

Media-alan tulevaisuus selvitys

---

# MEDIA 2035

---

Neljä skenaariota median tulevaisuudesta

MEDIA-ALAN  TUTKIMUSSÄÄTIÖ

# 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 renesanssi .....	38
<b>SKENAARIO 4</b> 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.

**M**edia-alan tulevaisuusselvityksen tarkoituksena on kuvata monipuolisesti, miltä median ja mediayritysten mahdolliset tulevaisuudet voivat näyttää vuonna 2035. Se esittelee neljä mediaskenaariota: ”Media jatku-molla”, ”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 jatku-molla” kuvaa tulevaisuutta, jossa media-alan muutokset ovat odotettuja ja suhteellisen hitaita. Kotimaisen media-alan keskitymisen ja taistelu kansainvälistä kilpailua vastaan jatkuu, perinteiset median käytötävät 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 ”Vihteen voima” maailmassa teknologian kehityksen kiihdyttämä sisällöntuotanto ja yhteiskunnallinen eriarvoistuminen ovat erotelleet ihmisten mediakäyttöä. Merkittävänä mediakuluttamisen ryhminä ovat laatuun ja syvällisyyteen panostava maksumuurieliitti ja koukuttavien algoritmien ohjaaman turbovihteen 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 tulevaisuusselvityksen 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.

**T**ulevaisuusselvitys 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

**M**edia-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 ennakoimaan 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 uudistumista ja liiketoiminnan kasvua.

Näihin tarpeisiin vastaa media-alan tulevaisuusselvitys ”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-ala haastavien näkökulmien löytäminen sekä
- uusien kasvualueiden tunnistaminen media-alalle.

Nämä tavoitteet ovat kriittisiä laajasti media-alalla – sekä yrityksille että ammattilaisille. Mediaryhtysten 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 mediaryhtysten 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, mediaryhtyksille 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.

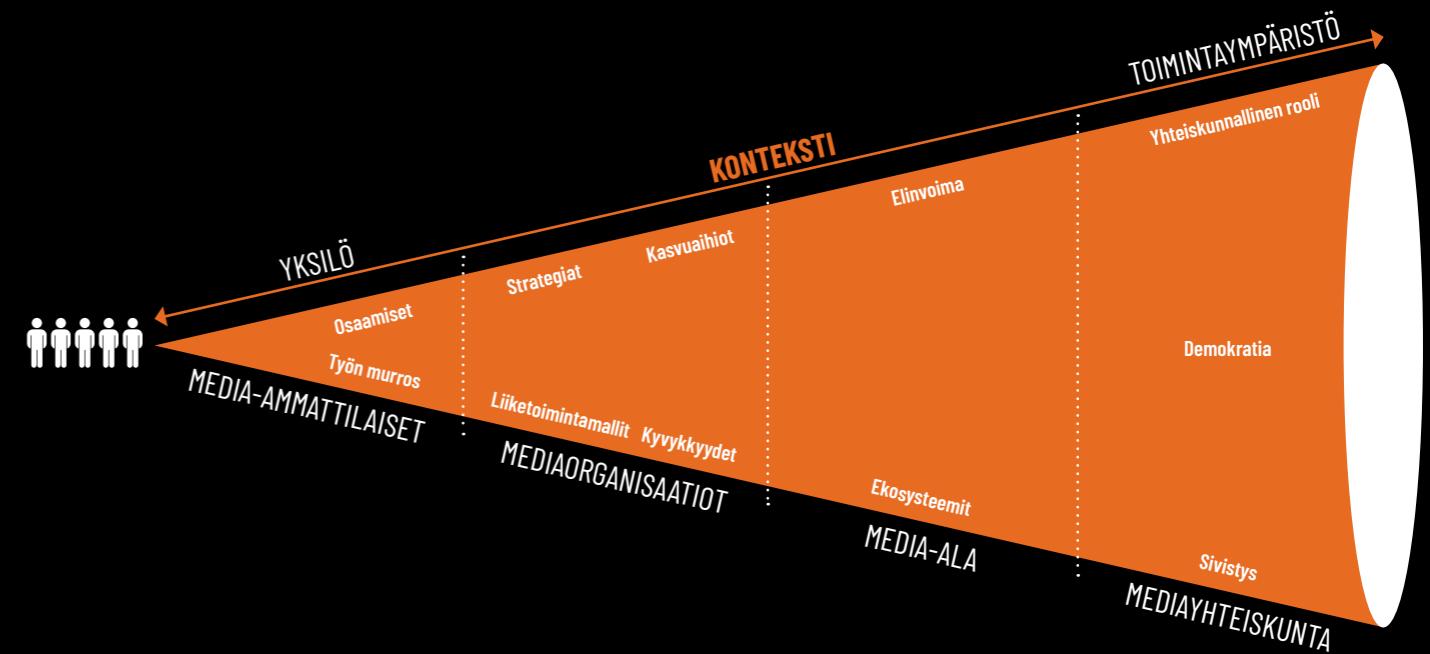
Nämä aiheet ovat ajankohtaisia sekä media-alan yritysten johtamisen ja päätöksenteon että media-ammattilaisten työn ja osaamisen kehittämisen kannalta.

### MIKSI MEDIA-ALALLA TARVITAAN STRATEGISTA ENNAKOINTIA?

**M**edia-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 mediaryhtysten tulevaisuudesta sekä niiden kyvystä ennakoida ja muuttua.

Suomalaisen median uhkakuvat näyttäytyivät 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 ennakoimalla kasvavan.

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

sesti ottaen mediaryhtysten ennakoitukyvykkyyttä pidettiin kohtalaisena, mutta vain kolme prosenttia media-ammattilaisista arvioi oman mediaryhtyksensä ennakoitukyvykkyuden erinomaiseksi. ”Ennakoitukykyä 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 tutkimuksessa 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 tulevaisuudesta on julkaistu runsaasti artikkeleja ja esseitä, mutta erityisesti tulevaisuuden ennakkointia ja tulevaisuusajattelua koskevaa tutkimusta on vain vähän.

Sellaiset tutkimukset ovat olleet yllättävän harvassa, joissa olisi pyritty systemaattisesti ja kokoavasti analysoimaan media-alan tulevaisuuskuvia sekä niiden mahdollisia vaikutuksia alan yritysten toimintaan. Media-alan tulevaisuutta on yleensä lähestytty varsin lyhyellä aikavälillä, kapeista näkökulmista ja rajatuin menetelmin. Tutkimuksissa on tarkasteltu esimerkiksi jonkin rajatun media-alan osa alueen kehittymistä jollakin tietyllä maantieteellisellä alueella.

Tulevaisuuden tutkimuksen lähestymistapojen niukkuutta kuvaa esimerkiksi se, että termiä 'skenaario' on käytetty lähinnä viitatessa yleisesti yksinkertaisiin tulevaisuudenkuviin, ei sinänsä ennakkoinnin menetelmiin tai lähestymistapoihin. Voidaankin todeta, että tutkimusalalla ei ole ollut erityistä pyrkimystä soveltaa tai kehittää systemaattisia ennakkointilähtöisiä lähestymistapoja mediayritysten strategiatyön, uudistumisen ja kasvun perustaksi.

Media-alalla tuotetuissa raporteissa analysoidaan kattavasti ja näkemyksellisesti 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 joustavasti 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 muutoksista, asiakkaiden tarpeisista ja uusista kasvumahdollisuuksista. Ne eivät kuitenkaan avaa systemaattisia näköaloja tulevaisuuden muutosvoimiin, epävarmuuksiin ja mahdollisuuksiin, sekä näiden välisiin kytköksiin. Siksi tässä selvityksessä hyödynnetyille skenaarioanalyysille on erityistä tarvetta.

