

Media-alan tulevaisuus selvitys

---

# MEDIA 2035

---

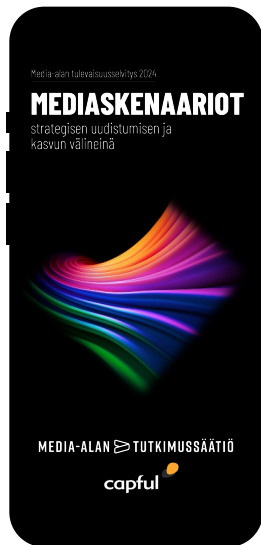
Loppuwebinaari 6/6/2024



## Media-alan tulevaisuus- selvityksen tavoitteet:

---

1. media-alaan vaikuttavien **muutostekijöiden** ja epävarmuuksien tunnistaminen
2. media-alan tulevaisuuden **skenaarioiden** kuvaaminen
3. media-alaa haastavien **näkökulmien** löytäminen
4. uusien media-alan **kasvualueiden** tunnistaminen
5. uusia ennakoinnin **työvälineitä** strategiatyöhön ja johtamiseen.



# MIKSI MEDIA-ALALLA TARVITAAN STRATEGISTA ENNAKOINTIA? >

# Projektin yhteenveto

Lokakuu – Tammikuu

## Vaihe 1: Toimintaympäristöanalyysi

- 1.1 Kirjallisuusanalyysi (>80 lähdeä)
- 1.2 Skenaariokysely (127 vastaajaa)
- 1.3 Tutkimus uusista arvonluonnin tavoista (13 haastattelua, historiallisia analogioita, trendi- ja liiketoimintamallidataa, konferenssityöpaja)
- 1.4 Ohjausryhmä
- 1.5 Tulevaisuustaulukon rakentaminen

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

Tammikuu – Helmikuu

## Vaihe 2: Mediaskenaariot 2035

- 2.1 Skenaarioiden rakenteet ja luonnokset
- 2.2 Ohjausryhmä ja asiantuntijatyöpaja (~25 osallistujaa)
- 2.3 Skenaarioiden tarinallistaminen ja viimeistely
- 2.4 Visuaalinen skenaarioraportti ja skenaarioiden esitysmateriaalit

Lopputulos: Skenaariot vuoteen 2035 media-alan tulevaisuudesta.

Maaliskuu – Kesäkuu

## Vaihe 3: Skenaarioiden vaikutukset

- 3.1 Skenaarioiden vaikutusten analyysi ja hyödyntäminen media-alan kehittämisessä
- 3.2 Skenaarioiden hyödyntämisen tiekartta mediayrityksille
- 3.3 Ohjausryhmä ja asiantuntijatyöpaja (~25 osallistujaa)
- 3.4 Tilaisuudet ja lopputulosten esittely

Lopputulos: Skenaarioiden vaikutusten analyysi ja tiekartta hyödyntämiseen, lopputulosten esittely tapahtumissa ja tilaisuuksissa.

## Vuorovaikutus ja viestintä



Skenaariokysely ja haastattelut



Ohjausryhmä:  
Työn tavoitteet ja fokus



Ohjausryhmä:  
Skenaarioiden kommentointi ja syventäminen



Asiantuntijatyöpaja:  
Skenaarioiden kommentointi ja syventäminen



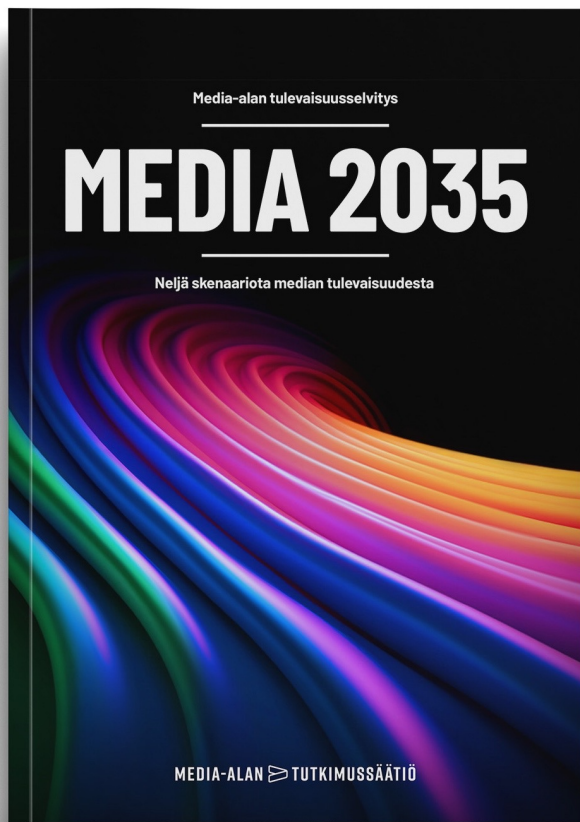
Ohjausryhmä:  
Skenaarioiden vaikutukset ja työn vaikuttavuus



