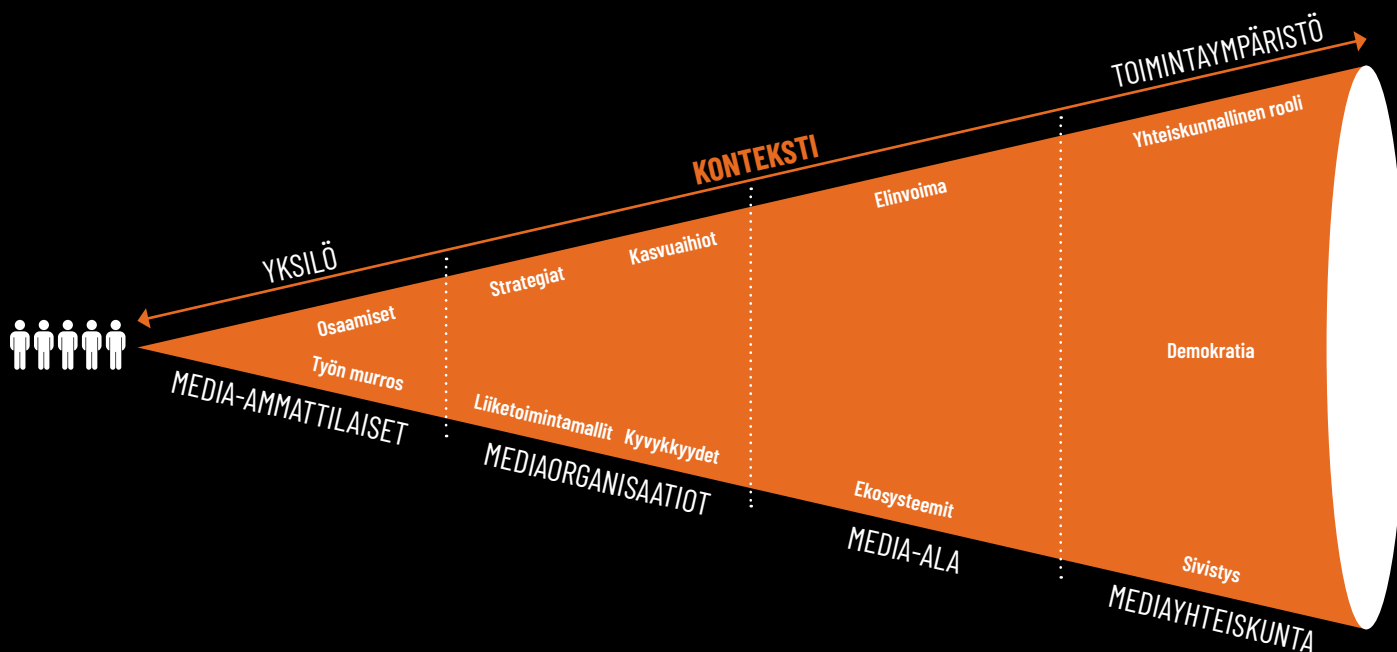
Nämä aiheet ovat ajankohtaisia sekä media-alan yritysten johtamisen ja päätöksenteon että media-ammattilaisten työn ja osaamisen kehittämisen kannalta.

MIKSI MEDIA-ALALLA TARVITAAN STRATEGISTA ENNAKOINTIA?

Media-alan tulevaisuus selvitystä käynnistäessämme teimme kyselyn suomalaisten media-ammatti-

MEDIA-ALAN TULEVAISUUS

Keskeiset toimijat ja kontekstit



laisten keskuudessa. Kyselyn tarkoituksena oli selvittää asiantuntijoiden näkemyksiä toimialan epävarmuuksista ja muutosvoimista. Samalla kartoitimme käsityksiä suomalaisten mediayritysten tulevaisuudesta sekä niiden kyvystä ennakoita ja muuttua.

Suomalaisen median uhkakuvat näyttävät voimakkaina. Yli sadasta vastaajasta 73 prosenttia arvioi mediatoimialan olevan Suomessa jotenkin uhattuna. Erityisesti vastauksissa korostui huoli painetun median tulevaisuudesta. Samoin liiketoiminnan kasvunäkymiä pidettiin vaatimattomina. Yli puolet vastaajista arvioi yrityksensä liikevaihdon laskevan tulevina vuosina, vain joka viides vastaaja ennakoiti sen kasvavan.

Entä minkälainen on suomalaisten mediayritysten kyky vastata tulevaisuuden haasteisiin? Keskinäkymä, mutta ei erityisen hyvä, arvioivat vastaajat. Ylei-

sesti ottaen mediayritysten ennakointikyvykkyyttä pidettiin kohtalaisena, mutta vain kolme prosenttia media-ammatteisista arvioi oman mediayrityksensä ennakointikyvykkyyden erinomaiseksi. ”Ennakointikykyä on jonkin verran, mutta resurssit ovat todella rajalliset”, täsmensi eräs vastaaja.

Sama koskee mediaorganisaatioiden tulevaisuuden muutoskykyä. Sitä pidettiin yleisesti kohtalaisena, mutta vain neljä prosenttia vastaajista piti mediaorganisaatioita erinomaisen muutoskyvykkäinä. Nämä häviävän pienet prosenttiluvut kertovat siitä, että nopeasti muuttuvalla media-alalla on runsaasti tarvetta tulevaisuusajattelulle ja -keskustelulle. Strateginen ennakointi luo paremmat edellytykset uudistumiselle ja liiketoiminnan kehittämiseksi. Kuten tutkimuksissa on todettu, että voimakkaasti strate-

giseen ennakkointiin ja tulevaisuuskyvykkyteen panostaneet yritykset menestyvät paremmin ja kasvavat nopeammin.

Entä miten media-alan tutkimuksessa on tarkasteltu tulevaisuutta ja ennakkointia? Tarkastelimme tätä tulevaisuus selvitystä varten mediajohtamisen, media-liiketoiminnan ja journalismin tutkimuksen keskeisten tieteellisten aikakausjulkaisujen artikkeleita. Havaitimme, että ennakkoinnin näkökulmille on erityistä tarvetta. Esimerkiksi mediajohtamisen ja medialii- ketoiminnan tutkimusaloilla on tarkasteltu laajasti mediayritysten strategiatyöhön liittyviä asioita, ja journalismin tulevaisuu- desta on julkaistu runsaasti artikkeleja ja esseitä, mutta erityisesti tulevaisuuden ennakkointia ja tulevaisuusajattelua kos- kevaa tutkimusta on vain vähän.

Sellaiset tutkimukset ovat olleet yllät- tävän harvassa, joissa olisi pyritty syste- maattisesti ja kokoavasti analysoimaan media-alan tulevaisuuskuvia sekä niiden mahdollisia vaikutuksia alan yritysten toimintaan. Media-alan tulevaisuutta on yleensä lähestytty varsin lyhyellä aika- välillä, kapeista näkökulmista ja rajatuin menetelmin. Tutkimuksissa on tarkasteltu esimerkiksi jonkin rajatun media-alan osa- alueen kehittymistä jollakin tietyllä maan- tieteellisellä alueella.

Tulevaisuuden tutkimuksen lähesty- mistapojen niukkuutta kuvaa esimerkiksi se, että termiä 'skenaario' on käytetty lähinnä viitatessa yleisesti yksinker- taiseen tulevaisuudenkuviin, ei sinänsä ennakkoinnin menetelmiin tai lähestymis- tapoihin. Voidaankin todeta, että tutki- musalalla ei ole ollut erityistä pyrkimystä soveltaa tai kehittää systemaattisia enna- kointilähtöisiä lähestymistapoja mediayri- tysten strategiatyön, uudistumisen ja kasvun perustaksi.

Media-alalla tuotetuissa raporteissa analysoidaan kattavasti ja näkemyksel- lisesti erilaisia media-alan vaikuttavia trendejä, mutta kurotetaan vain harvoin pidemmälle tulevaisuuteen ennakkointi-

menetelmiä hyödyntämällä. Toki myös ajankohtaisten trendien tunnistaminen ja megatrendien ymmärtäminen on tärkeää, jotta media-alan yritykset kykenevät jous- tavasti vastaamaan nopeasti muuttuviin

Tutkimusalalla ei ole ollut erityistä pyrkimystä soveltaa tai kehittää systemaattisia ennakkointilähtöisiä lähestymistapoja mediayritysten strategiatyön, uudistumisen ja kasvun perustaksi.

olosuhteisiin. Ne tarjoavat käytännöllistä tietoa ja näkökulmia maailman muutok- sista, asiakkaiden tarpeisista ja uusista kasvumahdollisuuksista. Ne eivät kuiten- kaan avaa systemaattisia näköaloja tule- vaisuuden muutosvoimiin, epävarmuuksiin ja mahdollisuuksiin, sekä näiden välisiin kytköksiin. Siksi tässä selvityksessä hyö- dynnetyille skenaarioanalyysille on eri- tyistä tarvetta.

MEDIA-ALAN STRATEGISET TULEVAISUUSKYSYMYKSET

Toimintaympäristön muutosvoimien tunnistaminen ja epävarmuuksien ymmärtäminen on kriittistä strate- giselle johtamiselle, liiketoiminnan kehit- tämiselle sekä uusien tuotteiden ja pal- velujen innovoinnille. Tämä tulevaisuus- selvitys tarjoaa virikkeitä ja näkemyksiä esimerkiksi seuraavien media-alan strate- gisten kysymysten pohtimiseen:

- Miten ennakoida teknologian, yhteis- kunnan ja talouden kehittymistä ja vaikutuksia toimialaan?
- Mistä luoda uutta liiketoimintaa ja kannattavaa kasvua? Miten innovoida uusia liiketoiminta- ja ansaintamalleja?

- Minkälaista osaamista, taitoja ja kyvykkyyksiä tulevaisuuden mediaorganisaatioissa tarvitaan?
- Miten kehittää sisällön tuotannon tulevaisuuden toimintamalleja?
- Minkälaisia ovat tulevaisuuden sisältökonseptit, alustat ja ekosysteemit media-alalla?
- Miten ymmärtää tulevaisuuden asiakkaita ja heidän tarpeitaan?

Tulevaisuusajattelu tukee myös mediaorganisaatioiden uudistumista ja mediaammattilaisten osaamisen kehittymistä. Nopeasti muuttuvalla alalla tarvitaan kykyä ymmärtää mediatyön kehityskulkuja ja -tarpeita sekä kehittää uusia ajattelumalleja, osaamisia ja työvälineitä. Ymmärrys tulevaisuuden muutosvoimista ja epävarmuuksista tukee uusien työtapojen ja käytäntöjen luovaa kehittämistä. Kyvyt ennakoita asiakastarpeiden muutoksia, tunnistaa trendejä ja heikkoja signaaleja sekä hyödyntää tulevaisuuden teknologioita ovat kriittisiä mediayritysten uudistumiselle.

Media-alan tulevaisuuden kehitys kytkeytyy voimakkaasti myös yhteiskunnalliseen kehitykseen. Mediayritysten

Mediassa toimivat tahot ovat siten myös vallankäyttäjiä, jotka määrittävät yhteiskunnallista agendaa ja valitsevat, ketkä saavat äänensä kuuluville ja millä tavoitteilla. Siksi on ajankohtaista arvioida, mikä on vapaan, merkityksellisen ja objektiivisen median ja journalismin asema tulevaisuuden Suomessa – ja laajemminkin. On pohdittava, kenellä on tulevaisuudessa valta tuottaa niitä sisältöjä, joiden pohjalta muodostamme käsityksemme ympäröivästä maailmasta.

Mediaorganisaatioilla ja journalismilla on kriittinen rooli demokratian kehityksessä, kansalaisten informoinnissa sekä sivistyksen vahvistamisessa. Siksi on erityisen tärkeää luoda erilaisia näkemyksiä ja kertomuksia siitä, miten media, media-ala ja mediayritykset muuttuvat tulevaisuudessa – ja minkälaisissa mahdollisissa maailmoissa ne saattavat tulevaisuudessa toimia.

Media-alan tulevaisuuden kehitys kytkeytyy voimakkaasti myös yhteiskunnalliseen kehitykseen.

ja -ammattilaisten keräämän tiedon ja luoman ymmärryksen perusteella kansalaiset arvioivat maailmaa ja todellisuutta, liittyvät osaksi yhteisöjä ja kulttuureja sekä tekevät päätöksiä. Median uutiset ja tarinat vaikuttavat ihmisten toimintaan ja aktivoivat yhteiskunnan toimijoita. Esimerkiksi uutismedia on perinteisesti mielletty toimivan demokratian edellyttämän avoimen tiedonkulun ja yhteiskunnallisen vuorovaikutuksen mahdollistavana valtiomahtina.

Lukuohje

Useiden tutkimusten mukaan ihmisten keskittymiskyky vähenee kaikkialla maailmassa. Yhdysvalloissa tehdyn tutkimuksen mukaan yliopisto-opiskelijat keskittyvät yhteen tehtävään nykyään keskimäärin 65 sekuntia ja toimistotyöläiset kolme minuuttia. Seuraavat neljä skenaariokuvausta tarjoavatkin sinulle mielekkään haasteen, sillä niiden perinpohjainen lukeminen edellyttää ainakin tunnin keskittyntä lukemista. Lukukokemukseen kannattaa siten varata rauhallista aikaa, jotta voit samalla pysähtyä pohtimaan sen herättämiä tulevaisuusajatuksia – se kannattaa varmasti.

Toinen haaste kiireiselle ihmiselle on se, että esiin nousee enemmän kysymyksiä ja ideoita kuin vastauksia ja todisteita. Median tulevaisuuksista kertovien skenaarioiden tehtävä ei ole ennustaa tulevaisuutta, vaan ennen kaikkea kysyä: entä jos? Ne tarjoavat tilan ajatella ja pohtia ennakoiden, mitä kaikkea tulevaisuudessa voikaan tapahtua.

Tämä skenaarioraportti sisältää neljä osaa. Ensimmäisessä osassa kuvataan *Media-alan trendit* eli ilmiöt, joiden kehityskulut muokkaavat median tulevaisuutta juuri nyt, ja jotka pohjustavat skenaarioita kuvaten nykytilaa ja lähtötilannetta. Toinen osa esittelee *Media 2035 -skenaariot* sisältäen skenaarioiden yhteenvedon ja kunkin neljän skenaarion yksityiskohtaiset kuvaukset. Skenaariokohtaisesti kuvataan niiden tiivistelmät,

Skenaariot kuvaavat vaihtoehtoisia ja mahdollisia tulevaisuuden maailmoja eli suomalaisen media-alan ja mediayritysten toimintaympäristön muutoksia aina vuoteen 2035 asti.

tärkeimmät muutosvoimat, kriittiset kysymykset suomalaiselle media-alalle, ajajana, ja laajemmat skenaariotarinat.

Kolmannessa osassa *Strategisen ennakoinnin tiekartta skenaarioiden hyödyntämiseen* esitellään ohjeita ja työvälineitä, joiden avulla mediayritykset ja -ammatilaiset voivat hyödyntää skenaariotyötä omassa kehittämistyössään. Raportin lopuksi sen neljännessä osasta löydät hankkeessa käytettyjen menetelmien ja

prosessin kuvauksen kohdasta *Näin työ tehtiin* ja tulevaisuus selvityksen tekijöiden esittelyt osassa *Tekijät*.

Skenaariot kuvaavat vaihtoehtoisia ja mahdollisia tulevaisuuden maailmoja eli suomalaisen media-alan ja mediayritysten toimintaympäristön muutoksia aina vuoteen 2035 asti. Ne sisältävät myös ajatuksia ja pohdintaa skenaarioiden aiheuttamista vaikutuksista suomalaisille media-ammattilaisille, mediayrityksille, mediatoimialalle ja mediayhteiskunnalle.

Luodut skenaariot eivät ole ennusteita ja on hyvä huomata, että yksikään skenaarioista ei toteudu sellaisenaan – todennäköisesti median tulevaisuus sisältää piirteitä eri skenaarioista. Skenaariot ovat myös tarkoituksellisen runsaita ja kärjistäviä: niissä on pyritty korostamaan keskenään erilaisia merkittäviä kehityskulkuja. Näin ne toimivat monipuolisesti strategia-

työn, kehittämisen ja kaikenlaisten tulevaisuuden suunnitelmien perustana.

Mikäli aiot hyödyntää skenaarioita oman organisaatiosi kehittämistyössä, voit halutessasi myös perehtyä ensin osioon *Strategisen ennakkoinnin tiekartta skenaarioiden hyödyntämiseksi*. Näin pystyt trendejä ja skenaarioita lukiessasi heti pohtimaan, millä tavalla voisit tulevaisuus selvitystä hyödyntää ja tunnistaa skenaarioiden tarinoista niin uusia mahdollisuuksia kuin nousevia uhkiakin. Mielenkiintoista tutkimusmatkaa tulevaisuuksiin!

Media-alan trendit

Median tulevaisuutta määrittävät monet eri ilmiöt ja niihin liittyvät kysymykset. Esimerkiksi teknologian kehittyminen, ilmastonmuutos, geopoliittinen kehitys ja kuluttajakäyttäytymisen muutokset voivat nostaa esiin uusia murroksia ja disruptioita, jotka muuttavat mediatoimialan kilpailukenttää nopeasti ja voimakkaasti.

Skenaarioiden lähtökohtana tarkasteltiin laajaa joukkoa erilaisia trendiraportteja, jotka kuvaavat ilmiöitä, joiden kehitys ja vaikutukset näyttäytyvät samansuuntaisina lyhyellä aikavälillä.

Trendit kertovat erityisesti näkyvistä nykyhetken ilmiöistä, joiden yleistä kehityssuuntaa voidaan kutsua trendeiksi.

Trendien vaikutukset ovat jo tapahtumassa, niiden vaikutusten ennakoidaan olevan merkittäviä ja jatkuvan samantyyllisinä ainakin lyhyellä aikavälillä. Trendien lähteenä on käytetty lukuisia erilaisia trendiraportteja, viime aikoina julkaistuja media-alan tutkimuksia ja selvityksiä sekä Ylen strategiatiiimin koostetta vuoden 2024 trendiraporteista.

On hyvä huomioda, että pidemmällä aikavälillä trendit kuitenkin muuttuvat epävarmuuksiksi, jotka näyttäytyvät erilaisina eri skenaarioissa. Hyvä esimerkki tästä on tekoälyn kehittyminen, jonka nopeuteen ja vaikutuksiin media-alalle liittyy merkittäviä epävarmuuksia. Toisaalta trendinomaisesti on selvää, että tekoälysovellusten käyttö lisääntyy nopeasti ja muuttaa media-ammattilaisten ja -organisaatioiden työtä parhaillaan.

Seuraavassa kuvataan media-alaan vaikuttavia keskeisiä trendejä, jotka toimivat

skenaarioiden lähtöpisteenä. Luonnollisesti erilaisia ja -tasoisia muutosvoimia on tunnistettavissa lähes loputtomasti. Skenaarioita varten tiivistimme löydökset yhdeksään merkittävimpään, laajaa kokonaisuutta käsittelevään media-alan trendiin ja näiden lyhyisiin kuvauksiin.

MEDIA-ALAN JA MEDIARITYSTEN MÄÄRITELMÄT MUUTTUVAT, LAAJENTUVAT JA DIGITALISOITUVAT

Mediatoimiala kattaa laajasti joukko- viestintään keskittyviä ja kytkeytyviä liiketoiminnan aloja ja yrityksiä. Perinteisesti media-ala on jäsenetty toimialoittain. Esimerkiksi Suomessa Medialiitto edustaa laajasti erilaisia toimijoita: uutismedian, aika-kausmedian, kirjojen ja oppimateriaalin kustantamisen sekä painamisen, radio- ja televisiotoiminnan ja jakelun aloilla toimivia yrityksiä.

Media- ja viestintäalat ovat muuttuneet digitaalisen kehityksen myötä. Mediaryritysten näkökulmasta perinteiset jaottelut

sähköiseen mediaan, graafiseen teollisuuteen ja painettuun mediaan sekä verkko-mediaan ovat usein vanhanaikaisia, sillä mediayritykset toimivat useilla kanavilla ja alustoilla. Samalla mediayrityksen tarkkarajainen määrittäminen on aikaisempaa vaikeampaa – ja turhempaa. Media-alan yritysten liiketoimintaan voidaan katsoa kuuluvaksi ja kytkeytyväksi laajasti erilaisia digitaalisia liiketoimintamuotoja, sosiaalisen median alustoja, verkkokauppoja sekä peliteollisuutta.

KANSAINVÄLINEN KILPAILU KIIHTYY JA VIE TILAA KOTIMAISILTA MEDIATOIMIJOILTA

Media-alan kasvua vauhdittavat verkkopalvelut ja uusien sisällön jakelutavat, jolloin monet perinteiset mediatoimijat kamppailevat sopeutuakseen uuteen tilanteeseen. EU-alueen mediatoimijat kohtaavat kasvavaa kilpailua ulkopuolisilta toimijoilta (esimerkiksi kansainväliset somealustat, yhdysvaltalaiset striimaajat, kiinalaiset ja japanilaiset peliyhtiöt) ja joutuvat kamppailemaan näiden kanssa mainostuloista. Kotimaisten mediatoimijoiden liiketoiminnan edellytykset heikkenevät ja suomalaisen mediatoimialan keskittymiskehitys jatkuu. Suomalaisen ja kotimaisilla kielillä tuotetun moniäänisen median elinvoima on yhä suuremman haasteen edessä. Kansainvälisen kilpailun kasvassa tarvitaankin yhä enemmän yhteistyötä suomalaisten media-alan toimijoiden kesken, jotta suomalainen media-alan ekosysteemi pysyy elinvoimaisena ja moniäänisenä.

TALouden NÄKYMÄT KIRISTYVÄT, MIKÄ VAIKEUTTAA MEDIAYRITYSTEN RAHOITUSTA

Globaalisti vaikuttavat muutosvoimat ovat korostaneet nykyisen talousjärjestelmän haavoittuvuuksia. Kasautuneet kriisit ja geopoliittisten jännitteiden kiristyminen ovat paljastaneet globaalien

arvoketjujen haurauden, synnyttäneet protektionistista liikehdintää ja saaneet valtiot tavoittelemaan paikallisempia toimitusketjuja. Kiristyvät talousnäkymät vaikuttavat suoraan media-alaan ja vaikutukset jakautuvat voimakkaasti maantieteellisesti. Taloudellista valtaa siirtyy länsimaista muualle, ja samalla yhteiskuntien sisäinen taloudellinen eriarvoistuminen etenee. Maksuhalukkuus eriytyy eri markkina-alueilla ja ikäryhmittäin, kun toisaalla yhä useampi on valmis maksamaan mediasta, ja toisaalla yhä harvempi.