### MEDIA-ALAN STRATEGISET TULEVAISUUSKYSYMYKSET

Toimintaympäristön muutosvoimien tunnistaminen ja epävarmuuksien ymmärtäminen on kriittistä strategiselle johtamiselle, liiketoiminnan kehittämiselle sekä uusien tuotteiden ja palvelujen innovoinnille. Tämä tulevaisuus selvitys tarjoaa virikkeitä ja näkemyksiä esimerkiksi seuraavien media-alan strategisten kysymysten pohtimiseen:

- Miten ennakoida teknologian, yhteiskunnan 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 ennakoida 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

## 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 aktiiviset voivat yhteiskunnan toimijoita. Esimerkiksi uutismedia on perinteisesti mielletty toimivan demokratian edellyttämän avoimen tiedonkulun ja yhteiskunnallisen vuorovaikutuksen mahdollistavana valtiomahtina.

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 ympärivästä 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.

# 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 keskittynyttä lukemista. Lukukokemukseen kannattaa siten varata rauhallista aikaa, jotta voit samalla pysähtyä pohtimaan sen herättämiä tulevaisuusajatuksia – se kannattaa varmasti.

**T**oinen 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 skenaarioreportti 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-ammatilaisille, 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 ennakoinnin 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 näyttävät samansuuntaisina lyhyellä aikavälillä.

**T**rendit 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 strategiatiimin koostetta vuoden 2024 trendiraporteista.

On hyvä huomioda, että pidemmällä aikavälillä trendit kuitenkin muuttuvat epävarmuuksiksi, jotka näyttävät 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-alan 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 MEDIAYRITYSTEN MÄÄRITELMÄT MUUTTUVAT, LAAJENTUVAT JA DIGITALISOITUVAT

**M**ediatoimiala kattaa laajasti joukko- viestintään keskittyviä ja kytkeytyviä liiketoiminnan aloja ja yrityksiä. Perinteisesti media-ala on jäsennetty 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. Mediayritysten näkökulmasta perinteiset jaottelut

sähköiseen mediaan, graafiseen teollisuuteen ja painettuun mediaan sekä verkkomediaan ovat usein vanhanaikaisia, sillä mediayritykset toimivat useilla kanavilla ja alustoilla. Samalla mediayrityksen tarkkarajainen määrittelyminen 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 MEDIATOIMIJOLTA

**M**edia-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 keskittymisketju jatkuu. Suomalaisen ja kotimaisilla kielillä tuotetun moniäänisen median elinvoima on yhä suuremman haasteen edessä. Kansainvälisen kilpailun kasvussa tarvitaan yhä enemmän yhteistyötä suomalaisten media-alan toimijoiden kesken, jotta suomalainen media-alan ekosysteemi pysyy elinvoimaisena ja moniäänisenä.

## TALouden NÄKYMÄT KIRISTYVÄT, MIKÄ VAIKEUTTAA MEDIAYRITYSTEN RAHOITUSTA

**G**lobaalisti 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

**U**seimmat eurooppalaiset katsovat edelleen mielellään elokuvia ja sarjoja tai kuluttavat uutisensa televisiosta. Kuluttajat ovat kuitenkin siirtymässä yhä enemmän digitaalisen median pariin suoratoisto- tai pelialustojen kautta. Peliala ja audiovisuaalinen ala elpyivät koronapandemiasta parhaiten EU:ssa uutismedian supistuessa ja ovat kasvusuhdanteessa. Liiketoiminnan kehittymisessä eri alojen välillä on suuria eroja: suoratoisto, konsoli- ja mobiilipelit, immersivinen 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

**I**hmiset viettävät yhä enemmän aikaa sosiaalisen median palveluissa. Suomalaisten 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 sisältömistään, 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 uusia

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 näyttävät 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 ilmastopöytäkirjan 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 geopoliittisia seurauksia. Nämä seuraukset heijastuvat yhä enemmän myös media-alaan ja mediayrityksiin. Kuluttajien taloustilanne huonontuu ja mediankäyttäjien monimuotoisuus lisääntyy ilmastopakolaisuuden ja maahanmuuton lisääntyessä. Lisäksi kestävä kehitys ja ympäristövastuullisuuden kasvavat vaatimukset ja sääntely muuttavat mediayritysten toimintaa.

### MEDIAN YHTEISKUNNALLINEN ROOLI KOROSTUU DEMOKRATIAN HUIPPUVUOTENA JA GEOPOLIITTISEN EPÄVARMUUDEN JATKUENA

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 journalismiin tulevaisuuteen kytkeytyy tiiviisti demokratian, sivistyksen, kulttuurisen moninaistumisen ja kansalaisten medialuokutaidon kysymykset. Median yhteiskunnallinen rooli korostuu monessa maassa demokratian huippuvuotena, kun vaalitulokset vaikuttavat merkittävästi koko maailman suuntaan tulevina vuosikymmeninä. 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 TEKÖÄLYT



GLOKAALIT KULUTTAJAT



PERINTEISET KÄYTTÖTAVAT

## Skenaario 2

### Taistelu informaatiosta

Sodan uhka paljastaa sananvapauden rajat



TURVALLISTAMINEN



MEDIAHYVINVOINTIVALTIO



VAIHTOEHTOYHTEISÖT

## Skenaario 3

### Journalismin renessanssi

Kysyntää totuuksille ja luotettavalle tiedolle



SISÄLTÖHYÖKYAALLOT



TOTUUDENETSIJÄT



UUTISMEDIAT SÄÄTIÖINÄ

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

# Skenaariotarina

## SUOMEN TALOUSVAIKEUDET JATKUVAT GLOBAALISSA MAAILMASSA

**M**aailmassa vallitsee globaalien 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 kestävyys- ja vastuullisuuden eri rytmissä, mikä aiheuttaa kitkaa sekä toimialojen että niillä toimivien erikokoisten organisaatioiden välillä. **Organisaatiot tasa-painottelevat yhteisten pelisääntöjen noudattamisen ja kilpailukyvyyn säilyttämisen välillä.**

Suomi kipuu 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, työkäisten määrä vähenee ja alueellisesti keskittävä muuttoliike jatkuu. Suomea perinteisesti kannatteleiden toimialojen, kuten metsäalan, murrokset eivät helpota talouden elpymistä. Poukkoileva politiikka ja heiluriliikkeet ääriäidasta toiseen pahentavat tilannetta. Myös Venäjällä pitkään jatkunut mullistusten aika heikentää Suomen investointiympäristön houkuttelevuutta.

## TEHOKKUUSHARPPAUKSIA RÄÄTÄLÖIDYILLÄ TEKÖÄLYILLÄ

**R**äätälöidyt tekoälyt tuottavat merkittäviä tehokkuushyötyjä ja muuttavat työntekoa radikaalisti erikoistuessaan organisaatiokohtaisesti. Eri-tyisiin 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 yleistyseen. 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 toteuttamalla 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

