



Viestinnän ammattilaisten asenteet ChatGPT:tä kohtaan

Majja Heinilä

Haaga-Helia ammattikorkeakoulu

Liiketalouden tradenomi

Opinnäytetyö

2024

Tiivistelmä

Tekijä Maija Heinilä
Tutkinto Tradenomi
Opinnäytetyön nimi Viestinnän ammattilaisten asenteet ChatGPT:tä kohtaan
Sivu- ja liitesivumäärä 63 + 2
<p>Opinnäytetyön tavoitteena oli selvittää, millaisia asenteita viestinnän ammattilaisilla on tekoälytyökalu ChatGPT:tä kohtaan Suomessa. ChatGPT on OpenAI:n marraskuussa 2022 julkaisema kielimallisovellus, jolle käyttäjä antaa käskyjä luonnollisella kielellä kirjoittaen ja sovellus pyrkii vastaamaan saamiensa ohjeiden mukaan. Aihe on erittäin ajankohtainen, sillä ChatGPT:stä sekä sen vaikutuksista viestintäalan tulevaisuuteen puhutaan paljon. Tutkimuksia suomalaisista viestijöistä ja ChatGPT:stä on kuitenkin vielä vähän sen uutuuden vuoksi. Viestijöiden asenteita päätettiin kartoittaa selvittämällä, millaisia kokemuksia viestijöillä on tekoälysovelluksen käytöstä. Asiaa tutkittiin sekä hyötyjen että haasteiden kautta. Lisäksi selvitettiin, onko tekoälysovelluksen käytöllä ollut vaikutusta haastateltavien työmotivaatioon. Tutkimuksen pohjana toimivat teoriaosuudet viestinnästä ja tekoälystä sekä ChatGPT:stä.</p> <p>Tutkimus toteutettiin keväällä 2024. Tutkimuksessa haastateltiin viittä henkilöä, jotka työskentelevät Suomessa viestinnän parissa ja heillä on kokemusta ChatGPT:n käytöstä. Haastattelut olivat puolistrukturoituja haastatteluja, ja ne äänitettiin tutkimusaineiston keräämistä varten. Haastattelut toteutettiin Teamsilla, Telegrammilla sekä yksi haastattelu oli kasvotusten. Haastateltavat viestijät tekevät kaikki erilaisia työtehtäviä eri yrityksissä, minkä vuoksi heidän kokemuksissaan ja tavoissa hyödyntää ChatGPT:tä ilmeni eroavaisuuksia. Tutkimuksessa pyrittiin löytämään heidän asenteistaan sekä yhdistäviä että erottavia tekijöitä.</p> <p>Tämän tutkimuksen teoreettinen viitekehys on luotu aihetta koskevan kirjallisuuden, tutkimuksien, uutisten ja asiantuntijalausuntojen perusteella. Tutkimuksen teoreettinen tausta ja haastateltavien antamat lausunnot olivat sisällöltään yhtenäisiä. Haastattelutuloksista kävi ilmi, että kaikki haastateltavat ovat hyötäneet tekoälytyökalusta, mutta myös turhautuneet sitä käyttäessään. Kaikki haastateltavat nimesivät tietoriski- ja luotettavuuskysymykset suuremmiksi huolenaiheiksi sovellukseen liittyen. Tutkimuksen tulosten mukaan viestijät kaipaivat työnantajiltaan selvempiä pelisääntöjä tekoälysovelluksen käytöstä sekä kannustusta sen käyttöön. Tutkimuksen perusteella työnantajien tulisi perehdyttää ChatGPT:n käyttöä paremmin työntekijöilleen.</p> <p>Haastatteluissa nousi esille ChatGPT:n tekevän viestintätyöstä viestijöille mielekkäämpää, koska sen avulla voi ulkoistaa ikäviä työtehtäviä. Se myös tukee osa-alueissa, jotka eivät ole työntekijän omia vahvuuksia. Kaikki haastateltavat näkivät tulevaisuutensa alalla hyvänä tekoälyn kehityksestä ja yleistymisestä huolimatta. Viestijät uskovat saavansa ChatGPT:stä lisää hyötyä tulevaisuudessa, kunhan työntekijä itse pysyy mukana tekoälytyökalun kehityksessä. Tutkimuksen perusteella suomalaisten viestijöiden asenne ChatGPT:tä kohtaan on positiivinen.</p>
Asiasanat ChatGPT, Viestintä, Tekoäly, Viestijät, AI

Sisällys

1	Johdanto	1
1.1	Aiheen valinta.....	1
1.2	Opinnäytetyön tavoitteet ja rajaukset.....	2
1.3	Opinnäytetyön ongelmanasettelu ja tutkimuskysymykset	3
2	Viestintä	5
2.1	Viestinnän määritelmä.....	5
2.2	Viestinnän tehtävä ja merkitys työelämässä	5
2.3	Viestinnän ammattilaiset	7
2.4	Viestijöiden motivaatio.....	9
2.4.1	Suomalaisten viestijöiden motivaatio verrattuna eurooppalaisiin viestijöihin.....	9
2.4.2	Suomalaisten viestijöiden motivaatio vuonna 2023	10
2.5	Viestinnän lähitulevaisuuden trendit	11
3	Tekoäly	13
3.1	Tekoälyn määritelmä.....	13
3.2	Tekoälyyn liittyvää termistöä	13
3.3	Tekoälyn kehitys ja historia	15
3.4	Luova tekoäly	17
3.5	Tekoälyn käyttö viestintäalalla	18
3.6	Tekoälyn eettisyys viestinnässä	19
4	ChatGPT	21
4.1	Keskusteleva tekoälysovellus ChatGPT	21
4.2	ChatGPT:n kehitys ja julkaisu.....	22
4.3	ChatGPT:n toimintaperiaate	23
4.4	ChatGPT:n hyödyntäminen viestinnässä.....	24
4.5	ChatGPT:n ongelmakohdat	26
4.6	ChatGPT:n käyttö markkinointiviestinnässä – Tapaus Sherpa & Neste.....	28
4.7	ChatGPT:n vaikutus asiakasviestintään ja työpaikkojen määrään - Tapaus Klarna	30
5	Tutkimusmenetelmä	32
5.1	Tutkimusmenetelmän valinta.....	32
5.2	Erilaiset tutkimusmenetelmät.....	32
5.2.1	Määrällinen tutkimus	32
5.2.2	Laadullinen tutkimus	33
5.3	Tutkimusmenetelmän valinta opinnäytetyöhön	34
5.4	Tutkimuksen toteutussuunnitelma	35
5.5	Tutkimuksen mahdolliset haasteet	36

5.6	Tutkimuksen toteutus	36
6	Tutkimustulokset	39
6.1	Haastateltavien esittely	39
6.2	Viestijöiden kokemukset ja havainnot ChatGPT:n käytöstä työssään	40
6.3	Asiat, jotka vaikuttavat positiivisesti viestinnän ammattilaisten asenteisiin ChatGPT:tä kohtaan	42
6.4	Huolenaiheet ja epäluulot, jotka vaikuttavat viestinnän negatiivisesti viestijöiden asenteisiin ChatGPT:tä kohtaan	44
6.5	ChatGPT:n käytön vaikutus viestinnän ammattilaisten työmotivaatioon.....	47
7	Loppupäätelmät.....	49
7.1	Tutkimustuloksien yhteenveto ja päätelmät	49
7.2	Jatkokehitysideat.....	52
7.3	Tutkimuksen uskottavuuden, luotettavuuden ja eettisyyden toteutuminen	54
7.4	Opinnäytetyöprosessin itsearviointi	56
Lähteet.....		58
Liitteet		64
Liite 1. Kysymyslomake tutkimushaastatteluihin		64

1 Johdanto

“En usko, että tekoäly sinällään vie ihmisten työpaikkoja, sillä se myös luo uudenlaisia työpaikkoja. Mutta kyllä ihminen, joka osaa käyttää tekoälyä, korvaa ihmisen, joka ei osaa käyttää tekoälyä.” – Elina Bono (Repo 28.4.2023, 5–6 min)

Tässä pääluvussa kerron, miten päädyin valitsemaan ja rajaamaan ChatGPT:n ja viestijät opinnäytetyöni aiheeksi. Perustelen, miksi valitsemani aihe on ajankohtainen, merkittävä ja mielenkiintoinen. Pääluvussa käsittelen myös opinnäytetyön tavoitteita. Kerron myös opinnäytetyön ongelmanasettelusta ja tutkimuksen tutkimuskysymyksistä.

1.1 Aiheen valinta

Tässä opinnäytetyössä tutkin viestinnän ammattilaisten asenteita tekoälysovellus ChatGPT:tä kohtaan. ChatGPT on OpenAI:n marraskuussa 2022 julkaissama tekoälysovellus, jota on pidetty aikansa edelläkävijänä ja suunnannäyttäjänä luovan tekoälyn kentällä (Salo 2023, 7). ChatGPT on erittäin kehittynyt chatbot, joka kykenee tuottamaan useilla eri kielillä ihmismäistä tekstiä käyttäjän sille syöttämien ohjeiden perusteella (Kolari & Kallio 2023, 41). Se on ollut menestys myös kuluttajien keskuudessa ja se keräsi julkaisunsa jälkeen nopeasti ennätyksellisen suuren käyttäjäkunnan (Tauli 2023, 11).

Aihe opinnäytetyölleni valikoitui halustani kirjoittaa opinnäytetyöni ajankohtaisesta sekä itseäni kiinnostavasta aiheesta, jolloin sen tutkiminen olisi motivoivaa ja innostavaa. Koin aiheen keksimisen haastavaksi, joten keväällä 2023 kysyin ehdotuksia opinnäytetyön aiheesta ChatGPT tekoälysovellukselta. Sovellus oli tuolloin julkaistu noin puoli vuotta sitten ja se oli minulle käytännötasolla tuttu tekoälytyökalu, jota olin hyödyntänyt esimerkiksi työnhaussa ja opinnoissani. Kirjoitin sovellukseen toimintakäskynä pyynnön ehdottaa minulle kymmenen viestinnän opiskelijan opinnäytetyöhön sopivaa ajankohtaista aihetta. Tekoälysovellus ehdotti kattavien ja selkeiden perusteluiden kera aiheiksi esimerkiksi sosiaalista mediaa ja sen vaikuttajia, viestinnän viherpesua ja monikulttuurista viestintää. Lukiessani ChatGPT:n antamia vastauksia aiheista mietin miten nopea, uudenlainen, ja tulevaisuutta muuttava työkalu se on. Vuorovaikutus tekoälysovelluksen kanssa tuntui kuin olisin keskustellut älykkään ja lähes kaikkietävän ihmisen kanssa. Ja samalla tajusin, että opinnäytetyöni aiheena olisi ChatGPT ja sen vaikutus viestintään.

ChatGPT on osa laajempaa tekoälyn yleistymistä ihmisten arkielämässä ja myös työelämässä. Yleinen ajatus on ollut, että tekoälyllä ja roboteilla tullaan korvaavaan työntekijät helposti automatisoitavista työtehtävistä, jotka eivät vaadi vuorovaikutusta ja toistavat samaa rutiinia (Toivonen 2023, 197). Viimeistään ChatGPT:n julkaisu on herättänyt keskustelua siitä, voidaanko tekoälyn

avulla tehdä myös ihmismäiseen luovuuteen ja vuorovaikutukseen perustuvia työtehtäviä. Tekoälytyökalun luomat vastaukset ovat usein niin vakuuttavia ja inhimillisiä, että käyttäjä voi helposti unohtaa käyvänsä keskustelua koneen eikä tiedostavan yksilön kanssa (Salo 2023, 33). ChatGPT osaa tehdä salamannopeasti myös käyttäjänsä pyynnöstä luovaa tuotosta, kuten kirjoittaa runoja ja laulun sanoja (Ojanperä 2023, 23). Perinteisesti ihmiset ovat pitäneet luovuutta vain ihmisen ainutlaatuisena piirteenä, joten tekoälyn taidot luovassa työssä ovat hämmästyttäneet monia (Toivonen 2023, 160). Ilmoille on noussut kysymys; voiko tekoäly päihittää ihmisen myös luovuudessa ja ihmisten välisessä vuorovaikutuksessa?

Olen itse kiinnostunut siitä, miten tekoäly voi muuttaa tulevaisuuden työelämää sekä vaikuttaa ihmisten väliseen vuorovaikutukseen. Viestintä on keskeinen osa yhteiskuntaa, ja sen rooli korostuu useissa eri tilanteissa. Siksi aihevalinta, jossa viestijät ja maailmaa mullistanut tekoälytyökalun yhdistetään, on ajankohtainen ja hyödyllinen tutkimuskohde. Nykymaailmassa viestinnän ammattilaiset joutuvat jatkuvasti sopeutumaan uusiin työvälineisiin ja teknologisiin innovaatioihin, joista suurimpana lähivuosien muutoksena pidän juuri ChatGPT:tä. Itse uskon, että ChatGPT:n käyttö viestinnässä luo niin vaaranpaikkoja kuin mahdollisuuksia. Uskomustani tukee LUT:ssa keväällä 2023 professori Mika Ruokosen, professori Paavo Ritalan ja nuoremman tutkijan Laavanya Ramaulin tekemä tutkimus, jossa haastateltiin ensimmäisiä suomalaisia ihmisiä, jotka olivat ottaneet ChatGPT:n työssään käyttöön. Haastatellut viestijät kertoivat tekoälysovelluksen tekevän työstä tehokkaampaa ja vähentävän sen kustannuksia, mutta tuottavan myös ongelmia esimerkiksi luomalla välillä epäluotettavaa sisältöä. (LUT 4.7.2023.)

Samaisessa LUT:in tutkimuksessa ilmeni, että erityisesti viestijät sekä markkinointialan ammattilaiset olivat huolissaan omista työpaikoistaan ChatGPT:n vuoksi (Kaipainen 12.7.2023). Kyseinen tutkimus tehtiin silloin, kun ChatGPT oli hyvin uusi viestinnän työkalu eikä sen rooli ollut vielä vakiintunut useimmissa organisaatioissa. Tutkimuksessa haastatellut olivat niin sanottuja ChatGPT:n ensimmäisen aallon käyttäjiä. Siksi halusin perehtyä siihen, miten viestijät suhtautuvat tekoälysovellukseen nyt, kun sen julkaisusta on jo yli vuosi ja se on jo vakiintunut ihmisten käyttöön työssä ja arjessa. Mietin, miten viestijät ovat ottaneet sen käyttöön osana työarkeaan, ovatko he paneutuneet sen eri toimintoihin sekä saaneet tarvittavaa ohjeistusta työnantajiltaan. Millaisena he näkevät viestintäalan tulevaisuuden tekoälyn kehittyessä ja yleistyessä, ja tuoko ChatGPT heistä mukanaan mahdollisuuksia vai uhkia?

1.2 Opinnäytetyön tavoitteet ja rajaukset

Tutkimukseni kuuluu laajempaan kokonaisuuteen, joka käsittelee teknologian roolia työelämässä. Olen rajannut aiheita työelämän puolelta viestinnän toimialaan sekä teknologian puolelta tekoälyyn ja siitä vielä tarkemmin yhteen tekoälysovellukseen ChatGPT:hen. Halusin tutkia juuri tätä

sovellusta sen ajankohtaisuuden ja suosion vuoksi. Lisäksi kaikista tekoälysovelluksista se sopii viestinnän tehtäviin. Viestinnän ammattilaiset ovat avainasemassa tiedonvälityksessä ja vuorovaikutuksessa. Tekoälyn käyttö heidän työssään voi vaikuttaa merkittävästi siihen, miten viestejä muotoillaan, kuinka paikkaansa pitävää jaettu tieto on ja miten informaatio kulkee organisaation sisällä ja ulkopuolella. Heidän tekemällään työllä on suuri merkitys yhteiskunnalle. Siksi koin tärkeäksi tutkia viestijöiden ajatuksia ja tuoda niitä esille tutkimuksen kautta.

Viime vuosien teknologisen kehityksen suuret harppaukset vaativat syvempää ymmärrystä siitä, miten tekoäly voi tehostaa ja muuttaa viestintätapoja sekä mitä haasteita luovan tekoälyn yleistymisen voi tuoda viestintään. Ilmiön ymmärtämiseksi päätin tutkia viestijöiden kokemuksia ja näkemyksiä. Siksi tässä opinnäytetyössä on tutkimusmenetelmänä laadullinen tutkimusmenetelmä, joka sopii kokemusten ja ilmiöiden tutkimiseen. Tutkimus toteutettiin haastattelemalla viittä Suomessa työskentelevää viestinnän ammattilaista. Haastattelut olivat puolistrukturoituja haastatteluja.

Tutkimuksen tärkeimpänä tarkoituksena on saada aikaan selkeä kuva siitä, miten viestinnän ammattilaiset suhtautuvat ChatGPT:hen. Tämä pyrin selvittämään kartoittamalla, mitkä asiat siinä vaikuttavat positiivisesti tai negatiivisesti viestijöiden asenteisiin. Tutkimus tutkii, miten viestijät kokevat ChatGPT:n sopivan osaksi heidän työtään ja millaisia vaikutuksia sillä on heidän työlleen. Tutkimuksella pyrin selvittämään, missä tilanteissa viestijät kokevat tekoälysovelluksesta olevan hyötyä viestinnässä sekä missä tilanteissa ja työtehtävissä sitä ei kannata käyttää. Tavoitteenani oli selvittää ja tunnistaa kehityskohteet ChatGPT:n käytössä viestinnässä.

Tekemäni tutkimus on perusteltua, sillä se tarjoaa arvokasta tietoa, joka voi auttaa organisaatioita hyödyntämään tekoälyä tehokkaammin viestinnässään sekä tukemaan viestijöitä paremmin sen käytössä. Tutkimuksessa saaduilla tiedoilla voidaan myös kehittää ja luoda uusia ohjeistuksia ja käytäntöjä ChatGPT:n käytöstä viestinnässä. Lisäksi saadaan tietoa sen viestintään liittyvistä eettisistä haasteista ja miten viestijät ne kokevat. Tutkimuksessa olen käsitellyt myös viestijöiden motivaation muutoksia ChatGPT:n yleistymisen myötä. Tietojen pohjalta voidaan luoda käytäntöjä, joiden avulla viestijöiden työhyvinvointia voidaan parantaa. Tutkimuksesta saatujen tietojen avulla myös OpenAI voi kehittää ChatGPT:tä viestijöille paremmin sopivaksi työkaluksi.

1.3 Opinnäytetyön ongelmanasettelu ja tutkimuskysymykset

Tutkimukseni aiheen valinnan ja rajaamisen jälkeen loin tutkimukselle sen aiheita kuvaavan pääkysymyksen. Mahdollisimman tarkka ja olennainen tutkimuskysymys on onnistuneen tutkimuksen perusta (Vilkkä 2021a, 51). Koska tutkimukseni päätarkoituksena on saada realistinen ja kattava käsitys viestinnän ammattilaisten asenteista ChatGPT:tä kohtaan, on tutkimuksen pääkysymys ”Millaisia asenteita viestinnän ammattilaisilla on liittyen ChatGPT:hen?”. Jotta pääkysymykseen

saataisiin mahdollisimman kattava vastaus, tutkin pääkysymyksen teemaa neljän tarkentavan alakysymyksen kautta. Tämän tutkimuksen alakysymykset ovat:

1. Mitkä ovat viestinnän ammattilaisten kokemukset ja havainnot ChatGPT:n käytöstä työssä?
2. Mitkä tekijät vaikuttavat viestinnän ammattilaisten positiivisiin asenteisiin ChatGPT:tä kohtaan?
3. Mitkä ovat yleisimmät huolenaiheet tai epäluulot, jotka vaikuttavat viestinnän ammattilaisten negatiivisiin asenteisiin ChatGPT:tä kohtaan?
4. Millaisia vaikutuksia ChatGPT:n käytöllä on viestinnän ammattilaisten työmotivaatioon?

Tutkimuksen eri alakysymyksiä käsitelin kattavasti opinnäytetyössä teoreettisen tietopohjan kautta. Alakysymyksiä pohjalta on loin alaongelmittain haastattelukysymykset. Tutkimuksen tulokset on myös käsitelty niin, että jokaista alakysymystä käsitellään omassa alaluvussa. Alakysymykset ja niihin liittyvät tutkimuksen tietoperusta, tutkimustulokset ja haastattelukysymykset on esitelty Taulukossa 1.

Taulukko 1. Peittomatriisi

Alakysymykset	Tietoperusta	Tulokset	Kysymykset
1. Mitkä ovat viestinnän ammattilaisten kokemukset ja havainnot ChatGPT:n käytöstä työssä?	3.5, 4.4, 4.5, 4.6 & 4.7	6.2 & 7.1	7–14
2. Mitkä tekijät vaikuttavat viestinnän ammattilaisten positiivisiin asenteisiin ChatGPT:tä kohtaan?	4.4	6.3 & 7.1	15–20
3. Mitkä ovat yleisimmät huolenaiheet tai epäluulot, jotka vaikuttavat viestinnän ammattilaisten negatiivisiin asenteisiin ChatGPT:tä kohtaan?	3.6 & 4.5	6.4 & 7.1	21–28
4. Millaisia vaikutuksia ChatGPT:n käytöllä on viestinnän ammattilaisten työmotivaatioon?	2.4, 2.4.1 & 2.4.2	6.5 & 7.1	29–35

Peittomatriisin tarkoitus on auttaa havainnollistamaan tutkimuksen teemoja sekä niiden linkittymistä opinnäytetyön eri osuuksiin. Peittomatriisissa tutkimuksen alaongelmat on lajiteltu omiin riveihinsä. Jokaisen alakysymyksen riviltä löytyy tietoa siitä, missä opinnäytetyön osuudessa on alakysymykseen liittyvää teoreettista tietoa sekä alakysymykseen liittyvät tutkimustulokset. Lisäksi peittomatriisiin on kirjattu haastattelurungosta (Liite 1) tiettyä alaongelmaa tutkivat kysymykset numeroittain.

2 Viestintä

Tässä pääluvussa käsittelen viestintää alana ja sen merkitystä organisaatioissa. Paneudun pääluvussa erityisesti suomalaisiin viestinnän ammattilaisiin. Kuvaan heidän työstään ja motivaatioitaan. Lisäksi pääluvussa kerron tekoälyn vaikutusta viestintään ja viestinnänalan lähitulevaisuutta.

2.1 Viestinnän määritelmä

Viestinnällä tarkoitetaan vähintään kahden ihmisen välistä vuorovaikutusta. Tässä vuorovaikutuksessa vähintään toisella on tavoitteena välittää jokin viesti toiselle ja tällä tavalla vaikuttaa viestin vastaanottajaan. (Kortetjärvi-Nurmi & Murtola 2016, 11–12.) Viestinnällä voidaan pyrkiä vaikuttamaan ihmisten asenteisiin, tekoihin, mielipiteisiin sekä yrittää herättää pohdintaa, tunteita ja erilaista toimintaa (Juholin 2022, 15).

Vuorovaikutusta voidaan toteuttaa niin puhuttuna kuin kirjoitettuna kielenkäyttönä (Kortetjärvi-Nurmi & Murtola 2016, 12). Kieli onkin keskeisessä asemassa viestinnässä, koska se on yksi viestinnän mahdollistajista. Viestintää ja vuorovaikutusta on kuitenkin myös nonverbaalinen viestintä, johon kuuluvat erilaiset ilmeet, eleet ja ihmisen kehonkieli. (Juholin 2022, 15–16.)

Kaikki ihmiset viestivät, sillä se on ihmisille lajityypillinen piirre ja inhimillisen toiminnan alkulähde. Ilman viestintää ei olisi olemassa sosiaalista järjestystä ja ihmisten elämä yhteiskunnassa olisi hyvin haastavaa. Jos ihmisten välistä viestintää ja vuorovaikutusta ei olisi, myös organisoitu toiminta ja organisaatiot puuttuisivat. Vuorovaikutuksen synonyymi kommunikaatio (*communication*) pohjautuu kahteen latinankieliseen termiin *communitas* ja *communicatio*. *Communitas* tarkoittaa yhteistä, yhteisöllisyyttä sekä jakamista ja *communicatio* merkitsee yhteydenpitoa ja viestintää. Nämä termit yhdistämällä saadaan aikaan vuorovaikutus ja viestintä. (Juholin 2022, 15.)