MEDIAKULUTTAMINEN MUUTTUU TEKNOLOGIAN KEHITYKSEN JA DEMOGRAFIAN MUUTOKSEN MYÖTÄ

Useimmat eurooppalaiset katsovat edelleen mielellään elokuvia ja sarjoja tai kuluttavat uutisensa televisiosta. Kuluttajat ovat kuitenkin siirty-mässä yhä enemmän digitaalisen median pariin suoratoisto- tai pelialustojen kautta. Peliala ja audiovisuaalinen ala elpyivät koronapandemiasta parhaiten EU:ssa uutismedian supistuessa ja ovat kasvusuhdanteessa. Liiketoiminnan kehittämisessä eri alojen välillä on suuria eroja: suoratoisto, konsoli- ja mobiilipelit, immersii-vinen XR-sisältö sekä digitaaliset uutiset kasvavat samalla kun elokuvat ja painetut lehdet kamppailevat asemistaan. Kulutuksen muutosta ajavat Euroopassa voimakkaimmin erityisesti nuoret sukupolvet. Suomalaisten median kokonaisajankäyttö on pysynyt korkealla tasolla koronapandemian loikan jälkeen, keskimäärin noin kymmenessä tunnissa vuorokaudessa.

SOSIAALISEN MEDIAN PALVELUIDEN KÄYTTÄMINEN KASVAA JA NE MUISTUTTAVAT YHÄ ENEMMÄN TOISIAAN

Ihmiset viettävät yhä enemmän aikaa sosiaalisen median palveluissa. Suomalaisen sosiaalisen median yhteisöpalveluiden käyttö haukkaa 11 prosenttia

päivittäisesti median käytöstä ja on kasvussa lähes kaikissa ikäluokissa. 15–29-vuotiaille sosiaalinen media on käytetyin media, ja sen parissa vietetään keskimäärin yli 1,5 tuntia päivässä. Nuorilla erityisesti TikTokin käyttö on kasvanut ja on esimerkiksi 13–18-vuotiaiden tärkein uutiskanava: uutisia seuraa TikTokin kautta lähes puolet ikäryhmästä. Lisäksi lähes puolet heistä kertoo, ettei näkisi uutismedioiden sisältöä mistään, jos sitä ei olisi TikTokissa.

Sosiaalisen median palvelut jatkavat ominaisuuksien kopiointia toisiltaan kiihtyvään tahtiin ja alkavat muistuttaa toisiaan yhä enemmän. Menestyvimpiä ominaisuuksia ja sovelluksia yhdistää videoisto ja loputtomasti uutta videosisältöä käyttäjälle henkilökohtaisten suositusten perusteella tarjoava syöte.

NOPEA TEKÖÄLYKEHITYS MUUTTAA MEDIATYÖTÄ JA MEDIA-ORGANISAATIOIDEN TOIMINTAA

Tekoäly yleistyy nopeasti osaksi kaikkea asiantuntijatyötä. Lähes kaikki suuret teknologiayhtiöt tarjoavat generatiivista tekoälyä ohjelmistojensa osana. Yhä useammat organisaatiot ovat aloittaneet kouluttamaan itselleen omaan dataansa ja käyttötarpeisiinsa perustuvaa tekoälyä, koska ne ovat yleisiä generatiivisia työkaluja sovellettavimpia, luotettavampia ja kustannustehokkaampia. Erilaisten teknologiatyökalujen- ja sovellusten yritysmyynti kasvaa voimakkaasti tekoälyratkaisujen siivittämänä.

Tekoälyn ohjeistaminen eli promptien luominen on tärkeä taito, mutta tekoälytyökalujen kehittyessä niiden yleinen käyttö helpottuu. Pidemmällä aikavälillä tekoälyn aiheuttama työttömyys saattaa olla uhka eri toimialoilla, mutta tuskin vielä vuonna 2024. Kehittyvät teknologiat ja uudet tekoälytyökalut toisaalta demokratisoivat entisestään mediatuotantoa, kun musiikkia, podcasteja, videoita tai kuvia voi tuottaa aiempaa halvemmalla uusilla

työkaluja hyödyntäen. Uudet tavat tuottaa sisältöä tekoälyn avulla tulevat aiheuttamaan tekijänoikeuskiistoja ja paineita sääntelyn kiristämiseksi, mutta toistaiseksi sääntelyn vaikutuksia tekoälyn hyödyntämiseen ja käyttöön on vaikea ennakoida.

Media-alalla tekoälyn hyödyntäminen on moninaista ja yleistyy nopeasti. Tekoälyä hyödynnetään esimerkiksi ajatusten ja ideoiden kehittämiseen, sisältöjen personointiin, tiedonhakuun, sisällön tuotantoon, artikkeleiden luokitteluun, tiivistelmien tekoon, ohjelmien tekstitykseen, tekstin automatisointiin puheeksi sekä mainonnan kohdentamiseen.

VÄESTÖ IKÄÄNTYY, MONIMUOTOISTUU JA KESKITTYY ALUEELLISESTI VAIKUTTAEN KYSYNTÄÄN

Suomessa yli 65-vuotiaiden määrä kasvaa suhteessa muihin ikäryhmiin ja työikäisten määrä vähenee väestöennusteen mukaan seuraavien kahdenkymmenen vuoden aikana 76 000 henkilöllä. Suomen väestön määrä kääntyy laskuun

On hyvä huomioida, että pidemmällä aikavälillä trendit kuitenkin muuttuvat epävarmuuksiksi, jotka näyttäytyvät erilaisina eri skenaarioissa.

2030-luvulla, mutta maailman väkiluvun odotetaan kasvavan nykyisestä kahdeksasta miljardista yli kymmeneen miljardiin vuosisadan loppuun mennessä. Suomen väestönkasvu tapahtuu jatkossa maahanmuuton seurauksena. Väestönkasvu on tulevaisuudessa huomattavaa etenkin Helsingin, Tampereen ja Turun seuduilla, mikä perustuu vieraskielisen väestön lisääntymiseen.

Väestökehitys voimistaa alueiden erilaistumista, kun asutus keskittyy ja väestö

kasvaa vain muutamissa keskuksissa. Alueellinen keskittyminen aiheuttaa paikallisten medioiden konsolidaatiopaineita vähenevän väestön takia, ja ulkomailta tuleva maahanmuutto nostaa mediaorganisaatioiden agendalle yhä enemmän kulttuuri- ja kielikysymyksiä.

ILMASTO LÄMPENEE VAIKUTTAEN TALOUTEEN, DEMOGRAFIAAN JA TURVALLISUUTEEN

Maapallon ilmasto lämpenee fossiilisten polttoaineiden käytön ja energiankulutuksen myötä trendinomaisella kehityksellä. IPCC:n uusimman tiedon mukaan Pariisin 2014 ilmastopimuksen 1,5 celsiusasteen lämpenemisen raja-arvo voidaan saavuttaa jo vuonna 2029. Ilmaston lämpeneminen on johtanut sään ääri-ilmiöiden huomattavaan lisääntymiseen, josta seuraa vuoteen 2035 mennessä merkittävien väestömäärien muuttoliike eniten kärsineiltä alueilta sekä voimakasta alueellista eriarvoisuutta ja siitä seuraavia yhteiskunnallisia konflikteja. Toimet koko ekologisen kestävyyskriisin ratkaisemiseksi ovat hitaita, joten kriisien ja niiden vaikutusten voidaan ennakoida pahenevan vuosi vuodelta.

Ilmiöllä on merkittäviä kielteisiä taloudellisia, ympäristöllisiä ja geopolittisiä seurauksia. Nämä seuraukset heijastuvat yhä enemmän myös media-alaan ja mediayrityksiin. Kuluttajien taloustilanne huonontuu ja mediankäyttäjien monimuotoisuus lisääntyy ilmastopakolaisuuden ja maahanmuuton lisääntyessä. Lisäksi kestävä kehityksen ja ympäristövastuullisuuden kasvavat vaatimukset ja sääntely muuttavat mediayritysten toimintaa.

MEDIAN YHTEISKUNNALLINEN ROOLI KOROSTUU DEMOKRATIAN HUIPPUVUOTENA JA GEOPOLIITTISEN EPÄVARMUUDEN JATKUESSA

Vuosi 2024 on kansainvälisesti tärkeä vuosi demokratialle. Monien katseet ovat kiinnittyneet Yhdysvaltain

presidentinvaaleihin, mutta vaalit järjestetään yli 40 maassa ja lähes kaksi miljardia ihmistä käy äänestämässä. Media-alaan ja journalismin tulevaisuuteen kytkeytyy tiiviisti demokratian, sivistyksen, kulttuurisen moninaistumisen ja kansalaisten medialukutaidon kysymykset. Median yhteiskunnallinen rooli korostuu monessa maassa demokratian huippuvuotena, kun vaalitulokset vaikuttavat merkittävästi koko maailman suuntaan tulevana vuosikymmenenä. Sukupolvien välinen kitka ja varallisuuserot, kulttuurisodat, agendajournalismi, vaalivaikuttaminen ja informaatiovaikuttaminen voivat muokata sekä vaalien lopputuloksia että globaalia käsitystä mediasta ja sen roolista demokratioissa.

Vaikka Suomessa tiedostusvälineisiin luotetaan laajasti, monissa maissa median tila on varsin erilainen. Monissa valtioissa mediaa voidaan pitää vallanpitäjien vaikutuskanavana. Ihmisten luottamus mediaan kehittyikin eri maissa eri suuntiin. Vapaa tiedonvälitys kohtaa nyt demokratioissakin monia uhkia, joita yhteiskunnallinen eriarvoistuminen ja geopolitiikan kärjistyminen ovat voimistaneet. Kun tiedonvälityksen objektiivisuuden ja kriittisyyden päämääriä kyseenalaistetaan, tiedon saavutettavuus, luotettavuus ja moniäänisyys ovat uhattuna. Länsimaista demokratiaa, median riippumattomuutta ja journalismin ihanteita haastavat niin äärimmäinen poliittinen vastakkainasettelu, informaatiovaikuttaminen kuin yhteiskuntien turvallistuminen. Media-ala on monissa maissa keskiössä, kun demokratian tulevaisuuden kannalta eletään kriittisiä hetkiä.

Globaalia kehitystä onkin erityisen tärkeä seurata, koska sillä saattaa olla merkittäviä yleisiä vaikutuksia kotimaiseen media-alaan, keskustelukulttuuriin, sananvapauteen, EU:ssa tapahtuvaan medioiden sääntelyyn ja näiden kautta koko suomalaisen yhteiskuntaan.

Skenaarioiden yhteenveto

Skenaario 1

Media jatkumolla

Odotettuja mutta hitaita muutoksia



RÄÄTÄLÖIDYT TEKOÄLYT



GLOKAALIT KULUTTAJAT



PERINTEISET KÄYTTÖTAVAT

Skenaario 3

Journalismin renessanssi

Kysyntää totuuksille ja luotettavalle tiedolle



SISÄLTÖHYÖKYAALLOT



TOTUUDENETSIJÄT



UUTISMEDIAT SÄÄTIÖINÄ

Skenaario 2

Taistelu informaatiosta

Sodan uhka paljastaa sananvapauden rajat



TURVALLISTAMINEN



MEDIAHYVINVOINTIVALTIO



VAIHTOEHTOYHTEISÖT

Skenaario 4

Viihteen voima

Maksukyky eriyttää maailmankuvia



DATAVALTA



MAKSUMUURIELIITTI



DIGIPREKARIAATTI

Skenaario 1

Media jatkumolla

Odotettuja mutta hitaita muutoksia



KUVITTELE

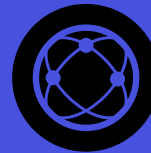
- Kotimainen media-ala konsolidoituu taistelussaan globaalia kilpailua vastaan
- Kuluttajat käyttävät yhteisöllisiä medioita yhä globaalimmin, mutta myös paikallisuudella on arvonsa
- Perinteiset median käyttötavat säilyvät vahvoina
- Tekoälyn kehittyminen tehostaa, muuttaa ja hävittää työtä
- EU:n teknologiasääntely näyttää suuntaa muille
- Suomeen syntyy uutiserämaita
- Suomen talousvaikeudet jatkuvat
- Globaalissa taloudessa ja politiikassa yhteistyö ja muodollinen sopiminen lisääntyy

KESKEISET MUUTOSVOIMAT



RÄÄTÄLÖIDYT TEKÖÄLYT

Tehokkuusharppaukset yrityskohtaisesti erikoistuneilla tekoälyillä



GLOKAALIT KULUTTAJAT

Aihespesifien tai hyperlokaalien yhteisöllisten medioiden käyttö lisääntyy



PERINTEISET KÄYTTÖTAVAT

Viestintäkanavat ja -muodot muuttuvat vain vähän

KRIITTISET KYSYMYKSET SUOMALAISELLE MEDIALLE

MEDIA-AMMATTILAISET	MEDIAORGANISAATIOT	MEDIATOIMIALA	MEDIAYHTEISKUNTA
<ul style="list-style-type: none"> • Miten perinteisten media-alan ammattilaisten ja journalististen työpaikkojen väheneminen sekä freelance-kulttuurin voimistuminen muuttavat mediatyön tekemistä? 	<ul style="list-style-type: none"> • Mitkä yritykset pärjäävät toimialan keskittyessä edelleen? • Kuinka hyvin tekoälyä, automaatiota ja dataa onnistutaan hyödyntämään toiminnan tehostamisessa ja kehittämisessä? • Miten pystytään kilpailemaan kohti somea ja vaikuttaja-mediaa siirtävistä mainosrahoista? 	<ul style="list-style-type: none"> • Vaikeuttaako alan keskittymiskehitys kotimaisten toimijoiden yhteistyötä, jota toisaalta tarvittaisiin kilpailussa kansainvälisiä toimijoita vastaan? • Miten alan houkuttelevuutta voidaan parantaa, vaikka kasvunäkymät eivät ole suuret ja työpaikat vähenevät? 	<ul style="list-style-type: none"> • Millaisia vaikutuksia on median monitorinnin vähenemisellä ja voidaanko uutiserämaiden syntyä estää?

Skenaariotarina

SUOMEN TALOUSVAIKEUDET JATKUVAT GLOBAALISSA MAAILMASSA

Maailmassa vallitsee globaalin yhteistyön ja muodollisen sopimisen aika. Mullistusten kautta valta vaihtuu Venäjällä, joka on palannut kansainvälisen politiikan neuvottelupöytiin ja talousjärjestelmään, vaikka länsimaissa siihen suhtaudutaan yhä voimakkaan varauksellisesti. Globaali talous ja dynaamiset toimitusketjut varmistavat teknologioiden ja innovaatioiden leviämisen. Globaaleista haasteista kyetään neuvottelemaan. **Suhtautumisessa ilmastonmuutokseen ja ympäristöhaasteisiin ei kuitenkaan löydy yhteisymmärrystä.** Tämä johtaa polarisaation lisääntymiseen globaalissa ja paikallisessa politiikassa, ikäryhmien välillä sekä maantieteellisesti huonoille tai hyvälle alueille sijoituneiden valtioiden välillä. Poliittiset tavoitteet ohjaavat toimialoja kestävyteen ja vastuullisuuteen eri rytmissä, mikä aiheuttaa kitkaa sekä toimialojen että niillä toimivien erikokoisten organisaatioiden välillä. **Organisaatiot tasa-painottelevat yhteisten pelisääntöjen noudattamisen ja kilpailukyvyn säilyttämisen välillä.**

Suomi kipuilee hiipuvan talouden aiheuttamien haasteiden kanssa. Velka

lisääntyy jatkuvasti muita Pohjoismaita nopeammin, eikä taloutta saada pysyvästi merkittävään kasvuun. Niin sanottu demografinen neloskierre jatkuu vahvana: syntyvyys on alhaisella tasolla, iäkkäiden määrä kasvaa, työikäisten määrä vähenee ja alueellisesti keskittävä muuttoliike jatkuu. Suomea perinteisesti kannatteleiden toimialojen, kuten metsäalan, murrokset eivät helpota talouden elpymistä. Poukkoileva politiikka ja heiluriliikkeet äänilaidasta toiseen pahentavat tilannetta. Myös Venäjällä pitkään jatkunut mullistusten aika heikentää Suomen investointiympäristön houkuttelevuutta.

TEHOKKUUSHARPPAUKSIA RÄÄTÄLÖIDYILLÄ TEKÖÄLYILLÄ

Räätälöidyt tekoälyt tuottavat merkittäviä tehokkuushyötyjä ja muuttavat työntekoa radikaalisti erikoistuessaan organisaatiokohtaisesti. Eri-tyysiin rajatun datan tehtäviin luodut tekoälymallit alkavat voittaa tehokkuudessa ihmisiä monilla aloilla. Laajemmat kielimallit eivät kykene hallusinoinnin eli keksittyjen sisältöjen myötä laadukkaisiin tuloksiin ja niiden rooli pienenee. Tämä johtaa erikoistuneiden organisaatioille räätälöityjen tekoälymallien nopeaan leiyntymiseen. Käytännössä mikään organi-

saatio ei enää pärjää globaalien talouden kilpailussa ilman omia tekoälymalleja. Vaikka tekoäly tehostaa työtä merkittävästi, sen aiheuttamaa työttömyyttä nähdään vain ajoittain yksittäisillä toimialoilla. Silloinkin ihmiset löytävät uusia töitä suhteellisen nopeasti.

Vaikka teknologiat ja innovaatiot kehittyvät globaaleilla markkinoilla, EU pyrkii ohjaamaan kehitystä toteutamalla alueellaan vahvaa sääntelyä. Edelläkävijäsääntelyn idea, niin sanottu *Brussels Effect*, elää EU:n johdossa edelleen vahvana, ja uskotaan, että muu maailma seuraa ennemmin tai myöhemmin EU:n asettamia standardeja. Osittain tässä onnistutaankin, ja EU:n asettamat datan yksityisyyden, tekoälyn ja tekijänoikeuksien turvaamisen standardit ohjaavat tekoälykehitystä kohti räätälöityjä teko-

Erityisiin rajatun datan tehtäviin luodut tekoälymallit alkavat voittaa tehokkuudessa ihmisiä monilla aloilla.

älyjä, rajaten suurimpien kielimallien ja ihmisten yksityisen datan käyttöä. Toisaalta kansainvälisten yritysten ja alustojen toimintaa Euroopassa pidetään taloudellisesti merkittävänä, mikä ohjaa sääntelyn käytäntöjä kansainvälisiä yrityksiä tyydyttäviin kompromisseihin.

GLOBAALIN MAAILMAN YHTEISÖLLISET KULUTTAJAT

Yhteisöllisyys korostuu media-alan kehittymisessä yhä kansainvälisemmässä maailmassa. Glokaalit kuluttajat käyttävät yhä enemmän sisällöiltään erikoistuneita ja hyperlokaaleja yhteisöllisiä medioita. Ihmiset ovat yleensä kiinnostuneita muutamista aihealueista ja

paikallisista tapahtumista. Tämän kuplan ulkopuolella olevaan informaation suhtaudutaan epäkiinnostuneesti, joskus myös varauksellisesti. **Perinteiset median käyttötavat säilyttävät asemaansa, vaikka kuluttajat suosivat yhä enemmän audio- ja videosisältöjä sekä sosiaalisen median alustoja niin viihteen kuin uutisten kanavana.**

Medioilta odotetaan aihealueiden asiantuntemusta, laadukkuutta, paikallistuntemusta ja tukea oman maailmankuvan muodostamiseen. Näihin tarpeisiin vastataan kohdentamalla sisältöjä aiempaa pirstaloituneemmille kohderyhmille käyttäjädatan tekoälyavusteisen yhdistelyn ja analytiikan kehittyttyä. Yksittäisille ihmisille oikea-aikaisesti kohdenneet merkitykselliset sisällöt ovat mediayritysten liiketoiminnan elinehto.

Uutismedia muuttuu yhä kansainvälisemmäksi ja viihteellisemmäksi. Media-alan kilpailu onkin yhä kansainvälisempää. Esimerkiksi suoratoistopalveluiden kilpailu kovenee, kun alustat kilpailevat markkinaosuudesta ja käyttäjien huomiosta. Tämä kilpailu tuottaa alalle uusia innovaatioita, erityisesti sisällön, käyttäjäkokemuksen ja hinnoittelumallien kehittyessä. Samalla käynnissä on pudotuspeli, joka jättää suoratoistopalveluiden kentälle vain muutamia suuria yrityksiä.

Suuret globaalit mediat pyrkivät löytämään kasvun suuntia hyödyntämällä tekoälyjään uusiin maantieteellisiin ja kielellisiin kohderyhmiin. Tätä helpottaa suurten somealustojen käytön kasvu, yleisöjen saavutettavuus samoilta alustoilta ja automaattisten käännösohjelmien kehittyminen. Suurten teknologiayritysten määräävään markkina-asemaan kohdistuu useita kilpailuoikeudellisia kanteita, jotka varsinkin EU:n alueella tuomitaan usein paikallisten mediatoimijoiden hyväksi. Tämä rajoittaa teknologiayritysten halua kilpailla suoraan perinteisten mediayritysten kanssa.

MEDIA JATKUMOLLA: KESKEISET MUUTOSVOIMAT AIKAJANALLA

2027



RÄÄTÄLÖIDYT TEKÖÄLYT

Räätälöidyt tekoälyt tehostavat ja muuttavat työntekoa radikaalisti erikoistuessaan yrityskohtaisesti. Pienemmät organisaatioiden omaan käyttöön räätälöidyt tekoälymallit yleistyvät nopeasti ja kaikilla organisaatioilla on käytössä omansa. Toisaalta tekoälykehitys myös hävittää työtä.

Tekoälykehitys jatkuu nopeana. Organisaatiot hyödyntävät laajaa joukkoa erilaisia tehtäviä toteuttavia tekoälyjä.

EU:n datastrategiaa ja edelläkävijäsääntelyä kehitetään luomalla uusi Technology Master Act olemassa olevan sääntelyviisikon (DGA, DMA, DSA, AIA, DA) pohjalta. Sääntelyssä rajataan suurimpien kielimallien ja ihmisten yksityisen datan käyttöä.



GLOKAALIT KULUTTAJAT

Yhteisöllisyys ohjaa media-alan kehittymistä yhä globaalimmissa ja kansainvälisiin alustoihin nojaavassa maailmassa. Glokaalit kuluttajat käyttävät aihepesifejä ja hyperlokaaleja yhteisöllisiä medioita yhä enemmän. Oman kokemuspäiirin ulkopuoliseen informaatioon suhtaudutaan lähinnä epäkiinnostuneesti, usein myös varauksellisesti.

Media-alan trendimäinen kehitys jatkuu vakaana.

Medioiden yhteisöllisyys, aihepesifisyys ja paikallisuus ovat arvossaan.

Perinteiset median käyttötavat säilyttävät asemaansa.

Gloaalien media-alustojen käyttö kasvaa.

Media viihteellistyy.

Valtaosa suurten joukkojen käyttöön yleistyneistä sosiaalisen median alustoista, kuten Facebook, Snapchat, Instagram, WhatsApp ja TikTok, onnistuvat säilyttämään asemansa. Tätä tukee EU-sääntelyn tiukentuminen, minkä takia sisältöjä on moderoitava tarkemmin. Sääntelyn tiukentuminen edellyttää merkittäviä investointeja myös olemassa olevilta alustoilta.

Kantarin tutkimuksen mukaan kuluttajat suhtautuvat edelleen kaikkein myönteisimmin painetuissa lehdissä näkyvään mainontaan.



PERINTEISET KÄYTTÖTAVAT

Perinteiset median käyttötavat ovat voimissaan. Median käyttötavoissa ennustettu, jopa pelätty, muutos on suomalaisten mediakuluttamisessa odotettua hitaampi. Muutoksia nähdään median jatkuvassa viihteellistymisessä, audio- ja videosisältöjen kasvavassa kulutuksessa, sosiaalisen median käytön hitaassa kasvussa ja pelaamiseen käytettävän ajan kasvussa.