**Y**hteisöllisyys korostuu media-alan kehityksessä yhä kansainvälisemmässä maailmassa. Glokaalit kuluttajat käyttävät yhä enemmän sisältöiltään 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 maailman kuvan muodostamiseen. Näihin tarpeisiin vastataan kohdentamalla sisältöjä aiempaa pirstaloituneemmille kohderyhmille käyttäjätietoon tekoälyavusteisen yhdistelyn ja analytiikan kehityttyä. Yksittäisille ihmisille oikea-aikaisesti kohdennetut 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	2030	2035	
 <h3>RÄÄTÄLÖIDYT TEKÖÄLYT</h3> <p>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.</p>	<p>Tekoälykehitys jatkuu nopeana. Organisaatiot hyödyntävät laajaa joukkoa erilaisia tehtäviä toteuttavia tekoälyjä.</p> <p>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.</p>	<p>Monilta toimialoilta katoaa pieniä ja keskisuuria toimijoita, kun ne eivät kykene investoimaan tekoälyn kehittämiseen. Myös media-alalla nähdään vastaavaa kehitystä.</p> <p>EU:n uusi teknologiasääntely TMA ohjaa kehitystä kohti rajatumia, toimijakohtaisempia ja räätälöidympiä tekoälysovelluksia.</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>EU-sääntelyn vaikutus globaaliin datasääntelyyn todennetaan laajan tieteellisen tutkimuksen lopputuloksissa. Kriitikot nostavat keskusteluun TMA:ssa suuryrityksille tehdyt myönnytykset ja sääntelyn talouslähtöisyyden.</p>	
 <h3>GLOKAALIT KULUTTAJAT</h3> <p>Yhteisöllisyys ohjaa media-alan kehittymistä yhä globaalimmassa ja kansainvälisiin alustoihin nojaavassa maailmassa. Glokaalit kuluttajat käyttävät aihepesifejä ja hyperlokaaleja yhteisöllisiä medioita yhä enemmän. Oman kokemuspäivän ulkopuoliseen informaatioon suhtaudutaan lähinnä epäkiinnostuneesti, usein myös varauksellisesti.</p>	<p>Media-alan trendimäinen kehitys jatkuu vakaana.</p> <p>Medioiden yhteisöllisyys, aihepesifisyys ja paikallisuus ovat arvossaan.</p> <p>Perinteiset median käyttötavat säilyttävät asemaansa.</p> <p>Gloaalien media-alustojen käyttö kasvaa.</p> <p>Media viihteellistyy.</p>	<p>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.</p> <p>Kantarin tutkimuksen mukaan kuluttajat suhtautuvat edelleen kaikkein myönteisimmin painetuissa lehdissä näkyvään mainontaan.</p>	<p>Facebook lanseeraa aiempaa tehokkaamman, ryhmiä hyödyntävän mainostekoälyn. Vastaavat mainontaa aiempaa oikea-aikaisemmin kohdentavat tekoälyt yleistyvät.</p> <p>Xingin lanseeraama uusi sosiaalinen media kerää nopeasti käyttäjiä yhdistelemällä muiden alustojen toimintalogiikoita. Se yhdistää innovatiivisesti lyhyet videot sekä syväiset audio- ja keskustelutalustukset.</p> <p>Livelähetysten viehäytys säilyy ja lineaarisen television suosio säilyy. Somealustoille keräännytään keskustelemaan ja kommentoimaan tapahtumia. Yhä useammin livetapahtumiin myydään rajattuja määriä virtuaalilippuja sopivia laitteita omistaville kuluttajille.</p> <p>Vaikuttajamedian merkitys kasvaa. Suomen nopeimmin kasvava mediayritys on uudentyypinen vaikuttaja-markkinointialusta SPVM, joka tarjoaa analyytiikkaa, kampanjahallintaa ja kohtauttamispalveluja.</p> <p>Somen ja katkeamattoman digielämän haittavaikutuksista yhä tietoisemmat z-sukupolven edustajat ovat suurin kasvava sanoma- ja aikakauslehtien tilaajajoukko.</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 vihdoinkin vakavasti.</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>
 <h3>PERINTEISET KÄYTTÖTAVAT</h3> <p>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.</p>				

## KOTIMAISEN MEDIAN KESKITTÄMINEN JATKUU

**K**otimainen 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 muutamaamaan 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, globaalin 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 paketoitua 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

**M**edia-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. Kuukausitulauksiin pyritään kytkemään muita palveluita median ulkopuolelta, jolloin journalistiset tuotteet ovat usein vain pieni osa kokonaisuudesta.

**Alan keskittyessä mediayritykset pyrkivät luomaan synergiaetuja yhteinäistämällä käytäntöjä ja tuomalla eri toimintoja saman brändin ja alustan alle.** Vaikka kotimainen media-ala keskittyy ja datan hyödyntäminen tekoälyn avulla kehittyy, joutuvat suomalaiset mediatolot toimimaan ulkomaisia teknologiayhtiöitä vähäisemmällä asiakasdatalla. Varsinkin pienten ja keskisuurten yritysten, joilla ei ole mahdollisuuksia investoida merkittävästi omaan tekoälyyn ja analytiikkaan, on hankalaa selviytyä tässä kilpailussa. Paikallistuntemus ja alueellinen ymmärrys suojaavat jonkin verran pienimpiä toimijoita. Freelance-verkoston ja pienyritysten kanssa työskentely on olennainen osa mediayritysten 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

**T**aloudellinen 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

**N**opeasti 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 mediarytyksiin.** Lähes kaikissa työnkuissa yhteistyötä tekoälyn kanssa on lisääntynyt merkittävästi, oli kyse sitten sisällöllisessä työssä avustavia tekoälyjä, lähes itsenäisten tekoälysovelutusten ohjaamista ja valvomista tai työn suunnittelu ja johtamista tekoälyassistenttien avulla.

**Freelance-kulttuuri voimistuu media-alalla, kun yleisen työn murroksen myötä pienyrityksiin yleisty.** Verkostoituminen ja verkostojen johtaminen korostuvat mediarytyksissä, 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 kohderyhmälähtöinen osaaminen korostuu vaikuttajame-

dian ja vaikuttajamarkkinoinnin merkityksen 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

**Y**leisöt kehittyvät vuorovaikuttaviksi yhteisöiksi erityisten aihealueiden ympärille. Yhä kohdennetummille ja pirstaloituneimmille yhteisöille palveluja tuottavat yritykset menestyvät. Tekoälyä hyödyntämällä yhteisöjä ja niiden tarpeita tunnustetaan 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 mediarytyksissä, 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 tarjoamiseen kuluttajille.

**Vaikuttajamediassa ja -markkinoinnissa yleistyvät mikro- ja nanoaiikutajat,** 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 automaatioina. 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-tekniikat 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 hybridivaikuttamisella
- Perinteinen media tuo turvaa ja uutisia luetaan aktiivisesti
- Lohtuisisällöt juurruttavat ihmisiä arkeen
- Mediahyvinvointivaltio edistää tiedonvälityksen saavutettavuutta
- Militarisaatio ja turvallistaminen rajaavat sananvapautta
- Valtavirtaan kyllästyneet siirtyvät vaihtoehtolustoille
- Mediayritykset toimivat kansakuntaa yhdistävinä tekijöinä
- Geopoliittisen toimintaympäristön kiristymisen 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"> <li>• Miten ehkäistään turvallistuneen julkisen keskustelun aiheuttamaa itsesensuuria?</li> <li>• Miten taataan alan toimijoiden turvallisuus?</li> <li>• Miten varmistetaan toimittajien tiedonsaanti?</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Miten kriisinsietokykyisiä Suomen media-alan yritykset ovat?</li> <li>• Miten disinformaation leviämistä ehkäistään ja varmistetaan luotettavan tiedon tuotanto?</li> <li>• Miten tavoitetaan vaihtoehtoisille alustoille lähteneet kuluttajat?</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Minkälaiset valmiudet suomalaisella media-alalla on toimia yhteistyössä disinformaation ja ulkopuolisen vaikuttamisen ehkäisemiseksi?</li> <li>• Miten suhtaudutaan alan kiristyvään valtioneuhkukseen?</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Miten demokratia ja sananvapaus turvataan ulkoisilta uhilta? Miten kansalaiset pidetään luotettavan tiedon piirissä vaikuttamisyritysten keskellä?</li> <li>• Miten moniäänisyyttä ylläpidetään nousevan kansallisaatteen rinnalla?</li> </ul>

