



**VIESTINTÄJOHDON TEKOÄLYSELVITYS 2023**

# **TEKOÄLYYN KANNATTA A SUHTAUTUA UTELIAASTI JA VALPPAASTI**

SELVITYKSEN TEKIJÄ: JUKKA SAKSI  
040-501 8357 / JUKKA.SAKSI@JOHTAJAONMEDIA.FI.

JOHTAJAONMEDIA.FI @JUKKASAKSI



**”Johtoryhmässämme ei ole vielä keskusteltu, miten tekoäly vaikuttaa organisaatiomme viestintään ja markkinointiin. Tekoälyä on kokeiltu hajanaisesti yksilöiden toimesta, mutta mitään yhteisiä linjauksia ei ole tehty”**

- julkisen sektorin viestintäjohtaja -

#viestinnäntekoälykysely



# SISÄLLYSLUETTELO

• SELVITYKSEN TOTEUTTAJA	4
• SELVITYKSEN TAUSTA	6
• TIIVISTELMÄ	9
• SELVITYKSEN TOTEUTUS	11
• RAPORTISSA OLEVIA KÄSITTEITÄ	14
• TEKOÄLYN KÄYTTÖ ORGANISAATIOISSA	17
• SWOT	26
• EETTISET KYSYMYKSET	31
• ARVOPOHJAINEN VIESTINNÄN JOHTAMINEN	36
• TEKOÄLYN VAIKUTUS TEHTÄVÄNKUVIIN	40
• SUHDE TEKOÄLYKUVIIN	44
• HEIJASTEET KOULUTUSTARPEISIIN	50
• SUOSITELTAVAT TEKOÄLYSOVELLUKSET	52
• SUOSITUKSET VIESTINTÄJOHDOLLE	56
• PALVELUMME AIHEESEEN LIITTYEN	60
• LOPPUKOMMENTTI	62
• SISÄLTÖJÄ	64
• ARVOVALTA-KIRJA	66





**JOHTAJA  
ON MEDIA**



**+358 40 501 8357**

[JUKKA.SAKSI@JOHTAJAONMEDIA.FI](mailto:JUKKA.SAKSI@JOHTAJAONMEDIA.FI)

[JOHTAJAONMEDIA.FI](http://JOHTAJAONMEDIA.FI)

**VARAA KALENTERIISI  
TEKOÄLY-DEMO**

## **SELVITYKSEN TEKIJÄ: JUKKA SAKSI**

VIESTINTÄ- JA ARVOALMENTAJA, TEKOÄLYKOULUTTAJA

- KTT, MBA, ALUNPERIN ARTESAANI
- YLI 10 V. JOHTAMISKOKEMUSTA ENNEN YRITTÄJYYTTÄ
- VALMENTAA JOHTOA JA ESIHENKILÖITÄ VIESTIMÄÄN LUOTTAMUSTA HERÄTTÄVÄSTI TEKOÄLYN JA TYÖN MURROKSEN KESKELLÄ.
- KOULUTTAA JOHTOA TEKOÄLYN HYÖDYNTÄMISESSÄ

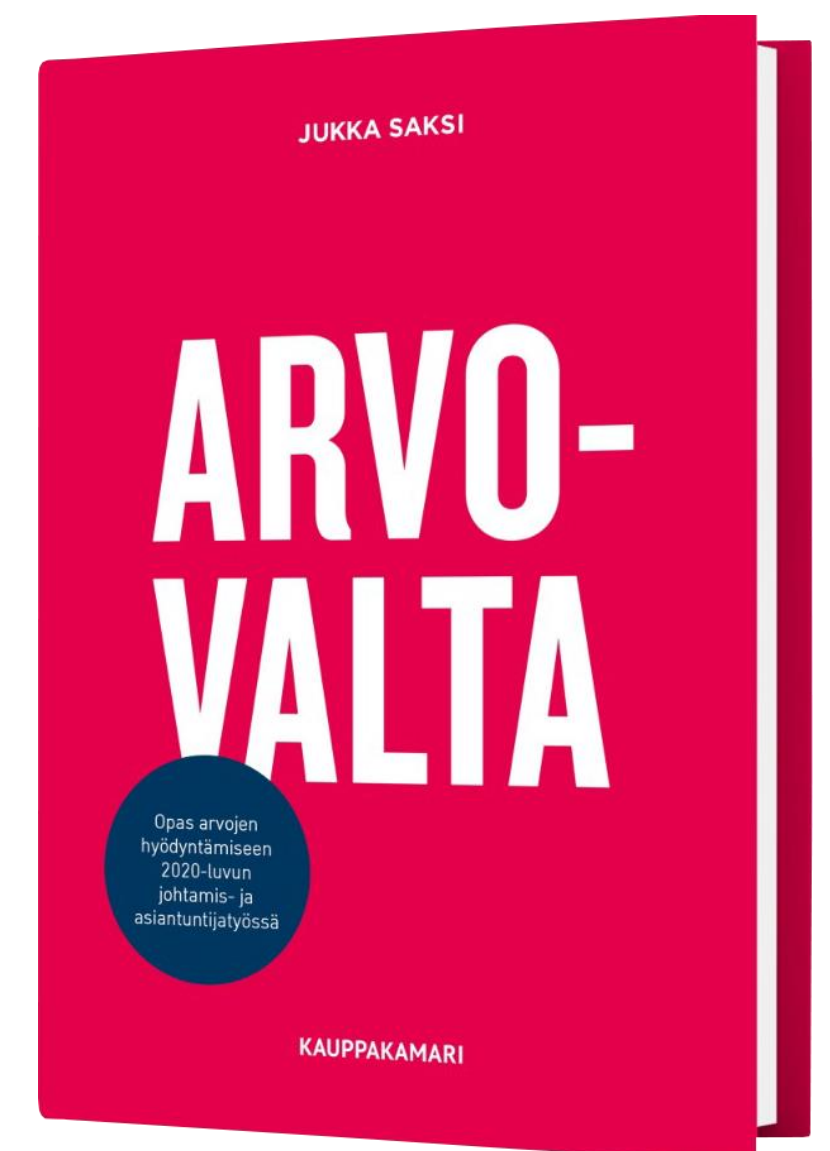
KIRJAT:

[ARVOVALTA](#) (2020)

[JOHTAJA ON MEDIA!](#) (2016)

[JOHTAJUUS MURROKSESSA FINANSSIALALLA](#) (2013)

[VÄITÖSKIRJA: JOHTAJAT TOIMIALAMURROKSEN KESKIÖSSÄ](#) (2013)



**TILAA KIRJA**



UUTISKIRJE



TWITTER



LINKEDIN

**”Tekoäly ei korvaa viestintä- ja vaikuttamistyötä tekevää ihmistä, mutta sitä hyödyntävä ihminen luultavasti korvaa ihmisen, joka ei hyödynnä tekoälyä”**

- palveluyrityksen viestintäjohtaja -

#viestinnäntekoälykysely







# SELVITYKSEN TAUSTA

HERÄSIKÖ  
KYSYMYKSIÄ?  
ALOITA DIALOGI  
TÄSTÄ





- Kiinnostus tekoälyä kohtaan lisääntyi merkittävästi kevään 2023 aikana toteuttamissani viestintävalmennuksissa. Aihe herätti hyvin paljon kysymyksiä, joten päätin hyödyntää laajoja verkostojani ja selvittää viestintäjohtajilta, miten tekoäly vaikuttaa viestinnän arkeen ja johtamiseen.
- Kiitokset 40:lle viestintäjohtajalle, joita sain syvähaastatella. Jokainen keskustelu tarjosi jonkun uuden näkökulman. Generatiivinen tekoäly on jo keskellämme ja tulee muuttamaan tietotyötämme merkittävästi. Se sisältää valtavasti mahdollisuuksia ja myös uhkia, joihin on varauduttava.
- Toteutin selvityksen kiinnostuksestani aiheeseen ja halusin oppia lisää, jotta voin palvella organisaatioita muutoksissa paremmin. Haluan myös herättää yhteiskunnallista keskustelua, koska tekoälyn murros linkittyy niin vahvasti johtamiseen, viestintään, arvoihin ja vastuullisuuteen.
- Toivottavasti saat selvityksestäni hyötyä kuten minä olen saanut.