Monkesk invest med

EU:n TMA rajat räätälöidyt

Facebook ryhmä main tek

Xing nope toim vide

Live säily telev säily kerä kesk kom tapa Yhä livet myy mää sopi omis

2030	2035	
<p>iltta toimialoilta katoaa pieniä ja isuuria toimijoita, kun ne eivät kykene toimimaan tekoälyn kehittämiseen. Myös media-alalla nähdään vastaavaa kehitystä.</p>	<p>Lähes kaikki asiantuntijuutta vaativat työtehtävät sisältävät yhteistyötä tekoälyn kanssa. Sisällöllisessä työssä sellaisia ovat esimerkiksi työskentely avustavien tekoälyjen kanssa, lähes itsenäisten tekoälysovellusten ohjaaminen ja valvominen sekä tekoälyassistenttien avustaman työn suunnittelu ja johtaminen.</p>	
<p>Uusi teknologiasääntely ohjaa kehitystä kohti rumppia, toimijakohtaisempia ja räätälöidympiä tekoälysovelluksia.</p>	<p>EU-sääntelyn vaikutus globaaliin datasääntelyyn todennetaan laajan tieteellisen tutkimuksen lopputuloksissa. Kriitikot nostavat keskusteluun TMA:ssa suuryrityksille tehdyt myönnytykset ja sääntelyn talouslähtöisyyden.</p>	
<p>Facebook lanseeraa aiempaa tehokkaamman, näitä hyödyntävän mainostekoälyn. Vastaavat mainontaa aiempaa oikea-aikaisemmin kohdentavat algoritmit yleistyvät.</p>	<p>Uudet tekoälyperustaiset pelit yhdistettynä VR-teknologioihin ja haptiikkaan keräävät uskollisia globaaleja yhteisöjä.</p> <p>Kansainvälisesti tarkasteltuna pelaamiseen käytettävä aika ja raha kasvavat tasaisesti.</p>	<p>E-urheilun olympialaisia ravistelee skandaali, kun EA Sports FIFA 2035 -kilpailun voittajajoukkue Ranskan käytöstä paljastuu reaktioita automatisoiva ja parantava, huomaamattomaksi räätälöity tekoäly. Aikaisemminkin kysymyksiä herättänyt tekoälydoping otetaan vihdoon vakavasti.</p>
<p>Facebook lanseeraama uusi sosiaalinen media kerää nopeasti käyttäjiä yhdistelemällä muiden alustojen ominaisuuksia. Se yhdistää innovatiivisesti lyhyet videot sekä syvämmät audio- ja keskustelut.</p>	<p>Vaikuttajamedian merkitys kasvaa. Suomen nopeimmin kasvava mediayritys on uudentyyppinen vaikuttaja-markkinointialusta SPVM, joka tarjoaa analytiikkaa, kampanjahallintaa ja kohtauttamispalveluja.</p>	<p>Kuluttajan mediapäivä 2035 -tilaisuudessa julkaistavan tutkimuksen tuloksia verrataan vuoden 2023 tuloksiin ja erot ovat hämmästyttävän pieniä. Ihmiset käyttävät jonkin verran enemmän YouTubea ja muita vastaavia palveluja lineaarisen television sijaan, painettujen lehtien lukeminen on vähentynyt noin neljänneksen, somessa vietettävä aika on kasvanut ja pelaaminen on lisääntynyt. Suhtautuminen mainontaan on edelleen myönteisintä painetussa mediassa ja vaikuttajamarkkinoinnissa.</p>
<p>Uusi lähetyksen viehätys ja lineaarisen television suosio kasvavat. Somealustoille on tullut lisääntynyttä huomiota ja mainontaan ja viestintään. Uusi lähetyksen viehätys on nopeasti tapahtumien ja tapahtumien lähetyksiä. Uusi lähetyksen viehätys on nopeasti tapahtumien ja tapahtumien lähetyksiä. Uusi lähetyksen viehätys on nopeasti tapahtumien ja tapahtumien lähetyksiä.</p>		
<p>Uusi lähetyksen viehätys ja lineaarisen television suosio kasvavat. Somealustoille on tullut lisääntynyttä huomiota ja mainontaan ja viestintään. Uusi lähetyksen viehätys on nopeasti tapahtumien ja tapahtumien lähetyksiä. Uusi lähetyksen viehätys on nopeasti tapahtumien ja tapahtumien lähetyksiä.</p>		

KOTIMAISEN MEDIAN KESKITTYMINEN JATKUU

Kotimainen media-ala konsolidoituu pyrkiessään taistelemaan globaaleja alustoja ja kansainvälisiä mediayrityksiä vastaan. Suurimmat kotimaiset mediakonsernit ostavat pienempiä paikallistoimijoita, joita myös katoaa alalta markkinan pienentyessä ja hankalassa taloudellisessa tilanteessa karsittavien tukien karsiutuessa. **Ala keskittyy Suomessa muutamaankin toimijaan, jotka kilpailevat pääasiassa ulkomaisia mediayhtiöitä vastaan.**

Tiukassa talous- ja kilpailutilanteessa mediayritykset joutuvat valitsemaan tarkoin ne mediamuodot ja kanavat, joihin ne keskittyvät. Suomalaisen median käyttämien muotojen kirjo vähenee. Samanaikaisesti suomalaiset mediayritykset joutuvat pohtimaan, riittääkö media-alalla ja omalla alueella riittävästi kasvun mahdollisuuksia vai joudutaanko kasvua etsimään perinteisen media-alan ulkopuolelta. Monet, etenkin suuremmat mediayritykset, muuttuvat hiljalleen monialayhtiöiksi.

Median alueellinen moniäänisyys vähenee. **Haja-asutusalueille syntyvissä uutiserämaissa kulutetaan valtiollisia, kansainvälisiä ja suurimpien kotimaisten mediatalojen sisältöjä.** Yleinen tiukka taloustilanne ja kasvaneet jakelukustannukset kiihdyttävät kehitystä. Erikoistuneet paikallismediat sekä sosiaalisen median yhteisöt ovat jäljelle jääneitä alueellisia tiedonvälittäjiä.

Suomessa seurataan vahvasti globaaleja trendejä media-alan kehityksessä. Yhteisöllisyys, temaattisuus, paikallisuus, perinteiset median käyttötavat, globaalien alustojen käyttö ja viihteellistyminen ovat trendejä myös Suomessa.

Suomalaisten mediakuluttamisessa ennustettu muutos on kuitenkin odotettua hitaampaa. Perinteisiä medioita pidetään edelleen uudempia ja vähemmän muodollisia mediatoimijoita laadukkaampina, vaikka erityisesti viihdesisällöissä

korostuvat sosiaalisen median alustojen ja peliteollisuuden tuotteiden käyttö. Perinteisesti mediabrändin ja aihealueen mukaan paketoitujen mediasisällöt säilyttävät asemansa. Kirjojen lukeminen säilyttää asemaansa yhtenä suomalaisten yleisimmistä harrastuksista. Yhä useampia kirja luetaan digitaalisessa muodossa ja myös äänikirjapalvelut ovat suosittuja. Oletusten vastaisesti myös nuoret löytävät varttuessaan perinteiset viestintäkanavat, kuten painetut julkaisut.

Perinteisiä medioita pidetään edelleen uudempia ja vähemmän muodollisia mediatoimijoita laadukkaampina, vaikka erityisesti viihdesisällöissä korostuvat sosiaalisen median alustojen ja peliteollisuuden tuotteiden käyttö.

LIIKETOIMINTAMALLIT PYSYVÄT SAMANKALTAISINA KUIN ENNEN

Media-alan ansaintalogiikat pysyvät melko samanlaisina kuin aikaisemmin, eikä koko media-alaa muuttavia tai järisyttäviä uusia liiketoimintamalleja synny. Tilaus- ja jäsenyyssratkaisut, mainosrahoitteisuus, freemium-mallit, sisältömarkkinointi, verkkokauppaintegraatiot, tapahtumatuotanto ja erilaiset lisenssiratkaisut ovat edelleen keskeisiä ansaintalogiikoita. Näiden erilaiset variaatiot kilpailevat keskenään ja niiden hyödyntäminen vaihtelee toimijasta toiseen. Esimerkiksi uutismediat perustuvat edelleen pitkälti tilauspohjaisuuteen. **Mediapalveluiden ja -tuotteiden niputtaminen yhteen samaan kuukausitulauk-**

seen asiakkaan kiinnostusten mukaisesti on yleistynyt. Näin pyritään pitämään asiakkaista kiinni tekemällä palvelukonaisuuden irtisanominen vaikeammaksi. Samalla pieniä hinnankorotuksia on helpompi tehdä niin, että asiakkaat eivät hermostu. Kuukausitilauksiin pyritään kytkemään muita palveluita median ulkopuolelta, jolloin journalistiset tuotteet ovat usein vain pieni osa kokonaisuudesta.

Alan keskittyessä mediaryitykset pyrkivät luomaan synergiaetuja yhteinäistämällä käytäntöjä ja tuomalla eri toimintoja saman brändin ja alustan alle.

Vaikka kotimainen media-ala keskittyy ja datan hyödyntäminen tekoälyn avulla kehittyä, joutuvat suomalaiset mediatilat toimimaan ulkomaisia teknologiayhtiöitä vähäisemmällä asiakasdatalla. Varsinkin pienten ja keskisuurten yritysten, joilla ei ole mahdollisuuksia investoida merkittävästi omaan tekoölyyn ja analytiikkaan, on hankalaa selviytyä tässä kilpailussa. Paikallistuntemus ja alueellinen ymmärrys suojaavat jonkin verran pienimpiä toimijoita. Freelance-verkostojen ja pienyrityksien kanssa työskentely on olennainen osa mediaryitysten toimintaa.

Vaikuttajamedian kasvu jatkuu ja se muokkaa media-alaa merkittävästi mainosrahojen suuntautuessa yhä enemmän vaikuttajille perinteisen median sijaan. Vaikuttajien tuottama sisältö korostuu monissa medioissa: somevaikuttajilla on merkittävä vaikutus trendien muodotumiseen sekä yleisön mieltymysten ja kulutustottumusten kehittymiseen. Yhteisöllisyyden nimiin vannovat kuluttajat kaipaavat tiennäyttäjiä ja edelläkävijöitä, joina vaikuttajat esiintyvät. Kohderyhmälähtöisen sisällön tuottaminen ja tulosten mittaaminen korostuvat vaikuttajamarkkinoinnissa, jota tekoäly avustaa.

Media-alan yrityksille on tärkeää pystyä hyödyntämään uusia teknologioita, eritoten tekoälyä, tuottavuuden ja tehokkuuden parantamiseen. Kannattavuuden kehittyminen on yritysten elinehto

ja kallista ihmistyötä pyritään poistamaan kaikkialta, missä se ei ole välttämätöntä. Datan ja analytiikan hyödyntäminen sekä niiden muokkaaminen tiedoksi ja ymmärrykseksi korostuu entisestään.

JULKISTA TUKEA MEDIA-ALALLE KARSITAAN

Taloudellinen tilanne ohjaa Yleisradion rahoituksen kutistumiseen, vaikka sen rooli säilytetäänkin lähes ennallaan.

Toiminnallisesti merkittäviä muutoksia ei toteuteta, mutta rahoituksen pienentyessä Yle karsii henkilöstöään. Paikalliset pienen yleisön sisällöt kärsivät tästä kehityksestä eniten.

Myös pienten paikallismedioiden tukia karsitaan, mikä kiihdyttää median keskittymistä entisestään. Median moniäänisyyden väheneminen ja uudet uutiserämaat herättävät poliittista keskustelua ja huolta, mutta julkisin varoin näihin huoliin ei kyetä hankalassa taloudellisessa tilanteessa vastaamaan.

Myös kaupallinen media kohtaa ikäviä muutoksia julkisessa taloudellisessa tuessa, kun lehtien, kirjojen ja digitaalisten julkaisujen alennetusta arvonnalisäverokannasta luovutaan ja ne nostetaan takaisin yleisen arvonnalisäverokannan piiriin. Samankaltaista verokehitystä nähdään Euroopassa laajasti, mutta joihinkin kansainvälisiin mediayhtiöihin ja sosiaalisen median alustoihin verrattuna tämä kehitys heikentää kotimaisten mediayhtiöiden kilpailukykyä.

TEKOÄLYN HYÖDYNTÄJÄT JA TYÖTTÖMÄKSI TEKEMÄT

Nopeasti kehittynyt tekoäly syrjäyttää ihmisten tekemää työtä sekä johtaa mediatyössä nopeaan tehokkuuden kasvamiseen. Samalla ihmisten tekemän työn määrä vähenee. Nopea teknologinen murros aiheuttaa paitsi vies-

tintäalan työpaikkojen katoamista, myös uuden osaamisen tarvetta, mikä muuttaa lähes kaikkia media-alan työnkuvia merkittävästi. Mitä rajatumpi ja yksinkertaisemmin kodifioitavissa oleva ihmisen tekemä työ on, sitä todennäköisemmin se siirtyy tekoälyn tehtäväksi. Rutiininomainen työ onkin katoava työn muoto media-alalla, mutta myös monilla muilla aloilla.

Teknologisen kehityksen ja media-alan keskittymisen myötä media-alan organisaatiot ovat poikkeuksetta henkilö-määriltään huomattavasti aikaisempaa pienempiä. Monet media-ammattilaiset joutuvat kouluttautumaan uudelleen sellaisille aloille, joissa tarvitaan yhä ihmisiä työn tekemiseen. Ajojensa parhaimmille osaajille on kysyntää, mutta useilla aloilla perustuotanto pystytään tekemään tekoälyä hyödyntämällä.

Digiosaamisen merkitys kasvaa media-alalla entisestään, mutta erityisesti kansainvälisillä työmarkkinoilla toimivia tekoälyn huippuasiantuntijoita on vaikea rekrytoida mediayrityksiin. Lähes kaikissa työnkuissa yhteistyötä tekoälyn kanssa on lisääntynyt merkittävästi, oli kyse sitten sisällöllisessä työssä avustavia tekoälyjä, lähes itsenäisten tekoälysovel-lutusten ohjaamista ja valvomista tai työn suunnittelu ja johtamista tekoälyassistenttien avulla.

Freelance-kulttuuri voimistuu media-alalla, kun yleisen työn murroksen myötä pienyrittäjyys yleistyy. Verkostoituminen ja verkostojen johtaminen korostuvat mediayrityksissä, jotta eri alojen parhaiden asiantuntijoiden osaamista kyetään hyödyntämään menestyksekkäästi. Media-ammattilaisille freelancerina toimiminen mahdollistaa erikoistumista tiettyihin aiheisiin sekä oman osaamiseen myymistä myös kansainvälisesti.

Vaikuttajamedian osaaminen on arvostettua ja toisaalta valtavirtaa vaikuttajamarkkinoinnin kasvun takia. Samalla somealustojen kohderyhmäläh-töinen osaaminen korostuu vaikuttajame-

dian ja vaikuttajamarkkinoinnin merkit-tyksen kasvaessa.

Suomalaisen media-alan haasteena on alan houkuttelevuus työpaikkojen vähenemisen, heikkojen kasvunäkymien ja julkisen tuen karsimisen takia. Esimerkiksi kiinnostus opiskella journalismia on vähentynyt ja journalismista siirrytään entistä useammin muihin viestinnän ja markkinoinnin ammatteihin.

VANHOJA IDEOITA UUSILLA TYÖKALUILLA

Yleisöt kehittyvät vuorovaikutteisiksi yhteisöiksi erityisten aihealueiden ympärille. Yhä kohdennetummille ja pirstaloituneimmille yhteisöille palveluja tuottavat yritykset menestyvät. Tekoälyä hyödyntämällä yhteisöjä ja niiden tarpeita tunnistetaan ja ennakoidaan entistä paremmin.

Toisaalta erilaisten mediapalveluiden paketoiminen yhteen asiakkaan kiinnostusten mukaisesti kasvattaa suosiotaan huomattavasti. Ihmiset voivat valita, mitä sisältöjä haluavat he haluavat sisällyttää tilaukseensa. Erilaiset perhe- ja kaveripa-

Verkostoituminen ja verkostojen johtaminen korostuvat media-yrityksissä, jotta eri alojen parhaiden asiantuntijoiden osaamista kyetään hyödyntämään menestyksekkäästi.

ketit palvelevat asiakkaiden ja yhteisöjen tarpeita, tehden samalla tilausten lopettamisesta vaikeampaa. Suoratoistopalveluiden pudotuspelin seurauksena monia pidettyjä sisältöjä vuosien takaa on lopetettu, ja jotkut toimijat erikoistuvat vanhojen suosikkien kuratointiin ja tarjoami-seen kuluttajille.

Vaikuttajamediassa ja -markkinoinnissa yleistyvät mikro- ja nanoaikutajat, joiden kanssa tehtäviä kaupallista yhteistyötä pystytään räätälöimään tekoälyä hyödyntäen yhä tarkemmille kohderyhmille. Samalla syntyy joukko uusia vaikuttajamarkkinoinnin alustoja, jotka toimivat vaikuttajien ja brändien välisen markkinoinnin välittäjinä ja automatisoijina. Niistä tulee olennaisia välineitä vaikuttajiin perustuville markkinointistrategioille, sillä ne tarjoavat uudenlaista analytiikkaa, kampanjasuunnittelua ja kohtauttamispalveluja.

Virtuaalimaailman käyttöliittymät, kuten VR-lasit, kehittyvät ja yleistyvät merkittävästi varsinkin pelimaailmoissa, mutta myös tapahtumatuotannoissa. Älypuhelimet toimivat kuitenkin edelleen pääasiallisena välineenä median kuluttamiseen. VR-teknologiat ovat pääosin kalliita ja tuotteiden kehitys keskittyy muutamien peli- ja tapahtumateollisuuden parissa toimivien kansainvälisten yhtiöille ja niiden ekosysteemeissä oleville startup-yrityksille.



Skenaario 2

Taistelu informaatiosta

Sodan uhka paljastaa
sananvapauden rajat



KUVITTELE

- Suomea pyritään horjuttamaan voimakkaalla disinformaatiolla ja hybrdivaikuttamisella
- Perinteinen media tuo turvaa ja uutisia luetaan aktiivisesti
- Lohtuisällöt juurruttavat ihmisiä arkeen
- Mediahyvinvointivaltio edistää tiedonvälityksen saavutettavuutta
- Militarisaatio ja turvallistaminen rajaavat sananvapautta
- Valtavirtaan kyllästyneet siirtyvät vaihtoehtoalustoille
- Mediarytykset toimivat kansakuntaa yhdistävinä tekijöinä
- Geopoliittisen toimintaympäristön kiristyminen uhkaa Eurooppaa ja Suomea

KESKEISET MUUTOSVOIMAT



TURVALLISTAMINEN

Ulkoiset uhat kaventavat sananvapautta



MEDIAHYVINVOINTIVALTIO

Tiedon saavutettavuus taataan yhdessä



VAIHTOEHTOYHTEISÖT

Valtavirta vieraannuttaa vaihtoehtojen ääreen

KRIITTISET KYSYMYKSET SUOMALAISELLE MEDIALLE

MEDIA-AMMATTILAISET	MEDIAORGANISAATIOT	MEDIATOIMIALA	MEDIAYHTEISKUNTA
<ul style="list-style-type: none"> • Miten ehkäistään turvallistuneen julkisen keskustelun aiheuttamaa itsensensuuria? • Miten taataan alan toimijoiden turvallisuus? • Miten varmistetaan toimittajien tiedonsaanti? 	<ul style="list-style-type: none"> • Miten kriisinsietokykyisiä Suomen media-alan yritykset ovat? • Miten disinformaation leviämistä ehkäistään ja varmistetaan luotettavan tiedon tuotanto? • Miten tavoitetaan vaihtoehtoisille alustoille lähteneet kuluttajat? 	<ul style="list-style-type: none"> • Minkälaiset valmiudet suomalaisella media-alalla on toimia yhteistyössä disinformaation ja ulkopuolisen vaikuttamisen ehkäisemiseksi? • Miten suhtaudutaan alan kiristyvään valtioneuhjaukseen? 	<ul style="list-style-type: none"> • Miten demokratia ja sananvapaus turvataan ulkoisilta uhilta? Miten kansalaiset pidetään luotettavan tiedon piirissä vaikuttamisyritysten keskellä? • Miten moniäänisyyttä ylläpidetään nousevan kansallisaatteen rinnalla?

Skenaariotarina

SUOMI YHTENÄISEN LÄNNEN ETURINTAMANA

Demokraattinen länsi ja autoritaariset valtiot ottavat toisistaan mittaa maailmanpolitiikan areenoilla. Yhdysvallat asettuu tukemaan päättäväisesti yhtenäistä länttä, ja Kiinan tukema Venäjä jatkaa sotatoimia EU:n itärajalla uhaten myös Suomea. Kilpailu resursseista, populistinen politiikka ja kansallismielisyys jakavat maailmaa kahteen leiriin. Etupiirijattelu korostuu ja johtaa kaupan ja taloudellisen yhteistyön vähenemiseen. **Kilpailu näkyy konflikteina, kauppasotina ja hybridivaikuttamisena**, jossa testataan jatkuvasti varautumiskyvykkyyttä. Naton rooli lännen eturintamana toimivassa Suomessa on suuri.

EU tavoittelee **kaventuneiden toimitusketjujen keskellä strategista autonomiaa, ja globaalit vapaat markkinat ovat vain muisto eilisestä**. Strategisia kumppanuuksia viritellään länsimaiden lisäksi vastablokin ulkopuolelle jättäytyneisiin entisiin siirtomaihin. EU:n panokset aseteollisuuteen ja strategisiin toimialoihin johtavat Suomessa rajallisiin elvytysvaikutuksiin. **Samalla kuitenkin**

hinnat nousevat, kuluttaminen maltillistuu ja talouskasvu jämähtää Euroopassa paikalleen.

Sään ääri-ilmiöiden taloudelliset ja sosiaaliset vaikutukset lisääntyvät. Ne kärjistävät alueellista eriarvoistumista ja lisäävät ilmastopakolaisuutta Eurooppaan. Ympäristöpolitiikan tavoitteet ja vihreä siirtymä jäävät Euroopassa puheiden tasolle puolustuksen korostuessa. Kulttuurinen vastakkainasettelu lisääntyy länsimaiden riittämättömän vastuunoton seurauksena.

Suomen muuttoliike jakautuu turvallisuuden liittyvistä tekijöistä ja strategisen autonomian elinkeinojen painotuksesta johtuen tasaisemmin maakuntakeskuksiin. Muutto kasvukolmioon kohdentuu enimmäkseen ulkomailta (esimerkiksi sota- ja ilmastopakolaiset), mutta sisäinen muuttoliike hidastuu.