# Skenaariotarina

## SUOMI YHTENÄISEN LÄNNEN ETURINTAMANA

**D**emokraattinen länsi ja autoritaariset valtiot ottavat toisistaan mittaa maailmanpolitiikan areenoilla. Yhdysvallat asettuu tukemaan päättäväisesti yhtenäistä länttä, ja Kiinan tukema Venäjä jatkaa sotatoimia EU:n itärajalta 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 toimintusketjujen keskellä strategista autonomiaa, ja globaalit vapaat markkinat ovat vain muisto eilisestä. Strategisia kumppanuuksia viritellään länsimaiden lisäksi vastablokin ulkopuolelle jättäytyneisiin entisiin siirtomaihin. EU:n panokset aseellisuuteen ja strategiaan 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

**J**ärkkynyt 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. Teknologia-yrityksiin 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 yhdysvaltalaisen 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


**M**edian yhteiskunnallinen asema demokratian turvaajana korostuu ulkoisen vaikuttamistoiminnan seurauksena. Demokratioiden kansallinen yhtenäisyys vahvistuu, mutta kiihtynyt yhteiskunnan militarisoituminen rajaa mediassa käsiteltyjä poliittisia erimielisyyksiä kulttuurikysymyksiin turvallisuuspolitiikan sijaan. Suurimmat länsimaiset mediatalot ovat luotettuja toimijoita ja muihin uutislähteisiin suhtaudutaan epäilevästi. Jotkut perinteiset kansalliset mediat muuttuvat ajan hengen mukaisesti erityisen kansallismielisiksi. Informaatioisotaa 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 monipuolista 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 tuttujen 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	2030	2035
 <p><b>TURVALLISTUMINEN</b></p> <p>Ulkoisten turvallisuusuhkien kriisiyttämä demokraattinen yhteiskunta etsii sananvapauden ja -vastuun rajoja, kun kansallisen turvallisuus korostuu ja vie tilaa neljänneltä valtiomahdilta.</p>	<p>Taiwan asetetaan Kiinan toimesta kauppasaartoon massiivisen deep fake -kampanjan tukemana. Suhteet Yhdysvaltoihin kärjistyvät äärimmilleen.</p> <p>Venäjä pitää Ukrainassa valtaamansa alueet ja koettelee kyberiskuilla Viron ja Latvian vesi- ja sähköverkkoja.</p>	<p>Media-alan yritykset liitetään EU:n CER-direktiivin piiriin kriittiseksi toimialaksi velvollisuuksineen.</p> <p>TikTok kielletään EU-alueella.</p> <p>Vuoden 2029 joululahjahitti on opaskirja kriisiajan erätaidoista.</p>	<p>Kansalliset Turvallinen vaikuttaminen -koulutukset ja laatuleimat otetaan käyttöön vaikuttajamarkkinoinnissa.</p> <p>Ulkoministeriön virkailijoiden turvallisuuspoliittisista vuodoista raportoinut toimittaja luovutetaan Yhdysvaltoihin saamaan vakoilutuomio.</p> <p>Pääministerin lähipiirin laajoista taloudellisista väärinkäytöksistä kertova YLE:n MOTCast-jakso hyllytetään.</p> <p>Suomen sijoitus RSF:n lehdistönvapaus-indeksissä on 20.</p>
 <p><b>MEDIAHYVINVOINTIVALTIO</b></p> <p>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.</p>	<p>Itä-Suomen turvallisuus, elinvoimaisuus ja alueellisen median saavutettavuus nostaa huolia. Rajaseutujen resilienssin ylläpitämiseksi laaditaan tukipaketteja.</p> <p>Kampanja kansallisen edun turvaamisen lisäämisestä osaksi journalistin ohjeita jakaa mielipiteet vahvasti.</p>	<p>Hakkerit kaappaavat Linnan juhlien lähetyksen ja toimittajien live-tekooälykopiot julistavat islamistista propagandaa. Iskun jälkien osoitetaan johtavan Venäjälle, mutta syytökset kohdistetaan silti Suomen muslimiväestöön.</p> <p>#toisenluokan-kansalainen-kampanja voimistaa Suomessa monella alustalla käsiteltävää rasismikeskustelua.</p>	<p>Mediahyvinvointivaltio järjestäytyy virallisesti LVM:n alaisuuteen.</p> <p>JSN-tekoäly otetaan käyttöön uutismedian reaaliaikaiseen laadunvalvontaan.</p> <p>Startup-rahoitusta kohdennetaan S2-yhteisömedioille. Perinteiset mediayhtiöt toimivat startupien kummeina.</p> <p>Turvallisuustilanteen lisäämän lähdekriittisyyden todetaan tutkimuksissa parantaneen suomalaisten medialukutaitoa, mutta heikentäneen uskoa demokratiaan.</p>
 <p><b>VAIHTOEHTOYHTEISÖT</b></p> <p>Kriiseihin ja perinteiseen mediaan kyllästyneet käyttäjäryhmät hakeutuvat vaihtoehtoisille, vähemmän kuratoiduille alustoille kokemaan vertaisuutta ja yhteisöllisyyttä. Liikehdintä aktivoi kansalaisia mutta altistaa heidät ulkoisen vaikuttamisen piiriin.</p>	<p>TikTok sensuroi kaiken Kiinan ja Taiwanin väliseen konfliktiin liittyvän sisällön alustaltaan. Meta rajoittaa puolestaan Lähi-idän tilannetta käsittelevien sisältöjen julkaisemista.</p> <p>Laajasti käytössä olevaa tekoälykumppanisovellusta syytetään EU:ssa Venäjän propagandan levittämisestä ja käyttäjätietojen keräämisestä.</p>	<p>Discord nousee mittauksissa suomalaisten nuorten suosituimmaksi sosiaaliseksi mediaksi. Moni kotimainen mediatoimija avaa oman Signal-kanavan.</p> <p>Telegramissa toimivan nuorien suosiman kotimaisen vaihtoehtokanavan suorarahoituksen tutkinta paljastaa Kreml-yhteyksiä ja tilit suljetaan.</p>	<p>Seuratuin kotimainen sosiaalisen median tili esittelee ystäväpariskuntien muuttoa remontoitavaan vanhaan taloon ja pienyhteisöelämää omavaraistaloudessa.</p> <p>Rekisteridataan ja sosiaalisen median suodintaan perustuva ennakoiva Kontio-tekoäly otetaan käyttöön turvallisuusselvityksissä ja hakijaprofiloinnissa. Kaivosvaltauksia vastustaneen järjestön sisäisiin pikaviestintakeskusteluihin osallistuneelta evätään työpaikka ministeriöstä ja hakija syyttää poliisia yksityisyydensuojan rikkomisesta.</p>

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

Tekoälytekniikan vauhdittaman synteettisen median ottamat kehitysharppaukset nostattavat huolta kierroksella 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.**

#### KIINNITTÄMISTÄ 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 kiinnostukseen myötä. **Turvallisuuskriisissä kaventuneet julkisen keskustelun näkökulmat ja jäljessä laahaava moniäänisyys vieraannuttavat esimerkiksi nuoria, maahanmuuttajataustaisia ja huonommin toimeentulevia väestönosia, mikä lisää hakeutumista vaihtoehtojen sisältöjen pariin.** Uutis- ja viihdesisällötä 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 mediatalot 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 mediatalot konsultoivatkin heitä yhteisöjen tavoittamisessa ja oikeanlaisten viestien lähettämisessä.

#### JULKINEN VALVONTA LISÄÄ VASTUITA

Media-alan luokittelu kriittiseksi yhteiskunnalliseksi toimijaksi on lisännyt rahoitusta, mutta toisaalta kiristänyt julkista valvontaa. Kansallisen turvallisuuden näkökulma on yksi mediayritysten 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 disinformaation 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 vauhditset 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 vaikuttamiskammioitumisen johdosta erityistä huo-

miota vaativiksi mediahyvinvointivaltion tavoittelemiksi ”riskiryhmäläisiksi”.