Asiantuntijatyöpaja:  
Skenaarioiden vaikutukset



Tapahtumat:  
Lopputulosten julkaisu Mediapäivä



## Sisällys

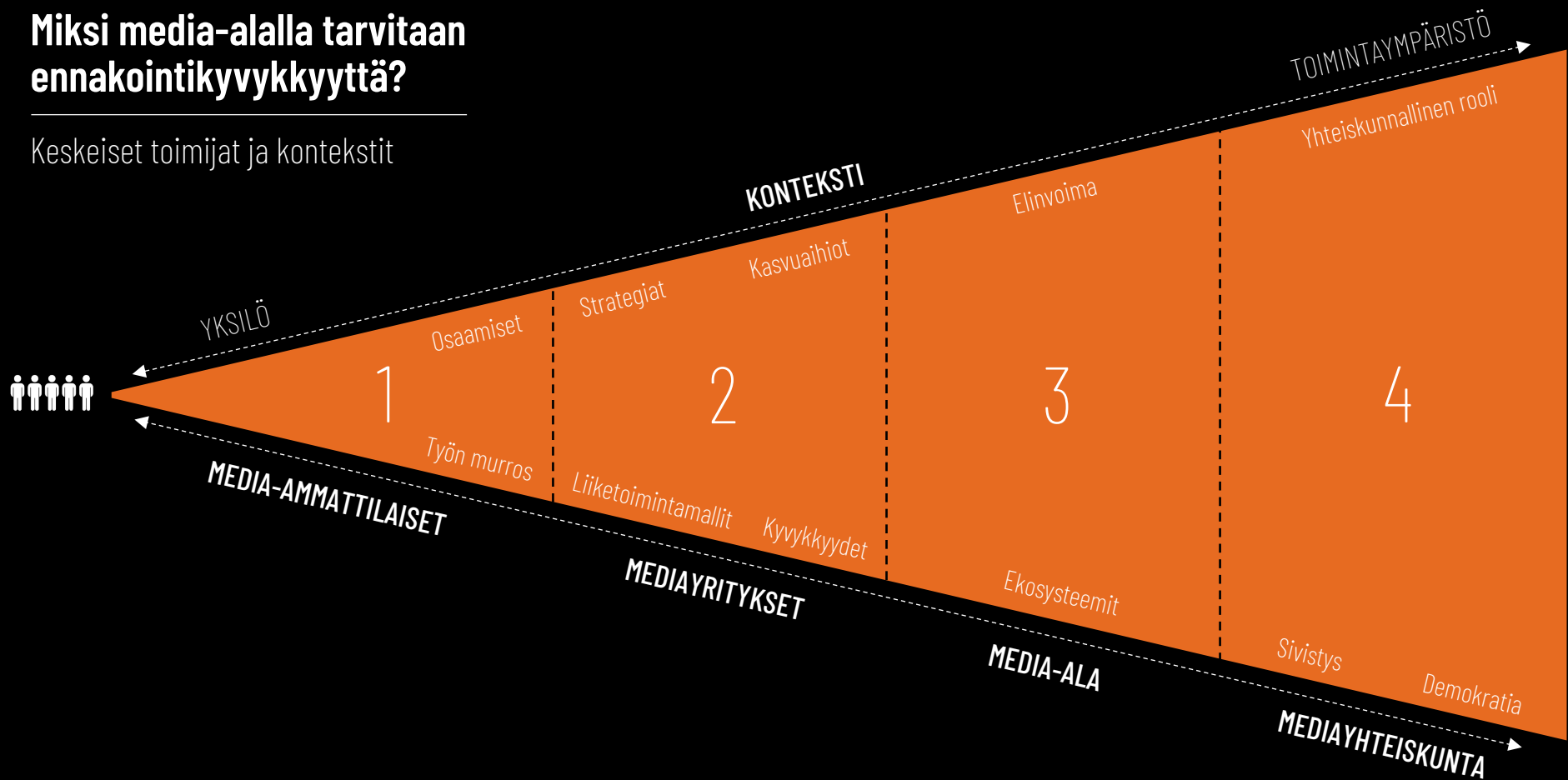
Yhteenveto .....	4
Johdanto .....	5
Lukuohje .....	10
Media-alan trendit .....	12
Skenaarioiden yhteenveto .....	16
<b>SKENAARIO 1</b> Media jatkumolla .....	18
<b>SKENAARIO 2</b> Taistelu informaatiosta .....	28
<b>SKENAARIO 3</b> Journalismin renessanssi .....	38
<b>SKENAARIO 4</b> Viihteen voima .....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

# Mitä Media 2035 -skenaariot ovat?

- ❖ Skenaariot kuvaavat **vaihtoehtoisia ja mahdollisia tulevaisuuden maailmoja** eli media-alan ja mediayritysten toimintaympäristön muutoksia vuoteen 2035
- ❖ Luodut **skenaariot eivät ole ennusteita** ja on hyvä huomata, että yksikään skenaarioista ei välttämättä toteudu sellaisenaan – todennäköisesti median tulevaisuus sisältää piirteitä eri skenaarioista
- ❖ Skenaarioiden tavoitteena on toimia monipuolisesti **strategiatyön, kasvun, kehittämisen ja tulevaisuuden suunnitelmien pohjana**

# Miksi media-alalla tarvitaan ennakointikyvykkyyttä?

Keskeiset toimijat ja kontekstit



# Nykyhetken trendit lähtökohtana skenaarioihin...

**Media-alan ja mediayritysten määritelmät** muuttuvat, laajentuvat ja digitalisoituvat



**Kansainvälinen kilpailu kiihtyy** ja vie tilaa kotimaisilta mediatoimijoilta



**Talouden näkymät kiristyvät**, mikä vaikeuttaa mediayritysten rahoitusta



**Mediakuluttaminen muuttuu** teknologian kehityksen ja demografian muutoksen myötä



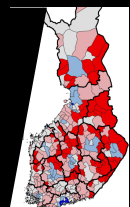
**Sosiaalisen median palveluiden käyttäminen** kasvaa ja ne muistuttavat yhä enemmän toisiaan