RISKIT RAJOITTAVAT TEKNOLOGIARATKAISUJA

Järkkynyt ulkoinen turvallisuus tilanne johtaa teknologiaa ja sovelluksia koskevaan lisääntyneeseen epäluuloon ja riskiarvioihin. Teknologiaan ja dataan liittyvää sääntelyä edistetään

EU-tasolla vahvasti turvallisuuslähtökohdista. EU luo esimerkiksi tekoäly-sääntelyn standardia eri toimialoille, ja yhteiskunnan kriittisten toimintojen määritelmää laajennetaan media-alalle. Teknologiyrityksiin kohdistetaan uusia vastuullisuus-, turvallisuus- ja eettisyysvaatimuksia EU:n alueella. Sallitut teknologiat rajataan luotettavien toimittajien mukaan, ja esimerkiksi luopuminen kiinalaisista teknologioista, sovelluksista ja alustoista tulee pakolliseksi kriittisissä toiminnoissa. Käytännössä ne korvataan yleensä yhdysvaltalaisien toimittajien ratkaisulla, joiden eettisyydestä ei myöskään ole aina varmuutta.

Tekoälyteknologiaa kehitetään EU:ssa tiukasti sosiaalisista ja eettisistä lähtökohdista. **Sovellusten arvaamattomia vaikutuksia ihmisten hyvinvointiin ja terveyteen pidetään ensisijaisina perusteina lopullisen päätöksentekovallan säilyttämiseksi ihmistoimijoilla myös media-alalla.** Suurien kansainvälisten tekoälyalustojen oppimisdataa ja sovellusalueita rajataan merkittävästi oikeusjuttujen sekä geopoliittiseen hybridivaikuttamiseen ja vakoiluun liittyvien pelkojen takia. Tämä

Erityisiin rajatun datan tehtäviin luodut tekoälymallit alkavat voittaa tehokkuudessa ihmisiä monilla aloilla.

johtaa rajatumpiin sovellusmahdollisuuksiin. Yksityisten tekoälysovellutusten hyödyntämiseen liittyy rajoituksia, mutta julkinen valta pyrkii pysymään kehityksessä mukana omilla sovelluksillaan ylläpitääseen turvallisuutta.

Työtehtäviä korvautuu EU:ssa tekoälyn myötä maltillisesti, ja generatiiviset mahdollisuudet pysyvät jokseenkin rajattuina ja spesifeinä. EU:n ulkopuolella kehittyvää teknologiaa käytetään laajasti

tuottavuuden parantamisessa, yhteiskuntien valvomisessa ja ulkomaisiin väestöihin vaikuttamisessa.

TURVALLISUUTTA, TOIVOA JA TURRUTUSTA

Median yhteiskunnallinen asema demokratian turvaajana korostuu ulkoisen vaikuttamistoiminnan seurauksena. Demokratioiden kansallinen yhtenäisyys vahvistuu, mutta kiihtynyt yhteiskunnan militarisoituminen rajaa mediassa käsiteltäviä poliittisia erimielisyyksiä kulttuurikysymyksiin turvallisuuspolitiikan sijaan. Suurimmat länsimaiset mediatilat ovat luotettuja toimijoita ja muihin uutislähteisiin suhtaudutaan epäilevästi. Jotkut perinteiset kansalliset mediat muuttuvat ajan hengen mukaisesti erityisen kansallismielisiksi. **Informaatio sotaa käydään perinteisen median sijaan sosiaalisen median alustoilla, joilla länsimaisten yhteiskuntaryhmien välille pyritään luomaan erimielisyyttä ja jännitteitä.**

Lisääntynyt yhteiskunnallinen epävarmuus ja järkkynyt turvallisuudentunne lisää kiinnostusta median asiasisältöjä ja paikallisia uutisia kohtaan. Samalla monopuolista lohtua tuovien sisältöjen kuluttaminen lisääntyy. Myös toivoa luovat hengelliset sisällöt tavoittavat uusia yleisöjä.

Hallinnan tunteen menettämisestä juontuva sammumaton tiedonjano sammutetaan jatkuvalla uutisten spekuloinnilla pikaviestimien ryhmäkanavilla. Alati huononevien uutisten ”doomscrollauksesta” eli liiallisesta käytöstä ja puimimisesta haetaan toisaalta taukoa sulkeutumalla tuttuun pelien, elokuvien ja kirjojen tai niiden uusintojen fantasiamaailmoihin. **Uutisten välttely ja viihteellisten sisältöjen yletön kuluttaminen lisääntyvät nuorilla, samalla kun perinteisempien medioiden parissa kasvaneet ikäluokat kokevat uudet kanavat vaikuttajineen usein epäilyttävinä. Varttuneemmat**

TAISTELU INFORMAATIOSTA: KESKEISET MUUTOSVOIMAT AIKAJANALLA

2027



TURVALLISTUMINEN

Ulkoisten turvallisuusuhkien kriisiyttämä demokraattinen yhteiskunta etsii sananvapauden ja -vastuun rajoja, kun kansallisen turvallisuus korostuu ja vie tilaa neljänneltä valtiomahdilta.

Taiwan asetetaan Kiinan toimesta kauppasaartoon massiivisen deep fake -kampanjan tukemana. Suhteet Yhdysvaltoihin kärjistyvät äärimmilleen.

Kiinan osallistuminen 2028 Olympialaisiin Los Angelesissa evättään. Tapahtuman suoriin televisiolähetysiin kohdistuu häirintää.

Venäjä pitää Ukrainassa valtaamansa alueet ja koettelee kyberiskuilla Viron ja Latvian vesi- ja sähköverkkoja.

Israel tekee vuoden aikana iskuja Libanonin, Jemeniin, Irakiin ja Syyriaan.

Suomessa kuvatun NATO-sotilaista kertovan Northern Steel -elokuvan ensi-ilta on marraskuussa 2027. Elokuvasa esiintyy Entertainment Media Officen sotakalustoa. Jättituotannon toteuttajat ovat suomalaisia, pohjoismaalaisia ja yhdysvaltalaisia julkisia ja kaupallisia toimijoita.



MEDIAHYVINVOINTIVALTIO

Media-alan yksityisen ja julkisen sektorin yhteistyörakenne, jota kutsutaan leikkisästi mediahyvinvointivaltioksi, pyrkii ylläpitämään kansallista yhtenäisyyttä, sivistystä ja moniäänistä tiedonvälitystä voimavarana ulkoisia vaikuttamispyrkimyksiä vastaan. Lisääntynyt yhteistyö tukee pienempien medioiden merkityksellisuuden säilymistä. Lisäksi yhteisvoimin kehitetään uusia työkaluja ja toteutetaan suuria yhteistuotantoja.

Itä-Suomen turvallisuus, elinvoimaisuus ja alueellisen median saavutettavuus nostaa huolia. Rajaseutujen resilienssin ylläpitämiseksi laaditaan tukipaketteja.

Kampanja kansallisen edun turvaamisen lisäämisestä osaksi journalistin ohjeita jakaa mielipiteet vahvasti.



VAIHTOEHTOYHTEISÖT

Kriiseihin ja perinteiseen mediaan kyllästyneet käyttäjäryhmät hakeutuvat vaihtoehtoisille, vähemmän kuratoituille alustoille kokemaan vertaisuutta ja yhteisöllisyyttä. Liikehdintä aktivoi kansalaisia mutta altistaa heidät ulkoisen vaikuttamisen piiriin.

TikTok sensuroi kaiken Kiinan ja Taiwanin väliseen konfliktiin liittyvän sisällön alustaltaan. Meta rajoittaa puolestaan Lähi-idän tilannetta käsittelevien sisältöjen julkaisemista.

Laajasti käytössä olevaa tekoälykumppanisovellusta syytetään EU:ssa Venäjän propagandan levittämisestä ja käyttäjätietojen keräämisestä.

Discord nousee mittauksissa suomalaisten nuorten suosituimmaksi sosiaalisesti mediaksi. Moni kotimainen mediatoimija avaa oman Signal-kanavan.

2030		2035	
Media-alan yritykset liitetään EU:n CER-direktiivin piiriin kriittiseksi toimialaksi velvollisuuksineen.	DCA-sopimuksen mukainen Yhdysvaltojen sotilastukikohta aloittaa toimintansa Lapissa.	Kansalliset <i>Turvallinen vaikuttaminen</i> -koulutukset ja laatuleimat otetaan käyttöön vaikuttajamarkkinoinnissa.	Pääministerin lähipiirin laajoista taloudellisista väärinkäytöksistä kertova YLE:n MOTCast-jakso hyllytetään.
TikTok kielletään EU-alueella.	Sosiaalisessa mediassa levitetään realistista valevideota asevelvollisten harjoituksessa tapahtuvasta kuolettavasta onnettomuudesta asevelvollisuutta vastustavin saatesanoin. Hakkeroitu Varusmiesliiton sosiaalisen median tili vaikuttaa reagoivan kannattavasti valevideon kommentteihin.	Ulkoministeriön virkailijoiden turvallisuuspoliittisista vuodoista raportoinut toimittaja luovutetaan Yhdysvaltoihin saamaan vakoilutuomio.	Suomen sijoitus RSF:n lehdistönvapaus-indeksissä on 20.
Vuoden 2029 joululahjahitti on opaskirja kriisijän erätaidoista.	Hakkerit kaappaavat Linnan juhlien lähetyksen ja toimittajien live-tekoälykopiot julistavat islamistista propagandaa. Iskun jälkien osoitetaan johtavan Venäjälle, mutta syytökset kohdistetaan silti Suomen muslimiväestöön.	Mediahyvinvointivaltio valmistelee suomalaisten merkikhenkilöiden tekoälynäköisdigitointia Suomi 120 -juhlavuotta ennakoiden.	Mediahyvinvointivaltion sateenvarjon alla toimivat startup-mediat alustoineen ovat vakiinnuttaneet asemansa uutisten, viihteen ja oppimisen tarjoajina kansainvälisten alustojen rinnalla.
#toisenluokan-kansalainen-kampanja voimistaa Suomessa monella alustalla käsiteltävää rasismikeskustelua.	Startup-rahoitusta kohdennetaan S2-yhteisömedioille. Perinteiset mediayhtiöt toimivat startupien kummeina.	JSN-tekoälyn käyttöä laajennetaan viihteeseen ja se aloittaa määrittelemällä kuvaukset Suomen osallisuudesta jatkosotaan kiistanalaisiksi.	
Telegramissa toimivan nuorien suosiman kotimaisen vaihtoehtokanavan suorarahoituksen tutkinta paljastaa Kreml-yhteyksiä ja tilit suljetaan.	Seuratuin kotimainen sosiaalisen median tili esittelee ystävapariskuntien muuttoa remontoitavaan vanhaan taloon ja pieniyhteisöelämää omavaraistaloudessa.	Turvallisuustilanteen lisäämän lähdekriittisyyden todetaan tutkimuksissa parantaneen suomalaisten medialukutaitoa, mutta heikentäneen uskoa demokratiaan.	
		Rekisteridataan ja sosiaalisen median suodintaan perustuva ennakoiva Kontio-tekoäly otetaan käyttöön turvallisuus selvityksissä ja hakijaprofiloinnissa. Kaivosvaltauksia vastustaneen järjestön sisäisiin pikaviestintakeskusteluihin osallistuneelta evätään työpaikka ministeriöstä ja hakija syyttää poliisia yksityisyydensuojan rikkomisesta.	

ikäluokat viettävät puolestaan merkittävästi aikaa luotettujen ja perinteisten kotimaisten ja länsimaisten medioiden uutisten ja sisältöjen parissa.

Tekoälyteknologian vauhdittaman synteettisen median ottamat kehitysharppaukset nostattavat huolta kierroksilla käyvästä disinformaatiosta. Julkinen sektori ottaa monissa valtioissa asiakseen pitää yllä kansakunnan yhteistä tietopohjaa. Faktantarkistusta ja tutkivaa journalismia lisätään. Mediatuotteisiin ja uutisointiin kohdennetaan laadunvalvonnan lisäksi myös sensuuria. Autokratioiden propagandakoneistojen tuottamien synteettisten tekoälysisältöjen purevuutta torjutaan media-alalla vahvistamalla Suomen kieli- ja kulttuurialueen vaikeasti toisinnettavia erityispiirteitä.

MEDIAHYVINVOINTIVALTIO

Venäjänsä laajentumispyrkimykset ovat siirtyneet Ukrainasta Baltiaan ja Itä-Eurooppaan, minkä takia turvallisuuspoliittiset huolet kasvavat myös Suomessa todella suuriksi. Luottamus kotimaiseen mediaan kasvaa jatkuvan tilannekuvan ylläpitämisen tarpeen lisääntyessä. Suomen asutuksen hidastunut keskittymiskehitys ja lisääntynyt paikallisen tiedon tarve on mahdollistanut paikallismedioille jatkuvuutta ja hillinnyt median konsolidaatiopaineita.

Mediasisältöjen kulutus kasvaa yli luokkarajojen, mutta rahankäyttö vähentyy kokonaisuudessaan vaikeassa taloustilanteessa heikentyneen ostovoiman seurauksena. Taloudellisen tilanteen heikentyessä ihmisillä ei ole aina varaa kaupallisten medioiden sisältöihin, minkä seurauksena erilaiset ilmaissisällöt, sosiaalinen media ja Yleisradio ovat kasvattaneet osuuttaan ajankäytöstä uutisten ja viihteen parissa.

Kotimainen mediakenttä reagoi muutokseen pitääkseen laajasti yllä tiedon

huoltovarmuutta ja moniäänisyyttä sekä toisaalta ehkäistäkseen ulkomaisten ilmaissisältöjen ja alustojen kautta kansalaisiin kohdentuvaa vaikuttamista. **Julkinen ja yksityisen sektorin yhteistyössä perustetaan osin julkisrahoitteisilla kannustimilla toimiva mediahyvinvointivaltio**, jonka piirissä eri mediatoimijat jakavat tekoäly- ja muuta teknologiaa sekä alustojaan pitääkseen yllä kotimaisten sisältöjen saavutettavuutta. Kannustimien piirissä tuotettuja maantieteellisesti edustuksellisia kiintiösisältöjä kerätään kansalaisten kiinnostusten mukaisesti suodatettavaan sisältövirtaan yhteisen sovelluksen kautta. **Saavutettavuuden parantaminen lisääkin erityisesti paikallismedioiden sisältöjen kuluttamista.**

Perinteisiä medioita pidetään edelleen uudempia ja vähemmän muodollisia mediatoimijoita laadukkaampina, vaikka erityisesti viihdesisällöissä korostuvat sosiaalisen median alustojen ja peliteollisuuden tuotteiden käyttö.

KIINNITTYYMISTÄ JA VIERAANTUMISTA

Suomalaisten keskivertokuluttajien ajan- ja rahankäyttö kohdentuu laadukkaina ja luotettavina pidettyihin perinteisiin kotimaisiin media-brändeihin. Kuukausitilauksiin, yksikkömaksuihin ja mainostuloihin perustuvat ansaintamallit menestyvät sisällöntuotannossa. Kuluttajien varallisuuden vähentyessä markkinoinnin kertomukset kietoutuvat usein isänmaallisten arvojen ympärille. Painettu sana ja syventävät

artikkelit, livelähetykset ja luotettavat, tutut toimittajat tuntuvat pysyvyyttä lisääviltä elämän ankkureilta. Suosikki-radio-ohjelma juontajineen kiinnittää ihmiset turvalliseen arkeen ja kotimaiset elokuvat lyövät katsojaennätyksiä. **Suomea yhdistävät tapahtumat ovat suosittuja, ja kansallishenkeä nostattavia speaktaakkeleita tuotetaan yksityisten ja julkisten tahojen yhteistyössä.**

Kaikki suomalaiset eivät osallistu täysimääräisesti mediahyvinvointivaltioprojektiin laskeneen maksukyvyyn ja kiinnostuksen myötä. **Turvallisuuskriisissä kaventuneet julkisen keskustelun näkökulmat ja jäljessä laahaava moniäänisyys vieraannuttavat esimerkiksi nuoria, maahanmuuttajataustaisia ja huonommin toimeentulevia väestönosia, mikä lisää hakeutumista vaihtoehtoisten sisältöjen pariin.** Uutis- ja viihdesisältöjä kulutetaan ja puidaan hajautuneissa piireissä ja pienissä yhteisöissä, usein kuitenkin kansainvälisten alustojen ja sosiaalisen median työkaluilla.

Uusien media-alustojen rakentamiselle on tilaa ja tilausta, kun tiettyjen alustojen toiminta kielletään Euroopassa turvallisuussyihin vedoten, ja esimerkiksi TikTok on joutunut poistumaan länsimaisilta markkinoilta. Myös Yhdysvaltojen sosiaalisen median vahvasti säänneltyjä alustoja pyritään korvaamaan turvallisilla eurooppalaisilla alustoilla. Kotimaiset mediatilat lähestyvät valtamedian piiristä sosiaalisen median alustoille irtautuneita käyttäjiä ja alustoille rakennetaan myös kotimaisia vaihtoehtoja.

Alustat ja yhteisöt ovat rakentuneet mikrovaikuttajien ympärille, jotka tuntevat käyttäjät, toimintatavat, meemistön sekä koodiston, ja käyttävät asemaansa merkittävänä makutuomareina, mielipidejohtajina ja portinvartijoina. Mainostajat, mediatoimistot ja mediatilat konsultoivatkin heitä yhteisöjen tavoittamisessa ja oikeanlaisten viestien lähettämässä.

JULKINEN VALVONTA LISÄÄ VASTUITA

Media-alan luokittelu kriittiseksi yhteiskunnalliseksi toimijaksi on lisännyt rahoitusta, mutta toisaalta kiristänyt julkista valvontaa. Kansallisen turvallisuuden näkökulma on yksi mediarytysten toiminnan ja jatkuvuuden kivijaloista. Suomen media-ala on lisääntyneestä byrokratiasta huolimatta myöntyväinen valtion kasvavaan ohjaukseen. Luottamus kotimaiseen julkiseen mediaan pysyy korkeana ja Ylen rooli mediahyvinvointivaltion teknologiakehittäjänä kasvaa. Myös Postin jakeluvollisuutta laajennetaan ja jakelua tuetaan valtion rahoituksella alueille, joilla se ei muuten olisi kannattavaa.

JSN:lle vakiinnutetaan Suomessa aiempaa vahvempi asema ylimpänä informaatiota validoivana ja disinformaatioon puuttavana elimenä. **Mediatoimijoihin kohdistuva valvonta kiristyy. Mediahyvinvointivaltion yhteistyönä tuotetaan yritysten käyttäjä- ja sisältödataa turvallisesti yhdistelevä JSN-tekoäly, joka suodattaa informaatioympäristöä ja jakelee reaaliaikaisesti sisältökohtaisia laatu- ja luotettavuusarvioita.** Tekoäly saa vaeuutiset kiinni ja lähteyttää oikean informaation nopeasti ja tarkasti. Sen toiminta aiheuttaa toisaalta myös kuohuntaa kulttuurikentällä esimerkiksi tiettyihin taidemuotoihin kohdistuvalla ennakkosensuurilla.

Viranomaisvalvonta kiinnittää erityistä huomiota heikosti moderoiduilla sosiaalisen median alustoilla toimiviin yhteisöihin (esimerkiksi Telegram, Signal, Discord), joista monilla ulkomaiset toimijat pyrkivät esimerkiksi synteettisiä vaikuttajia käyttäen lietsomaan kulttuurisotaa liberaaleja arvoja vastaan ja tuomaan esiin länsimaiden tekopyhyttä ja rappiota.

Alustoja käyttävät yhteisöt määrittelevät informaatiovaikuttamisen ja kaikkammiotumisen johdosta erityistä huo-

miota vaativiksi mediahyvinvointivaltion tavoittelemiksi ”riskiryhmäläisiksi”.

Kaupallisten mediatalojen teknologien ja käytäntöjen jakamiselle saadaan myös EU-kannustimia, ja Nato-maiden mediayhteistyötä lisätään disinformaation kitkemiseksi. Ulkomaiset agentit pyrkivät aktiivisesti horjuttamaan tämänkaltaista faktantarkistusta tekevien organisaatioiden uskottavuutta.

VAPAAAN TIEDONVÄLITYKSEN PUOLUSTAJAT

Media-alan ammattilaisten odotetaan noudattavan työsäännön vahvoja eettisiä normeja. He varmistavat, että tuotettu sisältö on paitsi täsmällistä ja luotettavaa, myös erilaisia yhteisöjä edustavaa ja yhteiskunnan yhtenäisyyttä tukevaa. Tämä tarkoittaa mediayrityksissä tietoista pyrkimystä monimuotoisuuden edistämiseen.

Alan työntekijöihin kohdentuu informaatiovaikuttamista mediatuotannon kaikilla tasoilla. Kansallisen turvallisuuden näkökulma korostuu mediatyössä. Kaikilla aloilla ja eri työvaiheissa korostuvat kyberturvallisuuden huomioiminen, hybridi-vaikuttamisen keinojen tunnistaminen ja perusteelliset faktantarkistuksen ja väärennösten tunnistamisen käytännöt. Tiedonhankinta vaikeutuu usein, kun lähteet vetoavat kansalliseen turvallisuuteen ja lähdeturva korostuu lähdesuojan ohella.

Media-alan toimijoiden on oltava psykologisesti valmiita kohtaamaan turvallistuneen julkisen keskustelun kärjistämiä reaktioita. ”Väriiden arvojen” edustajiin kohdennetaan cancel-kampanjoita, ja tutkivia journalisteja vainoavat niin vieraan vallan agentit kuin omasta mielestään kansakunnan etua ajavat kotimaiset ääri-vaikuttajat.

Yksityisten mediayritysten, julkisten mediatoimijoiden ja turvallisuusjärjestelmän edustajien välinen vuorovaikutus ja tiedonvaihto korostuvat yhteistyöeli-

Verkostoituminen ja verkostojen johtaminen korostuvat mediayrityksissä, jotta eri alojen parhaiden asiantuntijoiden osaamista kyetään hyödyntämään menestyksekkäästi.

missä. Mediatoimijoiden on toisaalta oltava valmiita taistelemaan lähdeturvallisuuden ja vapaan tiedonvälityksen puolesta myös oikeussaleissa.

Turvallisuuden painottuessa media-alan ammattilaisten henkilökuvat ja persoonat kiinnostavat kuluttajia aiempaa enemmän. Julkisuuskuvan hallintaa korostuu ja tunnustetuille median vakiokasvoille sallitaan muita enemmän vapautta aiheiden ja näkökulmien valinnassa. Itsesensuuri ja pelko vääränlaisen sisällön julkaisemisesta lisääntyy niiden media-ammattilaisten keskuudessa, jotka eivät ole vielä vakiinnuttaneet asemaansa.

VAIHTOEHTOYHTEISÖJEN TULKIT

Mediahyvinvointivaltio tarjoaa uusia rahoitusmahdollisuuksia startup-toimijoille, jotka tuottavat eri pienyhteisöihin kohdennettuja sisältöjä. Startupit hyödyntävät sosiaalisen median alustoja, peliympäristöjä, podcasteja ja mobiilisovelluksia tehdäkseen sisältöä vastaamaan kulttuurisia ja kielellisiä erityistarpeita.

Startupit tekevät yhteistyötä vaikuttajien, yhteisöjen johtajien ja eri taustoista tulevien sisällöntuottajien kanssa liittäkseen viihteeseen sivistystä ylläpitävää ja yhteiskunnallista kiinnittymistä edistävää opetus- ja tietosisältöä. **Alustoilla pyritään parantamaan kulttuurista yhtenäisyyttä ja vuoropuhelua edistämällä suomen kielen oppimista, ja toisaalta samalla rikastuttamaan kotimaista**

mediakenttää yhteisöissä toimivien erilaisilla näkökulmilla.