Kaupallisten mediatalojen teknologioiden 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

**M**edia-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. ”Väärien arvojen” edustajiin kohdennetaan cancel-kampanjoita, ja tutkivia journalisteja vainoavat niin vieraan vallan agentit kuin omasta mielestään kansakunnan etua ajavat kotimaiset äärivaikuttajat.

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 hallinta korostuu ja tunnustetuille median vakiokasvoille sallitaan muita enemmän vapautta aiheiden ja näkökulmien valinnassa. Itsesensuuri ja pelko vääränlaisen sisällön julkaisemisesta lisääntyvät niiden media-ammattilaisten keskuudessa, jotka eivät ole vielä vakiinnuttaneet asemaansa.

#### VAIHTOEHTOYHTEISÖJEN TULKIT

**M**ediahyvinvointivaltio 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 liittääkseen 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, metsästykseseen, kalastukseen, puutarhanhoitoon ja pienviljelyyn keskittyvät lifestyle-mediat rakentavat uuden sukupolven yleisöjä 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 uutis seuranta 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 suosittu suoratoimituksella toimivat vaihtoehdot 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 SUOMALAISALLE MEDIALLE

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

# Skenaariotarina

## DEMOKRATIA JA HYVINVOINTIVALTIO UHATTUNA MONIKRIISIN KESKELLÄ

**E**letään monikriisin maailmassa. Vuosi vuodelta pahe-  
nevat, ilmaston lämpenemi-  
sestä johtuvat sään ääri-ilmiöt  
aiheuttavat erilaisten talous-,  
ympäristö- ja geopoliittisten kriisien  
seurauksena arvaamattomien yhteis-  
kunnallisten mullistusten aikakauden.  
Autoritaarisuuden nousu, oman edun  
tavoittelu ja pirstaloituminen leimaavat  
kansainvälistä politiikkaa ja taloutta.  
Yhdysvallat menettää sisäisten ristiriitojen  
ja epäonnistuneen ulkopoliitiikan myötä  
arvovaltansa ja kykynsä toimia kansainväli-  
sesti. Yhdysvaltojen liittolaiset jäävät oman  
onnensa nojaan ja Naton merkitys heik-  
kenee. Ristiriitainen EU ei pysty yhtenäi-  
seen 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, ratkaise-  
minen on edelleen alisteinen taloudelle,  
turvallisuudelle ja muille poliittisille  
painotuksille. Globaalin talouden hei-  
kentyessä 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 valin-  
toja. Suomi pyrkii selviytymään poh-  
joismaisen yhteistyön ja kahdenvälisen  
suhteiden avulla. Väestönkasvu keskittyy  
lisääntyneen maahanmuuton kautta vah-  
vasti kaupunkiin. Toisaalta maaseu-  
tukaan ei autoidu, kun kansainvälinen  
taloudellinen tilanne pakottaa omavarai-  
sempaan ruoan, materiaalien ja energian  
tuotantoon. Muuttajia Suomeen olisi huo-  
mattavasti enemmän kuin heitä halutaan  
ottaa vastaan.

## TOTUUS HÄMÄRTYY SISÄLTÖHYÖKYAALLOISSA

**T**eknologian sääntelyssä kansal-  
liset lait ja kansainvälinen nor-  
misto eivät pysy uusien sovel-  
lusten vauhdissa. Lähes täysin  
pidäkkeetön kehitys jättää valti-  
oille 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 poliit-  
tisten mielipiteiden takia.

Tekoälyn tuottamat sisältöhyökykaallot  
rikkovat perinteisen internetin hyö-  
dyllisyyttä. Hallitsematon sovellusten  
käyttöönnotto johtaa tilanteeseen, jossa  
internetin informaatioympäristö täyttyy  
generatiivisesta tekoälysaasteesta, joka  
itseltään oppiessaan muuntuu luonteel-  
taan pikemminkin degeneroivaksi. Sisäl-  
töhyökykaaltoa syntyy tasaisesti uusien ja  
entistä tehokkaampien tekoälysovellusten  
seurauksena. Internetin sisällön määrä  
lisääntyy eksponentiaalisesti ja laatu  
heikkenee nopeasti.

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

ja verkoista että eristäytymiseen suljet-  
tuihin ja valvotumpiin erillisverkkoihin  
ja alustoihin.

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




Epämääräinen ja vaikutuksiltaan han-  
kalasti käsitettävä monikriisi lisää keski-  
luokkaisissa 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, miltä  
asiat vaikuttavat.

## MEDIAT SEURAAVAT YLEISÖJÄ NIIDEN JAKAUTUESSA ERILAISILLE ALUSTOILLE

**M**ediat joutuvat erikoistumaan  
ja media-ala pirstaloituu  
sisältöhyökykaaltojen keskellä.  
Tekoälyn tuottamat automaat-  
tiseen sisällöntuotantoon ja  
kopiointiin perustuvat mediat pyrkivät toki  
tavoittamaan suuria joukkoja, mutta niiden  
sisältöjen laatu on heikkoa ja sisällön kopi-  
ointi lähes reaaliaikaista. Siksi erikoistu-  
minen on usein paras liiketoiminnallinen  
vaihtoehto. Media-alalle kehittyikin suu-  
ressa osassa maita joukko pieniä ja keski-  
suuria toimijoita ja suljetumpia yhteisöjä,  
jotka hyödyntävät uusia kuluttamisen  
muotoja ja erikoistuneita sisältöjä.

Totuudenetsijät eli luotettavaa tietoa  
etsivät yleisöt jakautuvat useille erilai-  
sille alustoille. Sekavassa mediaympäris-  
tössä viihdettä ja tietoa haetaan usein eri  
paikoista, ja myös markkinoijat joutuvat