Jukka Saksi, KTT, MBA, viestintä- ja arvokonsultti  
040-501 8357 / [jukka.saksi@johtajaonmedia.fi](mailto:jukka.saksi@johtajaonmedia.fi)

**”ChatGPT tarjoaa hyötyjä viestintään vasta sitten, kun sille osaa antaa oikeanlaisia kehoitteita, eli prompteja”**

- julkisen sektorin viestintäjohtaja -

#viestinnäntekoälykysely







# TIIVISTELMÄ



- Suuri osa viestintäjohtajista on kokeillut generatiivista tekoälyä, pääosin ChatGPT:tä, osa hyödyntää sitä arjen työssään. Muutama haastateltava oli testannut myös kuvankäsittelyohjelmia.
- Organisaatioiden kiinnostus vaihtelee varovaisuudesta innostumiseen. Joissain johtoryhmissä on keskusteltu aiheesta, testattu tekoälyä ja saatu siihen koulutusta. Toisessa ääripäässä ovat organisaatiot, joissa aiheesta ei ole juurikaan jaettu kokemuksia. Pääosin oltiin kiinnostuneita.
- Tekoälykuvat herättävät mielipiteitä innostuksesta epäilyyn. Moni haastateltava tunnisti niiden avulla saavutettavat huomio-, ajansäästö- ja taloudelliset hyödyt. Kuviin liittyy väärinkäytön mahdollisuuksia, mikä vahvistaa vastuullisuusvaatimuksia.
- Vastuullisuus- ja arvokysymykset herättivät paljon uusia kysymyksiä. Regulaation puute ja pelisääntöjen tarve tunnistettiin laajasti.
- Luonnollista kieltä ymmärtävät tekoälysovellukset tulevat olemaan pian perusvaatimus- ja työkalu jokaiselle viestinnän ammattilaiselle.



**VARAA  
MAKSUTON  
TEKOÄLY-DEMO**





# SELVITYKSEN TOTEUTUS

HERÄSIKÖ  
KYSYMYKSIÄ?  
ALOITA DIALOGI  
TÄSTÄ



Jukka Saksi syvähaastatteli 40 viestintäjohtajaa yrityksistä, julkiselta sektorilta ja järjestökentästä. Haastateltavat edustivat eri kokoisia organisaatioita eri toimialoilta.

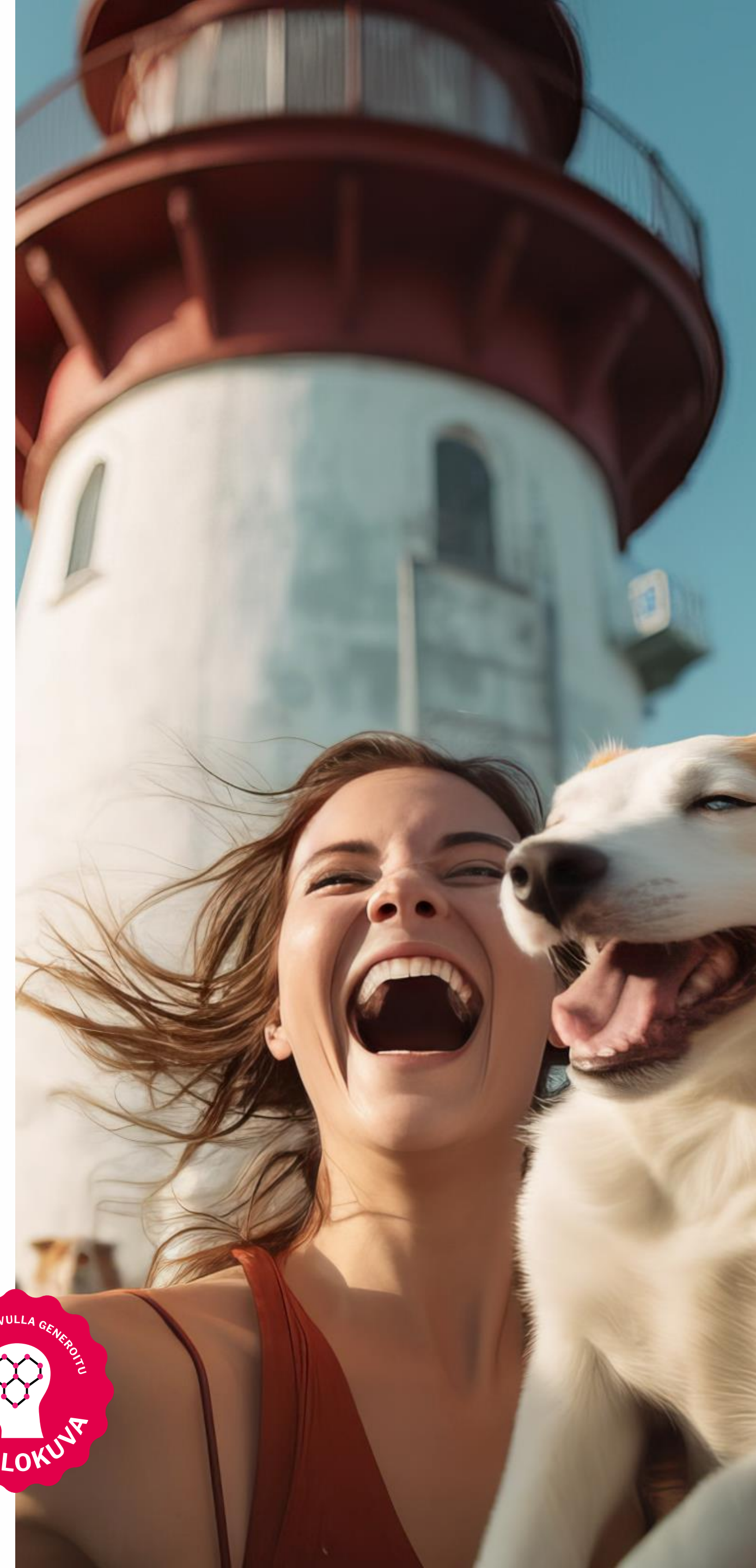
Haastattelut toteutettiin anonymisti Teamsissä toukokuussa 2023.

Haastateltavilta kysyttiin, missä vaiheessa heidän organisaationsa on generisen tekoälyn hyödyntämisessä (jatkossa tekoäly), miten aiheeseen suhtaudutaan ja minkälaisia arvoihin ja vastuullisuuteen liittyviä kysymyksiä tekoäly on herättänyt.

Viestintäjohtajilta kysyttiin myös arvioida tekoälyn vaikutuksista työkuviin ja viestintäpalveluiden hankintaan.

Haastateltavat ottivat kantaa graafikko **Miika Saksin** luomiin tekoälykuviin, sekä kertoivat näkemyksiään yleisesti tekoälykuvien käytöstä viestinnässä.

Tämän raportin kuvituskuvat on tehty tekoälyllä.





# MITÄ ORGANISAATIONNE AJATTELEE?

Miten tekoäly näkyy ja  
vaikuttaa  
organisaationne  
viestintään?

1

## HYÖDYNTÄMINEN

Miten tekoälyä on hyödynnetty  
viestinnässä ja vaikuttamisessa?

2

## SUHTAUTUMINEN

Miten tekoälyyn suhtaudutaan  
organisaationne viestinnässä?

3

## ROOLITUKSET

Miten tekoäly vaikuttaa työnkuviin ja  
palveluiden ostamiseen?

4

## TEKOÄLYKUVAT

Mitä viestinnässä ajatellaan  
tekoälykuvista?

5

## VASTUULLISUUS

Mitä vastuullisuuden ja arvojen  
kysymyksiä tekoäly herättää?