**Nopea tekoälykehitys muuttaa mediatyötä** ja mediaorganisaatioiden toimintaa



**Väestö ikääntyy, monimuotoistuu ja keskittyy** alueellisesti vaikuttaen kysyntään



**Ilmasto lämpenee vaikuttaen talouteen, demografiaan ja turvallisuuteen**

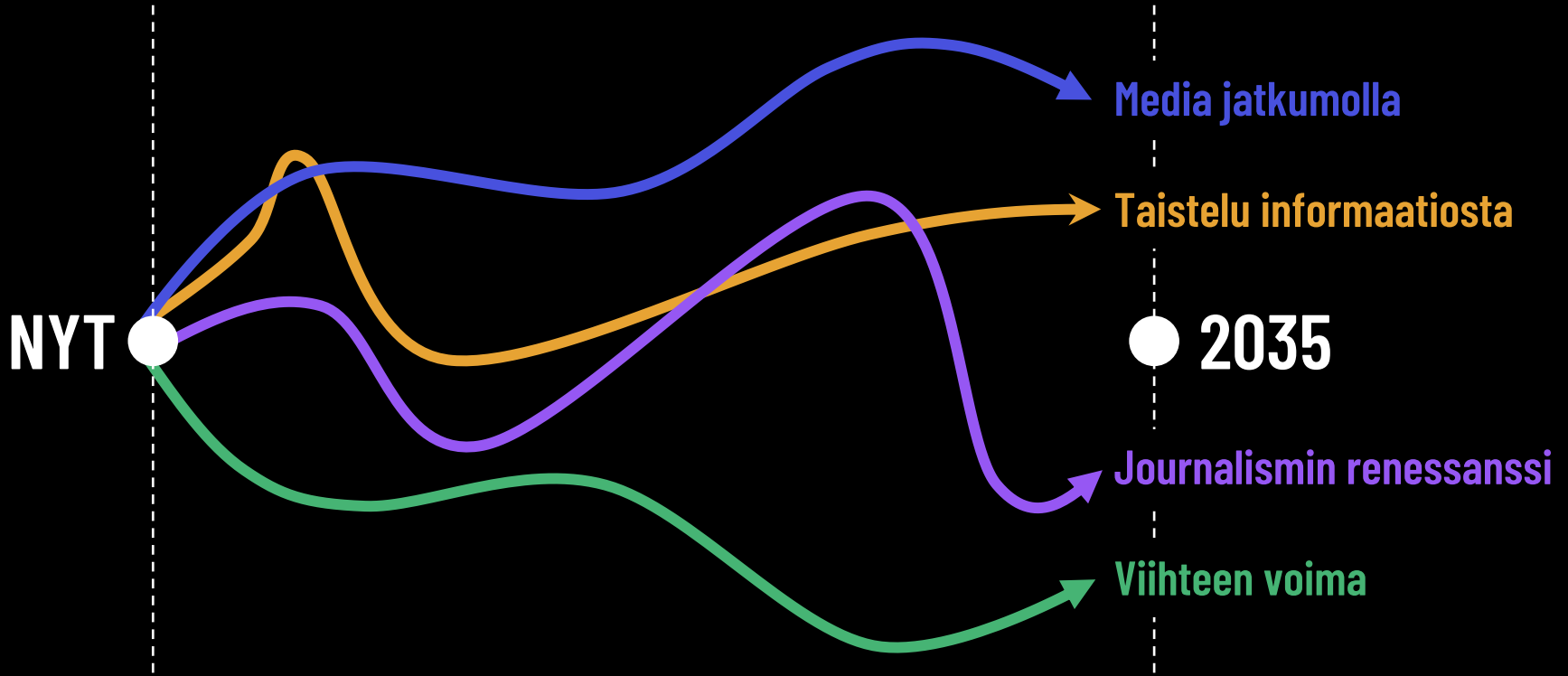


**Median yhteiskunnallinen rooli korostuu** demokratian huippuvuotena ja geopoliittisen epävarmuuden jatkuessa





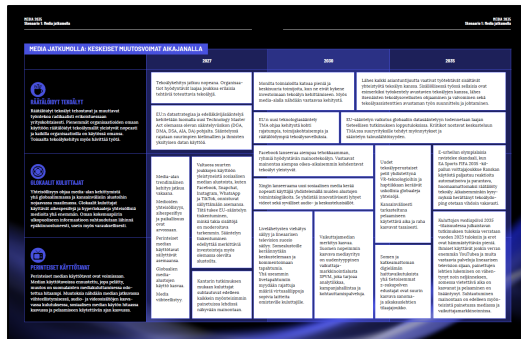
# Neljä skenaariota median tulevaisuuksista



# Mitä jokaisessa skenaariossa kuvataan?



**Tiivistelmä:** yhteenveto skenaarion maailmasta, keskeiset muutosvoimat, ja skenaarion esiin nostamat kriittiset kysymykset suomalaiselle medialle



**Aikajana:** skenaarion kehittymisen kuvaus keskeisten muutosvoimien ajamana



**Skenaariotarina:** kahdeksan tarinallistettua alaotsikkoa

Skenaariokohtaisia piirteitä korostaen, kuvaavat seuraavia teemoja:

- 1) yleinen maailmantilanne, talous ja Suomi
- 2) teknologinen kehitys ja sääntely
- 3) globaali media ja kulutuskäyttäytyminen
- 4) suomalainen media ja kulutuskäyttäytyminen
- 5) liiketoimintamallit ja ansaintalogiikat
- 6) julkinen sektori ja media
- 7) media-ammattilaiset ja työn murros
- 8) uudet, menestyvät mediat

## Skenaario 1

# Media jatkumolla

Odotettuja mutta hitaita muutoksia



RÄÄTÄLÖIDYT  
TEKOÄLYT



GLOKAALIT  
KULUTTAJAT



PERINTEISET  
KÄYTTÖTAVAT

## Skenaario 2

# Taistelu informaatiosta

Sodan uhka paljastaa sananvapauden rajat



TURVALLISTAMINEN



MEDIA-  
HYVINVOINTIVALTIO



VAIHTOEHTO-  
YHTEISÖT

## Skenaario 3

# Journalismin renessanssi

Kysyntää totuuksille ja luotettavalle tiedolle



SISÄLTÖ-  
HYÖKYAALLOT



TOTUUDEN-  
ETSIJÄT



UUTISMEDIAT  
SÄÄTIÖINÄ

## Skenaario 4

# Viihteen voima

Maksukyky eriyttää maailmankuvia



DATAVALTA



MAKSUMUURI-  
ELIITTI



DIGI-  
PREKARIAATTI

## Skenaario 1

# Media jatukumolla

Odotettuja mutta hitaita muutoksia



RÄÄTÄLÖIDYT TEKÖÄLYT



GLOKAALIT KULUTTAJAT



PERINTEISET KÄYTTÖTAVAT

- 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 teknologiasäntely näyttää suuntaa muille
- Suomeen syntyy uutiserämailta
- Suomen talousvaikeudet jatkuvat
- Globaalissa taloudessa ja politiikassa yhteistyö ja muodollinen sopiminen lisääntyy

## SKENAARIO 1: KRIITTISET KYSYMYKSET SUOMALAISELLE MEDIALLE

### 1 / MEDIA-AMMATTILAISET

- Miten perinteisten media-alan ammattilaisten ja journalististen työpaikkojen väheneminen sekä freelance-kulttuurin voimistuminen muuttavat mediatyön tekemistä?

### 2 / MEDIAORGANISAATIOI

- Mitkä yritykset pärjäävät toimialan keskittyessä edelleen?
- Kuinka hyvin tekoälyä, automaatiota ja dataa onnistutaan hyödyntämään toiminnan tehostamisessa ja kehittämisessä?
- Miten pystytään kilpailemaan kohti somea ja vaikuttajamediaa siirtyvistä mainosrahoista?

### 3 / MEDIATOIMIALA

- 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 alalta?

### 4 / MEDIAYHTEISKUNTA

- Millaisia vaikutuksia on median moniäänisyyden vähenemisellä ja voidaanko uutiserämaiden syntyä estää?

## Skenaario 2

# Taistelu informaatiosta

Sodan uhka paljastaa sananvapauden rajat



**TURVALLISTAMINEN**



**MEDIAHYVINVOINTIVALTIO**



**VAIHTOEHTOYHTEISÖT**

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

## SKENAARIO 2: KRIITTISET KYSYMYKSET SUOMALAISELLE MEDIALLE

### 1 / MEDIA-AMMATTILAISET

- Miten ehkäistään turvallistuneen julkisen keskustelun aiheuttamaa itsesensuuria?
- Miten taataan alan toimijoiden turvallisuus?
- Miten varmistetaan toimittajien tiedonsaanti?

### 2 / MEDIAORGANISAATIOT

- Miten kriisinsietokykyisiä Suomen media-alan yritykset ovat?
- Miten disinformaation leviämistä ehkäistään ja varmistetaan luotettavan tiedon tuotanto?
- Miten tavoitetaan vaihtoehtoisille alustoille lähteneet kuluttajat?

### 3 / MEDIATOIMIALA

- Minkälaiset valmiudet suomalaisella media-alalla on toimia yhteistyössä disinformaation ja ulkopuolisen vaikuttamisen ehkäisemiseksi?
- Miten suhtaudutaan alan kiristyvään valtionohjaukseen?

### 4 / MEDIAYHTEISKUNTA

- Miten demokratia ja sananvapaus turvataan ulkoisilta uhilta?
- Miten kansalaiset pidetään luotettavan tiedon piirissä vaikuttamisyritysten keskellä?
- Miten moniäänisyyttä ylläpidetään nousevan kansallisaatteen rinnalla?

## Skenaario 3

# Journalismin renessanssi

Kysyntää totuuksille ja luotettavalle tiedolle



SISÄLTÖHYÖKYAALLOT



TOTUUDENETSIJÄT



UUTISMEDIAT SÄÄTIÖINÄ

- 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 omistus pohja ja liiketoimintalogiikka muuttuu arvovetoisemmaksi
- Ilmaston lämpenemisen ja monikriisin pirstaloima maailma
- Elintason laskiessa järjestelmänvastaisuus lisääntyy varsinkin toisinajattelijoiden keskuudessa
- Suomalaista demokratiaa ja sivistystä yritetään pelastaa





## SKENAARIO 3: KRIITTISET KYSYMYKSET SUOMALAISELLE MEDIALLE

### 1 / MEDIA-AMMATTILAISET

- 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?

### 2 / MEDIAORGANISAATIOT

- 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?

### 3 / MEDIATOIMIALA

- 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?

### 4 / MEDIAYHTEISKUNTA

- Miten suomalainen yhteiskunta ja demokratia toimivat, kun yhä useammat uskovat omiin totuuksiinsa?