## JOURNALISMIN RENESSANSI: KESKEISET MUUTOSVOIMAT AIKAJANALLA

	2027	2030	2035
 <p><b>SISÄLTÖHYÖKYAALLOT</b></p> <p>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.</p>	<p>Lähes kaikki yritykset ovat mukana tekoälyn yleistymisen hyökyaalossa tavoitellen taloudellisia hyötyjä.</p> <p>Google ja Bing kilpailevat länsimaiden hakukoneherruudesta, kilpailevat sisällön määrässä ja sallivat vapaiden tekoälysisältöjen näkyvyyden hauissaan.</p>	<p>Hakukonetuloksia on yhä helpompi optimoida tekoälyn tuottaman sisällön avulla. Hakutuloksissa korkeimmalle nousevat sivut vaihtuvat päivittäin ja tulosten laatu heikkenee nopeasti tekoälyn tuottamien sisältöjen takia.</p> <p>Hakukoneet eivät enää pysty erottamaan tekoälysaastetta ja oikeaa tietoa toisistaan. Google menettää nopeasti 90 prosenttia käyttäjistään.</p> <p>Lukuisat kansalliset ja kansainväliset, suuren mittaluokan oikeusjutut tekoälyn kopioiman sisällön käyttöoikeuksista ja totuudellisuudesta pirstaloivat teknologian sääntelyä sekä ihmisten ymmärrystä tiedon luotettavuudesta. Yritykset ja valtiot reagoivat ilmiöön ajamalla omia etujaan.</p>	<p>Internet, sellaisena kuin se on tunnettu, on muuttunut suurelta osin käyttökelvottomaksi.</p> <p>Uudet kuratoidut hakutietokannat, digitaaliset tietokirjat, keräävät nopeasti uusia käyttäjiä ja lahjoittajia.</p> <p>Ensimmäiset suomenkieliset kuratoidut hakutietokannat eli päivittyvät digitaaliset tietokirjat julkaistaan. Wikipedia tarjoaa mallin ja päivitys tehdään käsityönä.</p> <p>Suomalaiset siirtyvät uusien digitaalisten tietokirjojen käyttäjiksi.</p> <p>Salaliittoteoriat digitaalisten tietokirjojen piiloagendoista alkavat jo ennen palvelujen lanseerauksia.</p> <p>Internetin rakenne ja käyttötavat ovat muuttuneet perustavanlaatuisesti sisältöjen sekavuuden ja runsaan määrän takia. Suljetuille keskustelufoorumeille koittaa uusi kukoistuskauti.</p> <p>Ihmiset suojautuvat yleisen internetin sisältöjen heikolta laadulta eristäytymällä suljetuille alustoille ja erillisverkkoihin.</p> <p>Äärimmäisiin totuuksiin uskomisen yleistyy ja poliittinen polarisaatio korostuu demokraattisissa valtioissa. Perhelähtöinen koulupudokkuus lisääntyy myös Suomessa merkittävästi.</p>
 <p><b>TOTUUDENETSIJÄT</b></p> <p>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 vaihtoehtototuuksien äärelle, joissa yhteiset instituutiot ja niiden valtatotuudet kyseenalaistetaan.</p>	<p>Suomen eduskuntavaaleissa vuonna 2027 koetaan ennennäkemättömän raju informaatiovaikuttamisen hyökkäys.</p> <p>Kansalaisyhteiskunta on kuitenkin valppaana ja mediatatolot onnistuvat lähes reaaliaikaisesti torjumaan disinformaation. Hyökkäys yhdistää suomalaisia ja herättää laajan keskustelun suomalaisen demokratian ja sivistyksen tulevaisuudesta.</p> <p>Monet pitävät vaaleja kaikkien aikojen huijauksena ja kokevat tullessa demokratian pettämäksi.</p>	<p>Disinformaation lisääntymisen ja uusien deepfake-teknologioiden myötä internetissä olevan tiedon ymmärtäminen ja todentaminen muuttuu yhä vaikeammaksi.</p> <p>Lähes kaikissa Euroopan maissa nähdään merkittäviä ja aggressiivisia vaalivaikuttamishyökkäyksiä. Hyökkäysten onnistuminen ja vaikuttaminen vaalien tuloksiin vaihtelee, mutta ihmisiä yhdistävä ja toisaalta erillisiin todellisuuksiin ajava vaikutus ilmenee kaikkialla.</p> <p>Tieto, journalismi ja demokratia koetaan uhatuksi – jotain on tehtävä. Pohjois- ja Keski-Euroopan mediapiireissä nousee liike uutismedian tulevaisuuden turvaamisesta arvopohjaisten säätiöiden avulla.</p> <p>Uutismedioita säätiöidään arvopohjaisesti sekä Suomessa että muualla Euroopassa. Erityisesti journalistinen etiikka ja tutkivan journalismin periaatteet korostuvat.</p>	<p>Säätiötetyt uutismediat keräävät yhä merkittävimpiä lahjoituksia rikkailta ja hyväosaisilta kansalaisilta, jotka haluavat puolustaa demokratiaa ja luotettavaa tutkittua tietoa. Tämä kiihdyttää vaihtoehtoisissa totuuksissa elävien epäilyksiä uutismedioista eliitin vallan ja hallinnan välineinä, mikä syventää vastakkainasettelua entisestään.</p>
 <p><b>UUTISMIEDIAT SÄÄTIÖINÄ</b></p> <p>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.</p>	<p>Useat mediayritykset hyödyntävät aggressiivisesti ”sisältöfarmitekkoälyä”, jolla on korvattu ihmistyötä ja journalisteja taloudellisia hyötyjä tavoitellessa.</p>	<p>Medialukutaidon opetus tulee pakolliseksi kaikille peruskoulun luokille. Opetus toteutetaan mediatalojen ja OKM:n yhteishankkeena.</p> <p>Ihmiset ovat yhä kyllästyneempiä tekoälyn tuottamaan sisältöön. Monet pienet toimijat ja yhden aiheen mediat menestyvät inhimillisemmällä lähestymistavalla ja erikoistuneilla sisällöillä.</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 säätiöpohjaisten uutismedioiden toiminta kielletään autoritaarisissa maissa Unkarin tapahtumien välttämiseksi. Toiminta jatkuu maanalaisen vastarintaliikkeen hengessä monissa maissa.</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 tunteamista, 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

**S**uomessa media-ala seuraa kansainvälistä kehitystä, jossa mediayritykset erikoistuvat ja pirstaloituvat pienempiin yksiköihin palvelemaan kohdennettumpia yleisöjä. Perinteiset median käyttötavat ja kanavat pysyvät merkittävänä, vaikka myös uudentyypiset 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 totuuk-sien yhteisöihin.**

### UUTISMEDIOIDEN UUDISTUMINEN

**M**onissa Keski- ja Pohjois-Euroopan maissa uutismedioiden omistus siirtyy yhä useammin säätöille 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 sisältöhyökyaalto. Lisäksi pyrkimys luotettavan tiedon tuottamiseen korostuu monitulkintaisten yhteiskunnallisten kriisien keskellä. Sekä viihteen ja tiedon eriytymistrendi että tutkivan journalismin yhteensopimattomuus kaupallisen logiikan kanssa tukee säätöitymisen 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.

Säätöt toimivat joko perustamis-pääomansa turvin tai ne omistavat osia muista yrityksistä, joiden tuotoilla uutismedian arvopohjaista toimintaa rahoitetaan. Yleisöiltään nämä uutismediat eivät tällöin veloita maksuja. Sisältöjen ilmaisuus osaltaan takaa, että automaattinen kopiointi ei vie lukijoita muihin palveluihin. Toimintaa rahoitetaan myös lahjoituksin, esimerkiksi varakkailta yksityis-

henkilöiltä. Myös joukkorahoitetut mediahankkeet yleistyvät.

**Sekä viihdemediat että vaihtoehtomediat jatkavat toimintaa media-alalle tyypillisillä ansaintamalleilla, kuten tilaus- ja jäsenyysmaksuilla, mainoksilla, freemium-malleilla ja verkkokaupalla.** 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 sivistyksen hengessä suomenkielinen kirja-ala menestyy hyvin ja sitä tuetaan myös poliittisin päätöksin.** Kouluissa jaetaan kirjoja yhteiskunnan varoilla oppilaiden luettavaksi, kirjoilta poistetaan arvonlisävero ja työpaikkojen kulttuuriedut laajentuvat koskemaan kirjallisuuden hankintaa. Myös opetusmateriaaleille 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

**Y**leisradion rooli uutismedianana sekä suomalaisen kulttuurin ja kotimaisten kielten ylläpitäjänä säilyy lähes ennallaan. Ylen rahoitusta kuitenkin leikataan hankalassa taloudellisessa tilanteessa, mikä johtaa erityisesti sen tuottamien viihdesisältöjen karsimiseen. **Uutismedioiden säätöityminen muuttaa niiden roolia Ylen kaltaiseksi, mutta molemmille löytyy lukijoita ja katsojia journalismin kysynnän yleisen kasvun takia.**

**Vaihtoehtoistotuksia 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

Sisältöhyökykaallot 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 kunniakas 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 hämärtaa 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 haku-koneet 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 SUOMALAISELLE MEDIALLE

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

# Skenaariotarina

## DATA JA RAHA ON VALTAA

**G**lobalisaatio on ottanut niskan kasvu kangistaneesta geopolittisesta 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 lobbareiden 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

**N**opea teknologian ja tekoälyjen käyttöönotto johti 2020-luvulla kuluttajien turvallisuuden ja yksityisyyden vaarantumiseen ja valesisältöjen nopeaan lisääntymiseen. Yritysvastuussaan epäonnistuneet organisaatiot kokivat merkittävää mainehaittaa, mikä johti niin kiinalaisten kuin yhdysvaltalais-tenkin 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 datalakeja 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 maksukykyyn sekä sosiaalisen ja kulttuurisen pääoman mukaan. Vuonna 2035 median käyttäjät ovat Suomessakin jakautuneet vauraan maksumuurieliittiin ja digipreka-

riaattiin, joista jälkimmäiseen lukeutuu suuri osa suomalaisista.