JOHTAJA  
ON MEDIA

Selvityksen keskeiset kysymykset





# RAPORTISSA OLEVIA KÄSITTEITÄ

**VARAA  
MAKSUTON  
TEKOÄLY-DEMO**





**Generatiivinen tekoäly yhdistää koneoppimisen, syväoppimisen ja tekoälyn tehon tuottaakseen tekstiä, videota, ääntä, koodia ja kuvia.**

**ChatGPT** on OpenAI:n kehittämä tekoälymalli, joka perustuu GPT-arkkitehtuuriin. Se on suunniteltu vastaamaan ihmisten esittämiin kysymyksiin ja tuottamaan keskustelua muistuttavia vastauksia. ChatGPT:llä on laaja kielitaito ja se voi käsitellä erilaisia aiheita.

**Tekoälyvalokuvat** viittaavat generatiivisen tekoälyn avulla luotuihin kuvamalleihin. Nämä mallit voivat luoda kuvia, jotka näyttävät realistisilta, mutta eivät välttämättä perustu olemassa oleviin valokuviin tai kohteisiin. Tekoälyvalokuvat voivat olla esimerkiksi luomuksia kuvista, joita tekoäly ei ole aiemmin nähnyt.

**Chatbotit** ovat tekoälypohjaisia ohjelmia, jotka kykenevät kommunikoidaan ihmisten kanssa luonnollisella kielellä. Ne voivat vastata kysymyksiin, tarjota tietoa tai suorittaa yksinkertaisia tehtäviä. Ne voivat olla käytössä esimerkiksi asiakaspalvelussa tai verkkosivustoilla.



**”Toimimme alalla, jossa vastuullisuus,  
turvallisuus ja luotettavuus ovat keskeisiä  
tekijöitä. Suhtaudumme tekoälyyn varovaisesti  
ja selvitämme riskit, ennen kuin otamme sitä  
käyttöömme”**

- vakuutusalan viestintäjohtaja -

#viestinnäntekoälykysely







# TEKOÄLYN KÄYTTÖ ORGANISAATIOISSA

HERÄSIKÖ  
KYSYMYKSIÄ?  
ALOITA DIALOGI  
TÄSTÄ



- Suurimmassa osassa organisaatioista on ollut yksittäisiä tekoälyn kokeiluja, pääsin ChatGPT:tä hyödyntäen.
- Vastaajien organisaatioista 10% käyttää ChatGPT:tä aktiivisesti työssään. Vastaavasti 10%:ssa aiheesta ei ole keskusteltu johtoryhmätasolla lainkaan.
- Muutamassa organisaatiossa on ollut yksittäisiä kokeiluja kuvasovelluksista, kuten Midjourney tai Dall-E. Missään organisaatiossa niitä ei ole otettu säännölliseen käyttöön.
- Aktiivisuus tekoälyyn tutustumisessa vaihtelee organisaatioiden sisällä voimakkaasti. Moni viestinnän johtaja kokee, että viestinnän ja markkinoinnin tehtävänä on olla utelias ja tutustua tekoälyn tarjoamiin mahdollisuuksiin avoimesti.
- Moni kysyi, käykö generatiivisen tekoälyn kohdalla sama, mikä tapahtui somen rantautuessa valtavirtaan? Sisältöjen määrä kasvoi, mutta sisältöjen laatu ei kasvanut samaa vauhtia.





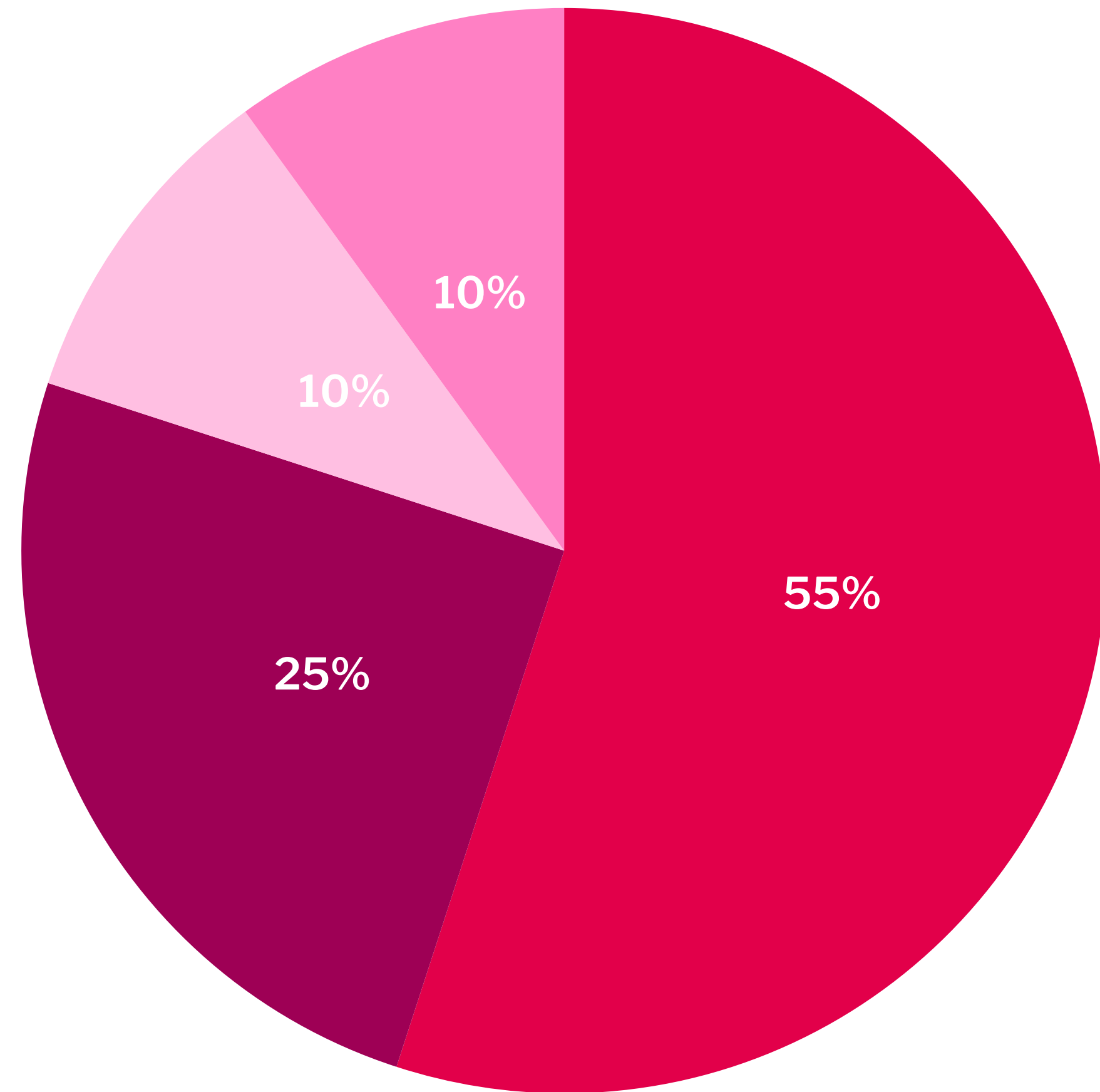
**”Olen innostunut mahdollisuuksista, joita tekoäly tarjoaa sisällöntuotannon tehostamiseen. Voimme ChatGPT:n avulla luoda laadukkaampia sisältöjä ja tyhjän paperin syndrooma on historiaa”**

- energia-alan viestintäjohtaja -

#viestinnäntekoälykysely







- 55% on kokeiltu
- 25% kokeillaan
- 10% ei ole kokeiltu
- 10% käytetään aktiivisesti

Tekoälyn hyödyntäminen organisaatioissa

**VARAA  
MAKSUTON  
TEKOÄLY-DEMO**





- Tekoälysovelluksista pääosin ChatGPT:tä on hyödynnetty erilaisten sisältöjen ja sisältörakenteiden ideointeihin.
- Sovellusta on käytetty sparraajana suunniteltaessa blogeja, uutiskirjeitä, nettisivujen kirjoituksia ja tiedotteita.
- 1/3 haastateltavista on käyttänyt ChatGPT:tä helpottamaan käännösten tekemistä.
- Osa hyödyntää sovellusta kiteyttämään pidemmistä artikkeleista tiivistelmiä ja some-sisältöjä.
- Kaikki sovellusta käyttäneet ovat huomanneet, ettei sen faktoihin voi täysin luottaa, vaan ne täytyy aina tarkistaa.
- Yleisesti tekoäly koetaan viestintätyötä tehostavaksi apuriksi. Vastuu sisältöjen laadusta ja eettisyydestä on kuitenkin aina tekoälyn käyttäjällä.