## Skenaario 4

# Viihteen voima

Maksukyky eriyttää maailmankuvia



DATAVALTA



MAKSUMUURIELIITTI



DIGIPREKARIAATTI

- 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 syvälisten sisältöjen kuluttamiseen, muut käyttävät enimmäkseen ilmaissisältöjä
- Kotimaisilla mediatuotteilla on vannoutuneet yleisönsä
- Matalasti säännelty hitaan kasvun globalisaatio vallitsee

## SKENAARIO 4: KRIITTISET KYSYMYKSET SUOMALAISELLE MEDIALLE

### 1 / MEDIA-AMMATTILAISET

- Miten pitää yllä laaja-alaista uuden teknologian ja työkalujen osaamista freelance-lähtöisillä työmarkkinoilla?
- Miten rakentaa vetovoimaisia ja erottuvia henkilöbrändejä, jotka edistävät uraa?
- Miten säilyttää tekemisen laatu, kun on oltava yhä nopeampi?

### 2 / MEDIAORGANISAATIOT

- Millä erottaudutaan uuden teknologian keskivertaistamassa mediaympäristössä?
- Miten hyödynnetään käyttäjädataa tehokkaasti kilpailtaessa paremmasta personoinnista ja räätälöinnistä?
- Mitä uusia liiketoimintamalleja rakennetaan vaikuttajalähtöisyyden lisääntyessä?

### 3 / MEDIATOIMIALA

- Mitkä ovat Suomen media-alan kilpailuvaltit dataa ja tekijänoikeuksia hallitsevia teknologiaviihdejättejä vastaan?
- Miten kriittisen tiedon ja näkemysten tuottamista jatketaan läpikotaisin viihteellistyneessä ja automatisoituneessa mediaympäristössä?

### 4 / MEDIAYHTEISKUNTA

- 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?