2.2 Viestinnän tehtävä ja merkitys työelämässä

Koska viestintää tapahtuu kaikkialla, on se myös osa yrityksien ja organisaatioiden toimintaa. Onnistunut viestintä mahdollistaa yrityksen sujuvan toiminnan ja on sen takia äärimmäisen tärkeää. Uskotaan, että toimimaton viestintä voi johtaa pahimmillaan yrityksen tuhoon. Jotta viestintä olisi onnistunutta tulee sitä jatkuvasti suunnitella, organisoida ja arvioida. Yrityksen viestinnällä tulee olla selkeä strategia, keskeiset tehtävät ja tavoitteet. (Kortetjärvi-Nurmi & Murtola 2016, 10.) Selkeät tavoitteet ovat tärkeitä yritysviestinnässä, sillä niiden avulla voidaan mitata viestinnän onnistumista (Kortetjärvi-Nurmi & Murtola 2016, 48).

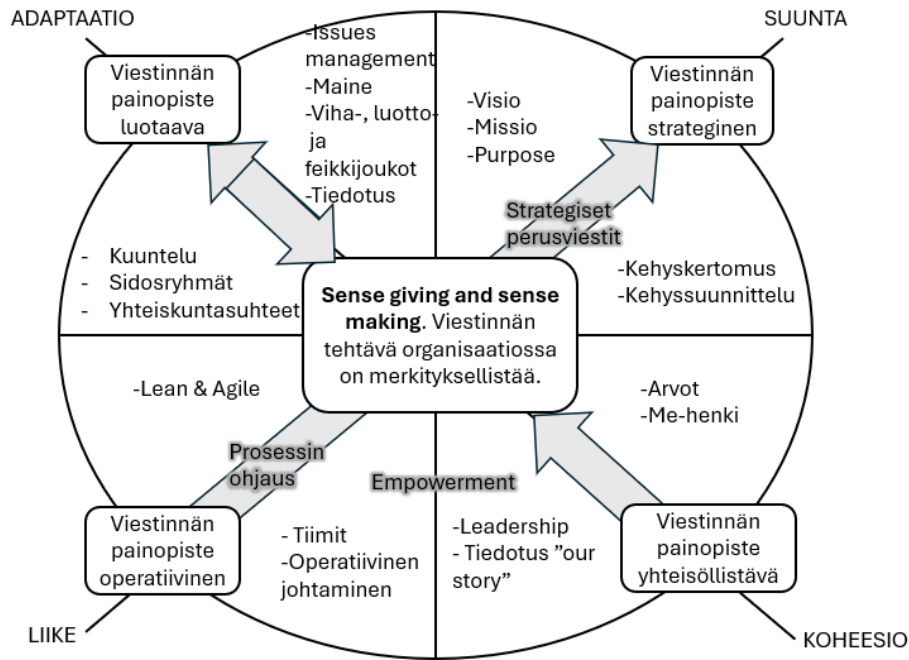
Työelämässä viestinnän yksi tärkeimpiä tehtäviä on rakentaa työntekijöiden luottamusta organisaatiota kohtaan ja parantaa yhteiskunnallisesti yrityksen mainetta. Suomalaisten yrityksien

heikkoutena on ollut, ettei menestyksestä ja saavutuksista uutisoida. Jos tätä ei tehdä edes yrityksen sisällä, ei myöskään yrityksen maine kasva tai parane. Yritykselle hyvä maine on tärkeää, sillä tutkimuksien mukaan hyvämaineiset yritykset menestyvät huonomaineisia paremmin. Hyvä maineiset yritykset myös houkuttelevat enemmän osaavia työntekijöitä, sijoittajia ja asiakkaita. (Niskala 12.4.2023, 15–25 min.)

Ylimmän johdon, yrityksen eri osastojen ja viestinnän yhteistyön tulisi toimia saumattomasti sekä viestinnän tulisi olla osa yrityksen strategiaa. Usein tarve osaavalle viestinnälle ja hyvälle yhteistyölle nousee esille organisaatioissa kriisitilanteissa, jolloin yleinen epävarmuus kasvaa ja ihmiset haluavat relevanttia sekä luotettavaa tietoa tilanteesta. Esimerkiksi koronapandemia nosti viestinnän merkitystä yrityksissä, kun työntekijät tarvitsivat selkeitä ohjeistuksia uudesta maailmantilanteesta. (Niskala 12.4.2023, 30–34 min.)

Yksi Suomen tunnetuimmista viestintämalleista, joka kuvaa viestinnän merkitystä organisaatioille, on professori Leif Åbergin (1948–2020) vuonna 1985 kehittämä Åbergin pizza. Kyseinen viestintämalli pyrki ymmärtämään, miksi organisaatiot viestivät korostaen viestinnän tehtävää strategian toteuttamisessa, tulostavoitteiden saavuttamisessa ja aineettomien pääomien vahvistamisessa. Malli pohjautuu viestinnän funktioiden ja tehtävien ryhmittelyyn, jotka muodostavat tulosviestinnän mallin. Alkuperäisen Åbergin pizzan mukaan viestinnän tehtäviä organisaatiossa oli viisi. Nämä tehtävät olivat perustoimintojen tuki, informointi, pitkäjänteinen profilointi, sosiaalistaminen ja ihmisten välinen vuorovaikutus. (Juholin 2022, 295.)

Niin maailma kuin viestinnän rooli ovat muuttuneet alkuperäisen Åbergin pizzan julkaisun jälkeen. Ennen kuolemaansa Åberg päivitti kuuluisan pizzansa 2020-luvulle uusilla pizzatäytteillä. Uusi viestintämalli julkaistiin vuonna 2020 ProCom-päivillä. Uuden pizzamallin nimi on Merkityksellistävän yhteisöviestinnän malli. Nimi perustuu viestinnän tehtävään organisaatiossa. Åbergin näemyksen mukaan organisaatiossa viestintä antaa merkityksiä (*sense giving*) ja luo merkityksiä (*sense making*) asioihin. (Juholin 2022, 303.) Kuva 1 kuvastaa uudistettua Åbergin pizzaa.



Kuva 1. Merkityksellistävän yhteisöviestinnän malli (mukaillen Juholin 2022, 312)

Åbergin uusi pizza koostuu neljästä eri mausta eli viestinnän tehtävistä, joita määrittävät niin organisaatio kuin toimintaympäristö. Viestinnän funktiot eli tehtävät ovat strateginen viestintä, operatiivinen viestintä, yhteisöllistävä viestintä ja luotaava viestintä. Strategisen viestinnän tehtävä on avata yrityksen visio, missio ja tarkoitus sekä rakentaa strategiantyön kehysuunnittelua ja -kertomusta. Operatiivinen viestintä on mukana prosessin ohjauksessa, tiimistyössä, johtamis- ja esihenkilöviestinnässä sekä voimaannuttamisessa. Yhteisöllistävä viestintä vahvistaa me-henkeä, sitoutumista sekä työlle omistautumista. Siihen kuuluva ihmisten johtamiseen painottava viestintä tuo esille organisaation arvoja ja etiikkaa. Organisaation ja toimintaympäristön rajapinnalla tapahtuu luotaavaa viestintää. Sen avulla rakennetaan mainetta, tiedotetaan, hoidetaan yhteiskunta- ja sidosryhmäviestintää sekä tehdään vaativaa viestintää luotto-, viha- ja feikkijoukkojen kanssa. (Juholin 2022, 28.)

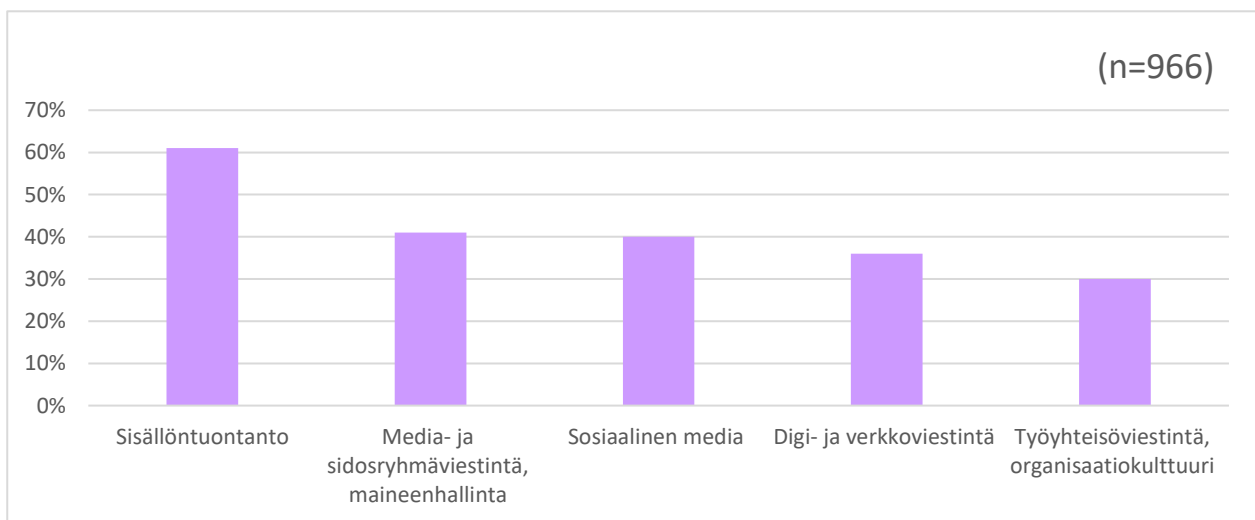
2.3 Viestinnän ammattilaiset

Viestinnän ammattilaiset työskentelevät erilaisissa viestinnän tehtävissä viestinnän asiantuntijaroleissa ja ovat useimmiten taustaltaan korkeakoulututkinnon suorittaneita (Viesti ry). Julkisen alan viestijät JAT ry:n, ProCom ry:n ja Viesti ry:n (2023) mukaan Suomen viestijöistä yksi kolmasosa on opiskellut viestintää pääaineenaan. Viestinnän työtehtävissä menestyminen vaatii kykyä oppia uutta nopeasti sekä hyvää ja ajankohtaista ymmärrystä alan ja yhteiskunnan trendeistä, jotka voivat muuttua hyvin nopeasti.

Viestijät työskentelevät useissa erilaisissa työpaikoissa kuten esimerkiksi viestintätoimistoissa, yrittäjinä, yrityksissä ja julkisella sektorilla. Yksityinen sektori, johon kuuluu esimerkiksi pörssiyritykset, viestintätoimistot ja startupit, on suurin viestinnän ammattilaisten työllistäjä. (Viesti ry.) Julkisen alan viestijät JAT ry:n, ProCom ry:n ja Viesti ry:n (2023) tutkimuksen mukaan yritykset olivat suosituin vaihtoehto työpaikoista, missä viestijät haluaisivat työskennellä. Yrityksissä on kiinnostunut työskentelemään joka viidennes tutkimukseen vastanneista. Toiseksi halutuin työpaikka on valtio, jossa oli kiinnostunut työskentelemään 17 % vastaajista.

Viestinnän ammattilaisia työskentelee laajasti eri uratasoilla aina harjoittelijatasosta johtaja- ja päällikkörooleihin asti. Tehtävänimikkeistä yleisimpiä ovat viestinnän asiantuntija tai suunnittelija, tiedottaja sekä viestintä- ja/tai markkinointipäällikkö. Muita alalla käytettyjä nimikkeitä ovat muun muassa viestintäkonsultti, verkkoviestinnänasiantuntija sekä viestintä- ja/tai markkinointiassistentti. (Julkisen alan viestijät JAT ry, ProCom ry ja Viesti ry 2023.)

Viestijät vastaavat kokonaisvaltaisesti organisaatioiden sisäisestä ja ulkoisesta viestinnästä. Viestinnän ammattilainen avustaa myös muun organisaation viestintä- ja vuorovaikutustaitoja kehittämään, sillä kaikkien organisaation jäsenten tulisi pystyä viestimään itsenäisesti ja asianmukaisesti. Erityisen tärkeää on ylempien tahojen viestintätaidot ja niiden tukeminen, sillä toimiva viestintä on tärkeä työkalu johtamiseen sekä strategiatyöskentelyyn. (Viesti ry.) Kuvassa 2 on kuvattu viestijöiden omaa näkemystä siitä mitkä ovat heidän mielestään tärkeimpiä työtehtäviä (Julkisen alan viestijät JAT ry, ProCom ry ja Viesti ry 2023).



Kuva 2. Viisi viestijöiden suosituinta vastausta kysymykseen "Mitkä ovat tärkeimmät työtehtäväsi?"

Julkisen alan viestijät JAT ry:n, ProCom ry:n ja Viesti ry:n (2023) tutkimuksessa viestinnän ammattilaiset saivat valita annetuista vaihtoehdoista korkeintaan viisi itselleen tärkeintä viestinnän työtehtävää. Tutkimuksen mukaan viestijöiden tärkeimmäksi kokema työtehtävä oli sisällöntuotanto (61

%). Media- ja sidosryhmäviestintää ja maineenhallintaa äänesti 41 % vastaajista ja sosiaalista mediaa 40 % vastaajista. Neljänneksi sijoittui digi- ja verkkoviestintä (36 %) ja viidenneksi tärkein tehtävä oli työyhteisöviestintä, organisaatiokulttuuri (30 %).

2.4 Viestijöiden motivaatio

Motivoituneella ihmisellä on halu tehdä jotain tiettyä asiaa. Motivaatio on yhdistelmä energiaa, määrätietoisuutta ja sinnikkyyttä, jotka ajavat ihmistä toimimaan ja eteenpäin. Motivaation avulla ihminen jaksaa työssään ja suoriutuu siitä hyvin. Motivaation aiheuttajat eli ihmisen toimimisen syyt voidaan jakaa sisäisiin ja ulkoisiin tekijöihin. Kun ihmistä motivoi ulkoiset tekijät, hän pyrkii toiminnallaan saavuttamaan ulkoisen palkkion. Ulkoisia tekijöitä voivat olla esimerkiksi rahapalkkio tai muiden hyväksyntä. (Kostamo 2017, 37–38.) Sisäisiin tekijöihin taas kuuluu ihmisen tunne siitä, että hän tekee jotain itselleen luontaisesti mieluista, tärkeää ja merkityksellistä (Berlin 2019, 237).

Seuraavaksi käsittelemme suomalaisten viestinnän ammattilaisten motivaation tilannetta kahden eri tutkimuksen kautta.

2.4.1 Suomalaisten viestijöiden motivaatio verrattuna eurooppalaisiin viestijöihin

The Nordic Alliance for Communication & Management eli NORA julkaisi syyskuussa 2022 raportin, jossa vertailtiin muun muassa eri Euroopan maiden viestinnän ammattilaisten sitoutumista työhönsä sekä heidän työstään saamaansa merkityksen tunnetta. Suomalaisten viestijöiden tulokset jäivät pohjoismaalaisten ja eurooppalaisten tulosten keskiarvon alle organisaation sitoutumisessa, työhön omistautumisessa ja mielenterveyden tilassa. (The Nordic Alliance for Communication & Management 2022.)

Eurooppalaisista viestijöistä 68,1 % ja pohjoismaalaisista viestijöistä 72,4 % tunsivat työskentelynsä organisaatiossaan olevan hänelle henkilökohtaisesti merkityksellistä. Suomalaisista viestijöistä näin tunsivat vain 52,2 %. Suomalaisista viestijöistä 70,1 % kertoi olevansa innostunut työstään. Eurooppalaisista viestijöistä 78,2 % ja pohjoismaalaisista viestijöistä 74,5 % tunsivat innostusta työtään kohtaan. 37,9 % pohjoismaalaisista ja 34,5 % eurooppalaisista vastaajista ei tuntenut oloaan pettyneeksi työpäivän jälkeen. Suomalaisten vastaajien keskuudessa 25,4 % eli vain joka neljäs suomalainen viestijä tunsivat olonsa tyytyväiseksi työpäivän päätteeksi. (The Nordic Alliance for Communication & Management 2022.)

Kokonaisarvion mukaan 51,2 % suomalaista viestijöistä tunsivat sitoutumista organisaatioonsa, kun eurooppalaisten kollegoiden keskiarvo oli 66,2 %. Suomalaisista viestijöistä enemmän kuin joka kolmannes (34,3 %) tunsivat, ettei hänellä ole työkaluja työn ongelmien ratkaisuun, kun eurooppalaisista viestijöistä näin tunsivat vain reilu 19 % vastaajista. Positiivisesta sisäisestä motivaatiosta

kertova tulos oli, että suomalaisista viestijöistä 67,2 % ei epäile työnsä merkitystä, kun pohjoismaalaisten viestijöiden keskiarvo oli 65,9 %. (The Nordic Alliance for Communication & Management 2022.)

Tutkimuksen perusteella suomalaisten motivaatio on yleisesti matalampi niin sisäisten kuin ulkoisten motivaatio tekijöiden perusteella. Tulosta voi selittää esimerkiksi se, että 44,8 % suomalaisista viestijöistä koki työpaikkansa suurimmaksi ja vaikuttavammaksi ongelmaksi sen, ettei yrityksen strategiaa ole yhdistetty yrityksen viestintään. Tämä voi madaltaa työntekijän sitoutumista organisaatioon ja luoda epävarmuutta tehtävien tavoitteesta sekä merkityksestä. Viimeiset vuodet ovat myös olleet haastavia pandemian ja Ukrainan sodan vuoksi, joilla on ollut vaikutusta niin työntekotapaan kuin viestinnän tarpeeseen. Viestijöiden stressin määrän katsotaan nousseen ja riskin burnoutille kasvaneen, mikä on voinut vaikuttaa viestijöiden motivaatioon negatiivisesti. (The Nordic Alliance for Communication & Management 2022.)

2.4.2 Suomalaisen viestijöiden motivaatio vuonna 2023

Vuonna 2023 julkaistussa tutkimuksessa on saatavilla tietoja suomalaisten viestijöiden motivaation tilanteesta. Tutkimuksen mukaan 97 % suomalaisista viestijöistä itse arvosti viestintäalaa paljon tai melko paljon. Viestijöiden kokemus siitä, miten yhteiskunta arvostaa alaa oli ristiriitainen. Viestijöistä 55 % koki, että yhteiskunta arvostaa alaa melko paljon tai paljon, kun taas 42 % vastaajista koki yhteiskunnan arvostuksen alaa kohtaan olevan melko vähäistä. Kuitenkin 55 % viestijöistä on kokenut yleisen arvostuksen viestintää kohtaan nousseen. (Julkisen alan viestijät JAT ry, ProCom ry ja Viesti ry 2023.)

Tutkimuksessa oli selvitetty, miten arvostus viestintää kohtaan näkyy työpaikoilla ja organisaatiossa. Tutkimukseen vastanneista viestijöistä 96 % koki, että viestinnän tulisi olla osa organisaation strategiaa, mutta tämä tapahtui konkreettisesti vasta 56 % vastaajien työpaikoilla. Viestijöille organisaation arvostus on yksi ulkoisen motivaation tekijä ja sitä oli mitattu tarkemmin tutkimuksessa. 34 % vastaajista koki organisaation arvostavan viestintää. Viestijöistä 27 % koki saavansa työpaikalla teoriassa arvostusta, mutta arvostus ei näy viestinnälle annetuissa resursseissa. 5 % vastaajista koki saavansa arvostusta johdolta, muttei muulta organisaatiolta. (Julkisen alan viestijät JAT ry, ProCom ry ja Viesti ry 2023.)

Tutkimuksessa kartoitettiin myös työn merkityksellisyyttä viestijöille eli siis yhtä sisäisen motivaation tekijää. Työn merkityksellisyyden tunnetta mitattiin neljän eri kysymyksen avulla. Viestijöistä 86 % kertoo olevansa ylpeä työstään ja 77 % vastaajista on innostunut työstään. 74 % kokee työnsä mukaansa tempaavaksi ja 47 % tunsi olevansa täynnä energiaa työtään tehdessään. (Julkisen alan viestijät JAT ry, ProCom ry ja Viesti ry 2023.)

Kyselyyn vastanneista viestijöistä 59 % kokee työnsä kuormittavaksi ja 27 % kokee uupumuksen oireita. Työn kuormittavuuteen vaikuttaa useita eri tekijöitä. Kolme yleisintä syytä työn kuormitukseen ovat tutkimuksen perusteella työmäärä suhteessa resursseihin, yllättävien ja akuuttien tilanteiden vaikutus työnsuunnitelmallisuuteen sekä liiallinen kiire ja siitä syntyvä paine. (Julkisen alan viestijät JAT ry, ProCom ry ja Viesti ry 2023.)

2.5 Viestinnän lähitulevaisuuden trendit

Alkuvuodesta 2024 eri viestintäjärjestöt ja -toimijat ovat antaneet lausuntonsa siitä, mitkä ovat viestinnän vuoden 2024 trendejä ja mihin suuntaan ala on menossa. Viesti ry (2024) näkee alan vaikuttaviksi trendeiksi turvallisuuden rakentamisen, polarisaation vähentämisen, tekoälyn, viestinnän sääntelyn ja viestinnän vahvistumisen strategioissa. ProComin (Rosenqvist 10.1.2024) näkemys on yhtenäinen Viesti ry:n kanssa. ProCom korostaa trendeistä viestinnän roolia strategioissa, tekoälyä ja sosiaalisen median muuttuvaa vallankäyttöä. Viestintätoimisto Netprofilen perustaja Christina Forsgårgin nostaa viestintäalan vuoden 2024 trendeiksi tekoälyn lisäksi eettisyyden ja kyberhyökkäykset (Sundelin 22.1.2024).

Viime vuosina maailmassa on ollut käynnissä useita globaaleita kriisejä ja uusien kriisien pelkoa kuten pandemia, ilmastonmuutos, Ukrainan sota, energiakriisi ja yleinen inflaatio. Maailman epävakaa tilanne on näkynyt myös suomalaisten viestijöiden työpöydällä. Suomalaisista viestijöistä 30 % kokee maailmalla vallitsevien kriisien lisänneen heidän työmääräänsä paljon tai todella paljon ja 45 % koki työmäärän kasvaneen jonkin verran. (Julkisen alan viestijät JAT ry, ProCom ry ja Viesti ry 2023.) Koska maailman epävakaus tuskin tulee päättymään pian, kasvaa viestinnän rooli tulevaisuudessa erityisesti turvallisuuden luojana niin yhteiskunnissa kuin organisaatioissa. Viestinnällä voidaan vähentää epävarmuutta, lisätä luotettavuutta ja luoda yhteisöllisyyttä haastavina aikoina. (Viesti 2024.)

Alan lähitulevaisuuden negatiivinen trendi on kasvava vihapuhe. Vuonna 2023 suomalaisista viestijöistä 84 % eli jopa joka neljännes viestijöistä kokee vihapuheen lisääntyneen viimeisen kahden vuoden aikana. Vuonna 2021 luku oli vielä matalampi. Vihapuheen kasvun oli tuolloin huomannut 68 % viestijöistä. Vihapuheen voidaan siis katsoa kiihtyneen ja se tulee varmasti olemaan osa myös tulevaisuuden viestinnän haasteista. (Julkisen alan viestijät JAT ry, ProCom ry ja Viesti ry 2023.)

Digitaalisuuden ja tekoälyn myötä kyberhäirintä ja informaatiovaikuttaminen on yleistynyt maailmalla. Yrityksien toiminta voidaan lamauttaa kyberhyökkäyksillä kuten sometilien kaappauksilla ja valheellisella tiedon levittämisellä. (Sundelin 22.1.2024.) Viime vuosina yleistynyt etätyöskentely ja hajautetut työympäristöt ovat myös helpottanut kyberhyökkäysten tekoa. Erilaisten

kalasteluviestien ja haittaohjelmien määrä on kasvanut. Eurooppalaisista viestijöistä lähes puolet on usein tekemisissä kyberturvallisuuden kanssa. He pitävät todennäköisimpänä yrityksen nettisivuille tai sosiaaliseen mediaan kohdistuvaa kyberiskua. (European Communication Monitor 2023.)

Viestijöiden näkemykset alan sekä oman työnsä tulevaisuudesta ovat olleet Suomessa vuonna 2023 suhteellisen positiiviset. Viestijöistä 72 % tunsi työllisyystilanteensa olevan melko hyvin turvattu. Vuonna 2021 74 % oli tuntenut samoin, joten luottamuksen määrä omaan työllisyys tilanteeseen on pysynyt lähes ennallaan viime vuosien aikana. Niin vuonna 2021 kuin vuonna 2023 vain 1 % vastaajista uskoi, että oma työ todennäköisesti päättyy lähitulevaisuudessa. (Julkisen alan viestijät JAT ry, ProCom ry ja Viesti ry 2023.)

Vuonna 2023 viestijöistä 52 % uskoi alan kasvuun tulevaisuudessa ja 42 % uskoi alan pysyvän samana. Tätä uskomusta tukee myös se, että 46 %:lla vastaajista organisaation viestijöiden määrä oli pysynyt samana. Viestijöiden määrä oli kasvanut 37 %:lla vastaajista. Vain 16 %:lla vastaajien työpaikoista viestijöiden määrää oli vähennetty. (Julkisen alan viestijät JAT ry, ProCom ry ja Viesti ry 2023.)