Haastatellut jaetaan tässä selvityksessä neljään pääryhmään:

- **Innostuneet visionäärit:** He ovat innostuneita tekoälystä ja käyttävät sitä aktiivisesti. He näkevät tekoälyn potentiaalin ja hyödyntävät työssään visionäärillä tavalla.
- **Innostuneet kokeilijat:** He ovat innostuneita tekoälystä, mutta käyttävät sitä vähemmän aktiivisesti. He vielä etsivät sopivia tapoja hyödyntää sitä omassa työssään ja kokeilevat erilaisia lähestymistapoja.
- **Hyödyllisyyden pragmatistit:** He käyttävät tekoälyä kohtuullisen aktiivisesti, mutta eivät ole erityisen innostuneita siitä. He pitävät tekoälyä hyödyllisenä työkaluna tai apuna, mutta eivät näe siinä suurta potentiaalia tai innostuksen lähdeä.
- **Epävarmat skeptikot:** He eivät ole innostuneita tekoälystä, eivätkä käytä sitä aktiivisesti. He ovat epävarmoja tekoälyn hyödyistä tai heillä on epäluottamusta sen käyttöä kohtaan, mikä vaikuttaa heidän suhtautumiseensa ja aktiivisuuteensa.







Matala aktiivisuus

Korkea aktiivisuus

Korkea  
innostuminen

Innostuneet kokeilijat

Innostuneet visionäärit

Matala  
innostuminen

Epävarmat skeptikot

Hyödyllisyyden pragmatistit

Haastateltavien jakautuminen nelikenttään aktiivisuuden ja innostumisen teemoissa



**”ChatGPT tarjoaa sisällöntuotantoon paljon apua, mutta edelleen asiantuntijuus, näkemys ja eettisyys lähtevät ihmisestä. Emme julkaise koskaan tekoälyn tuotoksia sellaisenaan, vaan ne tarjoavat ideoita ja runkoa”**

- palveluyrityksen viestintäjohtaja -

#viestinnäntekoälykysely







Keskusteluiden perustella ChatGPT:tä voi hyödyntää esimerkiksi näissä tehtävissä:

- Kirjallisten sisältöjen luominen
- Koulutusten sisältösuunnittelu
- Sisältöjen yhdistäminen ja tiivistäminen
- Ideoiden kerääminen
- Asiakasviestien testaaminen
- Käännökset eri kielillä
- Sisältöjen analysointi ja tiivistäminen
- Sisältöjen hakukoneoptimointi
- Some-tilien hallinta
- Datan organisointi
- Muistioiden tekeminen

Kuvankäsittelysovelluksia oletettiin otettavan käyttöön muutamissa organisaatioissa ja niitä aiotaan hyödyntää erityisesti kuvitus- ja markkinointikuvien luomisessa.





# SWOT

**HERÄSIKÖ  
KYSYMYKSIÄ?  
ALOITA DIALOGI  
TÄSTÄ**





- Viestintäjohtajat tunnistivat tekoälyyn liittyen tehokkaamman sisällöntuotannon ja sitä myöten kustannusten säästämisen, sisältömäärän kasvun, laadun parantamisen tai henkilötyömäärän vähentymisen mahdollisuudet.
- Tekoälyn koettiin tarjoavan myös uusia ideoita, sparrausta ja erilaisia näkökulmia viestintään ja markkinointiin.
- Yksi näkökulma oli se, että tehostunut oma teksti- ja kuvasisältöjen luominen voi vähentää tarvetta ostaa palveluita ulkopuolelta.
- Nähtiin myös mahdollisena, että viestinnän ja markkinoinnin ostopalveluiden hinnat laskevat tekoälyn tarjoaman työn tehostumisen myötä.
- Vahvuuksina koettiin mahdollisuudet personoituun asiakaspalveluun ja markkinointiin, sekä viestintätoimintojen osittaiseen automatisointiin.

**”Se mikä tekoälykuvissa pelottaa, on niiden väärinkäytön mahdollisuudet, esimerkiksi rikollisen maailman toimien edistämässä”**

- tapahtuma-alan viestintäjohtaja -

#viestinnäntekoälykysely





## VARAA MAKSUTON TEKOÄLY-DEMO

- Tietosuojaongelmat ja tiedon luotettavuus nousivat suurimpina uhkatekijöinä esiin.
- Viestintäjohto pohti myös, miten tekoälyä voidaan käyttää väärin tarkoituksiin ja jopa rikollisuuden edistämiseen.
- Riskinä pidettiin sitä, että viestintä muuttuu niin geneeriseksi, että yksilöllisyys ja autenttisuus katoavat.
- Myös median luomat mielikuvat siitä, että tekoäly vie merkittävän osan työpaikoista, koettiin riskiksi henkilöstön hyvinvoinnille, luottamukselle ja työhön keskittymiselle.
- Selkeä riskitekijä tunnistettiin myös siinä, ettei tekoälyyn liittyvä lainsäädäntö ole ajan tasalla.
- Uhkaksi voi muuttua myös se, ettei organisaation ylimmällä johdolla ole yhteistä tulkintaa siitä, miten tekoäly vaikuttaa organisaation toimintaan ja miten siitä viestitään.







Tekoälyn käytön SWOT viestinnässä ja vaikuttamisessa





# EETTISET KYSYMYKSET



- Tekoälyn kehittyminen nostaa esiin paljon vastuullisuuteen ja arvoihin liittyviä kysymyksiä
- Muuttuuko viestintä entistä enemmän pintakiiltomaiseksi ja täydellisyyttä kuvaavaksi?
- Miten varmistamme, että organisaatiomme viestii ja vaikuttaa muutoksessa vastuullisesti ja omia arvojaan kunnioittaen?
- Mikä rooli organisaatioiden aidolla ja autenttisella viestinnällä on jatkossa?
- Nouseeko aitouden merkitys, kun bulkkiutunutta ja valheellista sisältöä on helppo tuottaa ja sen määrä varmasti lisääntyy?
- Johtamisen ja luottamuksen näkökulmista nousi enemmän uusia kysymyksiä kuin vastauksia.





**”Missä menee raja, milloin käytetään tekoälyä ja mikä on enää aitoa sisältöä? Pitääkö kertoa, jos tiedotteen laatimisessa on hyödynnetty ChatGPT:tä? Näihin ei ole olemassa vielä selkeitä pelisääntöjä”**

- edunvalvontaorganisaation viestintäjohtaja -

#viestinnäntekoälykysely





- Erytisesti korostettiin tiedon lähteiden, faktojen tarkistuksen ja tiedon oikeellisuuden merkitystä tekoälyä hyödynnettäessä.
- On tärkeää, että viestit ovat rehellisiä ja aidosti heijastavat viestin lähettäjää. Keskustelussa korostettiin myös tarvetta avoimesti ilmoittaa, jos viestit ja kuvat ovat tekoälyn luomia.
- Tekoäly voi tuoda haasteita tekijänoikeuksien suhteen, koska sen avulla voidaan tuottaa sisältöä, jonka alkuperä on epäselvä, eikä regulaatio ole siinä täysin ajan tasalla
- Tekoälyä voidaan käyttää informaation vääristämiseen tai harhaanjohtamiseen, mikä herättää paljon eettisiä huolia.
- Tekoälyn käytön vaikutukset työntekijöihin ja työtehtäviin ovat vielä suurelta osin selvittämättömiä, mutta keskusteluissa tunnustetaan tarve pohtia niitä työyhteisöissä aiempaa enemmän.