## Skenaario 1

# Media jatkumolla

Odotettuja mutta hitaita muutoksia



RÄÄTÄLÖIDYT  
TEKOÄLYT



GLOKAALIT  
KULUTTAJAT



PERINTEISET  
KÄYTTÖTAVAT

## Skenaario 2

# Taistelu informaatiosta

Sodan uhka paljastaa sananvapauden rajat



TURVALLISTAMINEN



MEDIA-  
HYVINVOINTIVALTIO



VAIHTOEHTO-  
YHTEISÖT

## Skenaario 3

# Journalismin renessanssi

Kysyntää totuuksille ja luotettavalle tiedolle



SISÄLTÖ-  
HYÖKYAALLOT



TOTUUDEN-  
ETSIJÄT



UUTISMEDIAT  
SÄÄTIÖINÄ

## Skenaario 4

# Viihteen voima

Maksukyky eriyttää maailmankuvia



DATAVALTA



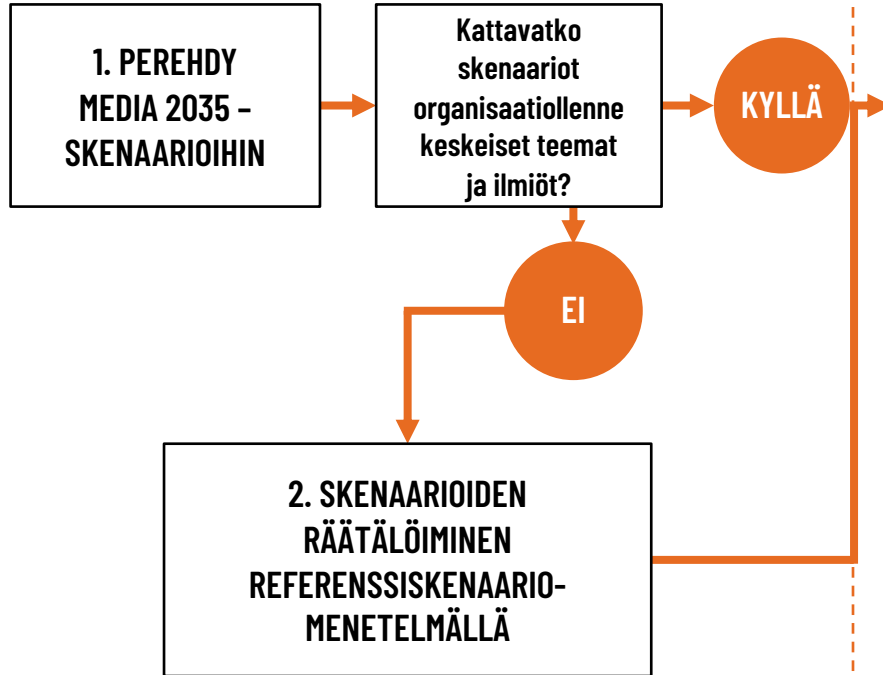
MAKSUMUURI-  
ELIITTI



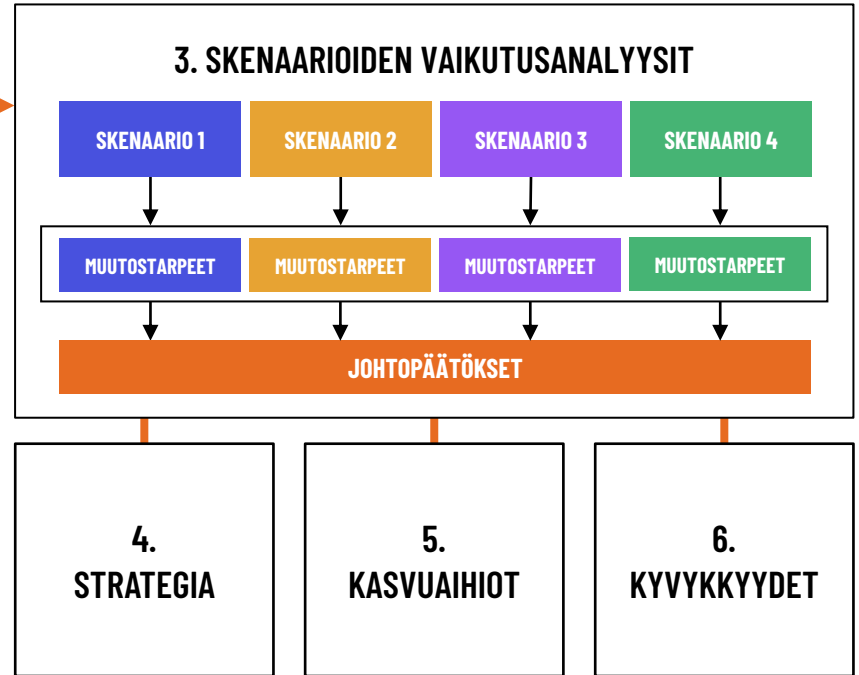
DIGI-  
PREKARIAATTI

# STRATEGISEN ENNAKOINNIN TIEKARTTA SKENAARIOIDEN HYÖDYNTÄMISEEN

## I. TULEVAISUUDEN YMMÄRTÄMINEN



## II. TULEVAISUUDEN LUOMINEN



## 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.

### I MÄÄRITETÄÄN SKENAARIOTYÖN LÄHTÖKOHDAT

- Skenaariotyön tarkoitus, tavoitteet ja lopputulokset.
- Fokus ja aikajänne.
- Organisoituminen ja aikataulus.
- Organisaation nykytila ja tilannetulkinta toimialasta.
- Olemassa olevien ja hyödynnettävien tietojen kartoitus.

### II LISÄTIEDON HANKINTA

- 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, asiantuntijahaastatteluilla, ja aineistoanalyysillä.

### III SKENAARIOIDEN TARINOIDEN RÄÄTÄLÖIMINEN

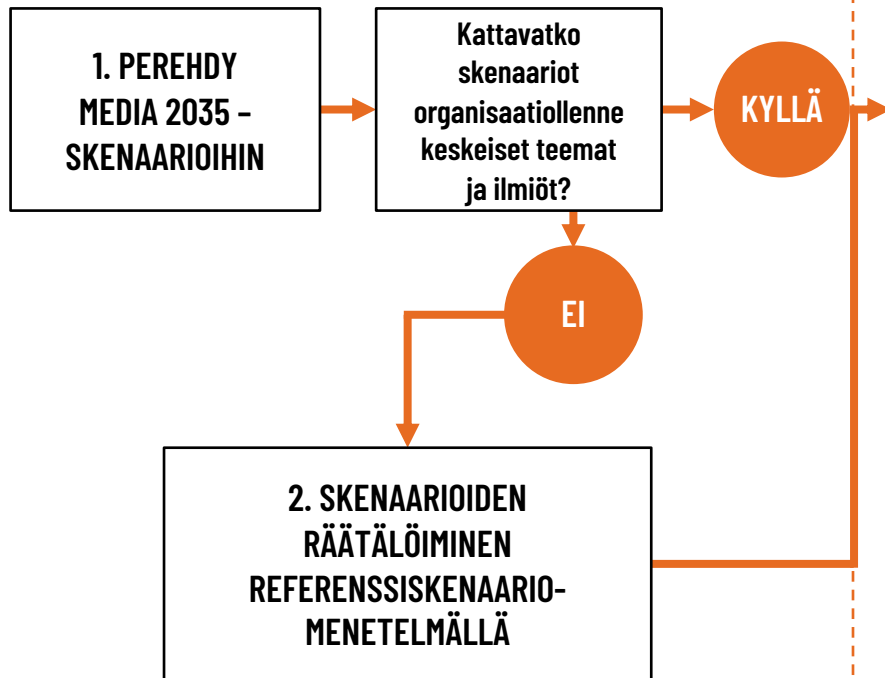
- Kirjoitetaan Media 2035 -skenaarioiden ”päälle” lisäämällä sisältöä tarinoihin, luomalla erilaisia teemasivuja, kvantifiointeja, ja visualisointeja.