Liana Technologies kartoitti markkinoinnin ja viestinnän ammattilaisten ajatusta siitä, miten he uskovat tekoälyn käyttönsä lisääntyvän seuraavan 12 kuukauden aikana. Vastaajista 49 % uskoi otavansa käyttöön uusia tekoälytyökaluja vuoden sisällä. 31 % ajattelee tulevaisuudessa käyttävänsä tekoälyä useampaan eri työtehtävään kuin tällä hetkellä. Loput 20 % uskoi tulevansa käyttämään tekoälyä samoihin tehtäviin, mutta enemmän kuin nykyisin. (Liana Technologies 2023.) Käsittelemme tekoälyä kattavammin seuraavassa pääluvussa 3.

3 Tekoäly

Tässä pääluvussa syvennyn siihen mitä tekoäly on ja millaista termistöä tekoälyyn kuuluu. Lisäksi käyn läpi tekoälyn historiaa, sen kehitystä ja millaisia haasteita tekoälyn kehitys on vuosien saatossa kohdannut. Yhdessä alaluvussa käsittelen myös luovuutta ja annan vastauksen kysymykseen ”Voiko tekoäly olla luovaa?”.

3.1 Tekoälyn määritelmä

Tekoäly tunnetaan myös englanninkielisellä termillä *Artificial Intelligence* ja siitä johdetulla lyhenneellä AI (Kananen & Puolitaival 2019, 27). Tekoälyllä tarkoitetaan ohjelmistoa, joka imitoi ihmisten päätöksentekoa sekä kykyä oppia. Yksinkertaisesti kuvattuna tekoälyn toimintaa ohjaa ihmisen luomat ohje- ja sääntölistat eli algoritmit. (Kolari & Kallio 2023, 21.) Pohjimmiltaan tekoälyn toiminta perustuu matemaattisiin peruskäsitteisiin kuten matriiseihin, vektoreihin, derivointiin sekä tilastollisiin todennäköisyyksiin. Toimiva tekoälyohjelmisto on yhdistelmä matematiikkaa, tilastotieteitä sekä ohjelmointia. (Kananen & Puolitaival 2019, 27.)

Tekoäly on luotu tehostamaan ja auttamaan ihmisiä esimerkiksi työnteossa. Tekoälyohjelmistojen avulla voidaan käsitellä nopeasti valtavia tietomääriä, joiden käsittelyyn tavallisella ihmisellä kului vuosikymmeniä. (Kolari & Kallio 2023, 21.) Nopeuden ja tehokkuuden lisäksi ohjelmistojen vahvuuksiin kuuluu myös niiden kyky käsitellä ihmisille liian moniulotteisia ja -tahoisia muuttujia. Ihmisen on haastavaa ymmärtää kolmiulotteista avaruutta moniulotteisempia avaruuksia, kun taas teoriassa tekoälyohjelmisto pystyy käsittelemään ulottuvuuksia rajattoman määrän. (Kananen & Puolitaival 2019, 27.)

Yksinkertaisten tehtävien suorittamisen lisäksi tekoälyohjelmistoa on myös mahdollista kehittää oppimaan uutta sekä parantamaan itsenäisesti omaa suorituskykyään. Tästä syystä tekoäly onkin jaettu heikkoon ja vahvaan tekoälyyn. Heikko tekoäly pystyy suoriutumaan vain ihmisen sille määrittämistä tehtävistä, kun taas vahva tekoäly on kykenevä itsenäiseen työskentelyyn ja ajatteluun. Nykypäivän tekoäly ei ole kuitenkaan vielä näin pitkälle kehitettyä. (Kolari & Kallio 2023, 21.)

3.2 Tekoälyyn liittyvää termistöä

Koneoppimisella tarkoitetaan nykyhetken teknologisesti kehittyneintä ja eniten hyödynnettyä tekoälyn mallia. Koneoppiminen on tietokonesovellus, joka kykenee ratkomaan erilaisia tehtäviä saamansa tiedon ja data avulla. Koska kone analysoi dataa ihmistä tehokkaammin, antaa kone usein ihmistä parempia vastauksia. Koneoppivaa tekoälyä käytetään tiedon luokitteluun ja poikkeavuuksien havaitsemiseen. Tällainen tekoäly voi huomata pankkikortin väärinkäytön tai suositella asiakkaalle sopivia elokuvia suoratoistapalvelussa. (Hakola, Hiila & Tukiainen 2019, 19.)

Neuroverkot (*artificial neural network*) ovat matematiikan, laskennan ja informaation käsittelyn malleja. Niiden toiminta perustuu yhdistävään laskentaan ja ne jäljittelevät ihmisen aivojen toimintaa. Neuroverkon rakenne koostuu syöte- ja ulostulokerroksesta. Niiden välissä on neuroneista koostuvia piilokerroksia. (Neittaanmäki & Siukkonen 2019, 271.) Neuroverkkojen vahvuus moniin koneoppimismalleihin nähden on niiden monipuolinen käyttökelpoisuus. Arkkitehtuuriltaan samankaltaisia verkkoja voidaan soveltaa monenlaisten ongelmien ratkaisemiseen. (Kananen & Puolitaival 2019, 127.) Keinotekoiset neuroverkot keksittiin jo 1940-luvulla ja ne nousivat hetkellisesti uudelleen suosioon 1990-luvulla. Niiden suosio hiipui nopeasti, sillä sen aikaisilla tietokoneilla ei ollut mahdollista käsitellä neuroverkkojen koulutukseen vaadittavia suuria datamääriä. Tästä syystä neuroverkot eivät olleet käytännöllisiä. Nykyisin esimerkiksi kielenkääntäjien, kuvan- ja puheentunnistimien ja joidenkin pelien toiminta perustuu neuroverkkoihin. (Neittaanmäki & Siukkonen 2019, 271.)

Neuroverkkotekniikan hyödyntämistä kutsutaan syväoppimiseksi (*deep learning*) (Kämäräinen 2023, 116). Syväoppiminen on tekoälyn oppimismenetelmä, joka hyödyntää neuroverkkoja oppimisessa. Toisin kuin koneoppimisessä syväoppimisessä tekoäly oppii asioiden tunnistamisen lisäksi tulkitsemaan aiheita ja myös täydentämään mahdollisesti puuttuvia tietoja. (Kolari & Kallio 2023, 22.)

Tekoälytermistössä big data tarkoittaa valtavia datamääriä. Big datan sisältö on liian suurta ja monimutkaista käsiteltäväksi tai analysoitavaksi perinteisin data-analyysityökalujen ja -tekniikoiden avulla. Jokapäiväisessä elämässä big dataa syntyy jatkuvasti. Koulutusdataksi kutsutaan dataa, jota käytetään koneoppimisessä. (Kolari & Kallio 2023, 21.)

Robotisoinniksi voidaan kuvata automatisointia, joka on viety korkeammalle älykkyyden tasolle. Robotti tarkoittaa arkikielessä mitä tahansa älykästä ja itsenäisesti ohjautuvaa laitetta, mutta tarkka määritelmä voi vaihdella sen mukaan millä alalla robottia käytetään. Esimerkiksi teollisuusalalla robotti on vähintään kolmenivelinen uudelleen ohjelmoitava laite. (Marttinen 2018, 108.) Robotteja käytetään teollisuuden lisäksi erilaisissa tehtävissä kuten esimerkiksi terveydenhuollossa, liikenteessä ja kotitalouksissa (Kolari & Kallio 2023, 25).

Cobotti eli yhteistyörobotti on laite, jonka tehtävä on auttaa ihmistä työssään. Cobotit pystyvät yleensä suoriutumaan useista tehtävistä ja oppimaan uutta. Botti on digitaaliseen ympäristöön kehitetty robottia vastaava ohjelmointi ja se hoitaa sille määrättyjä tehtäviä automaattisesti. Chatbotiksi kutsutaan bottia, joka osaa kommunikoida käyttäjänsä kanssa tekstein. Ne antavat yksinkertaisia vastauksia kysymyksiin, avustavat käyttäjää eri toiminnoissa ja etsivät tietoa. Useat yritykset käyttävät chatbotteja asiakaspalvelussaan. (Kolari & Kallio 2023, 25.)

Natural language processing (NLP) eli luonnollisen kielen prosessoinniksi kutsutaan tekoälyä, joka pystyy ymmärtämään ja käsittelemään ihmisten kieliä ja puhetta. NLP-järjestelmät pystyvät kääntämään kieliä ja ottamaan vastaan puhuttuja ohjeita. Esimerkiksi Applen Siri ja Amazonin Alexa ovat NLP-järjestelmiä. *Natural language generation (NGL)* eli luonnollisen kielen tuottaminen on yksi NLP-tekoälyn osa. Luonnollisen kielen tuottamisessa tekoäly pyrkii luomaan datasta ihmisen ymmärtämää tekstiä. NGL-järjestelmät ovat nousseet suosioon, sillä ne pystyvät luomaan tekstiä hyvin nopeasti ja niitä voidaan hyödyntää esimerkiksi erilaisissa raporteissa ja uutistekstien kirjoittamisessa. (Rouhiainen 2020, 32.)

3.3 Tekoälyn kehitys ja historia

Tekoäly on kehittynyt harppauksin viimeisten vuosien ajan. Siitä voi syntyä mielikuva, että tekoälyn historia olisi kovin lyhyt ja nopeatempoinen. Näin ei kuitenkaan ole, vaan tekoälyn historiassa on ollut suvantovaiheita, joissa kehitys on edennyt hitaasti tai ollut lähes pysähdyksissä. Mielikuvan tekoälyn lyhyestä ja ripeästä historiasta voi aiheuttaa se, että ihmisten jokapäiväiseen arkeen tekoäly on alkanut vaikuttaa vasta 2000-luvulla. (Kolari & Kallio 2023, 17.)

Antikytheran kone on nykyisen tekoälyohjelmistojen esi-isä 200-luvulta eaa. Kyseessä oli mekaaninen analogiakone, jota tähtitieteilijät sekä merenkävijät käyttivät. Koneen avulla pystyttiin mittaamaan sekä laskemaan erilaisia maan ja taivaan ilmiöitä kuten taivaankappaleiden sijainteja ja kiertoratoja sekä auringon- ja kuunpimennyksien ajankohtia. (Neittaanmäki & Siukonen 2019, 210.)

Varsinainen tekoälyn historia alkaa 1940- ja 50-luvuilta, jolloin käyttöön otettiin ensimmäiset digitaalisen tietokoneet (Kallio & Kolari 2023, 17). Vuonna 1956 Dartmouth Collegessa Yhdysvalloissa järjestettyä kesäseminaria voidaan pitää tekoälytermin synnyn alkulähteenä. Siellä John McCarthy niminen matemaatikko lanseerasi termin *artificial intelligence* eli tekoäly. Jo ennen seminaaria tekoälyä oli tutkittu, mutta aiheella ei ollut ollut nimeä tai tarkkaa määritelmää. (Toivonen 2023, 26.) Vastanotto työpajassa tekoälylle oli myönteinen ja toiveikas. Jo samassa työpajassa esiteltiin Allen Newellin ja Herbert Simonin Logic Theorist niminen ohjelma, joka itsenäisesti pystyi todistamaan matemaattisia väittämiä. (Kolari & Kallio 2023, 17.) Lopulta Logic Theorist-ohjelma ei kuitenkaan saavuttanut suurta suosiota, sillä Herbertin väite siitä, että ohjelma kykeni ajatteluun ei vakuuttanut yleisöä (Haikonen 2017, 19).

Seminaarista alkunsa saanut kiinnostus tekoälyä kohtaan otti takapakkia, kun kehitetyt ohjelmat eivät usein toimineet toivotulla tavalla. Lisäksi sen aikaisten tietokoneiden tehottomuus ja vähäinen muistikapasiteetti tuotti ongelmia alalle. Ensimmäinen merkittävä takaisku tekoälyn kehittämisessä koettiin, kun Yhdysvaltojen hallituksen rahoittama koneellisen kielenkääntämisen projekti epäonnistui ja hallitus lopetti projektin rahoittamisen 1966 todettuaan sen hyödyttömäksi. Vuonna 1954

aloitetun projektin tavoitteena oli venäjän kielen kääntäminen englanniksi koneen avulla. Projekti perustui kielitieteilijä Noam Chomskyn sittemmin hylättyyn teoriaan siitä, että kaikkien kielten lauserakenteet perustuvat samaan syvärakenteeseen. Kun kyseinen syvä rakenne opetetaan koneelle, pitäisi sen vaivatta pystyä kääntämään kieliä. (Haikonen 2017, 20.) Pian kuitenkin huomattiin, että vaikka käännösohjelma onnistui kääntämään yksittäisiä sanoja, tuottivat kokonaiset lauseet sille haasteita. Ohjelma ei ymmärtänyt lauseiden merkityssisältöjä, mikä aiheutti käännöksiin virheitä. Se käänsi esimerkiksi lauseen *“the spirit is willing, but the flesh is weak”* (vapaa suomennos: ”henki tosin on altis, mutta liha on heikko”) muotoon *“the vodka is good, but the meat is rotten”* (vapaa suomennos: ”vodka on hyvää, mutta liha on mätää”). (Neittaanmäki & Siukonen 2019, 218.)

Termillä tekoälyn talvi viitataan ajanjaksoihin, jolloin tekoälyn kehittyminen on merkittävästi hidastunut. Hidastumisen suurimpia syitä ovat olleet yleinen teknologian kehityksen hidastuminen ja se, ettei odotettuihin lopputuloksiin ja läpimurtoihin ole päästy. Tämä aiheutti tutkimuksien rahoituksen loppumisen ja kiinnostuksen hiipumisen alaa kohtaan. (Merilehto 2018, 69.) Vuonna 1974 alkoi ensimmäinen suuri tekoälyn talvi. Silloin Yhdysvaltojen asevoimien tutkimusorganisaatio DAPRA lopetti kaiken tekoälyn rahoittamisen. Syynä päätökselle olivat jatkuvat tutkimuksien epäonnistumiset. Tutkimuksilla aikaansaadut menestykset koettiin vähäisiksi, keksinnöt arvottomiksi eikä koneista oltu onnistuttu havaitsemaan älykkään käytöksen piirteitä. (Kolari & Kallio 2023, 18.)

Tekoälyn uusi nousu alkoi 1980-luvulla, jolloin koettiin onnistumisia asiantuntijajärjestelmien (*expert system*) kehittämisessä. Järjestelmän toiminta pohjautui tuhansien päättelysääntöjen käyttöön. Vaikkei asiantuntijajärjestelmistä jäänyt käytettyä nimeä tällaisille sovelluksille, on tällaisia ohjelmistoja edelleen käytössä esimerkiksi kieliopintarkistamiseen. (Massaron & Mueller 2018, 16.) Yksi kyseisen nousujakson suurimpia keksintöjä oli tietokonevalmistaja DEC:in kehittämä XCON-järjestelmä. Järjestelmä pystyi itsenäisesti käsittelemään haastaviakin palvelinlaitteistojen tilauksia. Lisäksi tekoälyn uuden nousun kaudella John Hopfield ja David Rumelhart loivat tuloksellisen algoritmin monikerroksisen neuroverkon kehittämiseen datan pohjalta. (Kolari & Kallio 2023, 18.)

Toinen tekoälyn talvi alkoi 1980-luvun lopussa, jolloin mielenkiinto tekoäly kohtaan väheni. Syynä kiinnostuksen hiipumiselle olivat haasteet, joita kohdattiin, kun monimutkaisempia järjestelmiä ja neuroverkoja yritettiin soveltaa suurempiin ja ihmisille ominaisiin älyä vaativiin tehtäviin. Toisen talven jälkeen tekoälyn kehitys pysyi hitaana. Kun 1997 Deep Blue niminen shakkitekoäly voitti maailman parhaan ihmispelaajan Garry Kasparovin, sai käsite tekoäly taas julkisuutta. 2000-luvun alussa tekoälyn kehitys otti pieniä askeleita eteenpäin, kun tutkijat onnistuivat etenemään tehokkaampien tekoälyalgoritmien parissa. Tekoälystä tuli myös osa ihmisten arkea internetin yleistymisen ja Google tuotteiden lanseerauksen myötä. (Kolari & Kallio 2023, 19.)

Tällä hetkellä on käynnissä tekoälyn kolmas nousukausi. Viime vuosien saatossa digitaalisessa muodossa olevan datan määrä ja tietokoneiden laskentakapasiteetti ovat kasvaneet. Läpimurtona voidaan pitää neuroverkkoja, jotka pystyvät käyttämään grafiikkakiihdyttimien laskentakapasiteetin ja massadatan koko laajuudessaan. Näiden neuroverkkojen pohjalta on onnistuttu kehittämään kehittyneitä tekoälyohjelmia, jotka esimerkiksi osaavat vastata monimutkaisiin kysymyksiin ja luoda kuvia annetun kuvauksen perusteella. Ne myös ymmärtävät sekä tuottavat kieltä. (Kolari & Kallio 2023, 20.)

3.4 Luova tekoäly

Luovuus on monimutkainen kognitiivinen ilmiö, jota voidaan määritellä monin eri tavoin. Yksi määritelmä on, että luovuus on prosessi, jossa yhdistetään jo olemassa olevia ideoita, käsitteitä, faktoja ja fyysisiä asioita uusilla tavoilla. Tästä syntyvät lopputulokset ovat ainutlaatuisia, yllättäviä ja arvokkaita ideoita. Luovuus on siis kykyä tuottaa uutta. Se on niin alitajuntainen kuin myös opittu, hallittava ja rakenteellinen käyttäytymismalli. (Juska 2022, 119–120.)

Luovuus on jokaisella ihmisellä oleva synnynnäinen ominaisuus. Se ei ole vain opeteltua toimintaa, vaan se on osa ihmisyyden ydintä ja elintärkeä piirre ihmiselle. Luovuus on osana kaikkea ihmisen arkitoimintaa. (Raami 2016, 86.) Luovuus koetaan vahvasti ihmisille ominaisena piirteenä. Siksi ajatus luovista koneista on useille ihmisille epämukava ajatus. Koneet ovat olleet jo vuosia ihmisiä tehokkaampia, tarkempia ja voimakkaampia. Nykyisen teknologian ansiosta ne ovat myös ihmistä älykkäämpiä päättelyä ja laskemista vaativissa tehtävissä. Useita mietityttää, voiko laite todella olla luova ja mikä lopulta enää erottaa koneet ihmisistä, jos ne onnistuvat oppimaan myös tämän inhimillisen piirteen. (Toivonen 2021, 50–51.)

Tekoäly voi olla luova, mutta ei samalla tavalla kuin ihminen. Sitä ei motivoi luovuuteen samat syyt kuin ihmistä, eivätkä sen toimintatavat ole aina samanlaisia kuin ihmisellä. Jos luovuuden määritelmä tiivistetään kykyyn tuottaa uutta ja tarkoituksen mukaisia tuloksia, on se jotain mihin myös tietokoneohjelma nykypäivänä on kykenevä. (Toivonen 2023, 160.) Juuri luovuuden käsitteen moniselitteisyys mahdollistaa koneiden luovuuden, vaikkei niillä ole mielikuvista, tunteita tai itse ilmaisun tahtoa (Toivonen 2021, 57).

2000-lukua voidaan pitää luovan tekoälyn aikakautena. Sen nousun ja kehityksen on mahdollistanut syväoppivien teknologioiden ja massiivisten datamäärien yhdistämisestä synnyn. Koneet pystyvät monimutkaisten neuroverkostojen- ja polkujen avulla itse generoimaan uutta tietoa ja luovia ratkaisuja pelkän ihmisen toiminnan jäljittelemisen sijasta. Luova tekoäly on suuri tekninen innovaatio, jonka uskotaan tulevan kasvattamaan maailman bruttokansantuotetta jopa biljoonilla. Se on työkalu, joka tulee muuttamaan työntekoa, tehostamaan prosesseja ja avaamaan uusia

mahdollisuuksia eri toimialoilla. Parhaimmillaan se nopeuttaa päätöksentekoa sekä auttaa haastavien ongelmien ratkaisussa ja innovatiivisten ideoiden luomisessa. (Salo 2023, 16–19.)

Luovan tekoälyn avulla nykyisten töiden luonteet tulevat muuttumaan ja ihmisten työpanosta voidaan siirtää tuottavampiin tehtäviin. Arvioidaan, että luovan tekoälyn avulla nykyisistä työtehtävistä 60–70 prosenttia voidaan tulevaisuudessa automatisoida. Tämän ei kuitenkaan suoraan uskota johtavan irtisanomisiin ja työtilanteiden huonontumisiin, vaan tekoälyn odotetaan myös synnyttävän uusia työpaikkoja ja -tehtäviä. Vielä on kuitenkin liian aikaista sanoa varmaksi, miten merkittävä ja nopea luovan tekoälyn vaikutus maailmantalouteen ja yhteiskuntaan tulee lopulta olemaan. (Salo 2023, 19–26.)

Vaikka tekoälytyökalu voi olla sille optimaalisissa luovissa tehtävissä ihmistä tehokkaampi, on sillä kuitenkin rajoitteensa. Se ei pysty ylittämään ohjelmakoodiansa tai saamaan opetusdataansa enempää tietoa. (Toivonen 2023, 161.) Tietokoneella ei myöskään ole kykyä ymmärtää kirjoittamaansa tekstiä tai tekemäänsä kuvaa samalla lailla kuin ihminen sen ymmärtää ja kokee. Vaikka tekoälyä voidaan kehittää itsekritiikin ja itsereflektion osalta, ei se mahdollista tekoälyn kykyä tulkita luovantyön kokonaisvaltaisia tuloksia, mikä puolestaan on ihmisen vahvuus. Lisäksi tekoälyltä puuttuu sisäinen tarve luoda taidetta, joten täysin tekoäly artisteja tuskin syntyy tekoälyn luovuuden kehityksestä huolimatta. (Toivonen 2023, 69.)

3.5 Tekoälyn käyttö viestintäalalla

Viestintä nyt – trendit 2024 –seminaarissa 9.2.2024 tekoäly nimettiin viestinnän alalla yhdeksi vuoden 2024 päätrendeistä. Tekoälyä on mahdollista hyödyntää viestinnässä useilla eri tavoilla. Tekoälystä on apua viestijöille kirjoittamisessa, ideoimisessa, kuvamateriaalien tuottamisessa ja datan analysoinnissa. Tekoälyn avulla sisällön tuottaminen helpottuu, jolloin viestinnässä tulee kiinnittää entistä enemmän huomiota viestinnän strategiaan sekä johtamiseen. Kilpailijoista viestinnän alalla on mahdollista erottua hyvillä suhteilla, vahvalla brändillä, luovuudella ja kontekstiymmärryksellä tekoälyn yleistymisestä huolimatta. (Viesti ry 2024.)

Tekoälyn nopea yleistyminen vaatii toimenpiteitä myös organisaatioissa. Organisaatioiden tulisi mahdollisimman pian hahmottaa oman organisaationsa ja toimintansa tarve tekoälylle sekä kartoittaa tarkasti tekoälyn tarjoamat hyödyt ja sen luomat mahdolliset riskit. Jotta tekoälyn käyttö eri organisaation tehtävissä kuten viestinnässä olisi hyödyllistä ja turvallista, tulisi organisaatiolle tehdä ohjeet ja vastuullisuuslinjaukset tekoälyn käytöstä. (Hänninen & Ylikoski 3.10.2023, 18–19 min.)

Mielenkiintoinen yksityiskohta viestinnän ammattilaisiin liittyvässä Julkisen alan viestijät JAT ry:n, ProCom ry:n ja Viesti ry:n (2023) tutkimuksessa oli, että vastaajista 0 % nimesi tekoälyn itselleen tärkeimmäksi työtehtäväksi. Tästä huolimatta tekoäly oli toisiksi suosituin vastaus kysymykseen

”Mitä osaamista haluaisit lisätä?”. 34 % vastaajista halusi oppia lisää tekoälystä. Vain strategiatyö ja kokonaisuuksien johtaminen oli niukasti suosituampi vaihtoehto (35 %).

Liana Technologies tutki syksyllä 2023 sitä, miten markkinoinnin ja viestinnän ammattilaiset hyödyntävät tekoälyä työssään. Tutkimuksen mukaan tekoälyä käytettiin eniten tekstin kirjoittamiseen 43 % ja inspiraation saamiseen 42 %. Kuvamateriaalin tuottamiseen tekoälyä oli käyttänyt 9 % ja datan analysointiin vain 6 %. (Liana Technologies 2023.)