Esimerkiksi neulontaan, remontointiin, metsästyksen, kalastukseen, puutarhanhoitoon ja pienviljelyyn keskittyvät lifestyle-mediat rakentavat uuden sukupolven yleisiä somevaikuttajien ympärille. Niihin perustuvat perinteisemmät julkaisumuodot säilyttävät suosionsa valtavirtamediassa. Terveellisen elämäntavan ylläpitäminen, kuntoileminen ja urheilusisällöt saavat osakseen merkittävää huomiota. **Sodan uhan herättämää maanpuolustustahtoa uhkuvien suosittujen yhteisöjen harjoittama uutisseuranta ja sotilas- ja selviytymistaitojen yhteisöllinen kehittäminen** nivovat puolestaan yhteen asiasisällöt ja elämäntapamediat.

Fyysisen ”offline-median”, kuten erilaisten elämäntaito-oppaiden, kirjojen ja fyysisten tallenteiden, kysyntä kasvaa. Tämä perustuu erityisesti varautumiseen poikkeusoloihin kuten esimerkiksi siihen, että sähkökatkot ja kyberhyökkäykset rajoittaisivat pääsyä pilvipalveluiden mediakirjastoihin ja internetiin.

Omanlaisen menestystarinan muodostavat suositut suorarahoituksella toimivat vaihtoehtoiset sosiaaliset mediat, jotka kyseenalaistavat valtamedian kertomuksia. Niitä epäillään usein toimimisesta ulkoisen vaikuttamisen välikappaleina, ja niiden rahoituslähteisiin kohdistetaan tutkintaa kansallisen turvallisuuden nimissä. **Tulilinjalle syyttä joutuneet pienmediat yhteisöineen pitävät tätä osoituksena sallittujen totuuksien kaventamisesta.**



Skenaario 3

Journalismin renessanssi

Kysyntää totuuksille ja
luotettavalle tiedolle



KUVITTELE

- Luotettavan tiedon etsinnän ja vaihtoehtoisissa totuuksissa elämisen aikakausi
- Nykymuotoinen internet täyttyy tekoälyn tuottamasta automaattisesti kopioidusta sisällöstä
- Journalistisen median merkitys korostuu sekavassa ja sirpaleisessa informaatioympäristössä
- Uutismedioiden omistuspohja ja liiketoimintalogiikka muuttuu arvovetoisemmaksi
- Ilmaston lämpenemisen ja monikriisin pirstaloima maailma
- Elintason laskiessa järjestelmänvastaisuus lisääntyy varsinkin toisinajattelijoiden keskuudessa
- Suomalaista demokratiaa ja sivistystä yritetään pelastaa

KESKEISET MUUTOSVOIMAT



SISÄLTÖHYÖKYAALLOT

Tekoälysaaste rikkoo internetin



TOTUUDENETSIJÄT

Ihmiset etsivät luotettavaa tietoa



UUTISMEDIAT SÄÄTIÖINÄ

Voittoa tavoittelematon journalismi lisääntyy

KRIITTISET KYSYMYKSET SUOMALAISELLE MEDIALLE

MEDIA-AMMATTILAISET	MEDIAORGANISAATIOT	MEDIATOIMIALA	MEDIAYHTEISKUNTA
<ul style="list-style-type: none"> • Miten selviydytään tekoälyn sumentamassa informaatioympäristössä? • Miten viestiä hankalista ja monimutkaisista aiheista aiheuttamatta kriisiähkyä tai luomatta tarpeettomia vastakkainasetteluja? • Miten hyödynnetään erilaisia kansallisia ja kansainvälisiä yhteistyöverkostoja tiedon luotettavuuden varmistamiseksi? 	<ul style="list-style-type: none"> • Miten tiedon luotettavuus onnistutaan takaamaan ja viestimään aiempaa epävarmemmassa ja monisävyisemmässä informaatioympäristössä? • Miten medioiden erikoistuminen ja media-alan pirstaloituminen muokkaavat yritysten strategioita ja kehittämistä? • Miten uutismedioiden säätiöiminen tapahtuu ja onnistuu Suomessa? 	<ul style="list-style-type: none"> • Millainen on media-alan rooli sivistyksen ja demokratian pelastamisessa sekä yhteiskunnan informaatioresilienssin parantamisessa? • Miten media-alalla voidaan tehdä yhteistyötä, joka vähentää medioiden polarisoitumista eri ryhmien äänitorviksi? 	<ul style="list-style-type: none"> • Miten suomalainen yhteiskunta ja demokratia toimivat, kun yhä useammat uskovat omiin totuuksiinsa?

Skenaariotarina

DEMOKRATIA JA HYVINVOINTIVALTIO UHATTUNA MONIKRIISIN KESKELLÄ

Eletään monikriisin maailmassa. Vuosi vuodelta pahe-nevat, ilmaston lämpenemisestä johtuvat sään ääri-ilmiöt aiheuttavat erilaisten talous-, ympäristö- ja geopolittisten kriisien seurauksena arvaamattomien yhteiskunnallisten mullistusten aikakauden. Autoritaarisuuden nousu, oman edun tavoittelu ja pirstaloituminen leimaavat kansainvälistä politiikkaa ja taloutta. Yhdysvallat menettää sisäisten ristiriitojen ja epäonnistuneen ulkopolitiikan myötä arvovaltansa ja kykynsä toimia kansainvälisesti. Yhdysvaltojen liittolaiset jäävät oman onnensa nojaan ja Naton merkitys heikenee. Ristiriitainen EU ei pysty yhtenäiseen politiikkaan. Samalla Kiina ja Venäjä laajentavat aggressiivisesti etupiirejään ja yhä useampi valtio hylkää demokraattisen hallintotavan. Kriisien keskellä ongelmien

juurisyyn, ilmaston lämpenemisen ja koko ekologisen kestävyyskriisin, ratkaiseminen on edelleen alisteinen taloudelle, turvallisuudelle ja muille poliittisille painotuksille. Globaalin talouden heikentyessä materiaalisen elintason kasvu loppuu kaikkialla.

Kriisien keskellä suomalaisissa herää vahva halu säilyttää uhattuna olevat demokratia ja hyvinvointivaltio. Suomen talous elää kuitenkin kriisistä toiseen selviytymisen syklejä muun Euroopan mukana, mikä pakottaa tekemään valintoja. Suomi pyrkii selviytymään pohjoismaisen yhteistyön ja kahdenvälisen suhteiden avulla. Väestönkasvu keskittyy lisääntyneen maahanmuuton kautta vahvasti kaupunkeihin. Toisaalta maaseutukaan ei autoidu, kun kansainvälinen taloudellinen tilanne pakottaa omavaraisempaan ruoan, materiaalien ja energian tuotantoon. Muuttajia Suomeen olisi huomattavasti enemmän kuin heitä halutaan ottaa vastaan.

TOTUUS HÄMÄRTYY SISÄLTÖHYÖKYAALLOISSA

Teknologian sääntelyssä kansalliset lait ja kansainvälinen normisto eivät pysy uusien sovellusten vauhdissa. Lähes täysin pidäkkeetön kehitys jättää valtioille ja yrityksille runsaasti harkintavaltaa teknologian ja datan hyödyntämisessä. EU:n sisämarkkinoiden yhtenäisyyteen ja

Kriisien keskellä suomalaisissa herää vahva halu säilyttää uhattuna olevat demokratia ja hyvinvointivaltio. Suomen talous elää kuitenkin kriisistä toiseen selviytymisen syklejä muun Euroopan mukana, mikä pakottaa tekemään valintoja.

kansainvälisyyteen tähdännyt teknologia-sääntely on vain muisto 2020-luvulta, eikä yhteisen regulaation luomiseen enää kyetä oman edun tavoittelun ja eriävien poliittisten mielipiteiden takia.

Tekoälyn tuottamat sisältöhyökyaalot rikkovat perinteisen internetin hyödyllisyyttä. Hallitsematon sovellusten käyttöönotto johtaa tilanteeseen, jossa internetin informaatioympäristö täyttyy generatiivisesta tekoälysaasteesta, joka itseltään oppiessaan muuntuu luonteeltaan pikemminkin degeneroivaksi. Sisältöhyökyaaltoja syntyy tasaisesti uusien ja entistä tehokkaampien tekoälysovellusten seurauksena. **Internetin sisällön määrä lisääntyy eksponentiaalisesti ja laatu heikkenee nopeasti.**

Sisältöhyökyaalot muuttavat ihmisten käyttäytymistä eri tavoin. Sirpaleinen ja sekava informaatioympäristö johtaa sekä osittaiseen irtautumiseen älylaitteista

ja verkoista että eristäytymiseen suljetuihin ja valvotumpiin erillisverkkoihin ja alustoihin.

Puhutaan totuudenetsijöiden ajasta. Monet hakeutuvat laadukkaamman ja kuratoidumman sisällön pariin, jossa tiedon luotettavuus ja inhimillisuus korostuvat. Toisaalta monet löytävät itsensä erilaisista vaihtoehtototuuksista, joissa kyseenalaistetaan yhteiset instituutiot ja niiden valtatotuudet. Sisältöhyökyaalot murentavat luottamusta teknologiaan ja henkilökohtaisen datan luovuttamista pidetään eliitin harjoittamana kontrollina.

Epämääräinen ja vaikutuksiltaan hankalasti käsiteltävä monikriisi lisää keskiluokkaisissa kantasuomalaisissa yleistä järjestelmänvastaisuutta, kun elintason väistämättömään laskuun ja ympärillä velloviin muutoksiin etsitään syyllisiä. Monia ei edes kiinnosta, ovatko heidän totuutensa tosia muiden mielestä, vaan he uskovat omaa kokemustaan siitä, milta asiat vaikuttavat.

MEDIAT SEURAAVAT YLEISÖJÄ NIIDEN JAKAUTUESSA ERILAISILLE ALUSTOILLE

Mediat joutuvat erikoistumaan ja media-ala pirstaloituu sisältöhyökyaaltojen keskellä. Tekoälyn tuottamat automaattiseen sisällöntuotantoon ja kopiointiin perustuvat mediat pyrkivät toki tavoittamaan suuria joukkoja, mutta niiden sisältöjen laatu on heikkoa ja sisällön kopiointi lähes reaaliaikaista. Siksi erikoistuminen on usein paras liiketoiminnallinen vaihtoehto. **Media-alalle kehittyikin suuressa osassa maita joukko pieniä ja keski-suuria toimijoita ja suljettumpia yhteisöjä, jotka hyödyntävät uusia kuluttamisen muotoja ja erikoistuneita sisältöjä.**

Totuudenetsijät eli luotettavaa tietoa etsivät yleisöt jakautuvat useille erilaisille alustoille. Sekavassa mediaympäristössä viihdettä ja tietoa haetaan usein eri paikoista, ja myös markkinoijat joutuvat

JOURNALISMIN RENESSANSI: KESKEISET MUUTOSVOIMAT AIKAJANALLA

2027



SISÄLTÖHYÖKYAALLOT

Tekoälyn tuottamat sisältöhyökyaalot rikkovat perinteisen internetin. Hallitsematon generatiivisten sovellusten käyttöönotto johtaa tilanteeseen, jossa internetin informaatioympäristö täyttyy silmukoissa itseltään oppivasta generoidusta tekoälysaasteesta. Internetin sisällön määrä on lisääntynyt eksponentiaalisesti ja laatu on heikentynyt merkittävästi.

Lähes kaikki yritykset ovat mukana tekoälyn yleistymisen hyökyaalossa tavoitellen taloudellisia hyötyjä.

Hakukonetuloksia helpompi optimoida tekoälyn tuottaman sisällön avulla. Hakutuloksissa korostuville nousevat sivut päivittäin ja tulosten laatu heikkenee nopeasti tekoälyn tuottamien sisältöiden avulla.

Google ja Bing kilpailevat länsimaiden hakukoneherruudesta, kilpailevat sisällön määrässä ja sallivat vapaiden tekoälysisälytöjen näkyvyyden hauissaan.

Lukuisat kansalliset oikeusjutut tekoälyn totuudellisuudesta ihmisten ymmärrykseen valtioratkaisut reagoivat i



TOTUUDENETSIJÄT

Käyttäytyminen sisältöhyökyaaltojen keskellä jakaa ihmisiä vahvasti erilaisiin todellisuuksiin. Suuri osa ihmisistä hakeutuu laadukkaamman ja kuratoidumman sisällön pariin, jossa korostuu tiedon luotettavuus ja inhimillisuus. Toisaalta monet hakeutuvat erilaisten vaihtoehtototuusien äärelle, joissa yhteiset instituutiot ja niiden valtatotuudet kyseenalaistetaan.

Suomen eduskuntavaaleissa vuonna 2027 koetaan ennennäkemättömän raju informaatiovaikuttamisen hyökkäys.

Disinformaation lisääntyminen myötä internetissä oleminen muuttuu yhä vaikeammaksi.

Kansalaisyhteiskunta on kuitenkin valppaana ja mediatatolot onnistuvat lähes reaaliaikaisesti torjumaan disinformaation. Hyökkäys yhdistää suomalaisia ja herättää laajan keskustelun suomalaisen demokratian ja sivistyksen tulevaisuudesta.

Lähes kaikissa Euroopassa vaalivaikuttamisella vaikuttaminen vaalien tulosten toisaalta erillisiin todellisuuksiin.

Monet pitävät vaaleja kaikkien aikojen huijauksena ja kokevat tulleen demokratian pettämäksi.

Tieto, journalismi ja demokratia – jotain on tehtävä. Poliittisessa mediapiireissä nousee tulevaisuuden turvaamiseksi säätiöiden avulla.



UUTISMEDIAT SÄÄTIÖINÄ

Uutismedioiden omistus siirtyy yhä useammin säätiöille. Ne erotetaan muusta mediatoiminnasta erilliseksi voittoa tavoittelemattomaksi, yleishyödylliseksi ja arvovetoiseksi toiminnaksi. Säätiöt toimivat joko perustuspääomansa turvin tai useimmiten omistavat osia muista yrityksistä, joiden tuotoilla uutismedian arvopohjaista toimintaa rahoitetaan.

Useat mediayritykset hyödyntävät aggressiivisesti ”sisältöfarmitekoälyä”, jolla on korvattu ihmistyötä ja journalisteja taloudellisia hyötyjä tavoitellessa.

Medialukutaidon opetus on nyt kaikille peruskoulun luokissa mediatalojen ja OKM:n tuella.

Ihmiset ovat yhä kylläisiä tekoälyn tuottamaan sisältöön. Toimijat ja yhden aihealueen inhimillisemmällä läheisyydellä erikoistuneilla sisällöillä.

2030		2035	
<p>on yhä da teko- sällön avulla. rkeim- rut vaihtuvat en laatu ti tekoälyn ojen takia.</p>	<p>Hakukoneet eivät enää pysty erottamaan tekoälysaastetta ja oikeaa tietoa toisistaan.</p> <p>Google menettää nopeasti 90 prosenttia käyttäjistään.</p>	<p>Internet, sellaisena kuin se on tunnettu, on muuttunut suurelta osin käyttökelvottomaksi.</p>	<p>Internetin rakenne ja käyttötavat ovat muuttuneet perustavanlaatuisesti sisältöjen sekavuuden ja runsaan määrän takia. Suljetuille keskustelufoorumille koittaa uusi kukoistuskausi.</p>
<p>set ja kansainväliset, suuren mittaluokan lyln kopioiman sisällön käyttöoikeuksista ja ta pirstaloivat teknologian sääntelyä sekä yystä tiedon luotettavuudesta. Yritykset ja ilmiöön ajamalla omia etujaan.</p>	<p>Uudet kuratoidut haku- tietokannat, digitaaliset tietokirjat, keräävät nopeasti uusia käyttäjiä ja lahjoittajia.</p>	<p>Ensimmäiset suomenkieliset kuratoidut hakutietokannat eli päivityvät digitaaliset tietokirjat julkaistaan. Wikipedia tarjoaa mallin ja päivitys tehdään käsityönä.</p>	<p>Ihmiset suojaantuvat yleisen inter- netin sisältöjen heikolta laadulta eristäytymällä suljetuille alustoille ja erillisverkkoihin.</p> <p>Äärimmäisiin totuuksiin usko- minen yleistyy ja poliittinen pola- risaatio korostuu demokraattisissa valtioissa. Perhelähtöinen koulu- pudokkuus lisääntyy myös Suo- messa merkittävästi.</p>
<p>ntymisen ja uusien deepfake-tekniologioiden van tiedon ymmärtäminen ja todentaminen maksi.</p>	<p>Suomalaiset siirtyvät uusien digitaalisten tietokirjojen käyttäjiksi.</p> <p>Salaliittoteoriat digitaalisten tietokirjojen piiloagendoista alkavat jo ennen palvelujen lanseerauksia.</p>	<p>Säätiöitetetyt uutismediat keräävät yhä merkittävimpiä lahjoituksia rik- kailta ja hyväosaisilta kansalaisilta, jotka haluavat puolustaa demo- kratiaa ja luotettavaa tutkittua tietoa. Tämä kiihdyttää vaihtoeh- toisissa totuuksissa elävien epäi- lyksiä uutismedioista eliitin vallan ja hallinnan välineinä, mikä syventää vastakkainasettelua entisestään.</p>	
<p>an maissa nähdään merkittäviä ja aggressii- vyyökkäyksiä. Hyökkäysten onnistuminen ja tuloksiin vaihtelee, mutta ihmisiä yhdistävä ja ellisuuksiin ajava vaikutus ilmenee kaikkialla.</p>	<p>Uutis- medioita säätöidään arvopohjai- sesti sekä Suomessa että muualla Euroopassa. Erylisesti journalis- tinen etiikka ja tutkivan journalismin periaatteet korostuvat.</p>	<p>Eurooppalaisen tutkivan journalismin verkoston siivittämänä Unkarin kansan veri kiehahtaa, se nousee kapinaan ja kaataa autoritaariset vallanpitäjät. Maassa pidetään demokraattiset vaalit.</p>	<p>Monien demokraattisten valtioiden säätöperusteisten uutismedioiden toiminta kielletään autoritaarisissa maissa Unkarin tapahtumien välttämiseksi. Toiminta jatkuu maanalaisen vastarintaliikkeen hengessä monissa maissa.</p>
<p>emokratia koetaan uhatuksi hjois- ja Keski-Euroopan e liike uutismedian nisesta arvopohjaisten</p>			
<p>us tulee pakolliseksi uokille. Opetus toteutetaan n yhteishankkeena.</p>			
<p>styneempiä tekoälyn Monet pienet en mediat menestyvät estymistavalla ja llä.</p>			

hajautumaan ja erikoistumaan. Mikrotoimijat ja freelancerit sekä vaihtoehtoiset media-alustat pystyvät erikoistumaan tiettyihin yleisöihin ja kohderyhmiin sekä niiden mukaisiin sisältöihin ja palveluihin suuria toimijoita ketterämmin. Myös markkinoijat erikoistuvat voimakkaasti.

Yleisölähtöisyys korostuu yhä vahvemmin: mediat, jotka osaavat tuottaa omien yleisöjensä mukaista, kohdistettua sisältöä, palveluita ja tuotteita, menestyvät parhaiten. Mainosrahat jakautuvat useammille toimijoille kuin aikaisemmin, kun suuria yleisöjä on yhä hankalampi tavoittaa yhden kanavan kautta. Tämä korostaa mediayritysten näkökulmasta yleisöjen ja asiakkaiden syvällistä tuntemista, jotta mainontaa kyetään kohdentamaan tehokkaasti.

Monikriisin keskellä journalistisen median merkitys kasvaa, kun ihmiset etsivät luotettavaa tietoa. Uutismedian perinteinen rooli yhteiskunnallisesti tärkeän ja ajankohtaisen tiedon kokoamisessa, varmentamisessa, erittelemisessä ja välittämisessä vahvistuu. Tutkiva journalismi toimii tiedon ja vallan vahtikoirana näitä ihanteita ja demokratiaa puolustaen, etsien ja tuottaen tietoa, jota muu eivät kykenisi tai haluaisi tuoda esiin. Vaihtoehtoisia totuuksia ja disinformaatiota välittävät mediat haastavat jatkuvasti näitä journalismin ihanteita.

SUOMALAISEN DEMOKRATIAN JA SIVISTYKSEN PUOLESTA KAMPANJOIDAAN

Suomessa media-ala seuraa kansainvälistä kehitystä, jossa mediayritykset erikoistuvat ja pirstaloituvat pienempiin yksiköihin palvelemaan kohdennettumia yleisöjä. Perinteiset median käyttötavat ja kanavat pysyvät merkittävänä, vaikka myös uudentyyppiset mediat lisääntyvät. Sisältöhyökyaaltojen myötä kriittisyys suomalaisia mediatoimijoita kohtaan on lisääntynyt,

mikä korostaa tarvetta luotettavuuden takaamiselle aiempaa epävarmemmassa ja monisävyisemmässä informaatioympäristössä. Perinteikkäät mediasisällöt ja

Perinteikkäät mediasisällöt ja -toimijat säilyttävät asemansa. Kuluttajat hakeutuvat tuttujen mediatuotteiden pariin, koska tietävät niiden sisällöt luotettaviksi.

-toimijat säilyttävät asemansa. Kuluttajat hakeutuvat tuttujen mediatuotteiden pariin, koska tietävät niiden sisällöt luotettaviksi. **Suomalaiset odottavat kuluttamiltaan medioilta yhä enemmän selkeyttä: luotettavaa ja varmistettua tietoa tai puhdasta viihteellisyyttä ja hyvin tehtyjä genresisältöjä.**

Poliittisen ohjauksen, aktiivisten kansalaisten ja mediaorganisaatioiden aktiivisuuden ansiosta Suomessa käynnistetään 2020-luvulla demokratian ja sivistyksen pelastuskampanja. Kouluissa opetetaan mediataitoja laajasti, lukutaidon opettamiseen panostetaan ja ihmisten osallistumista demokraattiseen päätöksentekoon ja kansalaisvaikuttamiseen tuetaan. Samalla laaja joukko kansalaisia hyödyntää erilaisia mediapalveluja ymmärtääkseen yhteiskunnassa vellovia monikriisin aiheuttamia muutoksia. **Vaihtoehtoisia totuuksia kannattavat pitävät sivistystä edistävää kampanjointia pyrkimyksenä vahvistaa eliitin valta-asemaa. Vastalauseeksi vedetään jopa lapsia pois koulujärjestelmästä. Arviolta jopa joka viides suomalainen häviää perinteisten medioiden tavoittamattomiin, vaihtoehtoisten medioiden alustoille ja vaihtoehtoisten totuuksien yhteisöihin.**

UUTISMEDIOIDEN UUDISTUMINEN

Monissa Keski- ja Pohjois-Euroopan maissa uutismedioiden omistus siirtyy yhä useammin säätiöille ja ne erotetaan muusta mediatoiminnasta erilliseksi yleishyödylliseksi ja voittoa tavoittelemattomaksi toiminnaksi. Tämänkaltaista omistusrakenteen muutosta selittävät osaltaan journalismin arvostuksen nousu demokratioiden ollessa uhattuna, totuuden hämärtyminen aika sekä internetin sisältöhyökyäallot. Lisäksi pyrkimys luotettavan tiedon tuottamiseen korostuu monitulkintaisten yhteiskunnallisten kriisien keskellä. Sekä viihteen ja tiedon eriytymistrendi että tutkivan journalismin yhteensopimattomuus kaupallisen logiikan kanssa tukee säätiöitymisen tavoitetta. Rikkoutuneen internetin informaatioympäristössä uutismedioiden ei ole järkevää toimia viihdemedioiden klikkiot-sikoihin ja mainostulorahoitukseen perustuvilla liiketoimintamalleilla.

