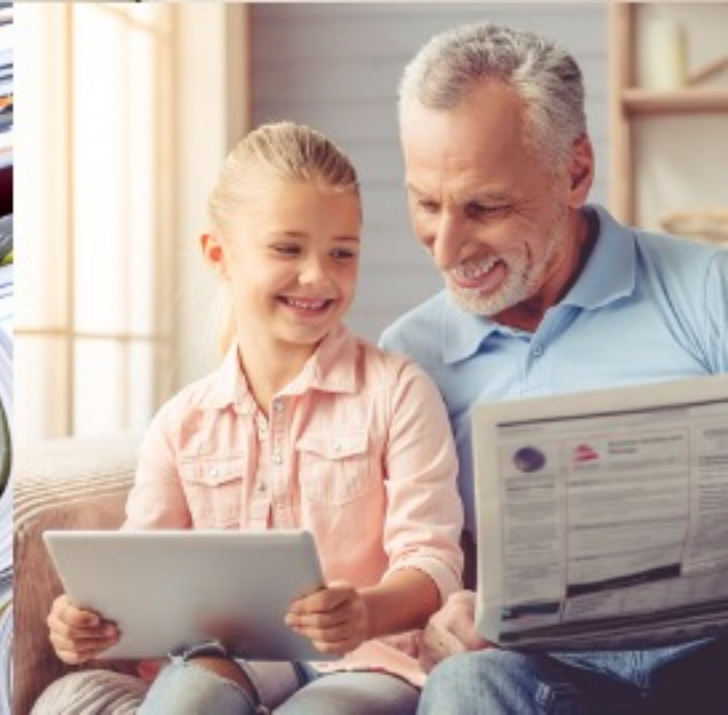


Suomalainen media – työn muutokseen vaikuttavat trendit ja osaaminen tulevaisuudessa

Noora Alanne
18.02.2022



Agenda

- Suomalainen mediaympäristö ja työn tulevaisuuteen vaikuttavat trendit
- Median uusia liiketoiminta-alueita ja palveluita
- Osaamistarpeet tulevaisuudessa ja koulutuksen nykytila
 - MediaTyö2030 – alan ja oppilaitosten kehittämishanke

Suomalainen mediaympäristö ja työn tulevaisuuteen vaikuttavat trendit

Media-ala / mediayhtiöiden toimialueita

Uutismedia

Aikakausmedia

Kirjat ja
oppimateriaalit

Kaupalliset televisiot

Kaupalliset radiot

Graafinen teollisuus

Jakelu

Digitaaliset
sisältöpalvelut ja
markkinapaikat

Viestintä- ja
markkinointipalvelut

Media-alan murrokseen vaikuttavat tekijät

1. DEMOGRAFIA JA KAUPUNGISTUMINEN
2. SISÄLLÖNTUOTANNON DIGITALISOITUMINEN
3. MEDIAN KULUTUKSEN MURROS
4. TEKNOLOGIA (AI, AR, VR, MR)
5. LIIKETOIMINNAN KEHITYS JA UUDET TULONLÄHTEET
6. EKOLOGINEN KESTÄVYYSKRIISI ELI ILMASTONMUUTOS

Teknologiatrendit

**Tekoäly
ja
koneoppiminen**



**Data-
lähtöisyys**

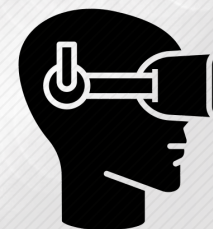
**Botit
Keskusteluun
Ja sisällön
-tuotantoon**



**Puheohjaus ja
virtuaaliassistentit**



**AR,VR ja
MR**



Globaalit digijätit hallitsevat markkinoita

1 410 mrd. €



Yritysten markkina-arvot 6.11.2020
Suomen valtion talousarvio 2021*

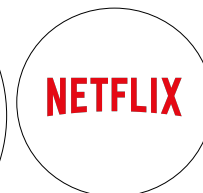
Suomalaiset pörssilistatut
mediayritykset**: 2,9 mrd. €