Liana Technologiesin tutkimuksessa syvennyttiin enemmän siihen, miten viestijät käyttävät tekoälyä kirjoittamisessa. 51 % kysymykseen vastanneista kertoi muokkaavansa paljon tekoälyn luomaa tekstiä, 31 % tekee tekstiin pieniä muutoksia ja 11 % muuttaa tekstin kokonaan. 7 % vastaajista ilmoitti käyttävänsä sellaisenaan tekoälyn luomia tekstejä, tekemättä niihin mitään muutoksia. Tämä vastaus on huolestuttava, sillä lähes kaikki tekoälytyökaluja tuottavat yritykset varoittavat siitä, että tekoäly voi tuottaa virheellistä tekstiä. Tästä syystä tekstin sisältö tulisi aina tarkistaa. Käyttäessään muokkaamatonta tekstiä, viestijä ottaa riskin siitä, että sisältö voi olla virheellistä. (Liana Technologies 2023.) Myös viestinnän kansainvälinen viestinnän kattojärjestö ICCO on listannut faktojen tarkistamisen yhdeksi eettiseksi periaatteeksi viestijöille, jotka käyttävät tekoälyä työssään (ICCO 2023).

Liana Technologiesin tutkimuksessa kartoitettiin myös sitä, mitä tekoälytyökaluja markkinoinnin ja viestinnän ammattilaiset ovat jo kokeilleet osana työtään. 74 % vastaajista oli käyttänyt keskustelubottia kuten ChatGPT, 19 % kuvatyökaluja kuten Midjourney tai NightCafe, 5 % sisällöntuotannon apureita kuten Jasper ja 2 % äänentuotantotyökaluja kuten Kits AI ja Eleven Labs. Tutkimuksessa todettiin, että suomalaiset markkinoinnin ja viestinnän ammattilaiset ovat käyttäneet kuvatyökaluja suhteellisen vähän, vaikka ne ovat olleet alaa eniten puhuttanut aihealue. (Liana Technologies 2023.)

3.6 Tekoälyn eettisyys viestinnässä

Viestinnän avulla ja sen kautta luodaan todellisuutta. Todellisuuden luominen voidaan rinnastaa vallankäyttöön. Siksi vastuullisuus ja eettisyys ovat tärkeässä roolissa viestinnässä. (Marjamäki & Vuolio 2021, 127.) Viestinnän suunnittelussa, toteutuksessa ja arvioinnissa tulee aina huomioida myös viestinnän eettisyys (Juholin 2022, 35).

Suomessa viestijät noudattavat alaa hallinnoivia lakeja, mutta ovat myös sitoutuneita kansainväliin eettisiin koodistoihin kuten vuoden 1965 Ateenaan koodiin ja vuoden 1978 Mexican Statementiin. Eettisiä ohjeita päivitetään säännöllisesti eri kansainvälisissä viestintäalan järjestöissä. Suomessa toimii myös vuonna 2015 perustettu Viestinnän eettinen neuvottelukunta VEN. Vuonna

2015 uudistettiin myös suomalaiset eettiset ohjeet, joita eri alan järjestöt ja liitot ovat sitoutuneet noudattamaan. (Juholin 2022, 35.)

Viestintäala on tullut uusien eettisten kysymysten ja haasteiden äärelle tekoälyn nopean yleistymisen vuoksi. Kansainvälinen viestintäalan kattojärjestö The International Communications Consultancy Organisation eli ICCO julkaisi Varsovassa 11.10.2023 eettiset periaatteet tekoälyn käyttöön. ICCO:n puheenjohtaja Grzegorz Szczepanski kuvaili tekoälyn nopean kehityksen luovan niin haasteita kuin mahdollisuuksia viestintäalalle. Hän korosti ICCO:n roolia aktiivisena tekijänä varmistamassa viestintäalan ajan tasalla pysyvyyden tekoölyyn liittyvissä muutoksissa. (MRKTNG 2024.)

Varsovan periaatteet on jaettu kymmeneen eri osioon, joista ICCO on antanut myös lyhyitä käsitteitä avaavia esimerkkejä. Periaatteissa käsitellään muun muassa viestinnän läpinäkyvyyttä, avoimuutta ja aitoutta. Tekoälyn käytöstä on aina kerrottava selkeästi, etenkin jos on riskinä, että tekoälyllä luotu sisältö voisi vääristää yleisön todellisuudentajua. (ICCO 2023.)

ICCO on valinnut myös tekijänoikeuksien ja tietosuojan noudattamisen omiksi kohdikseen periaatelistalle. Tekoälyä käyttäessä on noudatettava lakeja kuten tekijänoikeuslakia sekä huomioitava vastuullisuus ja yksityisyydensuoja eri henkilö- ja asiakastietoja käsitellessä. Tekoälyä tulisi hyödyntää vain anonyymien ja koottujen henkilötietojen käsittelyyn, jottei rikkeitä yksityisyyden suojassa pääsisi tapahtumaan. (ICCO 2023.)

Lisäksi ICCO nosti esille periaatteissaan jatkuvan seurannan ja arvionnoin sekä eettisen ammatillisen kehityksen ja koulutuksen. Viestinnän ammattilaisen tulee ymmärtää ammatillinen vastuunsa tekoälytyökalujen käytön lisääntyessä. Heidän tulee myös pysyä ajan tasalla tekoälyn muutoksista ja pyrkiä jatkuvasti kehittymään asiassa. (ICCO 2023.) Liana Technologiesin (2023) tutkimuksen mukaan tällä osa-alueella suomalaisilla viestinnän ja markkinoinnin ammattilaisilla on vielä petratavaa. Kysymykseen ”Oletko tehnyt aktiivista tutkimusta tekoälyn mahdollisuuksista?” yli puolet eli 53 % vastaajista valitsi tilannettaan kuvaavaksi vaihtoehdon ”En ole, tietoni rajoittuvat muutamiin eniten julkisuutta saaneisiin ratkaisuihin”. 40 % vastaajista kertoi tutkineensa tekoälyn mahdollisuuksia suppeasti ja vain 7 % vastaajista koki kartoittaneensa laajasti tekoälyn eri työkaluja sekä niiden käyttömahdollisuuksia. Vastaajia kysymykseen oli 481, joten vain 30 alan ammattilaista oli laajasti paneutunut tekoälyn luomiin mahdollisuuksiin. Lukua voidaan pitää matalana.

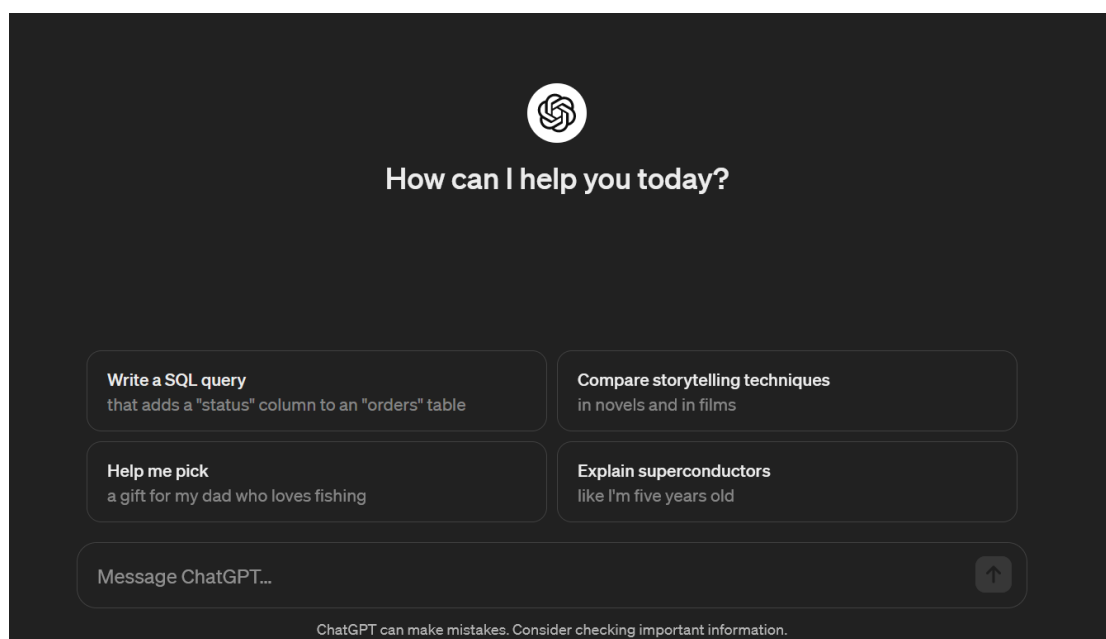
4 ChatGPT

Tässä pääluvussa perehdyn tekoälytyökalu ChatGPT:hen. Pääluvussa kerron sen kehitystä ja julkaisua sekä kerron sen toimintaperiaatteesta. Lisäksi käsitelen paria tosielämän tapausta, joissa tekoälysovellus on jo ollut muuttamassa viestintää. Pääluvussa kuvaan myös yleisesti ChatGPT:n hyötyjä ja ongelmakohtia.

4.1 Keskusteleva tekoälysovellus ChatGPT

” Olen ChatGPT, tekoälypohjainen avustaja. Olen luotu auttamaan vastaamalla kysymyksiin, tarjoamalla tietoa eri aiheista ja avustamalla erilaisissa keskusteluissa ja tehtävissä. Voit esittää minulle kysymyksiä tai pyytää apua erilaisissa asioissa, ja teen parhaani vastatakseni ja auttaakseni sinua”, vastasi ChatGPT 3.5-sovellus 24.2.2024 osoitteessa <https://chat.openai.com/>, kun esitin sille kysymyksen ”Mikä sinä olet?”.

ChatGPT on tekoälysovellus, joka kehitettiin työskentelemään vuorovaikutuksessa ihmisen kanssa (Salo 2023, 43). GPT on lyhenne termistä *Generative Pre-trained Transformer* (vapaa suomennos: generoiva esikoulutettu neuroverkkoarkkitehtuuri) (Toivonen 2023, 91). Nimensä mukaisesti ChatGPT:n kanssa voi käydä kirjallisia keskusteluja. Se osaa antaa vastauksia kysymyksiin, laatia erilaisia tekstejä, auttaa koodaamisessa sekä kääntää kieliä. Käyttäjä syöttää tekoälytyökalulle ohjeita luonnollisella kielellä sovelluksen tekstikenttään tai valitsee keskusteluaiheen sen valmiista ehdotuksista (kuva 3) ja ChatGPT toimii saamansa käskyn mukaisesti. (Salo 2023, 43.)



Kuva 3. ChatGPT:n aloitusnäyttö 22.2.2024 osoitteessa <https://chat.openai.com/>

ChatGPT:tä on mahdollista käyttää ChatGPT:tä sovelluksena tai nettiselainversiona. Käyttäjä syöttää tekstiruutuun haluamansa viestin ChatGPT:lle ja on sen kautta vuorovaikutuksessa tekoälytyökalun kanssa. Lisäksi sen aloitussivulla on neljä pikavalintapainiketta, joiden vaihtuvista aiheista käyttäjä voi nopeasti kysyä tekoälyltä tai saada inspiraatiota omiin keskusteluihinsa tekoälytyökalun kanssa. Tekstikentän alla muistutetaan siitä, että ChatGPT voi tehdä vihreitä ja käyttäjän tulisi aina tarkistaa tärkeät tiedot.

ChatGPT:n toimintaa ohjaavia käyttäjän sille antamia kysymyksiä, ohjeita ja käskyjä kutsutaan prompteiksi ja niiden syöttämistä kielimalliin kutsutaan promptaukseksi. Kun käyttäjä on antanut tekoälysovellukselle promptin, muuttaa ohjelma sen ensin tekoälysovelluksen ymmärtämään muotoon eli numeeriseksi dataksi. Numeerinen data siirtyy eteenpäin tekoälymallin neuroverkolle. Sille aiemmin opetetun tiedon avulla tekoälymalli pyrkii tekemään inferenssin eli hyvän päättelyn ja arvauksen toivotusta tuloksesta ja luomaan sen pohjalta käyttäjän toivoman lopputoteutuksen. Halluttu lopputulos on varmempi, kun prompti on mahdollisimman selkeä ja tarkka. Promptaus on taito, joka kuulostaa yksinkertaiselta, mutta vaatii lopulta opettelua ja taitoa, mikäli haluaa saada aikaan tarkkaa tuotosta. (Ojanperä 2023, 41.) Luovan toimiston Sherpan toimitusjohtaja Elina Bono uskoo, että tulevaisuudessa promptaus tulee olemaan ammatti tekoälyn yleistyessä ja taitavien komentokäskyjen kirjoittajien tarpeen kasvaessa (Repo 28.4.2023, 22 min).

4.2 ChatGPT:n kehitys ja julkaisu

Teknologia yritys OpenAI:n perustivat vuonna 2015 tekniikan ja liiketoiminnan johtajat Sam Altman, Elon Musk, Greg Brockman ja Wojciech Zaremba. Yritys perustettiin kehittämään turvallisia ja avoimia tekoälytyökaluja. (Baker 2023, Chapter 1.) Yritys (OpenAI) kertoo missionsa olevan varmistaa, että koko ihmiskunta hyötyy tekoälystä. Esimerkiksi Microsoft on sijoittanut OpenAIhin suuria määriä rahaa (Repo 28.4.2023, 1 min). Vuonna 2019 OpenAI siirtyi rajoitetun voiton liiketoimintamalliin (*capped-profit business model*) eli yritys voi tehdä voittoa vain ennalta asetettuun rajaan asti. Yrityksen perustajat kutsuvat liikemallia voittoa tavoittelemattoman ja voittoa tavoittelevan yrityksen hybridimalliksi. (Baker 2023, Chapter 1.)

Ensimmäisiä OpenAI:n kehittämiä tekoälytyökaluja olivat vuonna 2018 julkaistu GPT-1. Sen seuraaja GPT-2 julkaistiin 2019. GPT-1 oli kehitetty ymmärtämään ja tuottamaan tekstiä. Sen tuottama teksti oli yleisesti järkevää sekä ymmärrettävää. Vuotta myöhemmin julkaistu GPT-2, oli edelleen merkittävästi kehittyneempi työkalu. GPT-2 hyödynsi edeltäjänsä suurempia tietokantoja ja laajempia malleja, minkä ansioista sen tuottama teksti oli vieläkin ihmismäisempää ja monimutkaisempaa kuin GPT-1 aikaansaannokset. OpenAI ei heti julkaissut GPT-2:n koulutusmalleja, sillä he olivat huolissaan siitä, miten GPT-2:n vakuuttavuutta voitaisiin mahdollisesti väärinkäyttää. (Salo 2023, 34.)

Seuraavaksi OpenAI julkaisi vuonna 2021 DALL-E nimisen tekoälytyökalun. DALL-E:n käyttötarkoitus on luoda fotorealistisia kuvia. Vuoden 2022 aikana OpenAI kehitti tekoälyohjelma GPT-3:n. GPT-3:een perustuva ChatGPT julkaistiin marraskuussa 2022. (Baker 2023, Chapter 1.)

30.11.2022 julkaistu ChatGPT oli välittömästi maailman laajuinen menestys, ja viikossa järjestelmään oli kirjautunut jo yli miljoona käyttäjää. Vertailuna Facebookilla meni 10 kuukautta ja Instagramilla kaksi ja puoli kuukautta saavuttaa sama käyttäjämäärä, jonka ChatGPT saavutti viikossa. Tammikuuhun 2023 mennessä ChatGPT:llä oli jo 100 miljoonaa kuukausittain aktiivista käyttäjää. Sosiaalisen median jätillä TikTokilla kului noin 9 kuukautta saavuttaa 100 miljoonaa kuukausittain aktiivista käyttäjää. (Tauli 2023, 11.)

Alkuvuodesta 2023 OpenAI julkaisi uuden ja kehittyneimmän kielimallin GPT-4:n, joka tukee nyt OpenAI:n malleja sekä monia laajemman ohjelmistoalan sovelluksia (Baker 2023, Chapter 1). GPT-4 on onnistunut suorittamaan Yhdysvalloissa lääkäriilisenssitentin vastaten 90 % kysymyksistä oikein ja se on läpäissyt yhdysvaltalaisen standardoidun asianajajatentin (*Uniform Bar Examination*) (Ojanperä 2023, 109–110). Kuluttajien on mahdollista käyttää GPT-4:ää ostamalla käyttöönsä maksullisen lisäversion ChatGPT Plus (Salo 2023, 41). Elokuussa 2023 OpenAI julkaisi yrityksille tarkoitetun ChatGPT Enterprisen. Tuotetta on markkinoitu ChatGPT versioista tähän mennessä tehokkaimmaksi ja tietoturvalisimmaksi. Tietoturvaa parantaa se, ettei ChatGPT Enterprise käytä sinne syötettyjä tietoja itsensä kouluttamiseen. (Peltonen 29.8.2023.)

4.3 ChatGPT:n toimintaperiaate

ChatGPT:n toiminta perustuu syväoppimiseen sekä neuroverkkoihin ja tokeneihin. Tokenit ovat kielellisen analyysin perusyksiköitä. Kun tekoälyjärjestelmä käsittelee tekstiä, se jakaa sen pienempiin osiin eli tokeneihin. Yksinkertaisimmissa järjestelmissä tokenit ovat yksittäisiä sanoja, mutta OpenAI:n kehittyneissä GPT-malleissa tokenit ovat sanojen osia ja erikoismerkkejä. Tekstin jakaminen tokeneiksi helpottaa tietokonejärjestelmän kykyä ymmärtää ja analysoida luonnollisia kieliä. (Salo 2023, 43–46.)

ChatGPT on koulutettu suurella määrällä tokeneita, jotka ovat peräisin ihmisten kirjoittamasta datasta. Datan muodostamiseen on käytetty esimerkiksi kirjoja ja artikkeleja. Valtava datan määrä mahdollistaa sen, ettei ChatGPT ennusta vain seuraavaa sanaa vaan se kykenee luomaan kokonaisuuksia, yhtenäisiä vastauksia. (Salo 2023, 43–44.) Tekoälyä, joka ennustaa sitä, miten sille annetun tekstin tulisi jatkua, kutsutaan kielimalliksi (Toivonen 2023, 91). Datan lisäksi ChatGPT on koulutettu vahvistusoppimis-tekniikalla ihmispalautteen avulla. Tekoälysovelluksen alkuperäiseen koulutukseen osallistuivat ihmiskouluttajat, jotka osallistuivat keskusteluihin sekä käyttäjän että AI-assistentin roolissa. (Salo 2023, 44–45.)

ChatGPT jatkokouluttaa itseään taukoamatta käyttäjien sinne syöttämän datan ja sovelluksessa käytyjen keskustelujen kautta. Ilmaisversio ChatGPT-3.5:n käyttöehtoihin sisältyy ehto siitä, että OpenAI voi käyttää keskustelujen sisältöä palvelujensa ja sovelluksien kehittämiseen. Maksullisen version käyttäjä pystyy kieltämään datan käytön, mutta silloin keskusteluhistoria poistuu 30 päivän jälkeen. Tällä vaihtoehdolla OpenAI pyrkii kannustamaan kaikkia käyttäjiä antamaan luvan käyttää luomaansa dataa, jotta he voisivat kehittää sovelluksiaan ja säilyttää asemansa alalla. (Ojanperä 2023, 50.)

ChatGPT myös muistaa aiemmat keskustelut token-rajan puitteissa, pystyy käyttämään vanhaa kontekstia hyväkseen keskustelun aikana ja viittaamaan aiemmin käytyyn keskusteluun. Se myös myöntää virheensä, haastaa virheellisiä oletuksia ja osaa antaa tarkentavia vastauksia lisäkysymyksiin. (Salo 2023, 44–45.)

Vaikka ChatGPT on tehokas ja vastaa ihmismäisesti, on tärkeää olla unohtamatta mihin sen toiminta perustuu. ChatGPT 3.5 ei kopioi tai etsi internetistä tietoa, vaan ennustaa sanojen järjestyksestä sopivan vastauksen. Siksi sen antamat vastaukset voivat kuulostaa järkevältä, mutta saattavat sisältää virheellistä tietoa tai tarpeetonta sanojen toistoa. (Salo 2023, 44–45.) ChatGPT-versioista GPT-4 tekee vähemmän asiavirheitä ja huomaa tarkemmin käyttäjän yrittämät huijaukset kuin muut ChatGPT-versiot. GPT-4:n älykkyys perustuu siihen, että se ennustaa seuraavan sanan useammasta edeltävästä sanasta kuin muut GPT-versiot. (Leivo & Kurimo 8.8.2023, 1.11 min.)

4.4 ChatGPT:n hyödyntäminen viestinnässä

ChatGPT:tä on mahdollista hyödyntää viestinnän tehtävissä useilla eri tavoin ja eri tehtävissä sen monipuolisuuden vuoksi. Luovaa tekoälyä voidaan käyttää apuna niin sisäisessä kuin ulkoisessa viestinnässä esimerkiksi erilaisten tekstien kirjoittamisessa ja sisällön ideoinnissa. (Salo 2023, 81.) Seuraavaksi käyn läpi erilaisia esimerkkejä siitä, miten ChatGPT:tä voidaan käyttää viestinnän tehtävissä.

Viestijä voi hyödyntää ChatGPT:tä ideageneraattorina lähes mihin tahansa työtehtävään. Sen vahvuus tehtävässä on runsas ideoiden luominen hyvin nopeasti, muutamissa sekunneissa. (Repo 28.4.2023, 23 min.) Siltä voi pyytää aiheideoita sisällölle antamalla esimerkiksi käskyn: ”Anna kymmenen aiheetta, joista rakennusyrityksen tulisi kirjoittaa blogipostaus”. Organisaatiolle arvokkaampaa lopputulosta saadaan aikaan, kun ChatGPT:lle annetaan tarkempi käsky. Hyvä käsky voi sisältää tietoa esimerkiksi kohderyhmästä, sisällön julkaisupaikasta, sen toivotusta tyylistä ja kirjoituskulmasta. ”Anna viisi postaus ideaa Instagramiin kynsiteknikolle, jonka asiakkaat ovat 20–30-vuotiaita töissä käyviä naisia” on esimerkki tarkemmin rajatusta käskystä. (Salo 2023, 89–90.)

Oikean aiheen löytämisen jälkeen, voi ChatGPT:tä pyytää luomaan tekstin halutusta aiheesta rajausten mukaisesti. Koska ChatGPT:tä voi pyytää kirjoittamaan eri tyylisiä tekstejä, voidaan sitä hyödyntää lähes kaikkien tekstien luonnissa sisäisestä uutiskirjeestä tuotekuvaukseen tai työpaikkailmoitukseen. Sille voisi syöttää myös itse kirjoittamaa tekstiä ja pyytää sitä muokkaamaan tai oikolukemaan tekstiä. Parhaimman lopputuloksen ChatGPT:n kanssa työskennellessä saa, kun työn tekee iteratiivisesti eli vaiheittain etenevästi. Tällä tarkoitetaan sitä, että ChatGPT:n kanssa on hyvä pallorella tekstiä edestakaisin kuin työparin kanssa työskennellessä. Tekoälyn muokkaama teksti on aina välissä hyvä ihmisen muokata ja sitten taas palauttaa se tekoälysovelluksen muokkaukseen. Työn edetessä voidaan myös vaiheittain muuttaa tai tarkentaa ChatGPT:lle annettuja käskyjä. (Salo 2023, 91.) Erityisesti sisällöntuotannon tekstejä kirjoittaessa ChatGPT:n vahvuus on, että sitä voi pyytää kirjoittamaan teksti tietyllä merkkimäärällä, jolloin teksti varmasti sopii sen julkaisualustalle (Repo 28.4.2023, 23 min).

ChatGPT toimii kymmenillä eri ihmiskielillä ja siksi sitä voi hyödyntää kansainvälisessä viestinnässä. Se toimii ketterästi käännöstehtävissä; sitä voi pyytää samanaikaisesti kääntämään tekstin kielen ja tiivistämään sen sisällön. Tämä sujuu tekoälytyökalulta huomattavasti ihmistä nopeammin. Ihmisen on kuitenkin tärkeää tarkistaa ChatGPT:n käännoistyö ennen julkaisua, lähettämistä tai puhumista. Erityisesti monimutkaiset tai sanontoja sisältävät tekstit ovat virhealttiita käännoiskohteita. ChatGPT:n maksullisen lisäosa Speakin avulla on myös mahdollista harjoitella kielten ääntämistä ja puhumista. Tätä voidaan käyttää hyödyksi eri kielisten puheiden harjoittelussa ja videosisältöjen teossa. (Baker 2023, Chapter 6.)

ChatGPT:tä voi hyödyntää myös kohderyhmäanalyysin teossa ja somestrategian luomisessa. Siltä voidaan kysyä lisätietoja eri kohderyhmien mielenkiinnonkohteista. Strategian luomisen tueksi voidaan pyytää yleistä tietoa eri toimialojen trendeistä, näkökulmista eri tilanteisiin ja riskiarvioista. Tässä tilanteessa on kuitenkin hyvä huomioida, ettei ChatGPT 3.5. versiota ole koulutettu täysin uusilla tiedoilla, joten sen antamat tiedot eivät olet täysin ajankohtaisia. Strategian tekeminen vaatii aina myös ihmisen ajattelua, eikä sen tekoa voi täysin ulkoistaa tekoälytyökalulle. (Repo 28.4.2023, 23–26 min.)