## LÄPIKOTAINEN VIIHTEELLISTYMINEN

**K**ansainvälinen 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 journalismin kysyntä on vähentynyt. Kansainvälisten uutisten räätälöityjä yhteenvetoja katsellaan ja kuunnellaan livenä lempi-

## VIIHTEN VOIMA: KESKEISET MUUTOSVOIMAT AIKAJANALLA

	2027	2030	2035		
 <p><b>DATAVALTA</b></p> <p>"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.</p>	<p>Deepfake-tutkinta USA:n presidentinvaa- leista valmistuu. Yri- tysten paine ja sitou- tuminen generatiivisen tekoälyn parempaan laa- dunvalvontaan lisääntyy.</p> <p>Kotimaisten mediasisältöjen parissa käytetty aikaosuus on laskenut 30 prosenttiin kokonaiskäytöstä.</p>	<p>GenAI-avusteisesti tuotetut sisällöt saadaan tekijänoikeuksien piiriin Yhdysvalloissa.</p> <p>EU keventää tekoälyn ja datan hyödyntämisen sääntelyä kilpailulähtökohdista.</p>	<p>Suomen AX-mediasisällöt siirtyvät osaksi AX-moniala- konsernia. Etukortit yhdiste- tään käyttäjätileihin. Kilpaileva media-monialakonserni BY muodostetaan samana vuonna.</p> <p>Metan Quest-käyttäjät voivat halutessaan seurata Super- bowl MMXXXI-tapahtumaa virtuaalisesti pelikentältä.</p>	<p>Disney ostaa Viacom.</p> <p>Yhdysvaltoihin valitaan keskitien agendalla kampanjoiva sitoutumaton Piilaakso- taustainen presidentti.</p> <p>Tekoälyllä monistettu Taylor Swift esiintyy räätälöidyillä settilistoilla samanaikaisesti kaikissa osavaltioissa ennen luovaa taukoaan.</p>	<p>Suomessa on jäljellä enää kaksi suurta kaupallista mediayritystä, jotka ovat yhdistäneet toimintojaan datarikkaiden yritysten (esi- merkiksi vähittäiskaupat) kanssa ja toimivat monipuo- lisia palveluja tarjoavina käyt- täjädatan aggregaattoreina.</p> <p>Ensimmäinen kiinalaiselle ohjaajalle myönnetty parhaan kansainvälisen elokuvan Oscar.</p>
 <p><b>MAKSUMURIELIITTI</b></p> <p>"Aika on rahaa". Teknologian kehitys mahdollistaa vihdoon lisääntyneen vapaa-ajan. Kuukausimaksullinen "Life as a Service" -palvelu huolehtii digitaalisella avatarilla arjesta ja tarjoaa ajan kuluksi erottuvaa, puhuttelevaa ja laadukasta <i>taidetta ja tietoa</i> sisällön sijaan. Laatu ja vertaiskokemukset ovat elämänpalvelujen mediatoimintojen ydintä, aitous on kuratointikysymys. Omaa dataa hallitaan ja luovutetaan parempien palvelujen saamiseksi.</p>	<p>AX-Media ja BY-media ostavat laa- jasti pienempiä mediataloja. Suurin osa sisällöistä suljetaan maksu- muurien taakse.</p> <p>Sekä AX- että BY- medialla on käytössään oma versio generatiivi- sesti viikon uutiskatsa- uksen tekevästä tekoä- lykirjeenvaihtajasta.</p>	<p>Nähdään ensimmäinen käyttäjän valtuuttaman tekoälyavatarin prototyypin online- asiointi vähittäiskaupassa.</p> <p>Keskustelu- ohjelman kär- jistynyt sanan- vaihto XY-me- dian sarjan pilottijakson kohtaamasta piratismista kirvoittaa sosi- aalisessa medi- assa jaksosta kymmeniä gene- ratiivisia kopio- versioita.</p>	<p>AX- ja BY-median kilpailevat Koti- ja Elo-elämänpalvelut lanseerataan. Pal- velut rakentuvat älylaitteen, kalenterin, korttien ja kodin IoT-laitteiden ympä- rille. Arkkitehtuurit tulevat AWS:ltä ja Alphabetilta. Molempiin sisältyy muun muassa hiilijalanjälkilaskuri.</p> <p>UMK-esikarsinnoissa ääneste- tään ensimmäisellä kierroksella AX- ja BY-median artistiroste- rien väliltä. Tilaajajäsenillä on painotetut äänet.</p> <p>Jääkiekon MM-kisojen finaali vuonna 2030 lyö pay per view -maksujen Suomen ennätyksen. (Suomi voittaa.)</p>	<p>AX-media saa Suo- men-oikeudet Star Wars ja Star Trek -universumien crossover-sisäl- töihin.</p> <p>BY-media digitoi Vesa-Matti Loirin näköisversion.</p> <p>Käärijä-näköistekoäly on myyty 10 000 kotitalouteen.</p>	<p>Henkilökohtainen avatar hoitaa keskimäärin 30 prosenttia Elo-palvelun premium-käyttäjien arjen asioinnista.</p> <p>Ensimmäiset elämänpalvelun räätälöimät käyttäjän hauta- jaiset järjestetään Suomessa.</p> <p>Suomen ensim- mäinen tubettaja- taustainen ehdokas aloittaa presidentin- vaalikampanjan.</p> <p>Tekoälykumppanit liitetään valinnai- sesti ylläpidettä- vänä rekisterinä väestötietoihin.</p>
 <p><b>DIGIPREKARIAATTI</b></p> <p>"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.</p>	<p>Mainokset tulevat Spotifyn ja Netflixin edullisimpiin maksullisiin versioihin.</p> <p>Suoratoistopalvelun tuottaman elokuvan käyttäjäpreferenssien mukaan personoitu loppuratkaisu aiheuttaa skandaalin.</p>	<p>Julkisiin kirjasto- palveluihin tulee nimellinen palvelumaksu.</p>	<p>Rahapeliuudistus: Suomen somen synteettisten netti- kasinovaikuttajien määrä räjähtää.</p> <p>Työllisyysaste laskee Suo- messa 65 prosenttiin. Tek- nologista työttömyyttä pide- tään merkittävänä syynä.</p>	<p>Vuoden 2029 kuntavaaleissa on 40 prosentin äänestysaktiivisuus.</p> <p>Huolestuneet vanhemmat tekevät EU-joukkokanteen Epic Gamesin mikrotransaktiopoh- jaista täysin generatiivista mul- tiplatform f2p -peliä kohtaan.</p>	<p>Neet-nuoria on 25 prosenttia 18-25- vuotiaiden ikäluokasta.</p>

julkiksen lukemana äylaitteelta 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

**K**ansainvälistyminen ja kouluttavien ilmaissisältöjen lisääntyminen johtaa **mediamarkkinan 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 käyttäjätietojen 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 teknologiayhtiöitä. Kotimaisten media-toimintojen 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

**S**uurimpien 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 tekoälyavustarit, 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. Elämänpalveluiden mediapalvelut hankkivatkin verkostoihinsa julkisuuden henkilöitä, joiden kanssa kuluttajat haluavat päästä suoraan vuorovaikutukseen some- ja pelialustoilla, sekä live-tapahtumissa, ja jotka vastavuoroisesti toimivat palveluiden brändilähteläinä ja mainostajina.