**”Meidän viestijöiden tärkeänä tehtävänä on pitää huolta, että viestinnän eettisiä ohjeita noudatetaan myös tekoälyyn liittyen”**

**- julkisen sektorin viestintäjohtaja -**

**#viestinnäntekoälykysely**





# ARVOPOHJAINEN VIESTINNÄN JOHTAMINEN

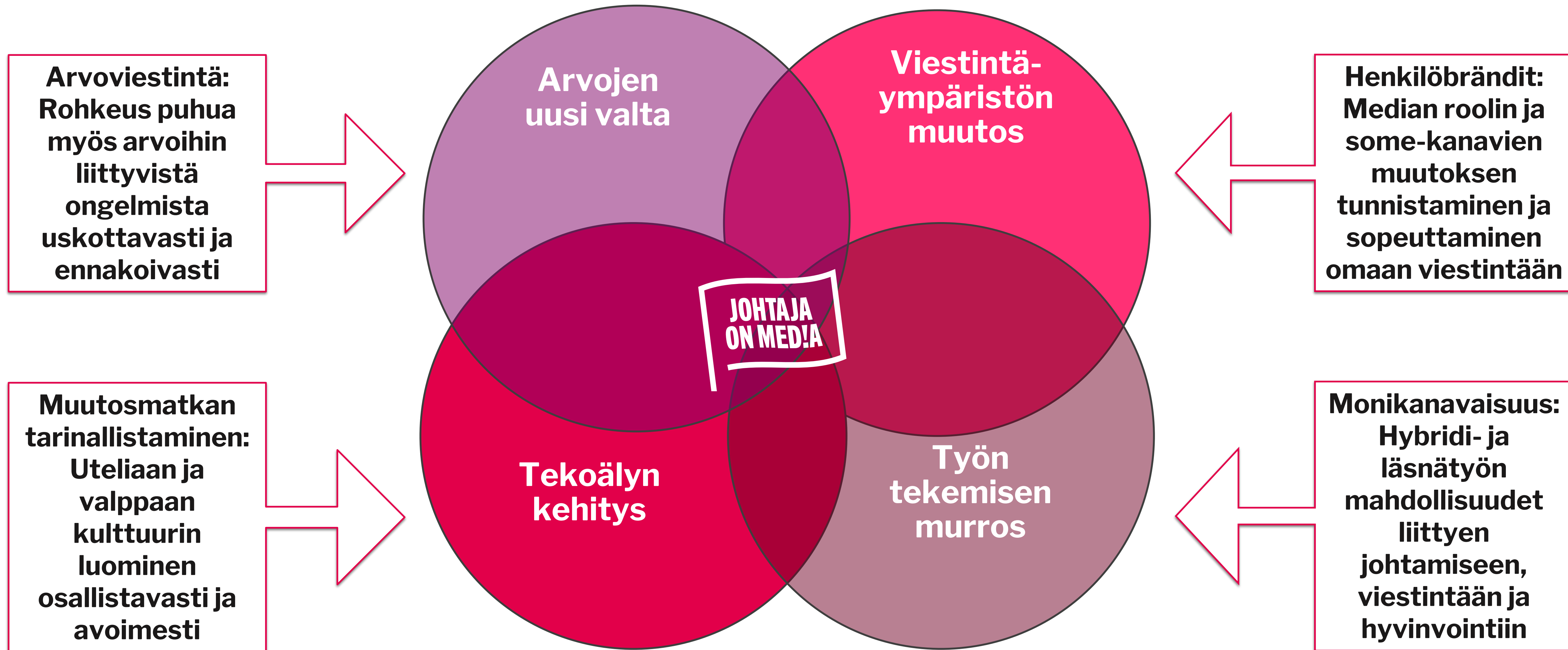




- Haastatteluista voi tehdä tulkinnan, että arvopohjainen viestinnän johtaminen edellyttää aktiivista toimintaympäristön ja ilmapiiriin muutosten huomioimista.
- Viestinnän johtamisessa on tärkeää huomioida samaan aikaan muutosajurit, arvojen kasvanut valta, viestintä- ja mediaympäristön muutos, työn tekemisen murros ja tekoälyn kehitys.
- Arvojen ja tekoälyn välillä syntyy erityisesti kysymyksiä vastuullisuudesta. Arvot ja työn murros edellyttävät johtamiselta vahvaa luottamusta. Tekoäly luo työn murroksen kanssa uudenlaisia muutoksia työrooleihin.



# YHTEINEN TULKINTA TOIMINTAYMPÄRISTÖN MUUTOKSESTA





**”Käykö niin, että kun persoonattoman sisällön tuottaminen helpottuu, aidon ja autenttisen sisällön merkitys korostuuikin entisestään?”**