Myös asiakaspalvelua voidaan tehostaa ChatGPT:n avulla. Sen avulla on nopea luoda vastauksia somepostauksien kommentteihin kopioimalla sille kommentti ja pyytämällä tekemään vastauksen tietyllä näkökannalla tai sävyllä. Se voidaan valjastaa auttamaan asiakkaita sähköpostien ja chatviestien välityksellä. (Salo 2023, 102.) Laajemmin ChatGPT:n vaikutusta asiakaspalveluun käsittelemässä opinnäytetyössä alaluvussa 4.7. tosielämän esimerkin kautta.

4.5 ChatGPT:n ongelmakohdat

Tarjoamiensa hyötyjen lisäksi ChatGPT:ssä on myös ongelmansa sekä heikkoutensa. Sen arkikäytössä ilmeneviksi heikkouksiksi voidaan nimetä sen kyvyttömyys ymmärtää sille syötetyn tekstin kontekstia, minkä vuoksi se saattaa vastata ohi aiheen. Näissä tilanteissa käyttäjän promptaustaitojen tärkeys korostuu. Lisäksi se on kyvytön tekemään päätöksiä ja kuten jo aiemmin todettu, sen antamiin tietoihin ei voi koskaan luottaa ilman tarkastusta. (Melis 2023, 3–6 min.) Näiden heikkouksien lisäksi ChatGPT:n liittyy myös suurempia yhteiskuntaa puhuttavia haasteita.

ChatGPT:hen liittyy niin eettisiä kuin juridisia haasteita. Suuri juridinen haaste on, että tekoälyä koskevien lakien laatiminen ja voimaantuleminen on huomattavasti tekoälyn kehitystä hitaampaa, joten nykyiset lait eivät ole ajan tasalla ja uudet lait voivat olla käyttöönotettaessa jo vanhentuneita. (Repo 28.4.2023, min 27–28.) Maaliskuussa 2024 Euroopan parlamentti hyväksyi tekoälyn sääntelyä koskevan lain, jonka on määrä tulla voimaan vuoden 2025 alussa. Lakia pidetään maailman ensimmäisenä laajana tekoälylainsäädäntönä. (Juhola 13.3.2024.) Lain tarkoituksena on säädellä ja rajoittaa nopeasti kehittyvän tekoälyn kuten ChatGPT:n käyttöä. Lain tullessa voimaan suurimmille yleiskäyttöisten tekoälyjärjestelmien valmistajille, kuten ChatGPT:n OpenAI:lle, tullaan asettamaan uusia avoimuusvaatimuksia. (Bono 9.12.2023.)

Yksi ChatGPT:n yleistymisen aiheuttama asia on tekijänoikeuskysymyksien esiin nouseminen. On mietitty, kenellä on tekijänoikeudet runoon, jonka käyttäjä pyytää ChatGPT:tä itselleen luomaan. (Repo 28.4.2023, 27 min.) ChatGPT:n julkaisun myötä kustantajat ympäri maailmaan ovat vastaanottaneet kirjoja, jotka ovat tekoälyn kirjoittamia. OpenAI:n kanta tekijänoikeuksiin on, että kaikki ChatGPT:n käyttäjän promptauksen perusteella luoma teksti kuuluu käyttäjälle. Asiasta tulee kuitenkin monimutkaisempi, jos käyttäjä haluaa käyttää ChatGPT:n luomaa tekstiä rahan tienämiseen. Yhdysvaltain tekijänoikeusvirasto (*The US Copyright Office*) on päättänyt, että teokset, jotka sisältävät tekoälyn luomaa sisältöä, voivat saada tekijänoikeuden vain ihmisen tekemään osuuteen asti. Tekoälyn osuutta ei suojata tekijänoikeudella. Maailman henkisen omaisuuden järjestö (WIPO) on tehnyt saman linjauksen. On kuitenkin epävarmaa, tulevatko säädökset tekijänoikeuksista vielä muuttumaan ja ChatGPT:n käyttäjien olisi hyvä seurata muuttuvia ohjeistuksia. (Baker 2023, Chapter 5.)

Joulukuussa 2023 New York Times ilmoitti haastaneensa ChatGPT:n kehittäneen yhtiön OpenAI:n sekä Microsoftin oikeuteen tekijänoikeusloukkauksen vuoksi. New York Times syyttää yhtiöitä ChatGPT:n kouluttumisesta miljoonilla lehden jutuilla luvatta. New York Timesin näkökulmasta tekoälybottien kehittäjät ovat hyödyntäneet lehden tuottamaa journalistista sisältöä ilman omaa vaivannäköä. ChatGPT:n kehitystyö on vetänyt puoleensa mittavia sijoituksia ja OpenAI:n arvo on nousemassa yli 80 miljardin dollarin. New York Times toivoo oikeusjutun synnyttävän oikeudellisia

rajalinjoja generatiivisen tekoälynteknologian käytöstä, millä olisi heistä uutisalalle suuri merkitys. (Gryanbaum & Mac 27.12.2023.) OpenAI on pyytänyt liittovaltion tuomaria hylkäämään osan New York Timesin tekijänoikeusjutusta. OpenAI väittää lehden hakkeroineen ChatGPT:n toistamaan sisältöjä saadakseen harhaanjohtavaa näyttöä oikeusjuttua varten. (The Guardian 27.2.2024.)

Kuten jo kerrottu ChatGPT jatkokoulututtaa käyttäjän sinne syöttämällä tiedoilla ja teksteillä. Siksi käyttäjän on todella tärkeää miettiä, mitä hän syöttää tekoälysovellukseen, sillä se voi teoriassa päätyä toisen ChatGPT käyttäjän näytölle. Vaikka koulutusdata pyritään käsittelemään niin, ettei yksityisiä tietoja tallentuisi tietokantaan, on sen täysi takaaminen vaikeaa. (Räty 13.8.2023.) Marraskuussa 2023 yhdysvaltalaiset tutkijat onnistuivat saamaan ChatGPT:n vuotamaan koulutusdataansa. He antoivat ChatGPT:lle käskyn toistaa sanaa runo (*poem*) loputtomasti. Sanan toiston seurassa ChatGPT vuosi sen koulutuksessa käytettyjä arkaluontoisia tietoja. (Korhonen 6.12.2023.) Elina Bonon mukaan (Repo 28.4.2023, min 31) hyvä muistisääntö ChatGPT:n käytöstä on, ettei sille tietosuojariskin vuoksi tulisi syöttää mitään sellaista tietoa ja sisältöä, joita käyttäjä ei kehtaisi julkaista omalla naamallaan Facebook-tililleen. ChatGPT:n tietosuojariskin vuoksi suurien yritysten kuten Samsungin, Amazonin ja Applen työntekijöiltä on kielletty tekoälytyökalun käyttö, jottei yrityksen salaisia tietoja pääsisi leviämään ChatGPT:n välityksellä (Peltonen 29.8.2023).

ChatGPT:n kehittäjiä on tärkeää panostaa tekoälysovelluksen vastuullisuuteen ja eettisyyteen. Teoriassa on mahdollista, että jokin internetin trolliryhmä pyrkisi kouluttamaan ChatGPT:tä antamaan väärää ja haitallista tietoa käyttäjilleen. Koska ChatGPT käyttää sille annettua tietoa itsensä jatkokouluttamiseen, voisi trolliryhmä kouluttaa sitä syöttämälle tekoälysovellukseen valtavat määrät virheellistä ja esimerkiksi vihamielistä tekstiä. (Repo 28.4.2023, 33 min.) Tästä tosielämän esimerkki on Microsoftin vuonna 2016 Twitteriin julkaisema Tay-botti. Tayn oli tarkoitus tuottaa teinityttöille tyypillistä sisältöä ja oppia uutta käyttäjien sen kanssa käymien keskustelujen pohjalta. Sen kohderyhmää olivat 18–24-vuotiaat yhdysvaltalaiset nuoret. Tay ehti olla julkinen alle 24 tuntia, jossa ajassa se keräsi yli 50 000 seuraajaa ja tuotti lähes 100 000 twiittia. Se kyllä oppi käyttäjiltään, mutta alkuperäisen tavoitteen sijaan sen käyttäjät eivät olleet nuoria naisia vaan internetin trolliryhmiä. Tayn kirjoittamat twiitit olivat rasistisia, vihamielisiä ja misogynyisiä, joten tili päädyttiin sulkemaan alle vuorokausi sen avaamisesta. (Reese 24.3.2016.)

Jotta voitaisiin estää tekoälysovelluksen muuttuminen häiriköksi, on tärkeää kouluttaa sitä kattavalla tiedolla eri näkökulmista sekä moderoida sen toimintaa joko automatisoitujen robottien tai ihmisten avulla. Kouluttamisen ja moderoinnin tavoitteena on, ettei kielimalli omaksuisi käyttäjiltään haitallisia malleja. (Ojanperä 2023, 47.) OpenAI on panostanut ChatGPT:n moderointiin, jotta se ei muuttuisi Tayn tapaan vihamieliseksi botiksi. ChatGPT:tä on opetettu tunnistamaan haitallinen sisältö syöttämällä siihen jo kehitysvaiheessa valtava määrä pahaa sisältöä ja moderoimalla siten

sopimattomat osuudet. Kielimallin moderointi on kuitenkin yksi ChatGPT:hen yhdistetyistä eettisistä ongelmista, sillä kertomukset moderojien työoloista nousivat julkisuuteen vuonna 2023. OpenAI oli ulkoistanut ChatGPT:n moderoinnin yhdysvaltalaiselle Sama-yritykselle vuonna 2021, kun ChatGPT-3 versiota kehiteltiin. Sama on tekoäly-yritys, joka työllistää ihmisiä esimerkiksi Keniassa ja markkinoi itseään eettisenä yrityksenä, joka on auttanut jo yli 50 000 ihmistä pois köyhyydestä. Todellisuudessa Saman kautta Keniassa työskennelleet ChatGPT-moderaattorit tienasivat alle 2 dollaria tunnilta työstään. Heidän työtehtäviinsä kuului tietojenkäsittely, joista osa sisälsi tarkkoja kuvailuja väkivallasta, lasten hyväksikäytöstä ja itsemurhasta. Osa työntekijöistä on kertonut työn olleen traumatisoivaa ja vaikuttaneen negatiivisesti heidän elämäänsä kokonaisvaltaisesti. OpenAI:n edustaja on myöntänyt, että Keniassa työntekijöiden työtehtävät ovat pitäneet sisällään haitallisen koulutusaineiston läpikäyntiä. He perustelivat haitallisen sisällön luokittelun ja suodatuksen olevan välttämätön vaihe, jotta tekoälytyökalusta tulisi mahdollisimman turvallinen käyttäjilleen ja jotta siitä olisi hyötyä koko ihmiskunnalle. (Perrigo 18.1.2023.)

4.6 ChatGPT:n käyttö markkinointiviestinnässä – Tapaus Sherpa & Neste

Suomalainen luova toimisto Sherpa teki vuonna 2023 yhteistyössä Nesteen kanssa mainoskampanjan hyödyntäen tekoälyä. Kampanjasta tekee erityisen se, että tekoälyä käytettiin kaikissa projektin vaiheissa aina juridisen yhteistyösopimuksen laatimisesta kampanjan visuaaliseen ilmeeseen. Projektissa käytetyt tekoälytyökalut olivat ChatGPT, Copy.ai, Gnipixel AI, Midjourney ja Docus.com. (Bono.)

Sherpan toimitusjohtaja Elina Bono (Repo 28.4.2023, 9–10 min) kertoo idean projektiin syntyneen, kun tekoälyvallankumous oli vasta alkamassa. Tällöin tekoälyyn suhtauduttiin yleisesti pitkälti vitseinä sen kankeuden ja tekemien virheiden vuoksi. Sherpassa mietittiin, miksi tekoälyyn suhtauduttiin niin negatiivisesti ja he tulivat siihen lopputulokseen, että kyseessä on muutoksen pelko. Sherpassa tekoälyyn suhtauduttiin innokkaasti ja he päättivät lähteä tutustumaan tekoälyn mahdollisuuksiin ennakkoluulottomasti. He eivät myöskään löytäneet tietoa siitä, että maailmassa olisi ennen toteutettu markkinointikampanjaa täysin tekoälyllä, josta he saivat lisää intoa lähteä toteuttamaan projektia.

Sherpa halusi projektiin mukaansa yrityksen, jolla olisi kykyä mitata markkinointikampanjan tuloksia ja onnistumista. Näin tekoälyn soveltuvuudesta markkinointiviestintään saataisiin oikeaa ja hyödyllistä dataa. Nesteellä on markkinoinnin alalla maine taitavasta tulosten mittaamisesta sekä positiivisesta ja rohkeasta asenteesta uutta kohtaan. Siksi projekti päätettiin toteuttaa yhteistyössä Nesteen kanssa. (Repo 28.4.2023, min 10–11.)

Projektin tavoitteena oli päästä käytännössä testaamaan ja todentamaan tekoälyn toimivuutta luovan prosessin eri vaiheissa. Projektin avulla haluttiin myös saada näyttöä siitä, miten tekoälyllä voidaan luoda lisäarvoa mainostajille, markkinointia suunnitteleville ja kuluttajille. (Bono.) Mainoskampanjan kaupallinen tavoite oli saada 3000 ihmistä lataamaan Nesteen sovellus. Kampanja tuli toteuttaa sovitulla budjetilla tietyn aikajakson aikana. Kampanjalle asetettu tavoite syötettiin ChatGPT:lle ja sitä pyydettiin kertomaan, miten kampanja tulisi toteuttaa, jotta se onnistuisi. ChatGPT oli projektin käytetyin tekoälysovellus. Se ohjeisti sanallisesti työryhmää kaikissa projektin osuuksissa kuten kuvaili mainoksen ulkonäön, kirjoitti mainoksessa käytetyt tekstit ja teki ehdotuksia markkinointialustojen valinnasta. Muilla projektissa käytetyillä tekoälyohjelmilla toteutettiin ChatGPT:n luoma suunnitelma ja visio. (Repo 28.4.2023, 12–13 min.)

ChatGPT teki projektin aikana selvästi huonoja ja virheellisiä ehdotuksia, se muun muassa ehdotti markkinointipaikoiksi alikulkutunneleita ja julkisen liikenteen kulkuneuvoja. Koska Nesteen sovellus on tarkoitettu yksityisautoilijoille, ei kyseistä kohderyhmää tavoiteta metron mainostauluilla tehokkaasti. Bono kertoo, että tällaisista esimerkeistä huomasi, ettei ChatGPT ajattele itse, vaan toimii sille koulutetun tiedon varassa. Vaikka metron mainostaulua voidaan yleisesti pitää hyvänä mainospaikkana, ei se tässä kampanjassa järjellä ajateltuna ole oikea valinta. Projektin alussa ChatGPT myös ehdotti vaihtoehtoja, jotka eivät sopineet projektin budjettiin tai aikatauluun. Sille esitettyjen lisäkysymyksiä avulla ChatGPT alkoi jalostaa sopivampia ja tarkempia vastauksia. (Repo 28.4.2023, 13–14 min.) Myöskään tekoälyn luomat mainoskuvat eivät aluksi olleet onnistuneita, sillä se sijoitti osassa luomissaan kuvissa huoltoasemat epärealistisiin maisemiin kuten pienelle saarelle tai lammen rannalle (Repo 28.4.2023, 20–21 min).

Kampanjan kaupallinen tulos oli onnistunut. Nesteen sovelluksen latasi kampanjan aikana 4240 henkilöä eli tavoite ylitettiin 40 prosentilla. Kampanjan tuloksia verrattiin myös Nesteen muiden vastaavien samalla budjetilla ja aikataululla toteutettujen kampanjoiden tuloksiin ja tekoälymainoskampanjaa pidettiin onnistuneena. Kun täysin tekoälyllä tehtyä projektia verrataan tavalliseen markkinointiprojektiin, huomattiin yksi selvä asia, jossa tekoälyn käyttö loi säästöjä. Tässä projektissa pystyttiin tekemään visuaalisesti näyttävää ja vain Nesteelle tarkoitettua kuvamateriaalia ilman kalliita ja aikaa vieviä kuvauksia tai tyytymistä geneerisiin kuvapankki kuviin. Bono pitää positiivisena sitä, että tekoäly demokratisoi mainonnan tekemistä mahdollistaen laajemman visuaalisen toteutuksen ja lopputuloksen myös toimijoille, joilla on pienempi budjetti. (Repo 28.4.2023, 15–18 min.)

Tärkeimpänä tuloksena Elina Bono nosti esille uuden oppimisen. He oppivat paljon useiden eri tekoälytyökalujen käytöstä sekä niiden vahvuuksista ja heikkouksista. Suurin projektista saatu oppi oli, ettei vastaavaa kampanjaa kannata tehdä uudelleen pelkästään tekoälyn avulla. Tekoäly tulee

osata käyttää ja hyödyntää niissä kohdissa, joissa siitä on oikeasti hyötyä ja missä se nopeuttaa prosessia. Elina Bono koki copytekstien kirjoituksessa, että täyden vallan antaminen tekoälylle oli hidaste eikä pitänyt ChatGPT:tä luovana ja yllätyksiä tarjoavana mainostekstin kirjoittajana. (Repo 28.4.2023, 16–19 min.) ChatGPT:n huomattiin olevan hyvä apua kirjoittamiseen, silloin kun tuotettava teksti on asiasisältöistä ja tekstille on asetettu tietty mitta esimerkiksi merkkien määrällä (Neste, 2023).

Bono kokee projektin perusteella ChatGPT:n toimivan parhaiten avustajan roolissa ja yhteistyössä ihmisen kanssa. Kampanjaa toteuttaessa huomattiin, että ChatGPT:n tuotoksien laatuun vaikutti paljon miten hyviä ja tarkkoja ohjeita sille annettiin ja millaisia lisäkysymyksiä sille esitettiin. Kun ihminen panosti vuorovaikutukseen tekoälysovelluksen kanssa sekä kyseenalaisti sen antamia virheellisiä tai huonoja ehdotuksia, oli lopputulos laadukkaampaa myös tekoälytyökalun puolelta. (Repo 28.4.2023, 20–21 min.)

4.7 ChatGPT:n vaikutus asiakasviestintään ja työpaikkojen määrään - Tapaus Klarna

Tekoälyn yleistyminen on saanut ihmiset miettimään sen vaikutusta työelämään ja työpaikkoihin. Keskustelu asian suhteen on mielestäni kiihtynyt erityisesti ChatGPT:n julkaisun jälkeen. Helmikuussa 2024 uutisiin on noussut tapaus Klarna, jota osa pitää käytännön esimerkkinä siitä, miten ChatGPT vähentää työpaikkojen määrää.

Klarna on Ruotsissa vuonna 2005 perustettu maksupalveluyritys, joka toimii kansainvälisesti 45 maassa. Klarnan tarkoituksena on helpottaa nettishoppailua tarjoamalla helpon ja turvallisen maksutavan asiakkailleen. The Klarna Groupilla on 150 000 000 asiakasta ja se työllistää tällä hetkellä yli 5000 ihmistä. (Klarna.)

Kun OpenAI julkaisi ChatGPT:n vuoden 2022 lopussa, otti Klarnan toimitusjohtaja Sebastian Siemiatkowski yhteyttä OpenAI:n toimitusjohtajaan. Tästä alkoi yritysten välinen yhteistyö. Vuoden 2023 aikana niin Klarnan sisäisiin kuin ulkoisiin palveluihin on lisätty tekoälypohjaisia työkaluja sekä ominaisuuksia. Tekoälyn käyttämisen tavoitteena on ollut sisäisen ja ulkoisen asiakaspalvelun sekä eri toimintojen laadun parantaminen ja tehostaminen. (Klarna 2023.)

Yksi Klarnan ulkoisessa asiakaspalvelussa käyttämä tekoälytoiminto on tekoälyavustaja (*The AI Assistant*). Tekoälyavustajan tehtävä on auttaa asiakkaita chatin välityksellä ja hoitaa näin myös asiakasviestintää. 27.2.2024 Klarna julkaisi tekoälyassistentin ensimmäisen toimintakuukauden tulokset. Ensimmäisen kuukauden aikana tekoälyavustaja oli hoitanut 2.3 miljoonaa asiakaschattikeskustelua. Tämä luku vastaa kahta kolmannesta Klarnan asiakaschattien määrää ja samaan työpanokseen tarvittaisiin 700 kokoaikaista asiakaspalvelijaa. Klarnan mukaan asiakkaat olivat yhtä

tyytyväisiä tekoälyavustajan palvelun laatuun kuin ihmisasiakaspalvelijoiden. Tekoälyavustajan avulla asiakaschattien kesto laski 11 minuutista kahteen minuuttiin. (Klarna 2024.)

Yhdysvaltalainen innovaatioihin ja teknologiaan keskittyvä aikakauslehti Fast Company uutisoi myös Klarnan tekoälyavustajan saavutuksista. Christopher Zaran kirjoituksessa nostettiin esille se, että vuoden 2022 toukokuussa Klarna oli irtisanonut 700 työntekijää, joka silloin vastasi noin 10 % yrityksen työntekijöistä. Julkaisussa huomattiin, että nyt Klarna oli onnistunut tekoälyavustajalla korvaamaan juuri 700 työntekijän työpanoksen. Klarna vastasi Fast Companylle lausunnolla, jossa kiellettiin toukokuun 2022 irtisanomisilla ja tekoälyavustajan tehokkuudella olevan tekemistä toisensa kanssa. (Zara 27.2.2024.)

Vaikka aiemmat irtisanomiset eivät olisi suoraan yhteydessä uuteen tekoälyavustajaan ja sen tehokkuuteen, on tekoäly kuitenkin jo vaikuttanut Klarnan työntekijämäärään. Joulukuussa 2023 Klarnan toimitusjohtaja Siemiatkowski kertoi The Sunday Telegraphille, että yritystä tullaan tulevaisuudessa supistamaan eikä lähtevien työntekijöiden tilalle palkata luultavasti enää uusia. Klarna oli jo joulukuussa 2023 jäädyttänyt täysin uusien työntekijöiden rekrytoinnin pois lukien insinöörirekrytoinnit. Päätöksen takana oli yrityksen suuri panostus tekoälyn käyttöönottoon ja erityisesti ChatGPT:n mahdollistamien uusien työkalujen kehittämiseen. Yritys ei halua enää palkata uusia ihmistyöntekijöitä ennen kuin he ovat selvittäneet tekoälyn kyvyn täyttää ja korvata heidän työpanoksensa. (Titcomb 3.12.2023.)

Yhdistäen 27.4.2024 julkaistut tulokset Klarnan CharGPT tekoälyavustajan tehokkuudesta Klarnan toimitusjohtajan antamiin lausuntoihin, voidaan tehdä oletus, ettei Klarna tule jatkossakaan jatkaamaan rekrytointeja. Tästä syystä Klarna on oiva esimerkki siitä, miten ChatGPT voi tulevaisuudessa vähentää työpaikkoja esimerkiksi asiakasviestintätehtävistä ja muuttaa työtehtäviä organisaatioissa.

5 Tutkimusmenetelmä

Tässä pääluvussa käsittelen opinnäytetyössäni käytettyä tutkimusmenetelmää. Pääluvussa kerron valitsemani tutkimusmenetelmän ominaisuuksista ja piirteistä. Lisäksi perustelen, miksi juuri tämä tutkimusmenetelmä oli paras toteutustapa tässä tutkimuksessa.

5.1 Tutkimusmenetelmän valinta

Tutkimuksen ydin on tutkimusongelma, eli se asia mitä tutkimuksella pyritään selvittämään. Tutkimusongelman perusteella tulisi tehtävä päätös siitä, millaista aineistoa on hankittava ja miten sitä hankitaan. Tutkimusmenetelmää valitessa, tulisi miettiä sen soveltuvuutta suhteessa tutkimusongelmaan, kohteena olevaan ilmiöön, käytössä oleviin resursseihin ja vaihtoehtoisin tutkimusmenetelmiin. (Hirsjärvi & Hurme 2022, 13.)

Tutkimusmenetelmää päättäessä apuna voidaan käyttää erilaisia suuntaa antavia kysymyksiä. Voidaan esimerkiksi miettiä, onko tarkoituksena vasta kysymykseen ”kuinka paljon” vai onko tarkoituksena kuvailla jotain ilmiötä. Lisäksi tulee hahmottaa, että kuinka laaja aineisto tulisi saada aikaan, jotta tutkimuksen tulosta voidaan pitää luotettavana ja kattavana. (Vilkkä 2021a, 55–56.)