Kuluttajille tarjotaan helposti hyödynnettäviä työkaluja laadukkaiden sisältöjen suodattamiseen mediavirrasta. **Ratkaisuina 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 sisältöt ovat säilyttäneet vannonutuneita

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

### HUOLI SIVISTYKSESTÄ HERÄÄ

**M**ediaympäristön nopea muutos ja kansan jakautuminen medialukutaidon mukaan on herättänyt huolta yhteiskunnan sivistyksen tilasta ja nostanut painetta peruskoulutukselle ja mediakasvatukselle. **Maksumuuri- ja ulkopuolinen digiprekariaatti ui uusien petokalojen täyttämässä globaalin mediavirran valtameressä ja elää jatkuvaan, pitkälti algoritmien sanelemaa ääretöntä nykyhetkeä.** Psykologisesti räätälöidyn mainonnan lisäksi ilmiönä nousevat generatiiviset (uhka)pelit, joiden sisältöt 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 uutistenvälittelyyn 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 tavoittavuutta 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

**M**onet elämänpalvelujen mediatoimintojen tuotannossa työskentelevistä toimii suoraan tai välillisesti teknologian, datan ja analytiikan parissa. He esimerkiksi konseptivat 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 pyrkivät omia sisältötuotannon koneistojaan ja kilpailevat kärkituotteillaan ja julkisrostereillaan 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 sisältötuotantoa.

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 osajien tuella syntyy laadukkaita ja eri-

koistuneita sisältötuotannon pienyrityksiä, joiden toimesta tuotetaan vanhoille 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 vaikutavuudesta emoyhtiöille.

## AITOUS PUHUTTELEE

**M**edian vahvasta keskittymisestä huolimatta pienillä resursseilla toimivia ja autenttisuuden puolesta puhuvia sisältötuottajia 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. Ihmisvaikuttajat 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. Lähetysket 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.





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

## 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	II STRATEGISET JOHTOPÄÄTÖKSET
<ul style="list-style-type: none"> <li>Tarkastellaan skenaariokohtaisesti vaikutuksia organisaation toimintaan. <ul style="list-style-type: none"> <li>Mahdollisuudet, uhat ja toimenpiteet</li> <li>Kuvataan skenaarioista nousevat mahdollisuudet ja uhat.</li> </ul> </li> <li>Listataan joukko toimenpiteitä, miten hyödynnämme tunnistettuja mahdollisuuksia ja varaudutaan/ehkäistään uhkia.</li> <li>Tuulitunneloidaan nykyistä strategiaa ja toimintaa skenaariota vasten. <ul style="list-style-type: none"> <li>Perustellaan, mitkä osat nykyisessä strategiassa ja toiminnassa toimivat skenaarion maailmassa.</li> <li>Listataan mitkä asiat eivät toimi ja miten ne tulisi muuttaa.</li> <li>Luodaan uusi, skenaarioon sopiva strategia.</li> </ul> </li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Skenaarioista riippumattomat, välttämättömät toimenpiteet toimivat syötteinä skenaariotyöstä organisaation strategiatyöhön.</li> <li>Tunnistetaan varautumissuunnitelmissa kuvattuja toimenpiteitä, jotka joko <ul style="list-style-type: none"> <li>näyttävät toimivan riippumatta toteutuvasta tulevaisuudesta eli ne esiintyvät useiden skenaarioiden varautumissuunnitelmissa, tai</li> <li>toimenpiteitä, jotka tukevat erityisen hyvin organisaation strategian toteutumista.</li> </ul> </li> </ul>

## 5. SKENAARIOIDEN VAIKUTUSANALYYSIT: KASVUAIHIOIOT

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	II KASVUAIHIOIDEN ARVIOINTI
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Hypätkää vuoteen 2035 skenaarion maailmaan ja kuvitelkaa yrityksellenne radikaali uusi visio ja siihen liittyvät liiketoimintamallit.</li> <li>• Olettakaa, että juuri teidän organisaationne on onnistunut uudistumaan ja menestymään erinomaisesti.</li> <li>• 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.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Arvioikaa skenaariokohtaisesti ideoituja visioita ja liiketoimintamalleja yrityksenne normaalin innovaatioprosessin kautta.</li> <li>• Huomioikaa ideoiden skenaariokohtaisuus ja muokatkaa niitä tarvittaessa yleisempään, lähitulevaisuuden huomioon ottavaan suuntaan.</li> <li>• Valitkaa parhaat löydetyt kasvuaihiot jatkokehittettäväksi normaalin innovaatioprosessinne mukaisesti.</li> </ul>

## 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	II KEHITETTÄVÄT KYVYKKYYDET
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Tunnistakaa skenaariokohtaisesti tarvittavia kyvykkyyksiä ja osaamisia.</li> <li>• Ideoikaa ensin kaikki kyvykkyydet, mitä skenaariossa tarvitaan.</li> <li>• Kategorisoikaa ja ryhmitelkää tunnistetut kyvykkyydet kokonaisuuksiin, jotka liittyvät omaan toimintaanne.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Valitkaa skenaariolähtöisesti tunnistetuista kyvykkyyksistä strategiaanne parhaiten tukevat ja kehitettävät kyvykkyydet</li> <li>• Mitä useammassa skenaariossa kyvykkyyttä tarvitaan, sitä todennäköisemmin se on välttämättömyys tulevaisuudessa.</li> <li>• Luokaa tarkemmat suunnitelma valittujen kyvykkyyksien kehittämiseen oman organisaationne tavalla kasvattaa ja kehittää osaamista.</li> </ul>





## 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.

**V**aikka tulevaisuus selvityksen varsinaisena toteuttajana toimi pieni ja tiivis projektiryhmä, tulevaisuus selvitykseen on osallistunut laajasti media-alan toimijoita ja ammattilaisia Suomesta ja maailmalta. Hankkeen tarkoituksena olikin 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 konsepteja 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 kehittymiseen vaikuttavat kriittiset muutosvoimat, trendit ja epävarmuustekijät

**M**edia-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 arvonaluonnin 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 yrityskohtaisesti.

Tiedonhankinnan pohjalta tunnistettiin media-alan kehittymiseen 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

**S**kenaarioiden 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 monimutkaisien systeemien vaihtoehtoisia tulevaisuuksia. Menetelmä kuuluu formatiivisiin skenaariomenetelmiin, joissa kvalitatiivisen arvioinnin pohjalta tunnistetaan toimintaympäristön muutostekijät, joiden välisiä riippuvuus suhteita 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 asiantuntijahaastatteluissa. 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**

**L**uotujen skenaarioiden vaikutuksia ja niiden suomalaiselle media-alalle nostamia kriittisiä kysymyksiä pohdittiin asiantuntijatyöpajassa analysoimalla skenaarioiden vaikutuksia niin ammattilaisiin, mediarytyksiin, 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 mediarytykset voivat hyödyntää tulevaisuus selvitystä strategiatyössä, organisaatioiden uudistumisessa ja liiketoiminnan kehittämisessä. Tiekartan tavoitteena on näin lisätä julkisen ja avoimesti saatavilla olevan skenaarioreportin vaikuttavuutta media-alalla.

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

## Tekijät

**K**auppatieteiden maisteri **Risto Lähti** vastasi projektipäällikkönä hankkeen käytännön toteuttamisesta sekä skenaariotyöstä. Hän työskentelee Senior Advisorina Capfulilla, vastuullaan ennakkointi ja skenaariot -osaamisalueen kehittäminen ja valittujen hankkeiden johtaminen.

Valtiotieteiden maisteri **Paul Hermanson** 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 Paltschik** 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 strategiatyöhön erikoistunut liikkeenjohdon konsulttitoimisto, jolla on yli 20 vuoden kokemus ennakkointimenetelmien hyödyntämisestä yritysten ja julkishallinnon organisaatioiden strategia- ja kehittämisessä. 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 