### IV OMALLE ORGANISAATIOLLE RÄÄTÄLÖIDYT MEDIA 2035 - SKENAARIOT

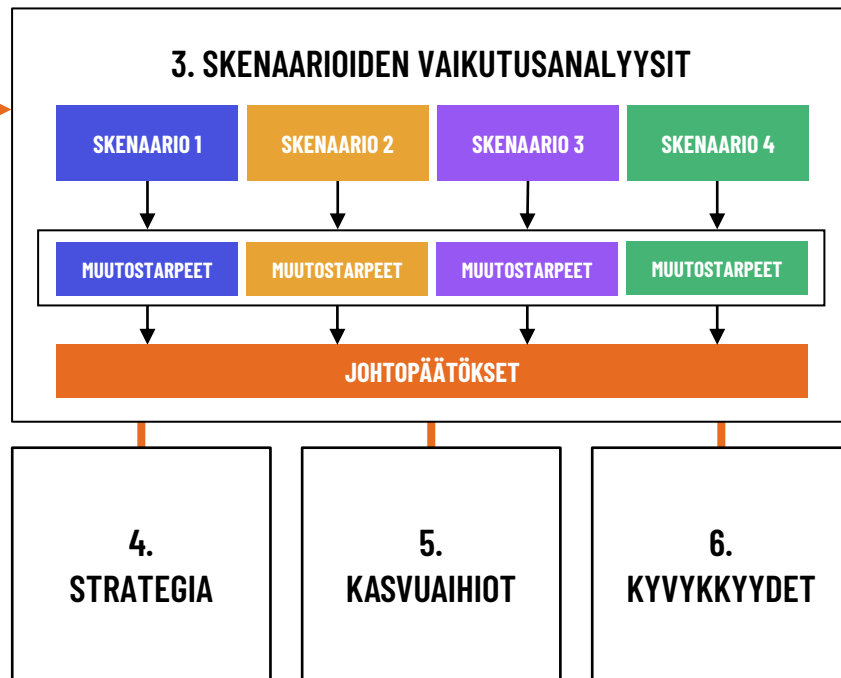
- Räätälöityjen skenaarioiden kanssa voidaan siirtyä vaikutusanalysivaiheeseen eli työn hyödyntämiseen kehittämisessä ja tulevaisuuden luomisessa.

# STRATEGISEN ENNAKOINNIN TIEKARTTA SKENAARIOIDEN HYÖDYNTÄMISEEN

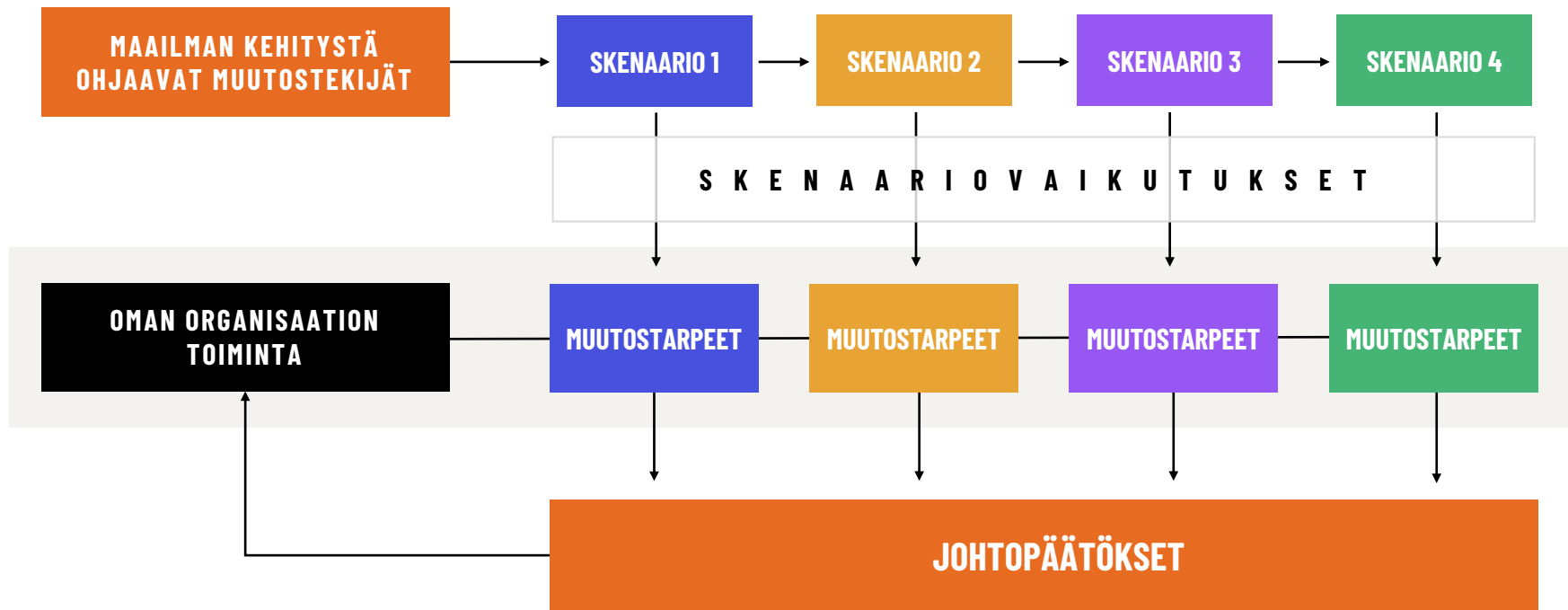
## I. TULEVAISUUDEN YMMÄRTÄMINEN



## II. TULEVAISUUDEN LUOMINEN



### 3. SKENAARIOIDEN VAIKUTUSANALYYSIT





## 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 jatkokehittäväksi 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