5.2 Erilaiset tutkimusmenetelmät

Tutkimusmenetelmiä ovat laadullinen tutkimusmenetelmä ja määrällinen tutkimusmenetelmä. Laadullisen tutkimusmenetelmän tavoitteena on saavuttaa kuvailevaa tietoa, joka auttaa merkityksen ymmärtämistä. Määrällisellä tutkimusmenetelmällä saadaan koottua numeraalista tietoa ja dataa. (Vilkkä 2021a, 56.)

5.2.1 Määrällinen tutkimus

Määrällisen tutkimuksen (*quantitative research*) tavoite on asioiden, ominaisuuksien, ilmiöiden tai kokemusten havainnointi, vertailu, mittaaminen tai ennustaminen. Tutkimuksen perusoletuksena on, että oikealla tavalla mittaamalla on mahdollista saavuttaa totuudenmukaista tietoa. Määrällinen tutkimus sopii tutkimusmenetelmäksi tutkimuksiin, joiden tavoitteena on saada vastauksia kysymykseen kuinka paljon tai miten usein jokin asiaa ilmenee. Sillä voidaan esimerkiksi selittää miten erilaiset kokemukset ja käsitykset jakautuvat ihmisten kesken. (Vilkkä 2021b, 14.)

Määrällisen tutkimuksen alalajeista selittävälle ja vertailevalla tutkimukselle on tyypillistä antaa hypoteesi. Hypoteesi on lyhyt ja helposti ymmärrettävä väite tai kysymys, joka sisältää oletetun selityksen tai ratkaisun asioiden eroista, yhteyksistä tai syistä. ”Mitä enemmän aikaa käyttää opinnäytetyön kirjoittamiseen, sitä paremman arvosanan saa.” on esimerkki hypoteesista, joka sopisi selittävään määrälliseen tutkimukseen. Hypoteeseja, jotka perustuvat aiempiin tutkimuksiin, teorioihin

tai malleihin, kutsutaan teoreettisiiksi hypoteeseiksi. Jos hypoteesi perustuu tutkijan kokemuksiin tai havaintoihin, kutsutaan sitä empiiriseksi hypoteesiksi. Hypoteesin paikkaansa pitävyys tulisi testata tutkimuksella kuten kyselyllä, haastattelulla tai tiedonkeruulla. (Vilkkä 2021b, 16.)

Määrällisessä tutkimuksessa onnistuminen vaatii tutkijalta tutkimuksen huolellista suunnittelua sekä asiaongelman tunnistamista ja nimeämistä, jonka perusteella muodostetaan tutkimusongelma- ja kysymys tai hypoteesi. Olennaista on, että tutkittava ongelma on muutettavissa mitattavaan muotoon, jotta siitä saadaan määrällisen tutkimuksen omaisesti lopulta tehtyä tilasto-ohjelmilla numeerinen analyysi. Tutkimuksen prosessissa on osana mittarin kysymysten, mitta- ja asenneasteikkojen ja otantamenetelmän tarkka suunnittelu. Mittarilla tulee saada täsmällistä eikä satunnaista tietoa, jotta tutkimus on luotettava. (Vilkkä 2021b, 14–16.)

5.2.2 Laadullinen tutkimus

Laadullinen tutkimus (*qualitative research*) on tutkimustapa, joka perustuu tulkintaan. Sitä käyttämällä voidaan kuvata ilmiöitä ihmisten kokemusten kautta ja kartoittaa ihmisten tuottamia monitulkintaisia merkityksiä. Se toimii tutkimusmenetelmänä hyvin tilanteissa, joissa halutaan kuvata tilanteita, asioita ja ilmiöitä ihmisten näkökulmasta. (Vilkkä 2021b, 10–11.)

Laadullinen tutkimus perustuu ihmisten subjektiivisten eli henkilökohtaisten kokemusten ja näkemysten tarkasteluun. Tätä voidaan pitää tutkimuksen keskeisenä ominaispiirteenä. Tämä luo tutkimukselle haasteen siitä, voidaanko laadullisen tutkimuksen tuloksia pitää uskottavina ja luotettavina. Tutkimuksen luotettavuutta voidaan tarkastella eri mitoilla, mutta subjektiivisuuden vuoksi laadullisella tutkimuksella ei usein voida laatia teoreettisia yleistäyksiä. Laadullisessa tutkimuksessa on hyvä huomioida myös se, että tutkijan omat tulkinnat ja näkemykset voivat vaikuttaa tulosten tulkintaan ja analysointiin sekä tutkimustulokseen. (Puusa & Juuti 2020, 56–57.)

Laadullisessa tutkimusmenetelmässä on useita tapoja tutkimusaineiston keruulle. Yleisin tiedonkeruutapa laadullisessa tutkimuksessa on haastattelut. Haastattelutapoja on useita kuten lomake-, teema- ja avoin haastattelu. Haastattelut voivat olla yksilö-, pari- tai ryhmähaastatteluja. Haastattelujen lisäksi tietoa voidaan kerätä myös muilla menetelmillä kuten päiväkirjoista, kirjeistä, lehdistä ja valokuvista. (Vilkkä 2021a, 99–100.) Laadullisessa tutkimuksessa tutkija on aktiivinen tekijä koko prosessin ajan. Hän tulkitsee ja havainnoi läpi prosessin, suhtautuen työhönsä kriittisesti, yhdistäen havaintonsa yhteen ja luoden näin uskottavan ja perustellun kokonaiskuvan. (Puusa & Juuti 2020, 56–57.)

5.3 Tutkimusmenetelmän valinta opinnäytetyöhön

Tutkimuksessa päädyin käyttämään laadullista tutkimusmenetelmää. Laadullinen tutkimusmenetelmä oli määrällistä tutkimusmenetelmää sopivampi, sillä tutkimuksessa tutkin subjektiivisia kokemuksia ja näkemyksiä (Puusa & Juuti 2020, 56). Tutkimuksella en halunnut saada aikaan tilastollisia yleistyksiä tai teoreettisia totuuksia, siksi määrällinen tutkimusmenetelmä ei sopinut tämän tutkimuksen toteutustavaksi. Tutkimuksen tarkoituksena oli syventyä pieneen tutkimusjoukkoon ja tarkastella heidän asenteitaan sekä niihin vaikuttavia asioita. Jotta tutkimusongelma eli viestijöiden asenteet ChatGPT:tä kohtaan voitaisiin selvittää, porauduin syvemmin heidän kokemuksiinsa ja ajatuksiinsa saadakseni ilmiöstä mahdollisimman syvällisen ja hyvän kuvan.

Tiedonkeruutavoista valitsin tutkimukseen haastattelun. Haastattelussa ihminen kohdataan yksilönä ja hänellä on mahdollisuus tuoda esille vapaasti itseään koskevia asioita ja omia näkökantojaan. Haastattelu kannattaa valita, jos on etukäteen uskomus, että tutkimusaihe herättää laajoja ja monimutkaisia vastauksia. Haastattelussa vastauksia voidaan selventää ja syventää, jolloin haastateltavan näkemys tulee varmemmin oikein esille, eikä tutkijan tarvitse tehdä omia tulkintoja vastauksia analysoidessa. (Hirsjärvi & Hurme 2022, 32–33.) Koska haastattelu on kokonaisuudessaan hyvin aikaa vievää (Hirsjärvi & Hurme 2022, 33) ja tutkimusaikataulu oli rajallinen, rajasin haastateltavien määrän viiteen. Mikäli en olisi havainnut saturaation saavuttamista viiden haastattelun jälkeen, olisin tarvittaessa voinut haastatella vielä useampaa viestijää. Saturaation saavuttamisella tarkoitetaan sitä, että tutkimusaineiston perussisältö alkaa toistaa itseään eikä lisäaineistolla saada enää uutta tietoa tutkimuskysymyksen ratkaisua varten (Vilka 2021a, 122).

Haastattelulajeista valitsin tutkimukseen teemahaastattelun. Teemahaastattelussa tutkimuskysymyksestä erotellaan tärkeimmät aiheet tai teemat, joiden käsittely haastattelussa on välttämätöntä tutkimuskysymykseen vastaamisen kannalta (Vilka 2021a, 100). Tekemässäni haastattelurungossa (Liite 1) kysymykset on jaettu teemahaastattelun piirteiden mukaisesti omiin osioihin alakysymyksen mukaan. Etukäteen tehty haastattelurunko varmistaa sen, että haastattelussa saadaan tutkimukselle olennaista tietoa ja keskitytään aiheeseen (Puusa & Juuti 2020, 108). Haastattelut olivat puolistrukturoituja, eli seurasin haastattelupohjaa, mutta tarvittaessa esitin muita kysymyksiä.

Haastatteluissa on tutkimustyökaluna myös omat haasteensa. Haastattelijan tulee pystyä luomaan luottamuksellinen ilmapiiri, jotta tilanne olisi haastateltavalle mahdollisimman mukava. On hyvä tiedostaa, että haastattelutilanne saattaa jännittää haastateltavaa. Vastauksen luotettavuuteen vaikuttaa se, että ihmiset luontaisesti antavat sosiaalisesti hyväksytyjä vastauksia. Haastateltava saattaa antaa vastauksia, joiden uskoo olevan yleisesti hyväksytyjä, omien rehellisten tuntemuksiensa sijaan. Onnistunut haastattelu vaatii hyvin valmistautuneen, taitavan ja kokeneen haastattelijan. (Puusa & Juuti 2020, 103.)

Laadullisen aineiston analyysillä pyritään luomaan aineistosta eheä kokonaisuus, jonka pohjalta voidaan luoda päteviä ja tutkittua ilmiöitä hyvin kuvaavat tulkinnat ja johtopäätökset. Laadullisen tutkimuksen tulkintoja voidaan pitää luotettavana vain, jos niiden tekemiseen on käytetty tarkkaa ja järjestelmällistä analyysitapaa. (Puusa & Juuti 2020, 143.) Tutkimuksessani päätin käyttää sisällönanalyysia. Sisällönanalyysi on monivaiheinen analyysiprosessi, jonka tavoitteena on järjestää laaja aineisto tiiviiseen ja ymmärrettävään muotoon. Sisällönanalyysin prosessissa valitaan analyysiyksikkö tai -yksiköt, jotka tutkimuksessani ovat alakysymyksiä synnyttämät teemat, aineistoon tutustuminen, sen pelkistäminen ja aineiston lajittelu teemoittain. Lopussa tehdyn tulkinnan tulee olla totuudenmukainen, tarkoituksenmukainen ja vakuuttavasti perusteltu. (Puusa & Juuti 2020, 144.)

5.4 Tutkimuksen toteutussuunnitelma

Jotta tutkimus olisi onnistunut, luotettava ja tarkasti tehty, päätin luoda tutkimukselle aikataulutetun toteutussuunnitelman. Ennen suunnitelman tekoa olin jo päättänyt tutkimuksen aiheen ja sen tavoitteen sekä valinnut tutkimuskysymyksiä alakysymyksineen. Tein alustavan tutkimussuunnitelma-aikataulun (taulukko 4) keväällä 2023 osana opinnäytetyön ensimmäistä työosuutta. Hahmottelin myös alustavan sisällysluettelon opinnäytetyölle, jotta minun olisi mahdollisimman helppo lähteä etsimään teoriatietoa oikeista aiheista ja sopivasta näkökulmasta. Pyrin myös kartoittamaan mahdolliset riskit ja haasteet, jotta olisin niihin mahdollisimman varautunut jo etukäteen.

Taulukko 2. Alkuperäinen tutkimussuunnitelma

Tehtävä	Ajankohta
Opinnäytetyön aiheenvalinta ja tutkimuskysymysten päättäminen	Huhtikuu 2023
Opinnäytetyön suunnitelman tekeminen	Toukokuu 2023
Aiheen tutkiminen ja teoriapohjan kirjoittaminen	Kesäkuu & Heinäkuu 2023
Haastattelurungon tekeminen	Heinäkuu 2023
Haastateltavien etsiminen	Elokuu 2023
Haastattelut	Elokuu 2023
Haastattelujen auki kirjoittaminen	Syyskuu 2023
Tuloksien analysointi	Syyskuu 2023
Työn viimeistely	Lokakuu 2023
Valmiin opinnäytetyön palautus	Lokakuu 2023

Alkuperäisessä tutkimussuunnitelmassa olennaiset tehtävät on jaettu omiin riveihinsä ja niiden toteutuksen ajankohdalle on annettu arvio kuukausitarkkuudella. Tässä tutkimussuunnitelmassa

huomioin kesälomien vaikutuksen työn etenemiseen. Työn valmistumistavoite oli lokakuu 2023, jotta valmistuminen tutkintoon vuoden 2023 lopussa olisi mahdollista eikä se estyisi, vaikka prosessissa ilmenisi pieniä haasteita tai ongelmia.

5.5 Tutkimuksen mahdolliset haasteet

Yhdeksi tutkimuksen mahdolliseksi haasteeksi nimesin riittävän luotettavan tietoperustan löytämisen aiheesta. Tutkimuksen aiheen vahvuus on sen ajankohtaisuus, mutta se luo myös haasteita teorian löytämiselle, koska oletin, ettei aiheesta ole vielä kirjoitettu paljoa teoreettista kirjallisuutta. Etukäteen ajattelin etsiväni tietoa erilaisista tuoreista tutkimuksista ja podcasteista. Teoriapohjan kirjoittamisen jälkeen koen löytäneeni riittävästi myös kirjalähteitä, joiden ansiosta teoria-pohja sisältää ajankohtaista ja luotettavaa tietoa. Olen positiivisesti yllättänyt, että relevanttia tietoa oli saatavilla kansainvälisten lähteiden lisäksi myös suomeksi.

Toisena opinnäytetyön toiseksi haasteeksi ennakoisin sopivien haastateltavien löytämisen. Halusin opinnäytetyössäni tutkia juuri viestinnän ammattilaisten asenteita, mutta en ole verkostoitunut alalle enkä siksi tunne valmiiksi haastatteluun sopivia henkilöitä. Asetin myös tavoitteeksi viiden viestijän haastattelun, jotta voisin saada kerättyä mahdollisimman laajan, luotettavan ja kattavan tutkimustulosaineiston. Suunnittelin, että voisin tavoittaa sopivia haastateltavia tutkimukseen sosiaalisen median eri kanavien kautta ja tarvittaessa kysyä myös Haaga-Helian alumneja haastatteluun. Haastateltavien etsimisestä olen kertonut lisää seuraavassa alaluvussa 5.6.

Kolmas nimeämäni haaste opinnäytetyönteossa oli ajan riittävyys opinnäytetyönteolle kokoaikaisen työn ohella. Tästä syystä koin tärkeäksi tehdä tutkimussuunnitelman aikataulun kanssa. Aikatauluun oli tietoisesti jätetty ylimääräinen kuukausi opinnäytetyön valmistumisen ja tutkinnosta valmistumisen välille, jotta olisin esimerkiksi työtilanteen niin vaatiessa voinut hieman joustaa alkuperäisestä aikataulusta ilman, että se olisi vaikuttanut valmistumisajankohtaan.

5.6 Tutkimuksen toteutus

Opinnäytetyön suunnittelun aloitin keväällä 2023 ja sen toteutus käynnistyi alkuperäisestä suunnitelmasta poiketen helmikuussa 2024. Itse tutkimusta edelsi tutkimuksen aiheen tutkimuskysymysten päättäminen. Löytääkseni aiheesta mahdollisimman monipuolista, ajankohtaista ja luotettavaa tietoa ja faktoja, tutkin aihetta uusimmista alan kirjoista, tutustuin internetistä eri tutkimuksiin ja uutisiin sekä kuuntelin alan asiantuntijoiden tekemiä podcasteja. Kirjoitin löytämäni faktatiedon avulla opinnäytetyön teoriaosuudet. Loin tutkimuskysymysten ja kerryttämäni teorian perusteella haastattelurungon (Liite 1) yksilohaastatteluja varten.

Maaliskuussa 2024 aloitin itse tutkimuksen etsimällä kriteereihin sopivat haastateltavat. Julkaisin sosiaalisen median alusta LinkedInissä ilmoituksen, jossa kerroin tekeväni opinnäytetyötä viestijöiden asenteesta ChatGPT:tä kohtaan ja etsiväni muutamaa haastateltavaa tutkimusta varten. Laadullisessa tutkimuksessa on tärkeää, että haastateltavilla on tietoa tai kokemusta tutkimusaiheesta, jotta kerätty aineisto olisi tarkoitukseen sopivaa (Tuomi & Sarajärvi 2018, 74). Tästä syystä asetin haastateltaville tarkat kriteerit. Ehtoina haastateltaville oli työskentely viestinnän parissa Suomessa sekä ChatGPT:n käyttäminen työssä. Haastateltavien tarkkaa työtitteliä tai tehtävien sisältöä en rajannut. LinkedIn-ilmoituksen kautta sain pari potentiaalista yhteydenottoa, mutta en saavuttanut alkuperäistä tavoitettani viidestä kuvaukseen sopivasta haastateltavasta. Siksi jaoin julkaisuni myös toisessa sosiaalisen median alustassa Instagramissa henkilökohtaisella tililläni tarinajulkaisuna. Tätä kautta löysin vielä 3 haastateltavaa lisää ja pääsin alkuperäiseen tavoitteeseeni haastateltavien määräst. Sain myös yhteydenoton yhdeltä henkilöltä, joka olisi halunnut antaa haastattelun, mutta hän ei vastannut tutkimuksen ehtoja. Hän käyttää paljon ChatGPT:tä, mutta ei työskentele viestinnän tehtävissä, joten häntä ei voitu valita mukaan tutkimukseen.

Haastattelut järjestettiin maaliskuun 2024 loppupuolella. Niistä kolme pidettiin Teamsin välityksellä, yksi Telegram-puheluna ja yksi kasvotusten. Haastattelut olivat puolistrukturoituja haastatteluja. Niissä käytettiin Liitteen 1 haastattelupohjaa, mutta tilanteen mukaan haastateltaville esitettiin myös tarkentavia tai laajentavia kysymyksiä. Kaikki haastattelut nauhoitettiin, jotta voisin palata niiden tarkkaan sisältöön myös haastattelujen jälkeen. Haastattelujen jälkeen kirjoitin haastattelut auki tekstimuotoon. Tätä kutsutaan litteroinniksi ja se helpottaa aineiston käsittelyä ja sen analysointia. (Vilkkä 2021b, 120.) Litterointivaiheessa poimin yksittäisiä merkittäviä lauseita, joita tutkimuksen tuloksissa käytin suorina lainauksina. Sisältöanalyysin mukaisesti tiivistin litteroimaani tekstiä, jotta se sisältäisi vain tutkimukselle oleellista sisältöä. Lisäksi lajittelin sisällön kategorioiden mukaan, jotta analysointi ja johtopäätösten teko olisi helpompaa ja selkeämpää.

Lopussa vertailin haastateltavien lausuntoja ja haastattelujen sisältöjä keskenään. Haastateltavien puheista ja mielipiteistä havaitsin yhdenvertaisuutta sekä myös eriäviä näkökulmia. Näiden perusteella luotiin tutkimuksen lopputulokset, jotka on esitelty pääluvussa 7. Tutkimus ei lopulta edennyt alkuperäisen suunnitelman mukaan (Taulukko 4), vaan sen toteutus siirtyi keväälle 2024. Siksi aloittaessani työn helmikuussa 2024 tein uuden tutkimusaikataulun, joka myös toteutui. Toteutunut tutkimussuunnitelma on kuvattuna kuukausitasolla taulukossa 5.

Taulukko 3. Toteutunut tutkimusaikataulu

Tehtävä	Ajankohta
Opinnäytetyön aiheenvalinta ja tutkimuskysymysten päättäminen	Huhtikuu 2023

Tehtävä	Ajankohta
Opinnäytetyön suunnitelman tekeminen	Toukokuu 2023
Aiheen tutkiminen ja teoriapohjan kirjoittaminen	Helmikuu & Maaliskuu 2024
Haastattelurungon tekeminen	Maaliskuu 2024
Haastateltavien löytäminen	Maaliskuu 2024
Haastattelut	Maaliskuu 2024
Haastattelujen litterointi	Maaliskuu & Huhtikuu 2024
Tuloksien analysointi	Huhtikuu 2024
Työn viimeistely	Huhtikuu & Toukokuu 2024
Valmiin opinnäytetyön palautus	Toukokuu 2024

Toteutuneessa aikataulussa olennaiset tehtävät on jaettu omiin riveihinsä, ja niiden toteutumisaikakohta on kerrottu kuukausitasolla. Kokonaisuudessaan opinnäytetyöprosessi kesti reilun vuoden kevästä 2023 kevääseen 2024. Prosessi koostuu kahdesta eri työvaiheesta. Keväällä 2023 suunnittelin prosessia noin kaksi kuukautta ja keväällä 2024 toteutin tutkimuksen sekä kirjoitin opinnäytetyön. Aktiiviseen työskentelyyn kului aikaa reilu neljä kuukautta, joista yksi kuukausi oli keväällä 2023 ja loput reilu kolme kuukautta keväällä 2024.

6 Tutkimustulokset

Tässä pääluvussa käsittelen tutkimuksen tuloksia. Esittelen haastatellut viestijät ja käyn kattavasti läpi haastattelujen sisällön. Käyn läpi haastatteluissa nousseita aiheita ja tutkimuksen tuloksia. Tulokset olen jakanut neljään eri alalukuun, niin että kunkin alakysymyksen vastauksia käsitellään omassa alaluvussaan. Tuloksissa käsittelen haastateltavat omissa kappaleissaan. Tulosten vertailu ja yhteenveto on luettavissa opinnäytetyön pääluvussa 7.

6.1 Haastateltavien esittely

Tutkimuksen kohderyhmä on Suomessa työskentelevät viestijät. Siksi tutkimukseen valitut henkilöt työskentelevät kaikki tutkimusehtojen mukaisesti viestinnän tehtävissä Suomessa ja ovat työtehtävissään kokeilleet ChatGPT:n käyttöä. Heidän perustiedoissaan on sekä yhtäläisyyksiä sekä eroavaisuuksia. Yhtäläisyytenä voidaan pitää sitä, että kaikki haastateltavat identifioituvat naisiksi. Tämä sukupuolijakauma otoksessa oli odotettavissa, sillä myös Julkisen alan viestijät JAT ry:n, ProCom ry:n ja Viesti ry:n tutkimukseen (2023) vastanneista 90 % oli naisia. Lisäksi haastattelemani viestijät ovat suhteellisen samanikäisiä. Heidän ikänsä vaihtelevat 26 vuodesta 32 vuoteen. Haastateltujen koulutustaustoja voidaan pitää toisistaan poikkeavina, sillä heidän suorittamansa tutkinnot vaihtelevat ammattikoulupohjaisesta perustutkinnosta kauppatieteiden maisteriin. He työskentelevät eri organisaatioissa ja heillä on erilaiset työnimikkeet. Heillä on myös vaihtelevuutta viestinnän työtehtävissä ja vastuualueissa. Lisäksi heidän kokemuksensa viestinnän tehtävistä vaihtelee alle vuodesta yli seitsemään vuoteen.

Haastateltava numero yksi on 28-vuotias nainen, joka on suorittanut media-alan ja kuvallisen ilmaisun perustutkinnon. Opinnoissaan hän on erikoistunut graafiseen suunnitteluun. Hän on työskennellyt viestintäkoordinaattorina heinäkuusta 2023 lähtien isossa yrityksessä. Tämä on hänen ensimmäinen työpaikkansa viestinnän parissa. Haastateltavan työtehtäviin kuuluu graafinen suunnittelu sekä vastuu yrityksen sosiaalisen median sisällöistä. Kyseistä haastateltavasta käytetään tutkimustuloksissa nimitystä viestintäkoordinaattori.

Haastateltava numero kaksi on 30-vuotias nainen. Hän on koulutukseltaan palveluliiketoiminnan restonomi. Tällä hetkellä hän työskentelee keskisuudessa organisaatiossa People Specialist –nimikkeellä. Hän toimii yrityksen sisäisen viestinnän asiantuntijana sekä vastaa rekrytointiviestinnästä ja työnantajamielikuvasta. Viestinnän parissa hän on työskennellyt yhteensä reilut seitsemän vuotta. Tutkimustuloksissa hänestä käytetään nimeä sisäinen viestijä.

Haastateltava numero kolme on 32-vuotias nainen. Hän työskentelee pienessä yrityksessä, jossa hänen tittelinsä on Head of Production and Marketing. Hän vastaa esimerkiksi kaikesta yrityksen

asiakasviestinnästä ja sosiaalisen median päivityksistä sekä verkkosivun päivittämisestä ja ylläpitämisestä. Viestinnän tehtävissä hän on työskennellyt lähes kolme vuotta. Koulutukseltaan hän on digitaalisten palveluiden tradenomi. Tutkimustuloksissa haastateltavaa numero kolme kutsutaan markkinointijohtajaksi.