- finanssialan viestintäjohtaja -

#viestinnäntekoälykysely





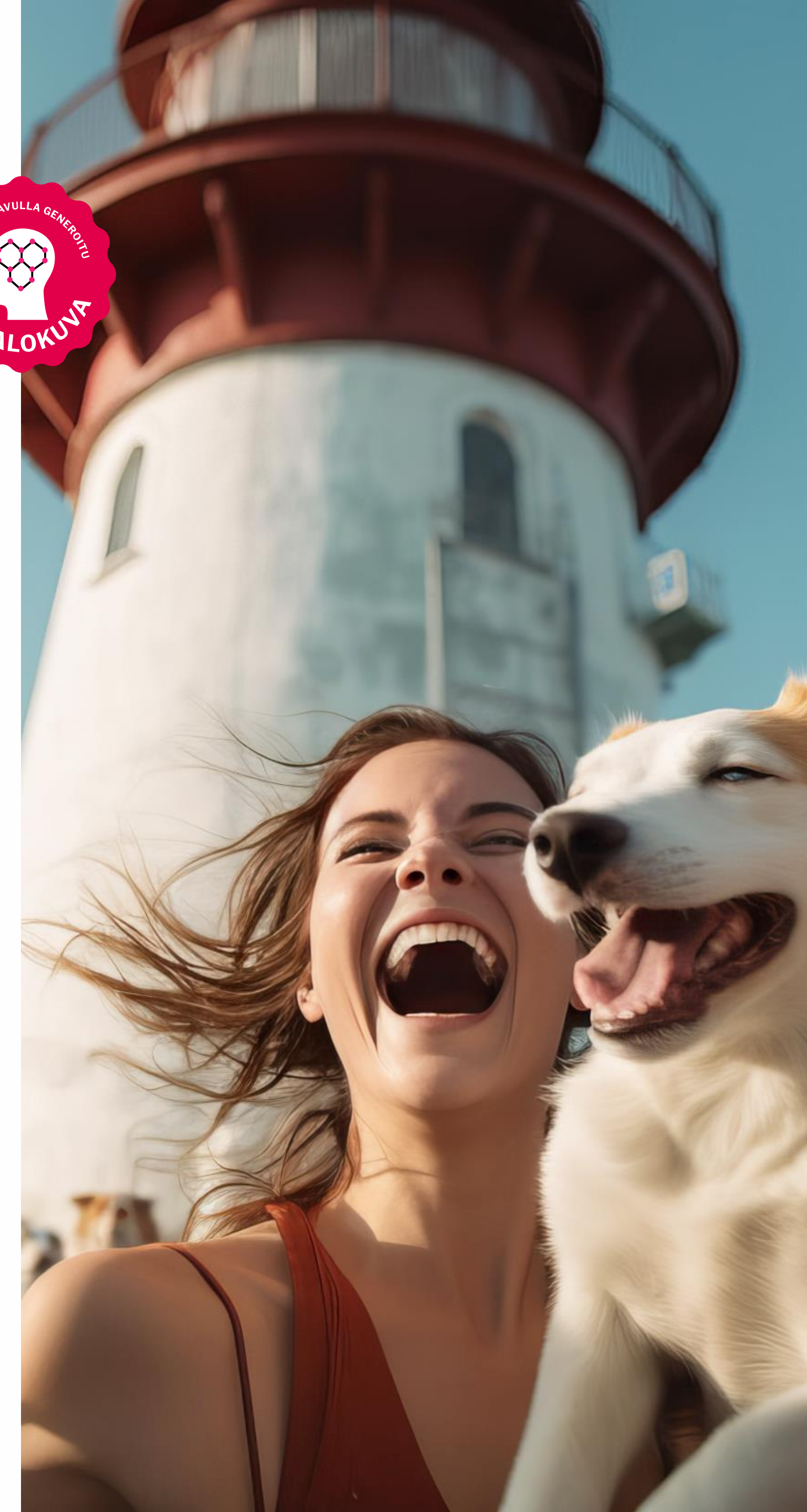


# TEKOÄLYN VAIKUTUS TEHTÄVÄNKUVIIN

**VARAA  
MAKSUTON  
TEKOÄLY-DEMO**



- Tekoälyn vaikutuksista viestinnän työtehtäviin on vielä paljon epävarmuutta. Vaikka se nähdään potentiaalisena apurina, ei käyttöönotto ole vielä täysin selvää, eikä konkreettisia käyttötapauksia ole vielä paljoa.
- Haastateltavat eivät tunnistaneet vielä laajasti sitä, että tekoäly vaikuttaisi töiden tehostumisen myötä työntekijämääriin.
- Lopullinen päätöksenteko vaatii vielä viestintäihmisen asiantuntemusta, joten tekoälyn ei odoteta korvaavan ihmistä täysin.
- Tekoäly luo samalla uusia etiikkaan, vastuullisuuteen ja juridiikkaan liittyviä haasteita ihmisten ratkottavaksi.
- Työtehtävät tulevat muuttamaan muotoaan, rutiininomaiset viestintätyöt siirtyvät monilta osin tekoälylle, jolloin ihmistyössä voidaan keskittyä olemaan luovempia, empaattisempia ja nähdä suurempia kokonaisuuksia.





**”Ei mene pitkään, että ChatGPT:n käyttö on itsestäänselvyys ja odotus kaikissa viestinnän ja vaikuttamisen tehtävissä”**

**- rekrytointialan viestintäjohtaja -**

**#viestinnäntekoälykysely**







- Turvallisuuden alueella työskentelevät kertoivat, että heidän organisaatioissaan arvioidaan, tullaanko geneeriset tekoälysovellukset kieltämään tietoturvasyistä. Tällöin niiden vaikutukset työtehtäviin olisivat toistaiseksi pienet.
- Useampi viestintäjohtaja oletti, että ei mene kauaa, kun ChatGPT:n kaltaiset sovellukset ovat viestinnän ja markkinoinnin alalla itsestään selviä työkaluja.
- Pohdintoja syntyi myös siitä, miten tekoäly vaikuttaa koko viestinnän ja markkinoinnin kenttään. Se muuttaa vääjäämättä alan yritysten toimintatapoja ja ansaintalogiikkaa.
- Näkemys siitä oli yhteinen, että jokaisen tietotyötä tekevän tulee olla valmis opettelemaan uusia asioita ja hyödyntämään tekoälyä työkaverina.
- On tärkeää tunnistaa työyhteisöissä vallitseva innostus tekoälyyn, kuten myös mahdolliset pelot ja epävarmuudet.





# SUHDE TEKOÄLYKUUVIIN

HERÄSIKÖ  
KYSYMYKSIÄ?  
ALOITA DIALOGI  
TÄSTÄ



**”Viestinnässämme on jatkuva ongelma löytää valokuvia, joilla saisimme kohderyhmiemme huomion ja ne tukisivat brändiämme. Kuvapankkikuvat eivät ole tarpeeksi yksilöllisiä ja kuvausprojektit tulevat kalliiksi. Tekoälykuvat ovat meille mahdollisuus”**

- kaupan alan viestintäjohtaja -

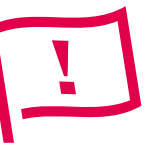
#viestinnäntekoälykysely







**VARAA  
MAKSUTON  
TEKOÄLY-DEMO**



- . Tekoälyllä luodut kuvat herättivät paljon keskustelua, mielipiteitä ja lisäkysymyksiä. [\(Ota yhteyttä, jos haluat tietää lisää kuvista\)](#)
- . Koettiin, että kuvan arvo ja rooli ovat muuttuneet, enää asioita ei voi vakuuttaa tai varmistaa sillä, että niistä on kuva. Kuvien manipulointi ja tuottaminen ovat tekoälyn avulla niin helppoa.
- . Koulutustarve tunnistettiin tekoälykuvien käytössä, koska niiden koetaan mahdollistavan uudet kuvaideat, sekä ajan, vaivan ja rahan säästö perinteisiin kuvauksiin verrattuna.
- . Koettiin, että viestinnän eettiset ohjeistukset ovat hyvä perusta vastuulliselle tekoälyn kuvien käytölle ja viestinnän ammattilaisten yksi tärkeä tehtävä on pitää huolta, että työyhteisössä noudatetaan ohjeistuksia.



**”Tekoälykuvat aiheuttavat ristiriitaisia tunteita. Toisaalta ne pelottavat, koska niiden avulla voidaan vääristää totuutta. Toisaalta niillä voidaan luoda upeita tunnelmia huomion saamiseksi, sekä saada ajan ja rahan säästöä”**

- rakennusalan viestintäjohtaja -

#viestinnäntekoälykysely





- Juridiset kysymykset, kuten tekijänoikeudet, ovat keskeisiä tekoälykuvien käytössä.
- Suurin osa haastateltavista koki, että tekoälykuvien käyttö on perusteltua, mutta niitä käytettäessä kannattaa olla avoin ja läpinäkyvä.
- Muutaman haastateltavan mielestä tekoälykuvien käytöstä pitäisi aina kertoa ja muutaman mielestä se ei ole tarpeellista lainkaan.
- Moni viestintäjohtaja toi esille jatkuvan haasteen, että sopivia ja yksilöllisiä valokuvia on vaikea löytää kuvapankeista.
- 9/10:stä viestintäjohtajasta kertoi suhtautuvansa tekoälykuvien hyödyntämiseen avoimesti. Puolet ilmoitti harkitsevansa niiden käyttöä, pääosin kuvitus- ja markkinointikuvina. 20% halusi tietää heti lisää niiden konkreettisista mahdollisuuksista.



**”Tekoälykuvien käytöstä kannattaa kertoa, jos kuvat ovat tärkeässä roolissa sisältöön liityen. Ainakaan valheellista mielikuvaa ei saa niillä luoda”**

- finanssialan viestintäjohtaja -

#viestinnäntekoälykysely







# HEIJASTEET KOULUTUSTARPEISIIN





Haastattelujen perusteella ilmenee useita koulutustarpeita:

- **Yleinen tekoälykoulutus** voisi kattaa tekoälyn perusteet, sen käytön eri yhteyksissä sekä eettiset ja juridiset kysymykset.
- **Vastuullisuuden ja eettisyyden koulutus** voisi sisältää kysymyksiä, kuten tekoälyn käytön vaikutukset työntekijöihin, manipuloinnin riskit, autenttisuuden ja aitouden merkitys, sekä tekijänoikeudet.
- **Käyttönoton linjausten koulutus** sisältäisi, miten tekoälyä voidaan hyödyntää erilaisissa viestinnän ja johtamisen tehtävissä, sekä miten sen käyttöön liittyvät linjaukset ja käytännöt voidaan kehittää ja toteuttaa.
- **Tekoälyn käytön erityiskysymykset** voisi sisältää kuvankäsittelyn, kuvapankkien käytön, tekstien luomisen ja käännösten tekemisen.
- **Johtajuusviestinnän koulutus** sisältäisi ylimmän johdon sparrausta siitä, miten organisaatio suhtautuu tekoälyyn, miten varmistetaan arvojen ja vastuullisuuden toteutumiset, sekä miten luodaan viestintää, joka rakentaa luottamusta, erityisesti henkilöstöön ja asiakkaisiin.



**”Tekoäly on herättänyt viimeisten kuukausien aikana paljon keskustelua ja olemme järjestäneet koulutuksia siihen, että jokainen johtaja ja esihenkilö saa aiheesta perustiedot”**

- teknologiayrityksen viestintäjohtaja -

#viestinnäntekoälykysely







# SUOSITELTAVIA TEKOÄLYSOVELLUKSIA



- Tässä muutamia suosituksia tekoälysovelluksista, joihin viestinnän ammattilaisten on hyvä tutustua. Kehitys on nopeaa ja vuonna 2024 listaus saattaa olla jo erilainen. Osa näistä sovelluksista on maksullisia.