○ ** 2,9 mrd. €

⊕ *64,2 mrd. €

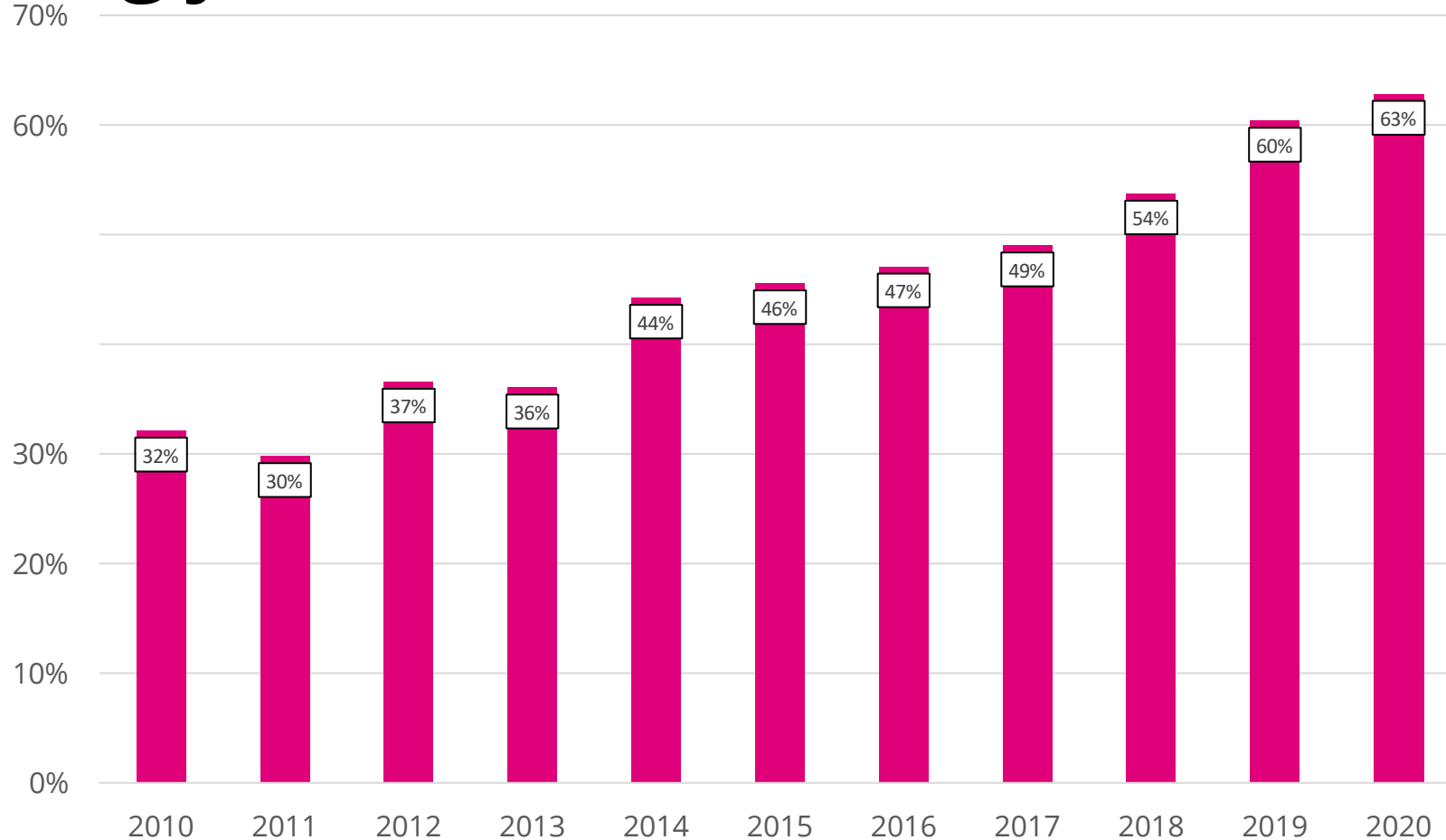
1 005 mrd. €

Alphabet
Google



192 mrd. €

Digijättien osuus verkkomainonnasta 2010-2020



Median uusia liiketoiminta-alueita ja palveluita



**Sisältömarkkinointi ja
markkinointipalvelut**

Tapahtumat

Datapalvelut

Ulkomainonta (DooH)

E-urheilu

Radio ja podcast

**Verkkokauppa
Ja verkon
markkinapaikat**

**Verkkosivu-
palvelut ja
analytiikka**

**Terveys-
hyvinvointipalvelut**

Osaamistarpeet tulevaisuudessa ja koulutuksen nykytila

Digitalisaation aiheuttamiin työnkuvien muutoksiin reagoiminen ja teknologian tuomien etujen täysimääräinen hyödyntäminen edellyttää uudenlaista osaamista ja mm. täydennyskoulutusta (=jatkuvan oppimisen malleja).