Myös muu painettu media menestyy kohtalaisen hyvin, kun ihmiset pitävät painettua sanaa uskottavampana ja vaikeammin manipuloitavissa olevana digitaalisiin verrattuna.

Säätiöt toimivat joko perustamis-
pääomansa turvin tai ne omistavat osia
muista yrityksistä, joiden tuotoilla uutis-
median arvopohjaista toimintaa rahoite-
taan. Yleisöltään nämä uutismediat eivät
tällöin veloita maksuja. Sisältöjen ilmai-
suus osaltaan takaa, että automaattinen
kopiointi ei vie lukijoita muihin palve-
luihin. Toimintaa rahoitetaan myös lah-
joituksin, esimerkiksi varakkailta yksityis-

henkilöiltä. Myös joukkorahoitetut media-
hankkeet yleistyvät.

**Sekä viihdemediat että vaihtoehto-
mediat jatkavat toimintaa media-alalle
tyypillisillä ansaintamalleilla, kuten
tilaus- ja jäsenyysmaksuilla, mainok-
silla, freemium-malleilla ja verkkokau-
palla.** Ne toimivat sekä kansainvälisten
teknologiayritysten alustoilla että itse
kehittämillään alustoilla, joita käytetään
yhä enemmän kansainvälisten alustojen
kärsiessä sisällön laadun heikkenemisestä
sekä ihmisten epäluulosta niitä kohtaan.

**Demokratian pelastamisen ja sivi-
tyksen hengessä suomenkielinen kir-
ja-ala menestyy hyvin ja sitä tuetaan
myös poliittisin päätöksin.** Kouluissa
jaetaan kirjoja yhteiskunnan varoilla
oppilaiden luettavaksi, kirjoilta poiste-
taan arvonalisävero ja työpaikkojen kult-
tuuriedut laajentuvat koskemaan kirjal-
lisuuden hankintaa. Myös opetusmate-
riaaleille ja niiden kehittämistä tuetaan
yhteiskunnallisessa päätöksenteossa.
Medialukutaitoa pyritään aktiivisesti
parantamaan osana opetussuunnitelmaa.
**Myös muu painettu media menestyy
kohtalaisen hyvin, kun ihmiset pitävät
painettua sanaa uskottavampana ja
vaikeammin manipuloitavissa olevana
digitaalisiin verrattuna.**

YLEISRADIO KULTTUURIN SÄILYTTÄJÄNÄ

Yleisradion rooli uutismediana
sekä suomalaisen kulttuurin
ja kotimaisten kielten ylläpi-
ttäjänä säilyy lähes ennallaan.

Ylen rahoitusta kuitenkin leika-
taan hankalassa taloudellisessa tilanteessa,
mikä johtaa erityisesti sen tuottamien
viihdesisältöjen karsimiseen. **Uutis-
medioiden säätiöityminen muuttaa niiden
roolia Ylen kaltaiseksi, mutta molemmille
löytyy lukijoita ja katsojia journalismin
kysynnän yleisen kasvun takia.**

**Vaihtoehtoistotuuksia etsivät epäilevät
erityisen vahvasti Ylen tuottamaan mate-**

riaalia, mutta myös valtavirran muihin uutismedioihin kohdistetaan vastaavia epäilyjä. Uutismediat ovatkin jatkuvien salaliittoteorioiden kohde pyrkiessään totuuteen ja tuottaessaan tietoa, joka ei sovi vaihtoehtoisissa todellisuuksissa elävien maailmankuviin.

TIEDON JA KANSAINVÄLISTEN VERKOSTOJEN AMMATTILAISET

Sisältöhyökyaallot kasvattavat tarvetta tiedon varmentamiselle, todentamiselle ja lähteistämiseksi, mikä monimutkaistaa journalistista työtä. **Journalistisessa työssä ihmisten tekemän työn määrä lisääntyy, kun monet tehtävät vievät aiempaa enemmän aikaa.** Journalistisen laadun takeena toimivat **erilaiset yritysten ja ammattilaisten yhteistyöverkostot, joiden kautta varmistetaan lähteiden läpinäkyvyys, tekijänoikeudet ja tiedon luotettavuus.**

Kyberrikollisuuden kasvu lisää tarvetta teknologiaosaamiselle media-alalla. Pirstaloituneessa maailmanpoliittisessa tilanteessa mediakentässä toimii tahoja, jotka pyrkivät vaikuttamaan tiedon ja totuuden hämärtymiseen. Varsinkin tutkivaa journalismia painostetaan aggressiivisella kybervaikuttamisella ja -hyökkäyksillä.

Journalistien työ muuttuu uutismedioiden säätiöitymisen myötä yksittäisten journalistien kannalta 2020-lukua parempaan suuntaan. Arvopohjainen toimintamalli takaa mahdollisuuden keskittyä journalismin ydintehtäviin, kuten laadukkaan tiedon etsimiseen ja tuottamiseen.

Monet journalistiset aiheet aiheuttavat kuitenkin hankaluutta. Miten viestiä vaikutuksiltaan monitahoisesta monikriisistä ymmärrettävästi ja valistavasti ilman, että yleisöt kyllästyvät jatkuvaan kriisiuutisten tulvaan? Entä miten mahdollistetaan vaihtoehtotodellisuuksiin kadonneille kunnias paluu yhteiskunnan osaksi?

YHDEN AIHEEN ERIKOISTUNEET MEDIAT

Tiettyihin aihealueisiin erikoistuminen mahdollistaa menestyksen mediakentän pirstaloituessa. **Uudet tematitiset mediat keräävät itselleen uskollisia yleisöjä.** Kriisejä koskeva live-raportointi ja jopa jatkuva vaikutusten arviointi yleistyy esimerkiksi ilmastokriisistä, sään ääri-ilmiöistä ja erilaisten alueellisten geopoliittisten jännitteistä uutisoitaessa. Usein tämänkaltaiset ”kriisimedit” toimivat omilla alustoillaan, jotta ihmiset voivat seurata tilannetta ja osallistua keskusteluun. Monet mediat hyödyntävätkin yhteisön kollektiivista voimaa uutisten ja tietojen keräämisessä reaaliaikaisesti, mikä tarjoaa monipuolisen ja ajankohtaisen näkökulman tapahtumiin.

Tämä tarkoittaa myös kansalaisjournalismin lisääntymistä, kun yleisö osallistuu uutis- ja mediasisällön tuottamiseen paikan päältä. Samalla se hämärtää ammattimaisen journalismin ja käyttäjien

Kriisejä koskeva live-raportointi ja jopa jatkuva vaikutusten arviointi yleistyy esimerkiksi ilmastokriisistä, sään ääri-ilmiöistä ja erilaisten alueellisten geopoliittisten jännitteistä uutisoitaessa.

tuottamien sisältöjen välistä rajaa. **Mikrotoimijat, freelancerit ja pienet asiantuntijoiden muodostamat yhteistyöverkostot menestyvät uudentyypisinä yhden aiheen medioina.**

Perinteiset uutismediat hyödyntävät samaa logiikkaa jakamalla kiinnostavia aihealueita erillisille alustoille palvelemaan juuri tietystä aiheesta kiinnostuneita yleisöjä. Ne ohjaavat journalistiejaan

ja asiantuntijoitaan keskittymään tiettyihin teemoihin säätiöitymisen tuoman taloudellisen turvan avulla.

Uudet, kuratoidut hakutietokannat eli digitaaliset ja päivittyvät tietokirjat yleistyvät jokapäiväisessä käytössä.

Lähes kaikki internetin alkuaikojen hakukoneet ja yhteisöllisyyteen perustuvat vapaat tietosanakirjat täyttyvät tekoälysaasteesta. Ne korvautuvat uusilla säätiöpohjaisilla kuratoiduilla digitaalisilla tietokirjoilla, ”tiedon säilöjillä”.

Myös vaihtoehtoisista totuuksista kiinnostuneille on omat alustansa, joilla sisältöjä tuotetaan ammattimaisesti useita kanavia ja viestintämuotoja hyödyntämällä. Ne eivät kuitenkaan yleensä kerää suuria joukkoja, vaan yleisöt hajautuvat eri alustoille mielipiteidensä ja näkemystensä perusteella.



Skenaario 4

Viihteen voima

Maksukyky eriyttää maailmankuvia



KUVITTELE

- Kansainvälinen mediaympäristö viihteellistyy läpikotaisin some-, viihde-, ja teknologiafirmojen yhteisvaikutuksesta
- Tekoälyn vauhdittama sisällöntuotanto valtaa media- ja mainosmarkkinaa
- Suomen kaksi suurta kaupallista mediakonsernia ovat osia ”Life-as-a-Service”-palveluja tarjoavista teknologiayrityksistä
- Hitaan kasvun ja teknologisen työttömyyden ajama eriarvoistuminen heijastuu kulutustottumuksiin
- Maksukykyisillä on aikaa ja kiinnostusta syvällisten sisältöjen kuluttamiseen, muut käyttävät enimmäkseen ilmaissisältöjä
- Kotimaisilla mediatuotteilla on vannoutuneet yleisönsä
- Matalasti säännelty hitaan kasvun globalisaatio vallitsee

KESKEISET MUUTOSVOIMAT



DATAVALTA

Data, tekijänoikeudet ja teknologia yhdistyvät



MAKSUMUURIELIITTI

Vaurailta on aikaa ja rahaa syvällisyyteen



DIGIPREKARIAATTI

Algoritmien varassa otat mitä saat

KRIITTISET KYSYMYKSET SUOMALAISALLE MEDIALLE

MEDIA-AMMATTILAISET	MEDIAORGANISAATIOT	MEDIATOIMIALA	MEDIAYHTEISKUNTA
<ul style="list-style-type: none"> • Miten pitää yllä laaja-alaista uuden teknologian ja työkalujen osaamista freelance-lähtöisillä työmarkkinoilla? • Miten rakentaa veto-voimaisia ja erottuvia henkilöbrändejä, jotka edistävät uraa? • Miten säilyttää tekemisen laatua kun on oltava yhä nopeampi? 	<ul style="list-style-type: none"> • Millä erottaudutaan uuden teknologian keskivertaistamassa mediaympäristössä? • Miten hyödynnetään käyttäjädataa tehokkaasti kilpailtaessa paremmasta personoinnista ja räätälöinnistä? • Mitä uusia liiketoimintamalleja rakennetaan vaikuttajalähtöisyyden lisääntyessä? 	<ul style="list-style-type: none"> • Mitkä ovat Suomen media-alan kilpailuvaltit dataa ja tekijänoikeuksia hallitsevia teknologia-viihdejättejä vastaan? • Miten kriittisen tiedon ja näkemysten tuottamista jatketaan läpikotaisin viihteellistyneessä ja automatisoituneessa mediaympäristössä? 	<ul style="list-style-type: none"> • Miten ehkäistään sitä, että ihmisten todellisuudet jakautuvat maksukyvyyn mukaan? • Miten pidetään yllä demokratiaa algoritmisoituneessa ja pelillistyneessä vuorovaikutuskulttuurissa? • Miten mediankäyttäjiä ohjataan jatkossakin toimimaan ympäristöjensä aloitteellisina ja kriittisinä tulkitsijoina?

Skenaariotarina

DATA JA RAHA ON VALTAA

Globalisaatio on ottanut niskan kasvu kangistaneesta geopoliittisesta blokkiutumista ja raha määrää kovassa kansainvälisessä kilpailussa.

Suuryritykset hallitsevat teknologiaa ja tietoa – niin yksityistä kuin yleistä. Niiden varallisuus ja kyvyt ylittävät monet kansallisvaltiot. Valta keskittyy yhä enemmän kansainvälisesti multimiljardöörien ja heidän tavoitteitaan politiikassa edustavien lobbarien käsiin.

Suomessa eletään aiempaan epävakaaseen vuosikymmeneen verrattuna hitaan mutta tasaisen kasvun aikaa. Erityisesti teknologia-alan vienti vetää kansantaloutta. Vihreä siirtymä ohjaa EU:ssa toimialoja kestävyteen ja vastuullisuuteen ja luo myös Suomeen uusia teollisuudenaloja ja työpaikkoja. Palvelullistumisen kehittyminen on kuitenkin voimakasta, ja työskenteleminen alustataloudessa lisääntyy jatkuvasti.

Ekologiseen kestävyyskriisiin suhtautuminen vaihtelee huomattavasti väestöryhmien, alueiden, maiden sekä toimialojen välillä. Vastaavasti ekologisen kestävyyskriisin vaikutukset jakautuvat epätasaisesti. Yhä useampi joutuu jät-

tämään asuinpaikkansa ja muuttamaan paremman elämän toivossa samalla, kun kestävä elämäntapa tarkoittaa useimmissa länsimaissa monille edelleen lähinnä idealistista puhetta.

Suomi on kansainvälistynyt merkittävästi. Ilmastopakolaisuuden ja työperäisen maahanmuuton siivittämä **väestönkasvu keskittyy suurimpiin kaupunkeihin ja etenkin pääkaupunkiseudulle.** Tämä johtuu myös siitä, että maahanmuuttajat etsivät kansainvälisiä yhteisöjä ja työllistymismahdollisuuksia, joita on yhä vähemmän pienimmillä paikkakunnilla. Myös maakuntakeskukset kasvavat.

SÄÄNTELY KESKITTÄÄ VALTAA MONOPOLEILLE

Nopea teknologian ja tekoälyjen käyttöönotto johti 2020-luvulla kuluttajien turvallisuuden ja yksityisyyden vaarantumiseen ja valesisäلتöjen nopeaan lisääntymiseen. Yritysvastuussaan epäonnistuneet organisaatiot kokivat merkittävää mainehaittaa, mikä johti niin kiinalaisten kuin yhdysvaltalaisienkin yritysten laadunvalvonnan parantamiseen käyttäjien luottamuksen palauttamiseksi. **Suuret sisällöntuottajat pitävät tarkasti kiinni tekijänoikeuksistaan,**

ja hallitsematonta tekijänoikeuksien alaisten sisältöjen generatiivista yhdistelyä onnistutaan hillitsemään.

Tekoälyteknologiaa on sisällytetty vuosien ajan kuluttajien käyttämiin palveluihin, alustoihin ja laitteisiin. Ne vaikuttavat kaikkiin elämän ja talouden aloihin hyödyntämällä valtavaa määrää dataa, jonka luovuttaminen palveluiden käyttöön ja tekoälyjen kouluttamiseen on kuluttajalle avain helppoon ja vaivattomaan arkeen. Yritysten lobbauksen ja EU:n kilpailukyvyn tavoittelun myötä kunnianhimoisia dataalajeja viritetään palvelemaan markkinoita, ja tiukimmat datan käyttöä ja tekoälyjen kouluttamista hallinnoivat sääntelypaketit jätetään toteuttamatta. **Generatiiviset sisällöt ovat lisääntyneet**, kun lakimuutokset ovat mahdollistaneet esimerkiksi tekoälyavus-

Suomessa eletään aiempaan epävakaaseen vuosikymmeneen verrattuna hitaan mutta tasaisen kasvun aikaa. Erityisesti teknologia-alan vienti vetää kansantaloutta.

teisen taiteen tekijänoikeudet Yhdysvalloissa. **Kansainvälisillä suuryrityksillä on parhaat resurssit tekoälysovellutusten kehittämiseen**, eivätkä pienemmät toimijat pääse haastamaan niitä compliance-riskien ja toiminnan kokoluokan takia.

Työttömyys lisääntyy teknologisen kehityksen myötä monilla aloilla. Hitaan kasvun lisäksi jatkuva yhteiskunnallinen eriarvoistuminen jakaa sosioekonomisten luokkien lisäksi yhä vahvemmin myös mediakäyttäjistä maksukyvyyn sekä sosiaalisen ja kulttuurisen pääoman mukaan. Vuonna 2035 median käyttäjät ovat Suomessakin jakautuneet vauraaseen maksumuurieliittiin ja digipreka-

riaattiin, joista jälkimmäiseen lukeutuu suuri osa suomalaisista.

LÄPIKOTAINEN VIIHTEELLISTYMINEN

Kansainvälinen mediaympäristö viihteellistyy nopeasti. Alan kilpailu johtaa tehokkaasti tuotettujen kaupallisten sisältöjen ja niitä välittävien kansainvälisten alustojen vahvaan kasvuun. **Generatiivisen tekoälyn hyödyntäminen vauhdittaa kehitystä.** Suuret sisältö- ja teknologiayritykset ovat haalineet merkittävän määrän oikeuksia suosituimpiin media-tuotteisiin ja klikatuimpiin sisältöihin, joita ne käyttävät tekoälyjensä kouluttamiseen. Sisältömuodot muuttuvat vaihdannaisiksi tekstin prosessoituessa hetkessä videoksi ja äänen kuvaksi. Musiikki on yhä useammin käyttäytymis- ja sensordatan perusteella generoitua tilanteeseen sopivaa käyttömusiikkia. **Yksittäisten tuotteiden optimointi ja räätälöinti yleistyy.** Suuret sisältöyritykset hankkivat yksittäisten mediatuotteiden sijaan oikeuksia maailmantähtien tekoälyavusteisiin näköisversioihin (ja kuuloisversioihin), joiden avulla heitä monistetaan esimerkiksi mainostuotantoihin.

Tekoälyjen oppimisen vahva sisältömoderointi ja mainostajien madaltunut riskinottohalukkuus johtavat mediasisältöjen samankaltaistumiseen. **Tuloksena on koukuttava kansainvälinen mediaympäristö, joka herättää vain harvoin kriittisiä ajatuksia tai epämiellyttäviä tunteita, ellei tarkoituksena ole saada vastaanottajaa toimimaan erityisesti vastareaktion kautta.** Tiedon välittäjän tunnettuudesta ja näkyvyydestä on tullut tiedon luotettavuuden mittari, mikä heikentää journalistisen prosessin merkitystä. Kaupallisen ja muun sisällön rajat ovatkin hälventyneet. Kotimaisen journalistin kysyntä on vähentynyt. Kansainvälisten uutisten räätälöityjä yhteenvetoja katsellaan ja kuunnellaan livenä lempi-

VIIHTEEN VOIMA: KESKEISET MUUTOSVOIMAT AIKAJANALLA

2027



DATAVALTA

"Data on rahaa". Hidastuneen talouskasvun vauhdittamista tavoitellaan karsimalla markkinoiden sääntelyä ja panostamalla datan hyödyntämiseen ja teknologian uusiin mahdollisuuksiin. Sisältöjen ja teosten kopiointiin perustunut tekoälyavusteinen sisällöntuotanto kiihtyy kansainvälisesti ja syö suuren osan Suomen mediamarkkinasta.

Deepfake-tutkinta USA:n presidentinvaa-leista valmistuu. Yritysten paine ja sitoutuminen generatiivisen tekoälyn parempaan laadunvalvontaan lisääntyy.

GenAI-avusteisesti tuotetut sisällöt saadaan tekijänoikeuksien piiriin Yhdysvalloissa.

Kotimaisten mediasisältöjen parissa käytetty aikaosuus on laskenut 30 prosenttiin kokonaiskäytöstä.

EU keventää tekoälyn ja datan hyödyntämisen sääntelyä kilpailulähtökohdista.



MAKSUMUURIELIITTI

"Aika on rahaa". Teknologian kehitys mahdollistaa vihdoinkin lisääntyneen vapaa-ajan. Kuukausimaksullinen "Life as a Service" -palvelu huolehtii digitaalisella avatarilla arjesta ja tarjoaa ajan kuluksi erottuvaa, puhuttelevaa ja laadukasta taidetta ja tietoa sisällön sijaan. Laatu ja vertaiskokemukset ovat elämänpalvelujen mediatoimintojen ydintä, aitous on kuratointikysymys. Omaa dataa hallitaan ja luovutetaan parempien palvelujen saamiseksi.

AX-Media ja BY-media ostavat laajasti pienempiä mediataloja. Suurin osa sisällöistä suljetaan maksumuurien taakse.

Nähdään ensi käyttäjän valtu tekoälyavataari prototyypin o asiointi vähittä

Sekä AX- että BY-medialla on käytössään oma versio generatiivisesti viikon uutiskatsauksen tekevästä tekoälykirjeenvaihtajasta.

Keskusteluohjelman kärjistynyt sananvaihto XY-median sarjan pilottijakson kohtaamasta piratismista kirvoittaa sosiaalisessa mediassa jaksosta kymmeniä generatiivisia kopioversioita.



DIGIPREKARIAATTI

"Olisipa rahaa". Voimakkaasti kansainvälistynyt ja tekoälyn vauhdittama mediaympäristö tarjoaa loputtoman ja koukuttavan virran personoitua sisältöä. Matalamman maksukyvyyn kuluttajien halu eskapismiin luo matalasti säännellyn mainonnan ja vaikuttamisen areenan. Heitä yritetään saada käyttämään mahdollisimman paljon rahaa ja aikaa henkilökohtaisen mediavirtansa ja mainosten parissa. Henkilökohtaista dataa luovutetaan ilmaissisältöjä vastaan.

Mainokset tulevat Spotifyn ja Netflixin edullisimpiin maksullisiin versioihin.

Suoratoistopalvelun tuottaman elokuvan käyttäjäpreferenssien mukaan personoitu loppuratkaisu aiheuttaa skandaalin.

Julkisiin kirjasto- palveluihin tulee nimellinen palvelumaksu.

2030

2035

Suomen AX-mediasisällöt siirtyvät osaksi AX-moniala-konsernia. Etukortit yhdistetään käyttäjätileihin. Kilpaileva media-monialakonserni BY muodostetaan samana vuonna.

Disney ostaa Viacomia.

Yhdysvaltoihin valitaan keskitien agendalla kampanjoiva sitoutumaton Piilaakso-taustainen presidentti.

Tekoälyllä monistettu Taylor Swift esiintyy räätälöidyillä settilistoilla samanaikaisesti kaikissa osavaltioissa ennen luovaa taukoaan.

Metan Quest-käyttäjät voivat halutessaan seurata Superbowl MMXXXI-tapahtumaa virtuaalisesti pelikentältä.

Suomessa on jäljellä enää kaksi suurta kaupallista mediayritystä, jotka ovat yhdistäneet toimintojaan datarikkaiden yritysten (esimerkiksi vähittäiskaupat) kanssa ja toimivat monipuolisia palveluja tarjoavina käyttäjädatan aggregaattoreina.

Ensimmäinen kiinalaiselle ohjaajalle myönnetty parhaan kansainvälisen elokuvan Oscar.

Ensimmäinen suuttaman in online-vähittäiskaupassa.

AX- ja BY-median kilpailevat Koti- ja Elo-elämänpalvelut lanseerataan. Palvelut rakentuvat älylaitteen, kalenterin, korttien ja kodin IoT-laitteiden ympärille. Arkkitehtuurit tulevat AWS:ltä ja Alphabetilta. Molempiin sisältyy muun muassa hiilijalanjälkilaskuri.

AX-media saa Suomen-oikeudet Star Wars ja Star Trek -universumien crossover-sisältöihin.