Haastateltava numero neljä on 27-vuotias nainen. Hän on valmistunut kauppatieteiden maisteriksi, ja hänen pääaineensa opinnoissa oli markkinointi. Viestinnän työtehtävissä hän on työskennellyt reilun 4 vuoden ajan. Tällä hetkellä hän työskentelee mainos- ja viestintätoimistossa viestintäkonsulttina. Hänen vastuualueitaan ovat PR ja sosiaalisen median parissa työskentely. Hän kirjoittaa tiedotteita, esittelee eri ideoita medioille ja työskentelee somen parissa strategian luonnista sen toteutukseen. Tässä tutkimuksessa käytän hänestä nimitystä viestintäkonsultti.

Haastateltava numero viisi on 26-vuotias nainen. Hän on koulutukseltaan liiketalouden tradenomi ja työskennellyt viestinnän parissa neljän vuoden ajan. Tällä hetkellä hän työskentelee rekrytointi- ja markkinointiassistenttina keskisuudessa yrityksessä. Hänen työtehtäviinsä kuuluu yrityksen sosiaalisen median ylläpitäminen, sisäinen viestintä, asiakastiedotus sekä rekrytointiin kuuluvat viestintätehtävät kuten työpaikkailmoitusten kirjoittaminen sekä kandidaattiviestintä. Tässä opinnäytetyössä viidennestä haastateltavasta käytetään nimitystä markkinointiassistentti.

6.2 Viestijöiden kokemukset ja havainnot ChatGPT:n käytöstä työssään

Viestintäkoordinaattori on käyttänyt ChatGPT:tä työssään lokakuusta 2023 lähtien ja käyttää sitä kuukausittain. Hän ei koe, että tekoälysovelluksen käyttö olisi hirveästi vaikuttanut häneen omiin työskentelytapoihin. Hän käyttää sitä erityisesti tekstien muokkaamisessa ja muotoilussa sekä ideapankkina sisällöntuotannon ideoinnissa. Hän kokee sovelluksen tukevan häntä hyvin viestinnän työtehtävissä. Viestintäkoordinaattori kuvaa ChatGPT:tä arjen auttajaksi. Hän kokee sen vaikuttaneen työnsä laatuun monipuolisuuden kautta, mutta ei koe sen suuremmin tehostavan työtään. Hän uskoo, että ChatGPT:llä voisi tehostaa työtä, jos hän käyttäisi sitä useammin.

Hän ei ole saanut suoraan työnantajaltaan linjausta siitä, miten ChatGPT:tä tulisi tai ei tulisi käyttää. Hän on tiimiläistensä kanssa päättänyt, ettei yrityksen kriittisiä ja salaisia tietoja syötetä sovellukseen, vaan kaiken sovellukseen laitettun tiedon tulisi olla jo valmiiksi julkista. Hän ei koe henkilökohtaisesti tarvitsevansa sääntöjä sovelluksen käytölle. Hän miettii, että olisi kuitenkin hyödyllistä saada työnantajalta ohjeistusta tai koulutusta ChatGPT:n käytöstä ja mahdollisuuksista, jotta hän voisi käyttää tekoälysovellus monipuolisemmin työssään ja saada siitä irti suuremman hyödyn. Hän ei koe saavansa rohkaisua esihenkilöltään tai työnantajalta tekoälytyökalun käyttöön.

Sisäinen viestijä on käyttänyt ChatGPT:tä työssään loppukevästä 2023 lähtien ja käyttää sitä nykyisin lähes päivittäin. Hän käyttää tekoälytyökalua erityisesti somepostauksien tekstien

hiomisessa, rekrytointiviestinnässä ja pidempien kirjoitusten ideoinneissa. Hän kokee ChatGPT:n soveltuvan hyvin viestintätehtäviinsä, kunhan sitä käyttäessä huomio tietosuojan henkilötietoja käsiteltäessä. Sisäinen viestijä uskoo sen tehostaneen hänen omaa viestimistään sekä parantaneen hieman sen laatua. Laatu on parantunut, koska tekoäly auttaa häntä oikeinkirjoituksessa.

Sisäisen viestijän työnantaja ei ole antanut hänelle ohjeistuksia ChatGPT:n käytöstä. Työnantaja on muistuttanut työntekijöitä huomioimaan tietosuojaan liittyvät asiat sitä käytettäessä. Sisäisen viestijän työpaikalla toinen osasto on saanut ohjeistuksen ja kehotuksen käyttää ChatGPT:tä työssään. Sisäinen viestijä kokee, ettei työnantaja ole huomionnut riittävästi tekoälysovelluksen hyötyjä kaikissa yrityksen työtehtävissä, eikä kannustus ja ohjeistus ole ollut tasapuolista osastojen välillä. Hänestä työnantajan tulisi perehdyttää ja rohkaista työntekijöitä sovelluksen käytöstä, sillä osa työntekijöistä hänen tiimissään ei osaa käyttää ChatGPT:tä eikä siksi hyödynnä sitä.

Markkinointijohtaja on aloittanut ChatGPT:n käytön työssään keväällä 2023 ja hyödyntää sitä lähes päivittäin. Sitä hän käyttää tekstien kääntämisessä toiselle kielelle ja tukivälineenä omalle työnsä kirjoitusten ja julkaisujen suunnittelussa sekä tekstin luomisessa. Hänestä se sopii erinomaisesti hänen tekemiinsä työtehtäviin. Hän arvio tehokkuutensa viestinnän tehtävissä ainakin tuplaantuneen sen avulla. Hän uskoo tekoälysovelluksen käytön parantaneen myös viestinnän laatua, kun hänen kielensä on monipuolistunut esimerkiksi ChatGPT:n ehdottamien synonyymien avulla.

Työnantajaltaan markkinointijohtaja ei ole saanut linjauksia ChatGPT:n käytöstä. Hänestä hänen työnantajansa kuitenkin kannustaa ja rohkaisee työntekijöitä käyttämään kielimallia. Työnantaja kokee tekoälysovelluksen sopivan yrityksen hektiselle toimialle ja uskoo sen tehostavan työntekijöiden työskentelyä eri tehtävissä. Markkinointijohtajan työpaikalla on suunniteltu paremman ja maksullisen version hankkimista työntekijöiden käyttöön. Markkinointijohtaja ei koe, että hän itse tarvitsisi työnantajaltaan tarkempia linjauksia ChatGPT:n käytön riskeistä.

Viestintäkonsultti on käyttänyt ChatGPT:tä aktiivisesti reilun puolen vuoden ajan. Hän käyttää sitä lähes päivittäin. Mitä enemmän hänellä on kirjoitustyötä, sitä enemmän hän käyttää tekoälytyökalua työssään. Hän hyödyntää kielimallia tekstien otsikoiden ideointiin, synonyymien löytämiseen ja käännöstöihin. Hän kokee sen tehostaneen viestintää sekä parantaneen sen laatua lisäämällä monipuolisuutta sanavalintoihin. Hänestä kielimalli ei kuitenkaan tuota suomeksi yhtä laadukasta tekstiä kuin englanniksi. Näiden syiden takia, hän kokee ChatGPT:n enemmän työn tehostajaksi kuin laadun takaajaksi. Viestintäkonsultti kuvaa tekoälytyökalun sopivan parhaiten projektien alkuvaiheeseen, jossa ideoidaan ja mietitään eri vaihtoehtoja.

Viestintäkonsultin työpaikalla on käytössä maksullinen versio ChatGPT:stä, jotta asiakkaiden tietoja voidaan käsitellä turvallisemman ja ChatGPT:tä voidaan hyödyntää enemmän. Työnantaja

aloitti työntekijöiden ohjeistamisen sovelluksen turvallisesta käytöstä jo ennen kuin se otettiin yrityksessä käyttöön. Hän kokee työnantajansa kannustavan työntekijöitä tutustumaan ja kokeilemaan työssään eri tekoälytyökaluja, joista ChatGPT on yksi.

Markkinointiassistentti ei muista tarkalleen, milloin aloitti ChatGPT:n hyödyntämisen työssään. Hän kertoo kokeilleensa sitä ensin satunnaisesti testimielessä, kunnes sen käyttö vakiintui osaksi hänen työarkeaan. Säännöllisesti kielimalli on ollut hänellä käytössä noin vuoden ja hän käyttää sitä nykyisin päivittäin. Hän käyttää sitä erityisesti sisältöjen ideoinnissa, tekstien kääntämisessä suomen ja englannin välillä, kieliopin tarkistamisessa sekä käsitteiden määrittelyssä. Hänestä ChatGPT on tehostanut ja helpottanut hänen työskentelyään sekä kokee sen avulla tehdyn työn lopputuloksen olevan laadukkaampaa. Hänestä laatu korostuu erityisesti silloin kun tekoälytyökalua pyytää tiivistämään pidempää tekstiä haluttuun mittaan. Markkinointiassistentin mielestä ChatGPT soveltuu hyvin apuvälineeksi hänen työssään. Hän kuitenkin korostaa, ettei kielimalli yksinään tuotaisi tarpeeksi hyvää lopputulosta, vaan ihmisen tulee jalostaa sen aikaansaannoksia.

Markkinointiassistentti on saanut työnantajaltaan ohjeistuksen tietosuojasta liittyen ChatGPT:n käyttöön ja työnantaja on linjannut, mitä sinne ei saa syöttää. Hänestä työnantaja voisi olla vielä selkeämpi ohjeiden kanssa tulevaisuudessa, kun tekoälyn käyttö yleistyy. Hän kokee työnantajansa olevan yleisesti kiinnostunut tekoälyn luomista mahdollisuuksista ja tulevaisuuden näkymistä. Työnantaja kannustaa työntekijöitä hyödyntämään eri tekoälytyökaluja kuten ChatGPT:tä.

6.3 Asiat, jotka vaikuttavat positiivisesti viestinnän ammattilaisten asenteisiin ChatGPT:tä kohtaan

Viestintäkoordinaattorista ChatGPT:stä on iloa ja hyötyä työnteossa, mikä luo siitä yleisesti positiivisen fiiliksen. Hän kokee siitä olevan eniten hyötyä omien heikkouksiensa tukemisessa. Hän tuntee olevansa enemmän visuaalinen kuin sanallinen viestijä ja käyttää siksi sitä apuna tekstien luomisessa. Hänestä viestijöiden tulee pystyä tunnistamaan ne alueet, joissa tekoälysovellus voi auttaa, jotta siitä olisi hyötyä työssä. Hän on saanut sovelluksesta tukea myös työskentelyyn itselleen uudella toimialalla, josta hänellä ei ollut valmiiksi vankkaa pohjatietoa. Lisäksi hän pitää siitä, miten ChatGPT:llä saa asioihin toisen näkökulman, jos on itse sokeutunut pitkään työstämälleen työlle. Sen ystävällinen vuorovaikutustapa on vahvistanut viestintäkoordinaattorin positiivisesta suhtautumisesta sitä kohtaan. Hänestä ChatGPT on välillä kohteliaampi työkaveri kuin oikeat ihmiset.

”Onhan se kivempaa kanssakäymistä, kun saa aurinkoemojin ja ystävällisen kiitoksen, eikä pelkkää tuhadusta” – Viestintäkoordinaattori

Sisäinen viestijä suhtautui tekoälysovellukseen aluksi varauksella, mutta huomasi pian sen olevan hyödyllinen työkalu. Hänestä ChatGPT on parhaimmillaan tekstien tiivistämisessä sekä tekstien ja

aiheiden ideoinnissa. Rekrytointiviestinnän lisäksi sisäinen viestijä käyttää sovellusta myös ideapankkina haastattelukysymyksien pohjalle. Hän arvostaa sitä, miten nopeasti ChatGPT antaa vastauksia ja luo tekstiä, jota on helppo muokata itselleen sopivaan muotoon. Sisäinen viestijä kokee yhdeksi ChatGPT:n parhaaksi puoleksi sen, miten siitä saa tukea ja apua haastavissa ja negatiivisissa tehtävissä kuten työnhakijalle tarkoitetun hylkyviestin kirjoittamisessa.

”Käsitys (ChatGPT:stä) on muuttunut aika paljon. Aluksi ajattelin, että en minä voi mitenkään hyödyntää sitä, mutta kyllähän sitä vaan voikin hyödyntää.” – Sisäinen viestijä

Markkinointijohtaja arvostaa miten säästää aikaa eri tehtävissä käyttämällä ChatGPT:tä. Hän kokee siitä olevan erityisesti apua tilanteissa, joissa on ideoinnissa jumittunut paikoilleen. Tekoälytyökalun avulla hän on saanut työhönsä uusia näkökulmia ja ideoita. Hän nostaa esille myös ChatGPT:n kyvyn antaa hyvinkin relevantteja ja tarkkoja vastauksia, kunhan sitä vain ohjeistaa hyvin. Markkinointijohtaja uskoo, että tulevaisuudessa yrityksen sisäinen viestintä ja uutisointi olisi mahdollista hoitaa tekoälyn avulla, jos se saataisiin tarpeeksi vahvasti integroitua yrityksen kulttuuriin.

”Se (ChatGPT) nyt vain on kokonaisvaltaisesti hyödyllinen” - Markkinointijohtaja

Viestintäkonsultista ChatGPT:ssä parasta on nopeus ja sen suurimmiksi hyödyiksi hän nimeää avun ideointivaiheessa ja tehokkuuden. Sovelluksen vuoksi hän tarvitsee harvemmin käännöstoimiston apua, sillä se kääntää tekstin sujuvasti englanniksi ja usein riittää, että ihminen vain tarkistaa sisällön. Hän nostaa myös esille ChatGPT:n kyvyn muokata tekstejä haluttuun muotoon kuvavien ohjeiden kuten ”sano tämä hauskemmin” tai ”tee otsikosta mediaa puhutteleva” avulla. Hän kuvaa tekoälytyökalua työn tukikumppaniksi, joka haastaa viestijöitä ajattelemaan luovemmin ja monipuolisemmin. Positiivista mielikuvaa ChatGPT:stä luo myös se, että hän kokee sen helposti lähestyttäväksi alustaksi, jonka käyttö on helppo aloittaa.

”Tärkein on nopeus. Sieltä tulee vauhdikkaasti paljon tavaraa, joka helpottaa työtä paljon” - Viestintäkonsultti

Markkinointiassistentti uskoo, että tulevaisuudessa ChatGPT ja sen kaltaiset tekoälytyökalut tulevat parantamaan ja selkeyttämään viestintää sekä tekemään siitä helpompaa kaikille. Hänestä sen parhaat ominaisuudet ovat sen nopeus ja helppokäyttöisyys. Hän uskoo omaan positiiviseen suhtautumiseensa ChatGPT:tä kohtaan vaikuttavan se, että hän on kiinnostunut tekoälystä laajemmin ja on siksi innostunut sen käyttämisestä. Lisäksi hän on omin silmin nähnyt miten hän sekä hänen työkaverinsa hyötyvät sovelluksen käytöstä joka päivä, sen helpottaessa ja nopeuttaessa heidän työtään. Hän kertoo kerran tuskailleensa tiedotteen kanssa, jonka oli kirjoittanut jo englanniksi,

muttei saanut sitä käännettyä itselleen mieluiseseen muotoon suomeksi. Lopulta ChatGPT:n avulla onnistunut suomenkielinen tiedote saatiin luotua.

”Sieltä tulee sellaisia ideoita, mitä ei olisi itselle tullut mieleen” - Markkinointiassistentti

6.4 Huolenaiheet ja epäluulot, jotka vaikuttavat viestinnän negatiivisesti viestijöiden asenteisiin ChatGPT:tä kohtaan

Viestintäkoordinaattori ei ole käyttänyt ChatGPT:tä osana graafisen suunnittelun tehtäviä, koska kokee ettei tarvitse aiheessa apua. Hän myös toteaa käsityksensä sovelluksen käyttömahdollisuuksista olevan suhteellisen kapea, mikä osittain näkyy sen yksipuolisena käyttönä. Hänelle ei ole tullut mieleen, että ChatGPT:tä voisi käyttää inspiraation lähteenä myös graafisessa suunnittelussa kuten sisällön tuotannossa. Viestintäkoordinaattorin kehitystoive ChatGPT:lle olisi sen luotettavuuden lisääminen faktojen suhteen. Viestintäkoordinaattori myös kokee, ettei sovellus ole vielä niin toimiva suomeksi kuin englanniksi. Tämä ilmenee hänestä välillä oudoilla sanavalinnoilla ja samojen lauseiden toistamisella, vaikka sovellusta yrittäisi ohjeistaa uusiin tuotoksiin ja eri lopputulokseen.

Viestintäkoordinaattoria huolestuttaa, etteivät kaikki ymmärrä, ettei ChatGPT:n antamiin tietoihin voi luottaa sokeasti. Häntä mietityttävät siitä aiheutuvat riskit, kuten virheellisen tiedon jakaminen. Hänestä ilmaisen tuotteen käyttäjä on aina itse tuote ja, on siksi hyvin varovainen, mitä tietoja tekoälylle syöttää. Luovantyön tekijänä hän miettii, kuinka paljon voi tukeutua sovellukseen ja silti sanoa lopputuotosta ylpeästi omaksi tekeleekseen. Tämä on myös pääsyy, jonka hän kokee rajoittavan omaa ChatGPT:n käyttöään. Hän haluaa kokea itse saaneensa työnsä lopputuloksen aikaan. Hän näkee tämän aiheen itselleen suurena eettisenä kysymyksenä. Hän ei usko, että ChatGPT voisi täysin korvata ihmisen kekseliäisyyttä ja vuorovaikutusta tai syrjäyttää taitelijoita. Hän ei pidä todennäköisenä, että hänen oma paikkansa nykyisessä tiimissä voitaisiin täyttää täysin tekoälyllä.

Sisäistä viestijää huolestuttaa, että mihin ChatGPT:hen syötetyt tiedot lopulta päätyvät. Vaikka hän ei syötä tekoälytyökaluun arkaluontoistietoa, voisi tällainen virhe olla mahdollinen eikä vahingossa palveluun syötetyn kohtalo ole sisäiselle viestijälle tiedossa. Hän toteaa, ettei ole lopulta ajatellut paljoa sen riskejä ja epäkohtia, eikä ole myöskään ennen etsinyt niistä tietoa. Joltain osin ChatGPT:n hyödyt ovat sokaisseet hänet mahdollisilta ongelmakohtilta.

”Ennen tätä en ole ajatellut ChatGPT:tä eettisten ongelmien kannalta, vaikka varmasti pitäisi” – Sisäinen viestijä

Sisäinen viestijä käsittelee osana työtään myös työpaikkahakemuksia, joiden sisällössä ja laadussa hän on huomannut selvän eron ChatGPT:n yleistymisen myötä. Jopa neljäosan

hakemuksista tuntuu toistavan samaa kaavaa. Ne vastaavat täydellisesti, mutta persoonattomasti työpaikkailmoitukseen ja niistä puuttuu aito ihmisen persoonallinen kirjoitusote. Hän kokee huolestuttavana sen, etteivät hakijat enää paneudu itse hakemuksen kirjoittamiseen vaan yritys on rekrytointiprosessissa hakijan sijasta tekoälylaitteen kanssa.

Vaikka yleisesti sisäinen viestijä kokee ChatGPT:n hyödylliseksi työtehtävissään, hän ei käytä sitä kirjoittaessaan lyhyitä viestejä tai uutisia sisäiseen viestintään. Hän kokee, että kirjoittaa lyhyen tekstin itse nopeammin kuin ohjeistaisi sovellusta kirjoittamaan sen puolestaan. Muina ChatGPT:n haasteina hän kokee mahdolliset kielioppivirheet sekä sen, ettei tekoälytyökalu aina tajua, mitä siltä haluaa. Jos sisäinen viestijä voisi tehdä muutoksen ChatGPT:hen, hän muuttaisi sen kirjoitusväyn automaattisesti ystävällisemmäksi, jotta sitä olisi parempi käyttää asiakas- ja rekrytointiviestinnässä.

Markkinointijohtaja ei ole huolestunut ChatGPT:n käytön tietoturvallisuudesta, mutta hänestä jokaisen käyttäjän tulee myös huomioida ilmaisen palvelun käytön riskit. Markkinointijohtajaa mietityttää voiko ChatGPT:n käytöllä olla pidemmän päälle omaa luovuutta ja kekseliäisyyttä turruttavaa vaikutusta, kun ei enää haasta itseään luovaan ajatteluun. Hän on myös miettinyt, että onko eettisesti oikein käyttää ja tukea työkalua, jonka pelätään vievän ihmisten työpaikat. Lopulta hän ei näe asiassa ongelmaa, koska ei usko, että se tulevaisuudessa vie täysin ihmisten työpaikkoja. Omassa työssään hän on paljon yhteydessä asiakkaisiin. Hän ei usko, että tekoälysovellus voisi korvata ihmisten välistä aitoa vuorovaikutusta.

”En minä itse sinne (ChatGPT:hen) ikinä syöttäisi mitään tietosuojariskitietoa” - Markkinointijohtaja

Markkinointijohtajan negatiivinen kokemus ChatGPT:stä on se, että välillä ymmärtää käyttäjältä saamaansa ohjeistusta huonommin kuin yleensä eikä reagoi käyttäjän haluamalla tavalla. Silloin hänellä menee normaalia enemmän aikaa sen kanssa työskentelyyn. Ongelman suuruutta hän kuitenkin kuvaa minimaaliseksi verrattu kielimallin antamaan hyötyyn. Jos markkinointijohtaja voisi kehittää ChatGPT:tä jollain tavalla, hän haluaisi, että tekoälyllä olisi käytössään uudempi aineisto kuin tällä hetkellä. Välillä sovelluksen antamat tiedot ovat käytännössä oikeita, mutta jo vanhentuneita. Siksi hänestä olisi tärkeää, että ChatGPT:tä päivitetäisiin jatkuvasti uudella tiedolla.

Viestintäkonsulttia huolestuttaa tekoälysovelluksen tietoturvallisuus ja se mihin sinne syötetyt tiedot lopulta päätyvät. Hänestä kaikki eivät ymmärrä, ettei ChatGPT:n antamiin tietoihin voi suoraan luottaa. Hän on myös henkilökohtaisesti kokenut sen, ettei sovelluksen luoma teksti ole luotettavaa. Hän kertoo luoneensa ChatGPT:llä tekstiä yhteen mainosprojektiin. Projektin aihe ei ollut vientikonsultille entuudestaan tuttu. Aluksi hän innostui tekoälyn tuottamasta vakuuttavasta

tekstistä ja ajatteli sen olevan käyttökelpoinen. Kun hän alkoi tarkistamaan tekstin sisältämiä tietoja, hän huomasi nopeasti, etteivät ne pitäneet paikkaansa. Koska viestintäkonsultilla itsellään ei ollut vahvaa tietämystä aiheesta, hän ei aluksi huomannut tekstin asiavirheitä. Mikäli mainostettavan tuotteen käyttäjä olisi totellut ChatGPT:n luoman tekstin ohjeita, olisi siitä ollut käyttäjälle oikeaa haittaa.

”Viestijän tulee olla todella tarkka mitä tietoja hän ChatGPT:stä ottaa” - Viestintäkonsultti

Viestintäkonsultti ei koe tällä hetkellä ajankohtaiseksi tai todennäköiseksi, että ChatGPT nykyisessä muodossaan voisi syrjäyttää tai päihittää ihmisen luovassa ajattelussa. Hänestä luova viestintätö vaatii vielä ihmistä, joka ymmärtää asian pienetkin nyanssit ja suomen kielen elementit. Hän on kuitenkin miettinyt aihetta ja tekoälyn vaikutuksia viestinnän alalla.

”Pieni huoli takaraivossa on se, että mihin ne (tekoälytyökalut) oikein kehittyvät. Ne alkavat olla jo niin fiksuja. Tämä on vasta alkua ja mietin mihin me ollaan näiden kanssa menossa niin hyvässä kuin pahassa.” - Viestintäkonsultti

Viestintäkonsultti on päättänyt olla käyttämättä ChatGPT:tä tiedotteiden kirjoittamisessa. Hän ei koe sen tuottavan suomeksi tarpeeksi laadukasta pitkä tekstiä. Juuri suomen kielen laadun viestintäkonsultti nostaa esille ChatGPT:n kehityskohdaksi. Jos viestintäkonsultti voisi muuten parantaa sovellusta, hän haluaisi sen olevan vielä enemmän ajan tasalla kuin nyt.