[ChatGPT](#), tekstinkäsittelyyn

[Midjourney](#), kuvien luomiseen

[Dall-E2](#), kuvien luomiseen

[Stable Diffusion](#), kuvien luomiseen

[Gigapixel](#), kuvien parantamiseen

[Pictory.Ai](#), videotuotantoon

[Grammarly Go](#); oikolukuun

[AIVA](#), musiikin tuottamiseen



**VARAA  
MAKSUTON  
TEKOÄLY-DEMO**



**”Viestintäjohtajalla on nyt tärkeä rooli rohkaista organisaatiota tutustumaan tekoälyyn uteliaisuudella. Vielä on mahdollisuuksia saada siitä kilpailuetua. Samalla oltava tarkka vastuullisuudesta”**

- kunnan viestintäjohtaja -

#viestinnäntekoälykysely





# SUOSITUKSET VIESTINTÄJOHDOLLE

HERÄSIKÖ  
KYSYMYKSIÄ?  
ALOITA DIALOGI  
TÄSTÄ





- **Viritä** tekoälykeskustelua mahdollisimman avoimesti ja osallistavasti, **vahvista** luottamusta ja luo mielikuvaa siitä, että organisaatiossa ollaan ajan muutoksessa kiinni.
- Yhteisen näkemyksen luominen edellyttää kulttuuria, jossa asioista saa olla myös eri mieltä. **Osallista** organisaation eri tasot yhteiskehittämiseen ja **luo** sen avulla lisää näkemyksellisyyttä suhteesta tekoälyyn.
- **Rakenna** muutosmatkan ja siihen liittyvien havaintojen, oivallusten ja lisäkysymysten viestimisestä kiinnostava muutostarina, jota halutaan seurata.
- **Jaa** ylimpään johtoon tietoisuutta, että vaikuttaa työnantajakuvaan ja palveluntuottajaimagoon, millä tavoin sidosryhmät näkevät organisaationne suhtautuvan tekoälyn haasteisiin ja mahdollisuuksiin.
- **Tunnista** koulutustarpeet ja **rohkaise** niiden avulla osallistavan, avoimen, uteliaan ja valppaan viestintäkulttuurin vahvistumista organisaatiossasi.





- Kun organisaatiossanne on luotu näkemystä tekoälyn heijasteista, **päivitä** viestintästrategia- ja suunnitelmat ajan tasalle.
- **Muokkaa** tarkentuneiden tavoitteiden myötä viestintätiimin tehtävänkuvat mahdollisimman osallistavasti.
- **Kiinnitä** huomiota tiimisi kanssa myös uudenlaisiin arvo- ja vastuullisuusviestintään kohdistuviin odotuksiin.
- **Kokeile** tekoälykuvia kuvituksissa ja yksittäisissä kampanjoissa. **Varmista**, että organisaatiosi brändi tulee niissä esiin. **Merkitse** avoimesti kuviin, että ne on tehty tekoälyllä.
- **Muistuta**, että sidosryhmät haluavat tietää organisaatiosi mielipiteen tekoälyyn liittyen. Millä sävyllä aiheesta puhutaan ja minkälaisia käytännön toimenpiteitä siihen liittyen ollaan tekemässä? **Altistakaa** itsenne dialogille.





**”Jokaisen organisaation kannattaa luoda oma tulkintansa tekoälyn vaikutuksista toimintaan ja viestiä siitä avoimesti. Henkilöstö, asiakkaat, yhteistyökumppanit, media ja muut sidosryhmät haluavat tietää, miten organisaatiossasi aiotaan tekoälyn muutosmatkalla edetä”**

**- Jukka Saksi -**

**#viestinnäntekoälykysely**







# PALVELUNI AIHEESEEN LIITTYEN



- Tarjoan tukea muutosmatkan johtamiseen ja tarinallistamiseen.
- [Tekoälyvalmennukset](#)
- Koulutan organisaatioiden johtoryhmiä, viestintätiimejä ja esihenkilöitä hyödyntämään generatiivista tekoälyä konkreettisesti ja arkijärkisesti. Huomioin toimialan ja organisaation erityispiirteet. Yhdistän koulutukset johtamisviestinnän ja arvojen teemoihin.
- [Tekoälykuvavalmennukset Midjourney](#)
- Midjourneyn hyödyntämisen koulutukset viestinnän ja markkinoinnin tiimeille, jotka haluavat oppia luomaan laadukkaita ja brändiä tukevia tekoälykuvia. Kouluttajana brändi- ja kuvaosaaja Miika Saksi.
- [Tekoälykuvat tilauksesta](#)
- Tekoälykuvien kouluttaja Miika Saksi luo tilauksesta laadukkaita tekoälykuvia organisaatiosi brändiä, arvoja ja kulttuuria tukemaan. Säästyy rahaa, vaivaa ja ympäristöä.



**VARAA ILMAINEN  
TEKOÄLY-DEMO**





# LOPPUKOMMENTTI



Tämän selvityksen tarkoitus oli olla keskustelun ja toimenpiteiden herättäjä. Toivottavasti sait siitä hyötyä roolistasi riippumatta.

Olen huomannut, kuinka tekoäly-teeman mukaanotto johdon ja esihenkilöiden viestintä- ja arvovalmennuksiin on ollut aktivoivaa. Olemme kaikki kiihtyvällä opintomatalla ja on tärkeää, että pidämme silloin kiinni arvoistamme.



Autan mielelläni organisaatiotasi löytämään yhteisen tulkinnan tekoälyn roolista ja tukemaan muutos-viestintäänne niin, että se rakentaa luottamusta ja vähentää pelkoja.



Jukka Saksi  
040-501 8357  
[jukka.saksi@johtajaonmedia.fi](mailto:jukka.saksi@johtajaonmedia.fi)  
[johtajaonmedia.fi](http://johtajaonmedia.fi)

Twitterissä [@JukkaSaksi](https://twitter.com/JukkaSaksi), LinkedInissä [jukkasaksi](https://www.linkedin.com/company/jukkasaksi), Mastodontissa [@jukkasaksi](https://mastodon.social/@jukkasaksi), Instagramissa [@jukkasaksi](https://www.instagram.com/jukkasaksi)

**VARAA TÄSTÄ  
KARTOITUS-  
KESKUSTELU**





# SISÄLTÖJÄ



## Mediassa:

- [Markkinointiuutiset: Uhkaako tekoäly journalismin henkilöbrändejä?](#)
- [Mikrobitti: Tekoäly pääsi yllättämään mediajohtajat](#)
- [Markkinointiuutiset: Tekoälyselvitys – Tiedotteiden aika saattaa olla kohta ohi](#)

## Selvityksiä:

- [Journalismin tekoälyselvitys 2023](#)
- [Viestintäjohdon tekoälyselvitys](#)
- [Kuntien arvoselvitys](#)

## Bllogeja:

- [Visio johtoryhmän kokouksesta vuonna 2025](#)
- [Uudenlainen ryhmätyökokemus ChatGPT:n avulla](#)
- [Tekoälykoulutus organisaation johdolle](#)
- [Teams-kokouksista tuottavampia ChatGPT:n ja transkription avulla](#)
- [Meneekö teidänkin organisaation viestintästrategia uusiksi?](#)
- [Tekoälyn luomat valokuvat vaikuttajaviestinnässä](#)





**Kiitos!** Tämän oppaan tarkoitus oli olla keskustelun ja toimenpiteiden herättäjä. Toivottavasti sait siitä hyötyä roolistasi riippumatta.



Olen huomannut, kuinka tekoäly-teeman mukaanotto johdon ja esihenkilöiden viestintä- ja arvovalmennuksiin on ollut aktivoivaa. Olemme kaikki kiihtyvällä opintomatalla ja on tärkeää, että pidämme silloin kiinni arvoistamme.

Autan mielelläni organisaatiosi tekoälymatkan tarinallistamisessa ja osallistamisessa.