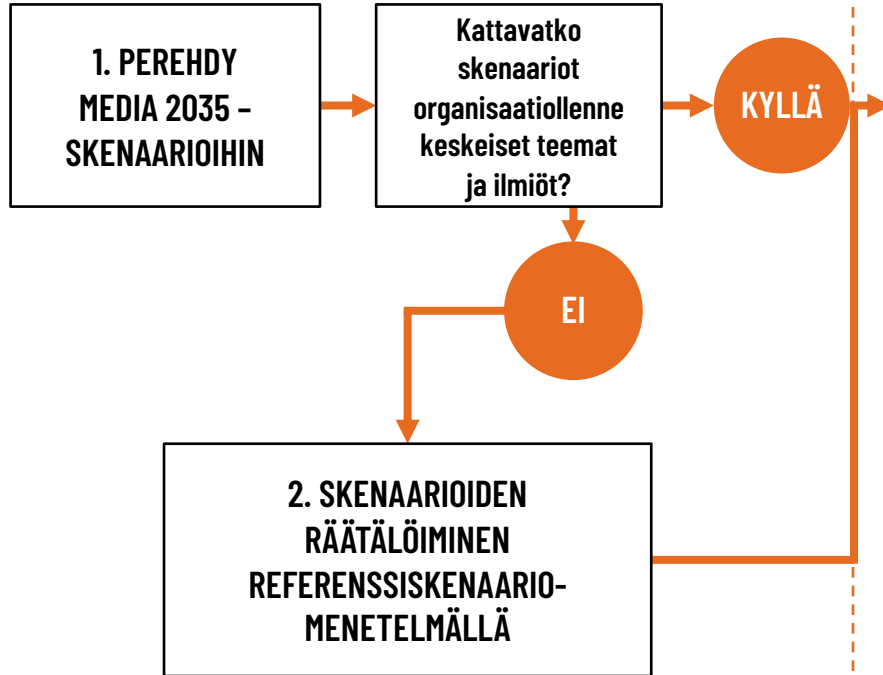
- Tunnistakaa skenaariokohtaisesti tarvittavia kyvykkyyksiä ja osaamisia.
- Ideoikaa ensin kaikki kyvykkyydet, mitä skenaariossa tarvitaan.
- Kategorisoikaa ja ryhmitelkää tunnistetut kyvykkyydet kokonaisuuksiin, jotka liittyvät omaan toimintaanne.

### II KEHITETTÄVÄT KYVYKKYYDET

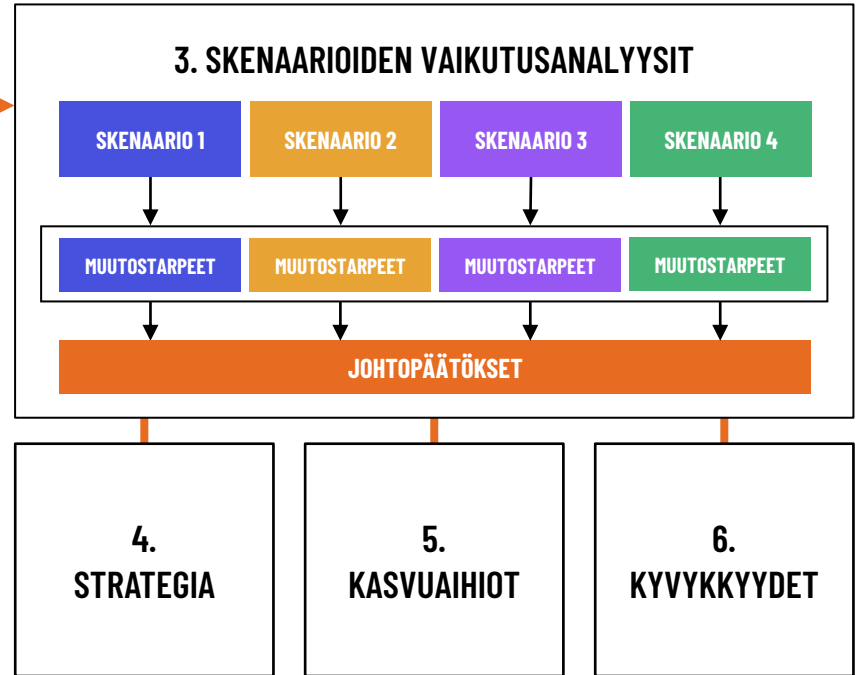
- Valitkaa skenaariolähtöisesti tunnistetuista kyvykkyyksistä strategiaanne parhaiten tukevat ja kehitettävät kyvykkyydet.
- Mitä useammassa skenaariossa kyvykkyyttä tarvitaan, sitä todennäköisemmin se on välttämätöntä tulevaisuudessa.
- Luokaa tarkemmat suunnitelmat valittujen kyvykkyyksien kehittämiseen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

# STRATEGISEN ENNAKOINNIN TIEKARTTA SKENAARIOIDEN HYÖDYNTÄMISEEN

## I. TULEVAISUUDEN YMMÄRTÄMINEN



## II. TULEVAISUUDEN LUOMINEN



# Yhteenveto: Miten tästä eteenpäin?



**Lue skenaariot ja perehdy  
ennakoinnin tiekarttaan!**

Loppuraportti ladattavissa  
<https://www.mediaalantutkimussaatio.fi/tutkimukset/tutkimushankkeet/media-alan-mahdolliset-tulevaisuudet-vuonna-2035/>



**Ota kuunteluun  
Mediapodi!**

Esimerkiksi spotifyssa:  
<https://open.spotify.com/show/4PTXqZj4kVOsK2RD0lICzZ>



**Ole yhteydessä meihin ja  
pohditaan yhdessä, miten  
te voitte työtä hyödyntää...**

Noora Alanne  
Media-alan tutkimussäätiön johtaja  
050 442 1507  
[noora.alanne@mediaalansaatio.fi](mailto:noora.alanne@mediaalansaatio.fi)

Risto Lätti  
Senior Advisor, Capful  
040 932 9520  
[risto.latti@capful.fi](mailto:risto.latti@capful.fi)

Media-alan tulevaisuus selvitys

---

# MEDIA 2035

---

Neljä skenaariota median tulevaisuudesta