Tunnistettuja osaamisalueita joihin tarvitaan lisää koulutusta

Ihmisen ja koneen yhteistyö
Liiketoimintaosaaminen
Käytettävyys
Kirjoittamisen perustaidot
Yhteiskunnalliset teemat

Tunnistettut haasteet osaamisen ja jatkuvan oppimisen edistämässä

- Mediaosaaja 2030 -tutkimuksessa kartoitetuista noin 100 koulutusohjelmista noin **83 prosenttia** oli tarkoitettu päätoimiseen opiskeluun. (NIBS 2019)
 - Yksikään kartoitetuista kokonaisuuksista ei ollut täysin etänä suoritettavissa.
- Sivutoimisia koulutusohjelmia tarjoaa lähinnä yksityinen puoli.
- Media-alalle tärkeitä taitoja/ kokonaisuuksia kuten datajournalismia opetetaan vain päätoimisisissa tutkinnoissa ja ohjelmoinnin perustaitoja ei opeteta alaspesifisti

Kuinka jatkuva oppiminen ja kouluttautuminen toteutuu tällä hetkellä media-alan yrityksissä?

Pääosin

- Sisäisillä koulutusohjelmilla
- yksittäisillä koulutuksilla/ kursseilla
- hyödyntämällä yksityisiä, kaupallisia kouluttajia.

Media-alan houkuttelevuuden parantaminen pitkällä tähtäimellä



- **Vain 25 prosenttia** media-alan toimijoista kokee oppilaitosten koulutusohjelmien kykenevän tuottamaan huippuosaajia media-alalle.
- Alan houkuttelevuuden parantamiseksi tulee:
 - 1) Media-alan työnantajien kehittää erilaisia yhteistyömuotoja koulutuslaitosten kanssa alan imagon parantamiseksi.
 - 2) Media-alan toimijoiden välittää yleiskuvaa rohkeammasta ja uramahdollisuuksiltaan rikkaammasta media-alasta.

MediaTyö2030 -hanke

Työkokonaisuus 1: Jatkuva oppiminen ja osaamisen kehittäminen yrityksissä

- haetaan yrityksille sellaisia ratkaisuja, joista olisi lyhyellä aikavälillä apua osaamisen kehittämiseen.

Työkokonaisuus 2: Pitkäjänteinen yhteistyö toimialan ja oppilaitosten välillä

- parannetaan oppilaitosyhteistyötä pitkäjänteisesti luomalla vahvan, säännöllisesti kohtaavan ja tavoitteellisen verkoston.

Hankkeesta syntyvän tiedon pohjalta pyritään edistämään toimialan brändimielikuvia ja osaamista ja ennen kaikkea vastaamaan alan työpaikkojen tarpeisiin lyhyellä ja pitkällä tähtäimellä.

2. Työkokonaisuus - oppilaitosten ja media-alan välisen yhteistyön parantaminen

Koulutuksen ja media-alan yhteistyön olisi hyvä olla vielä nykyistä tiiviimpää

Oppilaitosten toimivat verkostot työelämään nähdään tärkeinä, lisäksi tulisi panostaa vielä enemmän seuraavien mahdollisuuksien kehittämiseen:

- työelämäprofessuurit,
- tutkimushankkeet,
- workshopit,
- projektit,
- tapaamiset,
- foorumit ja seminaarit,
- opiskelijoiden harjoittelut ja yrityksille tehdyt opinnäytetyöt.

Linkkejä ja lähteitä

- Tuorein Reuters Institute Digital News Report- Suomen maaraportti https://www.mediaalantutkimussaatio.fi/wp-content/uploads/Reuters-Uutismedia-verkossa-raportti-Suomi_2021.pdf
- Media- ja viestintäalan osaamistarpeet, OPH, VOSE -hanke 2020 https://www.oph.fi/sites/default/files/documents/media-ja-viestintaalan-osaamistarpeet_0.pdf
- Mediaosaaja 2030 -tutkimushankkeen raportti <https://www.mediaalantutkimussaatio.fi/tutkimukset/tutkimushankkeet/mediaosaaja-2030/>
- Tow Center for Digital Journalism – A research on how platforms affect journalism: <https://academiccommons.columbia.edu/catalog/ac:15dv41ns27>
- Väitöskirja: Changing landscape of online media <https://aaltodoc.aalto.fi/handle/123456789/29636>
- MediaTyö2030 -hanke <https://www.medialiitto.fi/uusi-kasvu/toimenpiteet/mediatyo2030/>



Kiitos!

noora.alanne@medialiitto.fi