Jukka Saksi  
KTT, viestintä- ja arvovalmentaja, tekoälykouluttaja  
040-501 8357  
[jukka.saksi@johtajaonmedia.fi](mailto:jukka.saksi@johtajaonmedia.fi)  
[johtajaonmedia.fi](http://johtajaonmedia.fi)

Twitterissä [@JukkaSaksi](https://twitter.com/JukkaSaksi), LinkedInissä [jukkasaksi](https://www.linkedin.com/in/jukkasaksi),  
BlueSkyssa [jukkasaksi.bsky.social](https://bsky.app/profile/jukkasaksi.bsky.social), Instagramissa [@jukkasaksi](https://www.instagram.com/jukkasaksi)

**VARAA  
MAKSUTON  
TEKOÄLY-DEMO**



# ARVOT, JOHTAJUUS, VIESTINTÄ JA VASTUULLISUUS

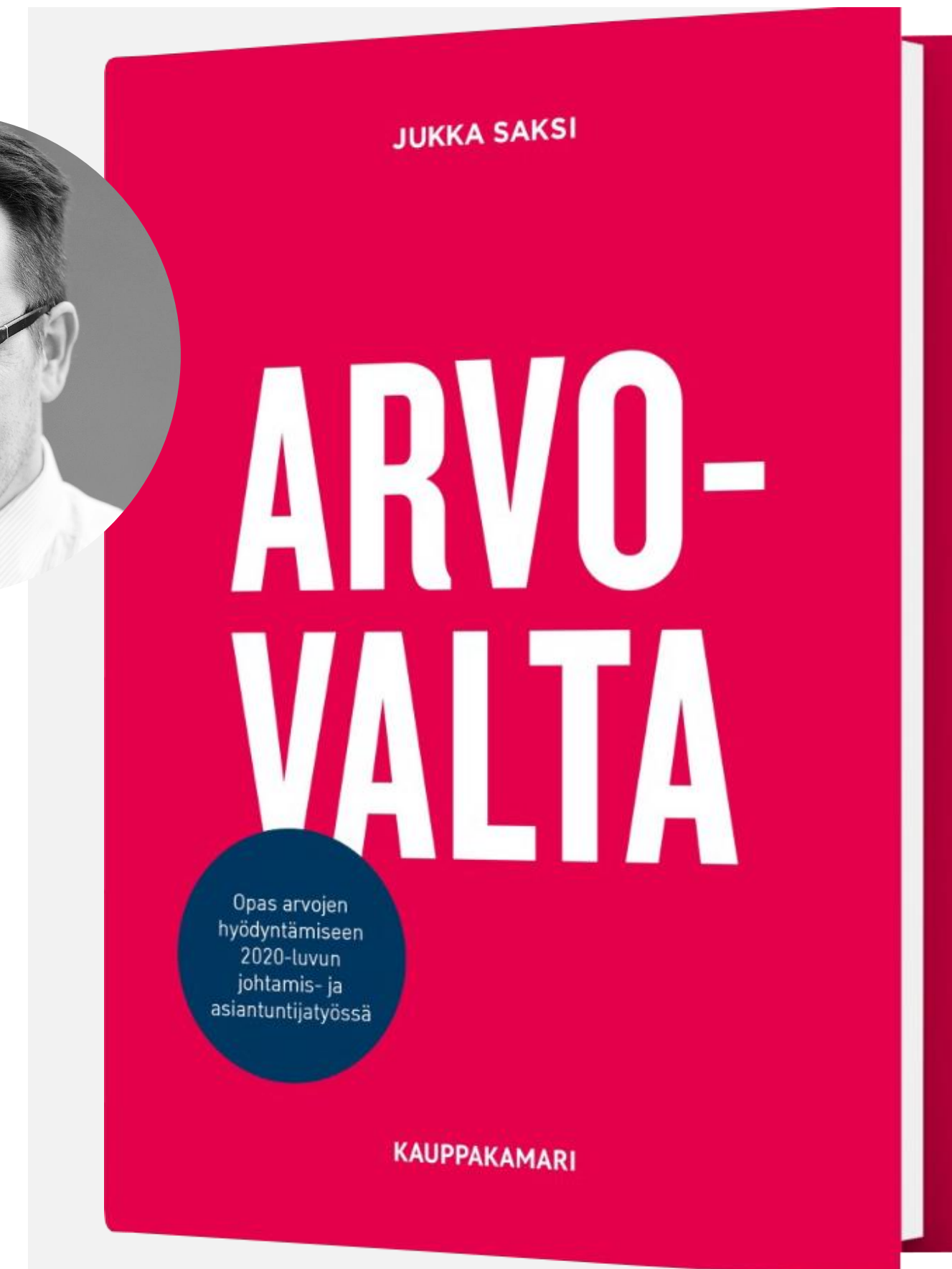
**Kuinka arvot luodaan osallistavasti ja  
kuinka niistä viestitään uskottavasti?**

## JUKKA SAKSIN **ARVOVALTA** -KIRJA

tarjoaa näkökulmia, havaintoja ja vinkkejä siihen, miten arvoista saa vahvuuksia johtamis- ja asiantuntijatyöhön.

Kirjaan on haastateltu 24 päättäjää ja he kertovat arvojen ja viestinnän merkityksestä työssään.

Kun arvot on kiteytetty, saatu arjen toimintoihin ja viestitty taitavasti, niiden avulla saadaan valtaa.



**TILAA ARVOVALTA-KIRJA**





# JUKAN NÄKEMYKSIÄ MEDIASSA

- Mediasta löytyy useita artikkeleita, joissa Jukka kertoo näkemyksiään ja visioitaan johtamisen, arvojen, viestinnän ja tekoälymurroksen aiheita. Voit lukea niitä tarkemmin [täältä](#).

**ITÄ-SAVO**

**ARVOPAPERI**

**Mediuutiset**



**Talouselämä**

**TALOUSSANOMAT**

**HELSINGIN SANOMAT**

**Kauppalehti**

**VANTAAN SANOMAT**







## ASIAKKAIDEN PALAUTTEITA

**Outi Hohti**, viestintäjohtaja, SOK: *"Jukan supervoima valmennuksessa on osallistava ote. Valmentaja helposti rakastuu omiin teeseihinsä, mutta Jukka toi uusia ajatuksia ja oivalluksia nimenomaan MEILLE. Siinä toteutui palvelevan johtamisen idea, yhdistyi ulkoisen maailman signaalit organisaation omaan toimintaan".*

**Raija Korhonen**, Kuopion kaupungin viestintä ja markkinointi: *"Kiitos todella mielenkiintoisesta ja innostavasta aamupäivästä! Porukat olivat täysillä mukana ja ryhmätöissä saatiinkin jo ihan oikeaan tekemiseenkin hyviä testauksia ja osin jo ratkaisujakin, mitä voidaan suoraan hyödyntää".*

**Jari Himanen**, toimitusjohtaja, OP Suur-Savo: *"Jukka pystyi erinomaisesti kuvaamaan, miksi johdon pitää viestiä aktiivisesti ja sparrasi minua henkilökohtaisesti palveluverkoston muutokset yhteydessä. Jukka omaa myös taidon käsitellä yhteiskunnan murrosta ja muutosta erilaisten toimijoiden näkökulmasta".*

**Jarno Kinnunen**, viestintäpäällikkö, Hoivatie: *"Jukan osallistava ja mukaansatempaava valmennus johtajuusviestinnästä innosti esihenkilöitämme pohtimaan viestinnän merkitystä esihenkilötyössä. Sparrauksella saimme vahvistusta ja erinomaisia työkaluja viestintäkulttuurimme rakentamiseen, jossa arvoilla ja oman työn näkyväksi tekemisellä on iso rooli. Vahva suositus!"*

**Kalle Larsson**, kaupunginjohtaja, Orimattila: *"Omalta osaltani olen saanut apua johtajan henkilökohtaisen viestinnän tärkeyden ymmärtämiseen. Siihen, että on aktiivisesti kerrottava ajankohtaisista asioista. Ylläpidettävä dialogia ja näin rakennettava luottamusta".*

**HERÄSIKÖ KYSYMYKSIÄ?  
ALOITA DIALOGI TÄSTÄ**