Henkilökohtainen avatar hoitaa keskimäärin 30 prosenttia Elo-palvelun premium-käyttäjien arjen asioinnista.

BY-media digitoi Vesa-Matti Loirin näköisversion.

Ensimmäiset elämänpalvelun räätälöimät käyttäjän hautajaiset järjestetään Suomessa.

Ensimmäinen 'chat' yrityksen leikkimielisesti kampanjoita otuksen läpi virallisiksi persoonapronominiksi.

UMK-esikarsinnoissa äänestetään ensimmäisellä kierroksella AX- ja BY-median artistirostarien väliltä. Tilaajajäsenillä on painotetut äänet.

Käärjä-näköistekoäly on myyty 10 000 kotitalouteen.

Suomen ensimmäinen tubettaja-taustainen ehdokas aloittaa presidentinvaalikampanjan.

Jääkiekon MM-kisojen finaali vuonna 2030 lyö pay per view-maksujen Suomen ennätyksen. (Suomi voittaa.)

Lukutaito on heikentynyt Suomessa merkittävästi neljänneksellä väestöstä. Hallitukselle esitetään aiheesta välikysymys.

Tekoälykumppanit liitetään valinnaisesti ylläpidettävänä rekisterinä väestötietoihin.

Rahapeliuudistus: Suomen synteettisten nettikasinoavainkattajien määrä räjähtää.

Vuoden 2029 kuntavaaleissa on 40 prosentin äänestysaktiivisuus.

Viimeinen painettu ilmaisjakelulehti ilmestyy.

Työllisyysaste laskee Suomessa 65 prosenttiin. Teknologista työttömyyttä pidetään merkittävänä syynä.

Huolestuneet vanhemmat tekevät EU-joukkokanteen Epic Gamesin mikrotransaktiopohtaisista täysin generatiivista multipatform f2p -pelejä kohtaan.

Neet-nuoria on 25 prosenttia 18-25-vuotiaiden ikäluokasta.

julkiksen lukemana älylaitteelta tai puettavan teknologian käyttöliittymän.

Somejätit yhdistelevät eri palvelujen välillä liikkuvien suomalaisten pistemäisen datan aukkoja tekoälyllä, mutta syvä ymmärrys käyttäjien tarpeista kuitenkin puuttuu. Tämä ei haittaa valtaosaa ilmaissisältöjen parissa aikaansa viettävistä kuluttajista, ja **kansainväliset toimijat vievät lopulta voiton kilpailussa ihmisten ajankäytöstä.**

MEDIAYHTIÖISTÄ TEKNOLOGIAYHTIÖIKSI

Kansainvälistyminen ja kouluttavien ilmaissisältöjen lisääntyminen johtaa mediainfran voimakkaaseen keskittymiseen maailmalla ja Suomessa. Useat kotimaiset media-alan yritykset lakkaavat olemasta sellaisinaan. Suomi ei pysty tukemaan kansallista mediakenttää ilmaissisältöjen ja kopioinnin leimaamassa kansainvälisessä kilpailussa kuluttajien ajasta. Kuluttajien suhde kotimaisiin mediayhtiöihin heikentyy, ja kuluttajat sukkuloivat verkossa kansainvälisten sisältöjen maailmassa. **Monet perinteiset mediabrändit katoavat ja ne sulautetaan muihin brändeihin.**

Media-alan keskittyminen etenee yhdistymisten myötä tilanteeseen, jossa Suomessa on enää jäljellä kaksi suurta kaupallista mediayritystä. Ne tarjoavat palvelujaan yhteistyössä esimerkiksi kaupan alan dataa hallitsevien yritysten kanssa. **Mediasisällöt ovat osa monipuolisia ”elämänpalveluja” (Life-as-a-Service) tarjoavien käyttäjädatan yhdistelijöiden palvelutarjoamaa.** Yhdistymisillä pyritään kehittämään mittavia datan keräämiseen ja hyödyntämiseen perustuvia palveluja ja välttämään tekoälyn käyttöön liittyvät compliance-riskit. Tämä mahdollistaa kilpailussa mukana pysymisen kansainvälisten teknologia-yritysten ja sosiaalisen median toimijoiden kanssa.

Mediayhtiöt ovat uudessa tilanteessa aikaisempaa vahvemmin myös teknologiyhtiöitä. Kotimaisten mediatoimintojen vahvuutena on kansainvälisiä toimijoita parempi ymmärrys Suomen kulttuurista. Teknologiaavetoisten elämänpalvelujen kumppaneina ne pystyvät tarjoamaan käyttäjille erityisesti kotimaisille kuluttajille sopivia palveluja ja sisältöjä, jotka mahdollistavat jaettuina kokemuksia.

Kuluttajille tarjotaan helposti hyödynnettäviä työkaluja laadukkaiden sisältöjen suodattamiseen mediavirrasta.

MAKSUMUURIELIITIN PALVELUKSESSA

Suurimpien kotimaisten kaupallisten medioiden liiketoimintamallit ovat nivoutuneet yhdeksi osaksi elämänpalvelujen kuukausimaksupohjaisia jäsenyyksiä. Elämänpalvelujen käyttäjistä kerätään heidän luvallaan mahdollisimman monipuolista dataa, jonka avulla yritykset pystyvät jopa somejättejä parempaan palvelujen personointiin ja elämänrytmiin sopivaan räätälöintiin. Käyttäjiltä kerätään tekoälyavusteisen päätelaitteen ja esimerkiksi puettavan teknologian sensorien välityksellä dataa useimmilta elämän osa-alueilta, ja sitä yhdistellään palvelun master-sovelluksessa. **Elämänpalvelujen myyntivaltteina toimivat premium-asiakkailta kerättävällä datalla jatkuvasti koulutettavat ja heidän puolestaan asioivat tekoälyavotarit, jotka vapauttavat varakkaimpien kuluttajien aikaa uusille elämyksille.**

Elämänpalveluiden jäseniksi tavoitellaan laatu-tietoisia ja ajankäytöstään tarkkoja asiakkaita. Samalla tarjotaan suojaa hyvin intensiiviseltä kansainväliseltä mediaym-

päristöltä. Palveluiden tiedonvälityksen yhteydessä tarjotaan tae siitä, että oikeat ihmiset johtavat uutismedian tiedontuotantoa tekoälyn toimiessa lähinnä sopivia sisältöjä sopivina annoksina tarjoavana ”henkilökohtaisena päätoimittajana”. **Elämänpalveluiden mediapalvelut toimivat luotettavan tiedon ja journalismin lisäksi viihteen portinvartijoina. Ne kilpailevat keskenään parhaiden kotimaisten ja kansainvälisten tuotantojen ja sisältöjen esitysoikeuksista ja pyörittävät myös omia sisältötuotannon koneistojaan.**

Mediabrändien hälventymisen myötä yksittäisistä vaikuttajista on tullut entistä keskeisempiä vuorovaikutuksen napoja. Elämänpalvelujen mediapalvelut hankkivatkin verkostoihinsa julkisuuden henkilöitä, joiden kanssa kuluttajat haluavat päästä suoraan vuorovaikutukseen some- ja pelialustoilla, sekä live-tapahtumissa, ja jotka vastavuoroisesti toimivat palvelujen brändilähteläinä ja mainostajina.

Kuluttajille tarjotaan helposti hyödynnettäviä työkaluja laadukkaiden sisältöjen suodattamiseen mediavirrasta. **Ratkaisuna toimivat tekoälypohjaiset henki-**

Media-alan keskittyminen etenee yhdistymisten myötä tilanteeseen, jossa Suomessa on enää jäljellä kaksi suurta kaupallista mediayritystä. Ne tarjoavat palvelujaan yhteistyössä esimerkiksi kaupan alan dataa hallitsevien yritysten kanssa.

lökohtaiset avustajat, joista on saatavilla erihintaisia versioita. Avustajien ilmaisversioiden optimointi korvaa mainonnassa paikoin hakukoneoptimoinnin. Kotimaiset sisällöt ovat säilyttäneet vannoutuneita

yleisöjään samalla, kun kansainvälisten sisältöjen arvo on laskenut sisältösaturatation myötä. Elämänpalvelut kohdistavatkin merkittävän osan omasta sisältötuotannostaan kotimaahan. Sisällön tuotannon ja portinvartiotehtävän lisäksi **mediayhtiöiden ansainta osana elämänpalveluja jakautuu moneen muuhun käyttäjätietojen synergian tukemaan lähteeseen.**

HUOLI SIVISTYKSESTÄ HERÄÄ

Mediaympäristön nopea muutos ja kansan jakautuminen medialukutaidon mukaan on herättänyt huolta yhteiskunnan sivistyksen tilasta ja nostanut painetta peruskoulutukselle ja mediakasvatukselle. **Maksu-muurien ulkopuolinen digiprekariaatti ui uusien petokalojen täyttämässä globaalin mediavirran valtameressä ja elää jatkuvaa, pitkälti algoritmien sanelemaa ääretöntä nykyhetkeä.** Psykologisesti räätälöidyn mainonnan lisäksi ilmiöinä nousevat generatiiviset (uhka)pelit, joiden sisällöt luovat merkittävän addiktoitumisen riskin. Ne vievät joidenkin vuorokaudesta ajan ja toisten tililtä rahat. Lukutaidon, kriittisen ajattelun ja keskittymiskyvyn heikentyminen valmiiksi pureskellun ja optimoidun turboviihteen parissa johtaa uutistenvälttelyyn ja sivistyksen heikentymiseen.

Yleisradion perusrahoituksen vähentymisen myötä sen rooli on vakiintunut välttämättömien uutisten ja mediapalveluiden tarjoajaksi. Kansalaiset pitävät sitä luotettavana informaation kuratoijana. **Media-alan omistuksen ja asutuksen keskittymisen myötä Ylen rooli alueellisena ja eri kieliryhmien tiedonvälittäjänä on korostunut.** Ylen sivistystä tukevaa toimintaa arvioidaan seuraten sisältöjen tavoitavuutta ja yleisöjen sitoutumisastetta. Sen vaikuttavuuden tukemiseksi on rakennettu kannustimia. Ylen rahoituksen heikentämistä ajava poliittinen vaikuttaminen

lisääntyy eri kanavissa siitä huolimatta, että rahoitusta on jo karsittu tuntuvasti.

ILMIÖIDEN JA ELÄMYSTEN LUOJAT

Monet elämänpalvelujen mediatoimintojen tuotannossa työskentelevistä toimii suoraan tai välillisesti teknologian, datan ja analytiikan parissa. He esimerkiksi konseptoivat tekoälyavusteisesti sisältöjä ja osallistuvat sisältökohdentamisen elämäntapahtumalähtöiseen kehittämiseen. Alalla tasapainotellaan uusimpia trendejä ennakkoinnin ja retrohenkisten sisältöjen välillä. **Tekijöiden palkitseminen sisältöjen generoimien näyttökertojen ja vaikuttavuuden mukaan on yleistä. Algoritmien ja vaikuttavuuden ymmärtämisestä tulee välttämätöntä useimmissa tehtävissä.**

Suuret kotimaiset mediatalot pyörittävät omia sisällöntuotannon koneistoaan ja kilpailevat kärkituotteillaan ja julkkisrostereillaan käyttäjistä, toimien samalla elämänpalveluiden mainostajina ja käyttäjien sitouttamisen väylinä. Tämä edellyttää laadukkaiden sisältöjen tuotantoon erikoistuneita tekijöitä, jotka kykenevät erottautumaan kansainvälisten jättien tuotannoista. Elämänpalvelumediat tarjoavat freelancer-verkostojensa vaikuttajille omia mediarakenteitaan, joita hyödyntämällä nämä toteuttavat monipuolista sisällöntuotantoa.

Media-ammattilaisten kyky johtaa omaa työtään ja kehittää henkilöbrändiään korostuu. Vahvojen vaikuttamis- ja konseptointitaitojen kouluttajille on kysyntää vaikuttavuuteen liittyvän palkkauksen lisääntyessä media-alalla. Tekijät pyrkivät erottautumaan aihevalintojen ja erityisosaamisten avulla, mutta yhä enemmän myös kerronnallisuuden ja omalaatuisuuden kautta. **Näkyvimmit toimittajavaikuttajat rakentavat ympärilleen tiimejä, ja liiketoiminnallisten osaajien tuella syntyy laadukkaita ja eri-**

koistuneita sisällöntuotannon pienyri-tyksiä, joiden toimesta tuotetaan van- noutuneille kotimaisille yleisöille muun muassa ajankohtaisia ja lokaaleja ilmiöitä puivia minisarjoja.

Kotimaisissa elämänpalvelumedioissa kohtaamisten ja yhteisöllisyyden merkitys korostuu. Tämä perustuu myös vapaa-ajan lisääntymiseen. Virikeohjaajat järjestävät elämyksiä ja tapahtumia eri kohdeyleisöille fyysisessä ympäristössä ja pelialustoilla, toimien samalla elämänpalvelujen brändien mainostajina. Ohjaajat kokoavat yhteisöjä, järjestävät tapahtumia ja raportoivat niiden vaikuttavuudesta emoyhtiöille.

AITOUS PUHUTTELEE

Median vahvasta keskittymisestä huolimatta pienillä resursseilla toimivia ja autenttisuuden puolesta puhuvia sisällöntuottajia ja mediatoimijoita jatkaa toimintaansa. Digiprekariaattia puhuttavat globaalien alustojen ilmiöt muokkaavat

Ihmisvaikuttajat kilpailevat generatiivisesti tuotettujen vaikuttajien kanssa käyttäen inhimillisyyttään erottautumistekijänä.

myös maksumuurieliitille suunnattua tarjontaa. **Innovatiiviset sisältöjen tuottajat voivat edelleen menestyä tuottamalla erikoistunutta ja tunteita herättävää sisältöä ja taidetta, joka ei ole keskivertaistunut palvelemaan algoritmeja.** Erilaisten arkis- tomateriaalien arvo kasvaa niiden herättämien nostalgisten tunteiden myötä. **Ihmis- vaikuttajat kilpailevat generatiivisesti tuotettujen vaikuttajien kanssa käyttäen inhimillisyyttään erottautumistekijänä.**

Tekoälygeneroidun viihteen loputtomilta tuntuvista kulutusmahdollisuuksista huolimatta moni kaipaa aitoja inhimillisiä kokemuksia ja kohtaamisia. Fyysisen maailman kokemukset ja ihmisten välinen vuorovaikutus kasvattaa suosiotaan. Erilaiset perinteiset, esimerkiksi uushengelliset, elämäntavat lisääntyvät.

Hyperlokaalia lähiympäristöä käsittelevä sisältö kiinnostaa edelleen. Kotimaisia ilmiöitä tarkastelevat toimittajat tekevät juttunsa dronejen ja reaaliaikaisen äänisanelu-tekstiprosessoinnin tukemana. He käyttävät tekoälyä nopeaan lähteistämiseen ja hyödyntävät myös kansalaistoimittajien tuottamaa materiaalia. Lähetykset suurista urheilutapahtumista ovat edelleen kansaa yhdistävää viihdettä, ja ammattuurheilussa liikkuu suuria rahamääriä.
Erilaisten kansallisten live-lähetysten aitous, yllätyksellisyys ja elämyksellisyys on erityisen suosittua.

Kun kansainvälisten teknologia- ja viihdeyritysten tekoälyjulkikset ovat esillä koko ajan ja tavattavissa rajattomasti, aitojen julkisuuden henkilöiden ja vaikuttajien kiinnostavuus ja arvo kasvaa. Suomalaiset toimijat **voivat erilaistua tarjoamalla kuluttajille pääsyä aitoon vuorovaikutukseen julkisuuden henkilöiden ja vaikuttajien kanssa – tekoälyille rakentuvien näköiskopioiden sijaan.**



STRATEGISEN ENNAKOINNIN TIEKARTTA SKENAARIOIDEN HYÖDYNTÄMISEEN

I. TULEVAISUUDEN YMMÄRTÄMINEN

Perehtymällä Media 2035 skenaarioihin ja tarvittaessa räätälöimällä niitä organisaation omasta näkökulmasta, ymmärretään paremmin erilaisia mahdollisia tulevaisuuksia.

1. PEREHDY MEDIA 2035 -SKENAARIOIHIN

- Lukekaa ajatuksella läpi kaikki neljä skenaariota.
- Keskustelkaa yhdessä, mikä teidän mielestänne skenaariokokonaisuudessa on kiinnostavaa teidän organisaationne ja liiketoimintanne näkökulmasta.

KATTAVATKO
SKENAARIOT
ORGANISAATIOLENNE
KESKEISET TEEMAT
JA ILMIÖT?

KYLLÄ

EI

2. SKENAARIOIDEN RÄÄTÄLÖIMINEN REFERENSSISKENAARIOENETELMÄLLÄ

Media 2035 -skenaariot toimivat referenssiskenaarioina, joita räätälöidään eli jalostetaan organisaatiolle sopivaksi keskeisten teemojen ja ilmiöiden avulla.

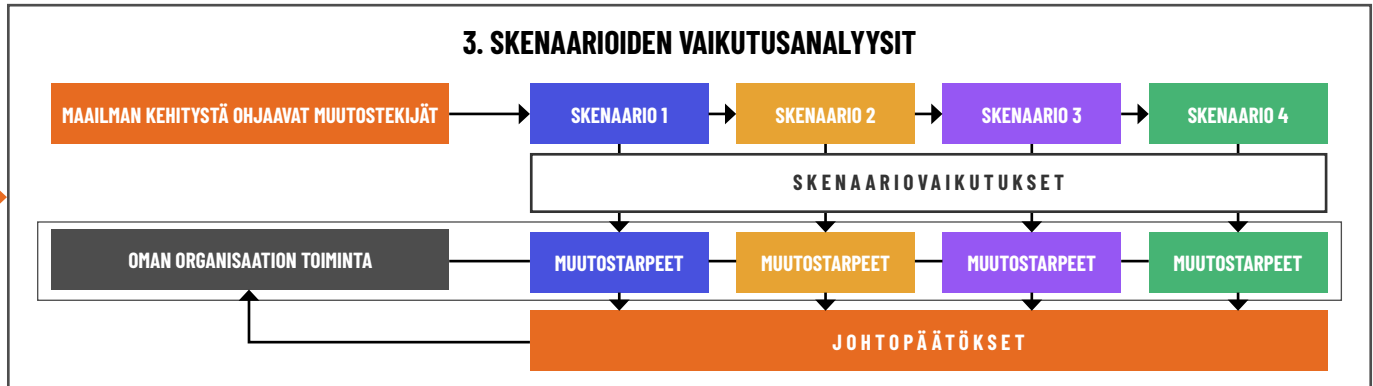
*Ohjeet sivulla 60

1. SKENAARIOIDEN RÄÄTÄLÖIMINEN REFERENSSISKENAARIOENETELMÄLLÄ			
1. MEDIA 2035 -SKENAARIOIDEN LUKEMINEN	2. KESKEISET TEEMAT JA ILMIÖT	3. SKENAARIOIDEN RÄÄTÄLÖINTI	4. REFERENSSISKENAARIOIDEN KÄYTTÖ
<ul style="list-style-type: none"> • Lue Media 2035 -skenaariot läpi ajatuksella. • Keskustelkaa yhdessä, mikä teidän mielestänne skenaariokokonaisuudessa on kiinnostavaa teidän organisaationne ja liiketoimintanne näkökulmasta. 	<ul style="list-style-type: none"> • Määrittele organisaation keskeiset teemat ja ilmiöt. • Keskustelkaa yhdessä, mikä teidän mielestänne skenaariokokonaisuudessa on kiinnostavaa teidän organisaationne ja liiketoimintanne näkökulmasta. 	<ul style="list-style-type: none"> • Valitse Media 2035 -skenaariosta yksi tai useampi, joka sisältää keskeisiä teemoja ja ilmiöitä. • Keskustelkaa yhdessä, mikä teidän mielestänne skenaariokokonaisuudessa on kiinnostavaa teidän organisaationne ja liiketoimintanne näkökulmasta. 	<ul style="list-style-type: none"> • Käytä referenssiskenaarioita organisaationne ja liiketoimintanne suunnittelussa. • Keskustelkaa yhdessä, mikä teidän mielestänne skenaariokokonaisuudessa on kiinnostavaa teidän organisaationne ja liiketoimintanne näkökulmasta.

Strategisen ennakoinnin tiekartta skenaarioiden hyödyntämiseen

II. TULEVAISUUDEN LUOMINEN

Vaikutusanalyysin menetelmien avulla skenaarioita hyödynnetään organisaation kehitystyössä. Skenaarioiden vaikutuksia ja kehitystyötä voidaan tehdä useista erilaisista näkökulmista, josta alla on annettu kolme esimerkkiä.



4. STRATEGIA

- Luokaa skenaariokohtaiset varautumissuunnitelmat.
- Analysoikaa strategiset johtopäätökset organisaation strategiatyön tueksi.

*Ohjeet sivulla 61

4. SKENAARIOIDEN VAIKUTUSANALYYSIT: STRATEGIA	
<p>1. TUNNISTAMINEN</p> <ul style="list-style-type: none"> Tunnista skenaariokohtaiset vaikutukset ja varautumissuunnitelmat. Luokkaa vaikutukset ja varautumissuunnitelmat. Luokkaa vaikutukset ja varautumissuunnitelmat. Luokkaa vaikutukset ja varautumissuunnitelmat. Luokkaa vaikutukset ja varautumissuunnitelmat. 	<p>2. STRATEGIA</p> <ul style="list-style-type: none"> Luokkaa vaikutukset ja varautumissuunnitelmat. Luokkaa vaikutukset ja varautumissuunnitelmat. Luokkaa vaikutukset ja varautumissuunnitelmat. Luokkaa vaikutukset ja varautumissuunnitelmat. Luokkaa vaikutukset ja varautumissuunnitelmat.

5. KASVUAIHIOT

- Ideoikaa skenaariokohtaiset radikaalit uudet visiot ja liiketoimintamallit.
- Arvioikaa näitä uusina kasvuvaihtoehtoina ja valitkaa parhaat jatkokehitykseen.

*Ohjeet sivulla 62

5. SKENAARIOIDEN VAIKUTUSANALYYSIT: KASVUAIHIOT	
<p>1. TUNNISTAMINEN</p> <ul style="list-style-type: none"> Tunnista skenaariokohtaiset vaikutukset ja varautumissuunnitelmat. Luokkaa vaikutukset ja varautumissuunnitelmat. Luokkaa vaikutukset ja varautumissuunnitelmat. Luokkaa vaikutukset ja varautumissuunnitelmat. Luokkaa vaikutukset ja varautumissuunnitelmat. 	<p>2. KASVUAIHIOT</p> <ul style="list-style-type: none"> Luokkaa vaikutukset ja varautumissuunnitelmat. Luokkaa vaikutukset ja varautumissuunnitelmat. Luokkaa vaikutukset ja varautumissuunnitelmat. Luokkaa vaikutukset ja varautumissuunnitelmat. Luokkaa vaikutukset ja varautumissuunnitelmat.

6. KYVYKKYYDET

- Tunnistakaa skenaariokohtaisesti tarvittavia kyvykkyyksiä ja osaamisasia.
- Valitkaa kehitettävät kyvykkyydet ja luokkaa suunnitelma niiden kehittämiseen.

*Ohjeet sivulla 63

6. SKENAARIOIDEN VAIKUTUSANALYYSIT: KYVYKKYYDET	
<p>1. TUNNISTAMINEN</p> <ul style="list-style-type: none"> Tunnista skenaariokohtaiset vaikutukset ja varautumissuunnitelmat. Luokkaa vaikutukset ja varautumissuunnitelmat. Luokkaa vaikutukset ja varautumissuunnitelmat. Luokkaa vaikutukset ja varautumissuunnitelmat. Luokkaa vaikutukset ja varautumissuunnitelmat. 	<p>2. KYVYKKYYDET</p> <ul style="list-style-type: none"> Luokkaa vaikutukset ja varautumissuunnitelmat. Luokkaa vaikutukset ja varautumissuunnitelmat. Luokkaa vaikutukset ja varautumissuunnitelmat. Luokkaa vaikutukset ja varautumissuunnitelmat. Luokkaa vaikutukset ja varautumissuunnitelmat.

Strategisen ennakkoinnin tiekartta on työväline, jonka avulla media-alan ammattilaiset ja yritykset voivat hyödyntää Media 2035 -skenaarioita.

Tiekartta auttaa tunnistamaan erilaisia tulevaisuuden mahdollisuuksia, uhkia, visioita, kasvuvaihtoehtoja, liiketoimintamalleja, innovaatioita, strategisia vaihtoehtoja sekä tulevaisuudessa tarvittavia osaamisasia ja kyvykkyyksiä.

Sen tarkoituksena on tukea skenaarioiden soveltamisessa, jotta tulevaisuus selvitystä voidaan hyödyntää media-alalla mahdollisimman vaikuttavasti. Tiekartta ja mediaskenaariot luovat alustan tulevaisuuslähtöiselle strategiselle keskustelulle sekä paremmille tulevaisuutta koskeville päätöksille.

Strategisen ennakkoinnin tiekartta jakautuu kahden osaan: **tulevaisuuden ymmärtämisen** ja **tulevaisuuden luomisen vaiheisiin**.

2. SKENAARIOIDEN RÄÄTÄLÖIMINEN REFERENSSISKENAARIOMENETELMÄLLÄ

Media 2035 -skenaarioita on mahdollista hyödyntää referenssiskenaarioina omalle organisaatiolle räätälöityjen skenaarioiden tekemisessä. Referenssiskenaariomenetelmä toimii ikään kuin skenaariotyön ”ohituskaistana”, liikkeelle päästään huomattavasti vauhdikkaammin, kun organisaation omaa skenaariotyötä ei tarvitse aloittaa tyhjästä. Käytännössä toteutuksessa skenaarioita räätälöidään kirjoittamalla valituista teemoista ja ilmiöistä tehtyjen skenaarioiden ”päälle” eli lisäämällä tarinoihin sisältöä. Näin luotuja teemakohtaisia skenaarioita voidaan hyödyntää organisaation toiminnan kehittämisessä erilaisista näkökulmista.

<p>I</p> <p>MÄÄRITETÄÄN SKENAARIOTYÖN LÄHTÖKOHDAT</p>	<p>II</p> <p>LISÄTIEDON HANKINTA</p>	<p>III</p> <p>SKENAARIOIDEN TARINOIDEN RÄÄTÄLÖIMINEN</p>	<p>IV</p> <p>OMALLE ORGANISAATIOLLE RÄÄTÄLÖIDYT MEDIA 2035 -SKENAARIOT</p>
<ul style="list-style-type: none"> • Skenaariotyön tarkoitus, tavoitteet ja lopputulokset. • Fokus ja aikajänne. • Organisoituminen ja aikataulus. • Organisaation nykytila ja tilannetulkinta toimialasta. • Olemassa olevien ja hyödynnettävien tietojen kartoitus. 	<ul style="list-style-type: none"> • Tunnistetaan mistä teemoista ja ilmiöistä halutaan lisää ymmärrystä. • Yleensä syvennettävät teemat ja ilmiöt ovat organisaatiolle, sen toimialalla ja kilpailukentälle hyvin lähellä olevia teemoja. • Tiedonkeruu työpajoilla, skenaariokyselyillä, asiantuntija-haastatteluilla, ja aineistoanalyysillä. 	<ul style="list-style-type: none"> • Kirjoitetaan Media 2035 -skenaarioiden ”päälle” lisäämällä sisältöä tarinoihin, luomalla erilaisia teemasivuja, kvantifiointeja, ja visualisointeja. 	<ul style="list-style-type: none"> • Räätälöityjen skenaarioiden kanssa voidaan siirtyä vaikutus-analyysivaiheeseen eli työn hyödyntämiseen kehittämisessä ja tulevaisuuden luomisessa.

4. SKENAARIOIDEN VAIKUTUSANALYYSIT: STRATEGIA

Strategiatyössä skenaarioita kannattaa hyödyntää sekä skenaariokohtaisesti tehtäviin varautumissuunnitelmiin että näiden analyysina syntyviin strategisiin johtopäätöksiin eli skenaarioista riippumattomiin, välttämättömiin toimenpiteisiin.

I SKENAARIOKOHTAISET VARAUTUMISSUUNNITELMAT

- Tarkastellaan skenaariokohtaisesti vaikutuksia organisaation toimintaan.
 - Mahdollisuudet, uhat ja toimenpiteet
 - Kuvataan skenaarioista nousevat mahdollisuudet ja uhat.
- Listataan joukko toimenpiteitä, miten hyödynnämme tunnistettuja mahdollisuuksia ja varaudutaan/ehkäistään uhkia.
- Tuulitunneloidaan nykyistä strategiaa ja toimintaa skenaariota vasten.
 - Perustellaan, mitkä osat nykyisessä strategiassa ja toiminnassa toimivat skenaarion maailmassa.
 - Listataan mitkä asiat eivät toimi ja miten ne tulisi muuttaa.
 - Luodaan uusi, skenaarioon sopiva strategia.

II STRATEGISET JOHTOPÄÄTÖKSET

- Skenaarioista riippumattomat, välttämättömät toimenpiteet toimivat syötteinä skenaariotyöstä organisaation strategiatyöhön.
- Tunnistetaan varautumissuunnitelmissa kuvattuja toimenpiteitä, jotka joko
 - näyttävät toimivan riippumatta toteutuvasta tulevaisuudesta eli ne esiintyvät useiden skenaarioiden varautumissuunnitelmissa, tai
 - toimenpiteitä, jotka tukevat erityisen hyvin organisaation strategian toteutumista.

5. SKENAARIOIDEN VAIKUTUSANALYYSIT: KASVUAIHIOT

Kasvuaihioiden tunnistamisessa skenaarioiden pohjalta hyödynnetään skenaariokohtaisten radikaalien uusien visioiden ja liiketoimintamallien ideointia organisaatiollenne. Millainen yrityksenne voisi olla vuonna 2035 skenaarion maailmassa?

I RADIKAALIT VISIOT JA LIIKETOIMINTAMALLIT

- Hypätkää vuoteen 2035 skenaarion maailmaan ja kuvitelkaa yrityksellenne radikaali uusi visio ja siihen liittyvät liiketoimintamallit.
- Olettakaa, että juuri teidän organisaationne on onnistunut uudistumaan ja menestymään erinomaisesti.
- Kuvatkaa konkreettisesti mitä yrityksenne tekee, miten liiketoimintamallit toimivat, mitä arvoa tuotetaan asiakkaalle, millaisia tuotteita ja palveluita tarjoatte, mikä rooli teillä on arvoketjussa ja markkinoilla, millaisia teknologioita hyödynnätte ja millaista osaamista tämä kaikki vaatii.

II KASVUAIHIOIDEN ARVIOINTI

- Arvioikaa skenaariokohtaisesti ideoituja visioita ja liiketoimintamalleja yrityksenne normaalin innovaatioprosessin kautta.
- Huomioikaa ideoiden skenaariokohtaisuus ja muokatkaa niitä tarvittaessa yleisempään, lähitulevaisuuden huomioon ottavaan suuntaan.
- Valitkaa parhaat löydetyt kasvuaihiot jatkokehitettäväksi normaalin innovaatioprosessinne mukaisesti.

6. SKENAARIOIDEN VAIKUTUSANALYYSIT: KYVYKKYYDET

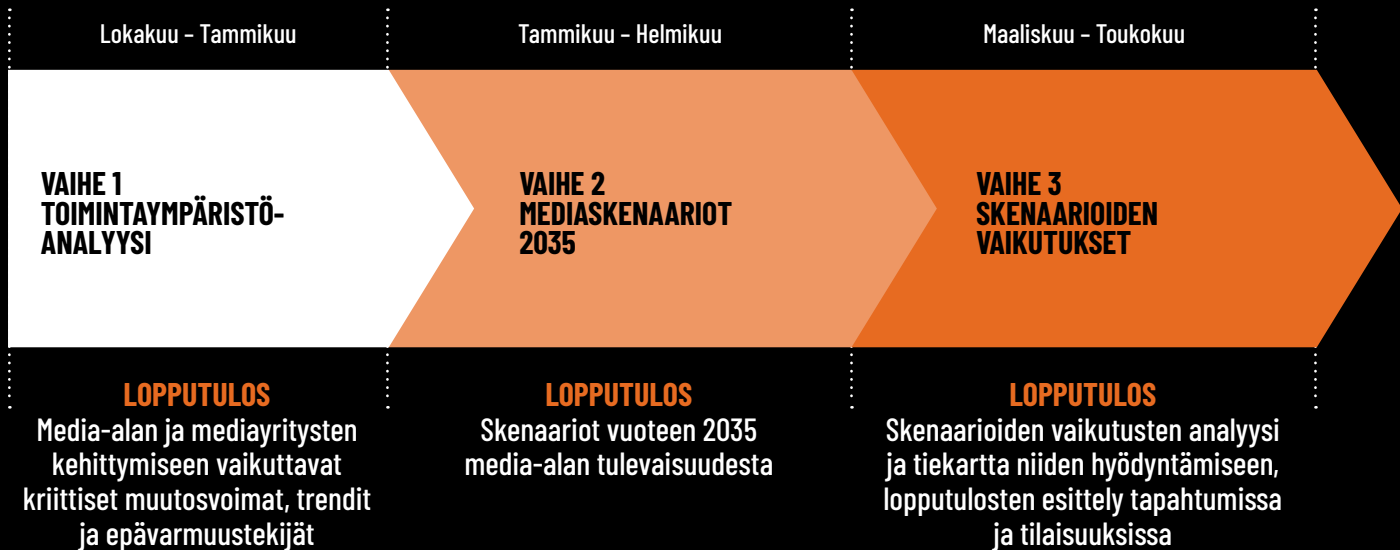
Tulevaisuudessa tarvittavien kyvykkyyksien tunnistamisessa skenaariot toimivat ideoinnin pohjana ja varmentajana. Yleisesti kyvykkyyksien johtamista voidaan käyttää strategisen suunnittelun ja johtamisen välineenä. Kyvykkyyss pohjaisen ajattelun tarkoituksena on tunnistaa tulevaisuudessa tarvittavia kyvykkyyksiä strategian toimeenpanon helpottamiseksi ja organisaation tulevaisuusresilienssin parantamiseksi.

I SKENAARIOKOHTAISET KYVYKKYYDET JA OSAAMISET

- Tunnistakaa skenaariokohtaisesti tarvittavia kyvykkyyksiä ja osaamisia.
- Ideoikaa ensin kaikki kyvykkyydet, mitä skenaariossa tarvitaan.
- Kategorisoikaa ja ryhmitelkää tunnistetut kyvykkyydet kokonaisuuksiin, jotka liittyvät omaan toimintaanne.

II KEHITETTÄVÄT KYVYKKYYDET

- Valitkaa skenaariolähtöisesti tunnistetuista kyvykkyyksistä strategiaanne parhaiten tukevat ja kehitettävät kyvykkyydet
- Mitä useammassa skenaariossa kyvykkyyttä tarvitaan, sitä todennäköisemmin se on välttämättömyys tulevaisuudessa.
- Luokaa tarkemmat suunnitelma valittujen kyvykkyyksien kehittämiseen oman organisaationne tavalla kasvattaa ja kehittää osaamista.



Näin hanke toteutettiin

Media-alan tulevaisuus selvitys toteutettiin kolmessa vaiheessa. Vaiheessa 1, *Toimintaympäristöanalyysi*, kerättiin laaja ja kattava tietopohja media-alan tulevaisuuden muutosvoimista. Vaiheessa 2, *Mediaskenaariot 2035*, rakennettiin tulevaisuustaulukkomenetelmää hyödyntäen neljä skenaariota median mahdollisista tulevaisuuksista. Työn viimeisessä vaiheessa 3, *Skenaarioiden vaikutukset*, tunnistettiin skenaarioiden suomalaiselle media-alalle nostamia kriittisiä kysymyksiä, luotiin tiekartta työn hyödyntämiseen ja esiteltiin lopputuloksia erilaisissa tapahtumissa ja tilaisuuksissa. Tässä osiossa esitellään kukin työn vaihe yksityiskohtaisemmin.

Vaikka tulevaisuus selvityksen varsinaisena toteuttajana toimi pieni ja tiivis projektiryhmä, tulevaisuus selvitykseen on osallistunut laajasti media-alan toimijoita ja ammattilaisia Suomesta ja maailmalta. Hankkeen tarkoituksena oli luoda uutta tietoa ja ymmärrystä median tulevaisuudesta yhteistyössä media-alan asiantuntijoiden ja johtajien kanssa. Osallistava skenaariotyö mahdollisti hankkeen aikana avoimen keskustelun media-alan erilaisista tulevaisuuksista, epävarmuuksista, uhkista ja mahdollisuuksista. Tätä varsin hedelmälliseksi koettua keskustelua ja yhteistyötä kannattaa jatkaa. Laaja-alainen tulevaisuuskeskustelu on tärkeää media-alan toimijoille esimerkiksi siksi, että alalla kyetään yhdessä tunnistamaan tulevaisuuden ilmiöitä ja tarpeita sekä ideoimaan ja innovoimaan uusien konseptteja ja palveluja.

Hankkeeseen osallistui runsaat 175 media-alan ammattilaista ja asiantuntijaa kyselyiden, haastattelujen, skenaariotyöpajojen ja ohjausryhmätyöskentelyn kautta. Lämmin kiitos kaikille osaamisesta, näkemyksistä ja ajasta!

VAIHE 1: TOIMINTAYMPÄRISTÖANALYYSI

LOPPUTULOS

Media-alan ja mediayritysten kehittämiseen vaikuttavat kriittiset muutosvoimat, trendit ja epävarmuustekijät

Media-alan tulevaisuus selvityksen ensimmäisessä vaiheessa luotiin hankkeelle laaja ja monipuolinen tietopohja analysoimalla olemassa olevaa tietoa erilaisilla menetelmillä.

Aluksi tehtiin systemaattinen kirjallisuusanalyysi tulevaisuuden ennakoinnista media-alalla, johon koottiin 42 tutkimusartikkelia, runsaat 20 kappaletta muita artikkeleita ja selvityksiä sekä reilu 20 media-alan trendiraporttia. Samanaikaisesti teh-

tiin skenaariokysely, johon saatiin yli sata vastausta niin uutismedian, aikakausmedian, graafisen teollisuuden, radiomedian kuin kustannusalan edustajilta. Materiaalia muutosvoimista ja uusista arvonluonnin tavoista kerättiin myös asiantuntijahaastatteluilla, järjestämällä mediainnovaatioihin keskittynyt työpaja innovaatiokonferenssissa, tarkastelemalla historiallisia analogioita, hyödyntämällä tekoälyä mediatulevaisuuksien ilmiöiden skannaamiseen sekä analysoimalla yritys- ja liiketoimintamallidataa yleisellä tasolla ja yritys kohtaisesti.

Tiedonhankinnan pohjalta tunnistettiin media-alan kehittämiseen vaikuttavat keskeiset muutosvoimat, trendit ja epävarmuustekijät. Tärkeimmät epävarmuustekijät tiivistettiin tulevaisuustaulukkoon, joka toimi työn seuraavassa vaiheessa skenaarioiden rakennustelineinä.

VAIHE 2: MEDIASKENAARIOT 2035

LOPPUTULOS

Skenaariot vuoteen 2035 media-alan tulevaisuudesta

Skenaarioiden rakentamisessa käytettiin tulevaisuustaulukkoon pohjautuvaa induktiivisten skenaarioiden rakentamisen menetelmää. Induktiivinen skenaariomenetelmä on monimuuttujamenetelmä, jolla voidaan systemaattisesti ja laajasti tarkastella monitahoista toimintaympäristöä ja sen vaihtoehtoisia kehityskulkuja. Menetelmä nojaa skenaarioiden rakentamisessa yleisesti käytettyyn tulevaisuustaulukkoon, joka on samalla monipuolinen, mutta kuitenkin riittävän yksinkertainen ja intuitiivinen käsittelemään monimutkais- tenkin systeemien vaihtoehtoisia tulevaisuuksia. Menetelmä kuuluu formatiivisiin skenaariomenetelmiin, joissa kvalitatiivisen arvioinnin pohjalta tunnistetaan toimintaympäristön muutostekijät, joiden välisiä riippuvuussuhteita arvioidaan kvan-

titatiivisesti esimerkiksi ristivaikutus- ja konsistenssianalyysin avulla. Keskeistä menetelmässä on tunnistaa laajasta tietomassasta skenaarioiden rakentamisen ja vaikutusten arvioinnin kannalta olennaiset epävarmuudet, joilla on merkitystä tutkimuksen kohteena olevan toimialan tulevaisuuteen.

Tulevaisuustaulukon avulla luotiin skenaarioiden luonnokset, joita jatkokehitettiin asiantuntijatyöpajassa ja asiantuntijahaastatteluisissa. Skenaarioiden rakentamisessa pyrittiinkin asiantuntijoiden osallistumiseen ja rakentamisprosessin lähestyttävyyteen, sillä se lisää sitoutumista skenaarioihin ja parantaa niiden laatua. Työssä hyödynnettiin erilaisia skenaarioiden tarinallistamisen, havainnollistamisen ja visualisoinnin menetelmiä, joilla olemassa olevia luonnoksia kehitettiin syventäen teemoja, jotka osallistujat kokivat kiinnostaviksi ja media-alan tulevaisuuden kannalta merkittäviksi. Skenaarioiden rakentaminen onkin ennen kaikkea iteratiivinen prosessi, jossa tehdyn rakenteen päälle lisätään teemoja niitä vähitellen syventäen. Skenaarioiden kirjoittamisessa hyödynnettiin keskeisten muutosvoimien menetelmää, jolla luotiin skenaarioihin selkeät eroavaisuudet ja keskeiset skenaarioita kannattelevat tarinat.

VAIHE 3: SKENAARIOIDEN VAIKUTUKSET

LOPPUTULOS

Skenaarioiden vaikutusten analyysi ja tiekartta niiden hyödyntämiseen, lopputulosten esittely tapahtumissa ja tilaisuuksissa

Luotujen skenaarioiden vaikutuksia ja niiden suomalaiselle media-alalle nostamia kriittisiä kysymyksiä pohdittiin asiantuntijatyöpajassa analysoimalla skenaarioiden vaikutuksia niin mediaammattilaisiin, mediayrityksiin, mediaan toimialana kuin suomalaiseen mediayh-

teiskuntaan. Eläväksi havainnollistetut skenaariot toimivat työvaiheessa kuvitteellisina, mutta mahdollisina ja uskottavina vaihtoehtoisina päätöksenteon konteksteina, joihin eläytymällä osallistujat arvioivat niiden erilaisista vaikutuksista media-alaan.

Skenaarioiden hyödyntämisen tueksi rakennettiin strategisen ennakkoinnin tiekartta, jonka avulla mediayritykset voivat hyödyntää tulevaisuus selvitystä strategiatyössä, organisaatioiden uudistumisessa ja liiketoiminnan kehittämisessä. Tiekartan tavoitteena on näin lisätä julkisen ja avoimesti saatavilla olevan skenaarioraportin vaikuttavuutta media-alalla.

Media-alan tulevaisuus selvitystä esitellään laajasti erilaisissa alan tapahtumissa ja mediayritysten tilaisuuksissa. Tavoitteena on työn laaja-alainen soveltaminen ja hyödyntäminen media-alan kehittämisessä, mediayritysten uudistumisessa sekä media-alan ammattilaisten osaamisen kehittämisessä.

Tekijät

Kauppatieteiden maisteri **Risto Lätti** vastasi projektipäällikkönä hankkeen käytännön toteuttamisesta sekä skenaariotyöstä. Hän työskentelee Senior Advisorina Capfulilla, vastuullaan ennakointi ja skenaariot -osaamisalueen kehittäminen ja valittujen hankkeiden johtaminen.

Valtiotieteiden maisteri **Paul Hermansson** työskentelee Senior Consultant -roolissa Capfulilla, jossa hän johtaa skenaario- ja strategiaprojekteja julkisella ja yksityisellä sektorilla. Hän on vastannut hankkeessa toimintaympäristön analyysistä ja skenaariotyöstä.

Valtiotieteiden tohtori **Nando Malmelin** työskentelee Capfulilla Head of Renewal -toimessa. Malmelin on tutkinut mediajohtamista ja mediatyötä laajasti, julkaissut alan tieteellisissä joulaleissa sekä työskennellyt media- ja viestintäalan yritysten johtotehtävissä. Hän toimii myös Helsingin yliopistossa viestinnän ja media-tutkimuksen dosenttina.

Kauppatieteiden tohtori **Mikael Paltshik** työskentelee Capfulilla Senior Advisorina sekä markkinoinnin dosenttina Hankenilla. Aikaisemmin hän on työskennellyt professuureissa eri yliopistoissa sekä johtajana kansainvälisissä markkinatutkimus- ja konsulttiyrityksissä.

Media-alan tutkimussäätiön tarkoituksena on edistää painetun ja sähköisen sekä sisältölähtöisen digitaalisen median ja niihin läheisesti liittyvien toimintojen kilpailukykyä. Säätiö tukee liiketoiminnan ja teknologioiden tutkimus-, kehitys- ja innovaatiotyötä, koulutusta, osaamisen kehittämistä sekä mediaan liittyvien tarpeiden ymmärtämistä.

Capful on skenaario- ja strategia-työhön erikoistunut liikkeenjohdon konsulttitoimisto, jolla on yli 20 vuoden kokemus ennakointimenetelmien hyödyntämisestä yritysten ja julkishallinnon organisaatioiden strategia- ja kehittämistyössä. Capfulin asiakkaat ovat merkittäviä suomalaisia ja kansainvälisiä yrityksiä sekä julkishallinnon toimijoita.

Lisäksi hanketyötä tuki *ohjausryhmä*, jonka jäsenet edustivat laajasti media-alan, graafisen teollisuuden ja markkinoinnin aloja. Ohjausryhmään kuuluivat edellä mainittujen tekijöiden lisäksi **Noora Alanne** (Media-alan tutkimussäätiö ja Media-liitto), **Tom Jungell** (Digita), **Anni Lintula** (A-lehdet), **Niiles Nousuniemi** (Kaleva Media), **Niina Ryyänen** (Sanoma) ja **Anu Ubaud** (United Imaginations). Visuaalisen ilmeen ja graafisen suunnittelun toteutti **Jutta Sutinen** (Pastry Agency).

MEDIA-ALAN  TUTKIMUSSÄÄTIÖ

capful 