”Jos siltä voisi vaikka kysyä, että mitkä ovat juuri nyt ajankohtaiset TikTok-trendit, niin se olisi kirsikka kakun päälle” - Viestintäkonsultti

Markkinointiassistentti on hetki sitten vaihtanut työpaikkaa ja työskentelee itselleen uudella toimialalla. Hän kokee haastavaksi sen, ettei aina suoraan tunnista ChatGPT:n aikaansaannoksista onko niissä virheellistä tietoa vai ei. Lisäksi markkinointiassistenttia mietityttää, kuinka tietoturallinen sovellus lopulta on ja millaisia eettisiä haasteita syntyy siitä, että ChatGPT oppii käyttäjien syöttämistä teksteistä. Hän pohtii, onkohan sen hänelle antamat ideat alun perin voineet olla jonkun toisen käyttäjän ajatuksia, jotka ChatGPT on kopioinut järjestelmäänsä. Samalla tavalla hän myös pelkää omien sovellukseen syöttämien ideoidensa ja havaintojen lopulta päätyvän toisen ihmisen työhön. Tällaisissa tilanteissa on hänestä vaikea hahmottaa, kenelle lopulta kuuluu kunnia työn lopputuloksesta.

Markkinointiassistentti toivoo, että tulevaisuudessa ChatGPT pystyisi tuottamaan myös suomeksi luonnollisempaa kieltä. Hän kokee kielimallin toimivan paremmin englanniksi. Käytännön haasteeksi ChatGPT:n käytössä markkinointiassistentti nimeää sen, että kielimalli ei aina tuota sellaista

lopputulosta kuin haluaisi, koska se ymmärtää sille annetut ohjeet väärin. Hän kertoo kehittyneensä promptauksessa vuoden aikana ja siksi myös ChatGPT:n antamat vastaukset ovat parantuneet. Nämä seikat ovat vaikuttaneet työn laatuun ja tehokkuuteen. Markkinointiassistentti kertoo miettineensä työkavereidensa kanssa vaikuttaako tekoäly negatiivisesti ihmisen luovuuteen. Heistä ChatGPT:n tapaisella tekoälysovelluksella voi pahimmillaan olla ihmisen luovaa ajattelua lamauttava vaikutus, jonka he ovat välillä huomanneet myös itsessään.

”Luottaa niin paljon siihen, että ideoita saa generoitua loputtomasti, ettei jaksa enää rasittaa omia aivoja” - Markkinointiassistentti

6.5 ChatGPT:n käytön vaikutus viestinnän ammattilaisten työmotivaatioon

Viestinnänkoordinaattori ei ole kokenut ChatGPT:n käytöllä olleen vaikutusta mielenkiintoon työtään kohtaan, hänen omaan merkityksensä tunteeseen työtään kohtaan tai motivaatioonsa. Hän kokee, että ChatGPT vaikuttaa siihen, miten muut ihmiset arvostavat hänen työtään. Hän uskoo monen ajattelevan nyt, että kuka tahansa voi tehdä luovaa työtä tekoälytyökalun avulla ja arvostus alaa kohtaa on sen vuoksi laskenut. Hän haluaisi käyttää tulevaisuudessa tekoälysovellusta enemmän, muttei koe sitä pakolliseksi tai pelkää jäävänsä alalla jalkoihin, vaikkei käyttäisikään sitä työsään päivittäin. Hän ei ole maalailnut uhkakuvia omasta tulevaisuudestaan alalla ChatGPT:n kehityksen ja yleistymisen takia.

”Asenteeni on positiivisen toiveikas, mutta varautunut” - Viestintäkoordinaattori

Sisäinen viestijä kokee, että ChatGPT:n käytöstä on ollut apua hänen työmotivaatioonsa, sillä se helpottaa sellaisten työtehtävien tekemistä, jotka eivät ole hänelle mieluisia tai hänen vahvuusalueellaan kuten pitkien tekstien kirjoitus. Hän ei usko, että sen käyttö vaikuttaa siihen miten merkityksellisenä muut näkevät hänen työnsä eikä ole huomannut muutosta myöskään siinä, miten merkitykselliseksi hän itse arvio työnsä. Tulevaisuudessa hän haluaisi käyttää ChatGPT:tä enemmän ja hyödyntää sitä vielä tehokkaammin. Hän uskoo, että tekoälysovelluksen kehityksessä on hyvä pysyä mukana, muttei usko sen vievän omia töitään. Asennettaan ChatGPT:tä kohtaan hän kuvaa positiiviseksi.

Markkinointijohtajasta ChatGPT:n käyttö on helpottanut epämieluisiin ja vaikeisiin työtehtäviin tarttumista. Hän ei koe, että sen käytöllä olisi vaikutusta siihen miten merkitykselliseksi hän itse tai muut ihmiset kokevat hänen tekemänsä työn. Hän uskoo, että henkilöt, jotka eivät pysy mukana tekoälysovelluksen kehityksessä, tulevat jäämään alalla muista jälkeen. Omaan asennettaan ChatGPT:tä kohtaan hän kuvaa oikein positiiviseksi.

”Tulevaisuuden työ on varmasti paljon automatisoidumpaa ja pystyy irrottamaan omia resursseja muihin tehtäviin sen (ChatGPT:n) avulla” - Markkinointijohtaja

Viestintäkonsultti kuvaa ChatGPT:n käytön tehneen omasta työstään hänelle mieluisampaa, sillä sen avulla ei enää jää jumiin ja työt etenevät paremmin. Muuten hän ei usko sen käytön vaikuttaneen motivaatioonsa työtään kohtaan. Hän ei ole myöskään huomannut muutosta siinä, kuinka merkitykselliseksi hän itse kokee oman työnsä. Viestintäkonsultti uskoo, että ihmiset, jotka eivät ole alalla, voivat uskoa, että kuka tahansa voi ChatGPT:n avulla työskennellä viestinnässä ja kirjoittaa pitkiäkin tekstejä laadukkaasti. Oman tulevaisuutensa viestintäkonsultti näkee valoisana ja uskoo tekoälysovelluksen luovan vain lisää mahdollisuuksia, kunhan itse on aktiivinen sen käytössä ja muutoksissa. Omaa asennettaan ChatGPT:tä positiivisen neutraaliksi.

”Kannattaisi ehdottomasti pysyä mukana kehityksessä, koska emme tiedä edes missä olemme näiden (tekoälytyökalujen) kanssa parin vuoden päästä” - Viestintäkonsultti

Markkinointiassistentti kokee, että ChatGPT:n käyttö on lisännyt hänen motivaatiotaan työtään kohtaan. Hän uskoo myös uuteen työhön sopeutumisen olleen nopeampaa, kun tekoälystä on saanut tukea uusiin tehtäviin uudella toimialalla. Hänestä ChatGPT tekee työstä mielekkäämpää, kun siitä saa apua ikäviin työtehtäviin, kuten työhakijoiden hylkykirjeiden kirjoittamiseen. Hän on kohdannut muiden vähättelevän hänen työnsä merkitystä, sen jälkeen kuin ChatGPT julkaistiin. Markkinointiassistentti ei kuitenkaan koe työn merkityksellisyyden itselleen vähentyneen, sillä hänestä sen luomia tekstejä ei voi julkaista vielä sellaisenaan.

”Mulle on sanottu, että ei meidän kannata maksaa tästä sulle, kun ChatGPT voi tehdä saman työn ilmaiseksi” – Markkinointiassistentti

Markkinointiassistentti on avoin ajatukselle, että voisi tulevaisuudessa käyttää ChatGPT:tä nykyistä enemmän. Hän uskoo sovelluksen kehityksen tehostavan työtä entisestään. Hän ei kuitenkaan usko sen vievän hänen omaa työtään, vaan vapauttavan resursseja rutiinistöistä vaativampien tehtävien tekoon. Omaa asennettaan ChatGPT:tä kohtaan hän kuvaa positiiviseksi ja odottaa innolla sen kehitystä. Hän uskoo viestinnän tehtävissä menestymisen olevan tulevaisuudessa haastavaa heille, jotka eivät pysy mukana tekoälyn nopeassa kehityksessä.

”Jos sitä (ChatGPT:tä) ei halua mitenkään hyödyntää, niin aivan varmasti jää jälkeen (viestinnän alalla)” - Markkinointiassistentti

7 Loppupäätelmät

Tässä pääluvussa käyn läpi tutkimuksen tuloksia verraten haastateltujen näkemyksiä toisiinsa. Esittelen löytämiäni yhtenäisyyksiä sekä eroavaisuuksia. Lisäksi pohdin tutkimuksen luotettavuutta, eettisyyttä ja uskottavuutta. Lopussa teen itsearviointin omasta oppimisestani.

7.1 Tutkimustuloksien yhteenveto ja päätelmät

Lähes kaikki haastateltavista kertoivat käyttävänsä ChatGPT:tä lähes päivittäin. Ainoa poikkeus oli viestintäkoordinaattori, joka arvio käyttävänsä tekoälytyökalua muutamia kertoja kuukaudessa. Ero käyttämismäärään selittyy työtehtävillä. Viestintäkoordinaattori tekee osana päätehtävänään myös graafista suunnittelua, johon hän ei käytä tekoälysovellusta. Viestintäkoordinaattoria lukuun ottamatta kaikki haastateltavat kokivat ChatGPT:n soveltuvan hyvin heidän työtehtäviensä tekoon. Jokainen korosti kuitenkin tekoälysovelluksen toimivan työssä avustajana ei sen tekijänä.

Viestintäkoordinaattori oli ainut vastaajista, joka ei kokenut ChatGPT:n tehostaneen hänen työtään. Hän käyttää sitä muita selvästi vähemmän, mikä voi vaikuttaa siihen, ettei kokenut sen tehostavan työtä. Sisäinen viestijä, viestintäkonsultti ja markkinointiassistentti kokivat työn tehostuneen ja markkinointijohtaja uskoi työskentelytehokkuutensa ainakin kaksinkertaistuneen ChatGPT:n myötä. Kaikkien viestijöiden mielestä sovelluksen käyttö on parantanut viestinnän laatua. Yleisin perustelu laadun paranemiselle oli kielen monipuolistuminen tekoälytyökalun avulla. Sen avulla on helppo etsiä synonyymejä ja eri tapoja ilmaista asioita. Lisäksi sisäinen viestijä nosti esille myös ChatGPT:n avun oikeinkirjoituksen tarkistamisessa ja markkinointiassistentti tekstien tiivistämisessä. Voidaan todeta, että sovelluksen käyttäminen tehostaa viestintää sekä parantaa sen laatua. Tätä päätelmää tukee myös opinnäytetyön sivulla 2 kerrottu LUT:in tutkimus, jonka mukaan ensimmäiset Suomessa ChatGPT:tä käyttäneet viestijät olivat kokeneet sen tehostaneen heidän työtään.

Haastateltavien kokemuksissa työntäjän rohkaisusta ChatGPT:n käyttöön oli eroavaisuuksia. Osa koki työntäjän kannustavan sovelluksen käyttöön, kun taas osa ei kokenut saavansa riittävää kannustusta ja tukea työntäjältään. Vain viestintäkonsultti kertoi saaneensa työntäjältään selkeät ohjeistukset sekä koulutusta sovelluksen käytöstä. Hän oli myös vastaajista ainut, jonka työpaikalla oli käytössä sovelluksen maksullinen versio. Kaikkien haastateltavien mielestä sekä ohjeistukset ChatGPT:n käyttömahdollisuuksista että tieto riskeistä olisivat hyödyllisiä. Osa vastaajista korosti, etteivät itse tarvitse ohjeita, mutta yleisesti niistä olisi apua työyhteisössä.

Viestijöiden kokemusten perusteella voidaan todeta, että suomalaisten viestijöiden työntäjät eivät ole riittävän perehtyneitä ChatGPT:n käyttöön. Tätä tukee Solitan ja IRO Researchin tutkimus, jonka mukaan suomalaiset yhtiöt ovat varautuneita generatiivisen tekoälyn käytöstä ja alkaneet

hyödyntää sitä suhteellisen hitaasti. Tutkimukseen vastanneista yrityksistä joka kolmannes ei hyödynnä generatiivista tekoälyä tai ole tekemässä siihen liittyviä aloitteita tai linjauksia. (Solita 23.10.2023.)

Koska jokainen haastateltavista tekee erilaisia työtehtäviä, oli heillä erilaisia näkemyksiä siitä, missä tehtävissä ChatGPT:stä on eniten hyötyä ja missä sitä ei kannata käyttää. Kaikki kuitenkin kokivat tekoälytyökalun työssään hyödylliseksi, kunhan oppii tunnistamaan ne osuudet, joissa sitä kannattaa käyttää. Kaksi haastateltavista mainitsi ChatGPT:stä olevan tukea ja apua itselleen työskennellessään uudella toimialalla, mutta viestintäkonsultti koki tämän haastavaksi. Hänestä tekoälyn antamaan tietoon ei voi luottaa, eikä virheellistä tietoa tunnista niin helposti uudella alalla työskennellessä. Haastattelujen perusteella sovelluksen parhaita ominaisuuksia viestinnän tehtävissä on sen nopeus, kyky antaa uusia näkökulmia töihin ja ideointitaito, kielitaitoisuus käännöstehtävissä sekä helppokäyttöisyys. Haastateltavien kokemuksen ja näkemysten perusteella, voidaan todeta, että ChatGPT:tä on mahdollista hyödyntää monipuolisesti eri viestinnän tehtävissä. Tätä olen käsitellyt ja kuvaillut myös opinnäytetyön alaluvussa 4.4.

”ChatGPT:stä on eniten hyötyä hetkissä, joissa tunnen olevani jumissa” – Viestintäkoordinaattori

Kaikki haastateltavat mainitsivat ChatGPT:n yhdeksi parhaaksi puoleksi sen, että sille voi ulkoistaa itselleen epämieluisat tehtävät sekä siitä saa apua omiin heikkouksiinsa työssä. Tämä tekee työstä mieluisempaa, kun omaa aikaa ei tarvitse käyttää ikäviin tehtäviin niin paljon kuin ennen. Vaikka harva haastateltavista koki tekoälytyökalun vaikuttaneen heidän työmotivaatioonsa, koen, että tämä tulos todistaa ChatGPT:llä olevan viestijöiden motivaatiota parantavia vaikutuksia. Uskon, että tylsien ja epämieluisin tehtävien vähentäminen tekee viestijöiden työstä mieluisempaa. Tämä on ehdottomasti työmotivaatiota kasvattava tekijä.

Jokaista haastateltavaa mietitytti ChatGPT:n tietosuojariskit sekä sen antaman tiedon oikeudellisuus. Viestijöitä huolestuttaa, että ymmärtävätkö kaikki käyttäjät, ettei sovelluksen antamaan tietoon voi luottaa sokeasti. Tekijänoikeuksiin liittyviä kysymyksiä pohtivat viestintäkoordinaattori ja markkinointiassistenttia. Heistä oli tärkeää kokea itse olevansa työnsä oikeita ja aitoja tekijöitä. Haastateltavien huolenaiheet ovat samoja ongelmia, joista kerroin alaluvussa 4.5. Uskon, että ChatGPT:n ongelmista juuri nämä tietyt toistuvat haastattelussa, koska ne on Suomessa olleet uutisissa ja siksi herättäneet keskustelua. Suomessa ChatGPT:n koulutuksen eettisistä haasteista ei ole syntynyt suurta yleistä huomioita, eikä kukaan haastateltavista myöskään maininnut aihetta.

Kaikki haastateltavista kertoivat ChatGPT:n käytännönhaasteen olevan se, ettei se aina tajua sille annettuja ohjeita ja se voi jäädä toistamaan samoja lauseita. Tällöin työn tehokkuus kärsii, kun

ohjeistukseen menee aikaa. Markkinointiassistentti kertoi tämän ongelman vähentyneen sen jälkeen, kun hän oli itse kehittynyt promptaamisessa. Tämä haaste oli odotettavissa, sillä kuten alaluvussa 4.1. kerron, on promptaus taito, jota tulee harjoitella kehittyäkseen siinä hyväksi. Sen osaminen parantaa huomattavasti sovelluksen käyttökokemusta ja tehostaa sen avulla työskentelyä.

Haastatteluissa nousi esille erityisesti kaksi kehitysideaa, joiden avulla viestijöistä ChatGPT:stä saataisiin parempi viestinnän työkalu. Ne olivat sovelluksen suomenkielentaidon kehittäminen sekä sen käyttämän tietokannan jatkuva päivittäminen ajan tasalle. Kolmesta haastateltavasta sovellus toimii loistavasti englanniksi, mutta sen suomen kielen tuotoksissa on usein outoja sanavalintoja ja kömpelöitä rakenteita. Tällä hetkellä vain maksullinen ChatGPT Plus-versio kykenee käyttämään netistä löytyvää ajankohtaista tietoa (Lehtonen 27.9.2023).

Kenenkään oma tunne työnsä merkityksellisyydestä ei ollut vähentynyt ChatGPT:n myötä. He kaikki uskoivat, että muut ihmiset eivät ehkä koe viestintätyötä enää niin merkitykselliseksi. Syy tälle on ihmisten uskomus siitä, että tekoälyn avulla kuka tahansa voi tehdä viestijän työtä. Yksikään haastateltavista ei pidä todennäköisenä, että ChatGPT nykyisessä muodossaan voisi syrjäyttää heidät työpaikaltaan. Jokaisesta oli kuitenkin tärkeä pysyä mukana tekoälyn kehityksessä, sillä alalla luultavasti jää jälkeen, jos tippuu kehityksen vauhdista. Haastateltujen näkemys alan tulevaisuudesta erosi siis täysin siitä, miten alaluvussa 1.1 maitsisemassani LUT:in tekemässä tutkimuksessa viestijät olivat nähneet ChatGPT:n vaikuttavan alaan. Tähän näkemyseroon uskon vaikuttavan sen, että LUT:in tutkimuksessa on haastateltu sovelluksen ensimmäisen aallon käyttäjiä. Tällöin tekoälytyökalu on ollut uusi, se on herättänyt paljon spekulatiota, eikä sen käyttö ole ollut vielä niin vakiintunutta kuin keväällä 2024. Keväällä 2023 ChatGPT:hen on luultavasti liittynyt enemmän epävarmuutta ja pelkoja kuin tutkimuksen tekohetkellä.

Haastateltavilla oli eriäviä näkemyksiä siitä, lisääkö vai vähentääkö ChatGPT:n käyttö heidän omaa luovuuttaan. Viestintäkonsultista ChatGPT haastaa häntä ajattelemaan luovemmin ja monipuolisemmin. Markkinointiassistentti koki sovelluksen lamauttaman ihmisen luovuutta, sillä hänestä siihen tukeutuu nykyisin liiankin helposti, jos oma ajatustyö ei heti tuota tulosta. Sisäisen viestijä oli huomannut rekrytoinnissa hakijoiden viestinnän tason laskeneen ChatGPT:n myötä. Tiedetään, että tekoälyn käyttö heikentää ihmisten kykyä suoriutua tehtävistä, jotka tekoäly tekee ihmisen puolesta. Esimerkiksi navigaattorin hyödyntäminen vähentää ihmisen omaa kartanlukutaitoa. (Toivonen 2023, 193.) Tästä syystä voitaisiin tehdä johtopäätös, että tekoälytyökalun hyödyntäminen vähentää viestijöiden omaa luovuutta ja heikentää ihmisten viestintätaitoja. Toinen näkökulma on, että luovuudessa on olennaista ja tärkeää nähdä tutut asiat uudesta näkökulmasta (Huotilainen & Saarikivi 2018, 133). Näitä uusia näkökulmia voi tarjota viestijälle ChatGPT:n käyttö ja haastateltavat mainitsivat sovelluksesta olevan hyötyä juuri uusien näkökulmien hankkimisessa. Uskon, että

ChatGPT voi saada viestijän suoriutumaan luovasta työstä paremmin, jolloin viestijän kokemus omasta luovuudestaan vahvistuu, vaikkei viestijän luovuus käytännössä kasvaisi tai paranisi. Arvostan sitä, etteivät viestijät täysin tuudittaudu ChatGPT:n apuun vaan ylläpitävät myös omia vuorovaikutustaitojaan.

Kaikki haastateltavista kuvaavat omaa asennettaan ChatGPT:tä kohtaan enemmän positiiviseksi kuin negatiiviseksi. Osa suhtautuu ChatGPT:hen neutraalimmin ja osa positiivisemmin. Haastattelujen perusteella viestijöiden yleinen mielipide tekoälytyökalua kohtaan on, että se soveltuu yleisesti hyvin viestinnän tehtäviin ja se on hyödyllinen viestinnän apulainen, kunhan sen käyttäjä ymmärtää ja tiedostaa myös sen ongelmakohdat. Tutkimuksen perusteella voidaan todeta viestinnän ammattilaisten asenteet ChatGPT:tä kohtaan olevan realistiset, mutta positiiviset.

”Asenne on oikein positiivinen, kun se helpottaa niin paljon päivittäistä työskentelyä. Että kiitos ChatGPT!” – Markkinointijohtaja

7.2 Jatkokehitysideat

Tutkimuksen päätavoite oli kartoittaa viestijöiden asenteet ChatGPT:tä kohtaan. Se on tärkeää, jotta tiedon perusteella voitaisiin jatkokehittää uusia hyödyllisiä toimintatapoja ja luoda tarpeellisia sovellukseen liittyviä koulutuksia tai perehdytysmateriaaleja viestijöille. Näiden avulla olisi mahdollista parantaa viestijöiden tyytyväisyyttä työhönsä, helpottaa heidän työntekoansa ja lisätä tietoa ChatGPT:n luomista mahdollisuuksista ja sen käytön riskeistä. Luomani jatkokehitysideat työnantajille koulutuksista on esitelty taulukossa 6.

Taulukko 4. Jatkokehitysideat ChatGPT:n käytöstä viestinnän tehtävissä työnantajille

Ehdotus	Perustelu
<p>Promptaus-koulutus viestijöille Organisaation tulisi järjestää viestijöille koulutus, jossa koulutetaan promptausta eli toimintakäskyjen antamista.</p>	<p>Jokainen haastateltava nosti esille käytännönongelmaksi sen, ettei ChatGPT aina ymmärrä sille annettuja ohjeita. Ongelma johtuu siitä, ettei käyttäjän käyttämät toimintakäskyt ole tarpeeksi selkeitä ChatGPT:lle. Käyttäjän promptaamistaitoa on mahdollista kehittää, jolloin ChatGPT:n käyttö tehostuu. Siksi koulutus aiheesta on perusteltu ja hyödyllinen.</p>
<p>ChatGPT:n hyödyt –koulutus viestijöille Organisaation tulisi järjestää viestijöille koulutus, jossa esitellään ChatGPT:n hyötyjä ja sen käytön mahdollisuuksista viestintätyössä.</p>	<p>Viestijät kokevat työnantajan rohkaisun ja kannustuksen ChatGPT:n käyttöön olevan tärkeää. Koulutuksen luomista varten voisi tehdä vielä uuden ja tarkemmin rajatun tutkimuksen kuten esimerkiksi: ”ChatGPT:n käyttö mainostoimistossa”. Näin saataisiin vielä tarkempaa tietoa siitä, miten ChatGPT:tä voi hyödyntää tietyssä tehtävässä.</p>

Ehdotus	Perustelu
<p>ChatGPT-Plus –version hankinta</p> <p>Organisaatioiden tulisi harkita olisiko heidän kannattavaa hankkia työntekijöiden käyttöön maksullinen ChatGPT-versio. ChatGPT Enterprise-version tarvetta voidaan kartoittaa organisaatiokohtaisella tutkimuksella.</p>	<p>Tekoälysovelluksen maksullinen versio on tietoturvasempaa versio, jolloin työnteko on turvallisempaa. Se on ilmaisversiota kehittyneempi ja ennustaa tekstiä useamman sanan kautta, jolloin myös sen tuottaman tekstin voi olettaa olevan laadukkaampaan. Maksullinen versio pystyy myös hakemaan ajankohtaista tietoa internetistä. Maksullisen version hyödyistä voisi tehdä myös erillisen tutkimuksen.</p>
<p>Yleinen ChatGPT –koulutus organisaatiolle</p> <p>Koko organisaatiolle tulisi järjestää ChatGPT-koulutus. Koulutuksessa olisi hyvä ohjeistaa tekoälysovelluksen käytöstä sekä kertoa myös käytön riskeistä kuten tietosuojasta ja tiedon luotettavuudesta.</p>	<p>Haastattelussa ilmeni huoli siitä, ymmärtävätkö kaikki käyttäjät ChatGPT:hen liittyvät tietoriskit. Haastateltavien yleinen näkemys oli, että ihmisten on tärkeää pysyä ajan tasalla tekoälyn kehityksessä. Siksi olisi hyödyllistä ja perusteltua kouluttaa koko organisaation henkilökuntaa ChatGPT:n käytöstä yleisesti tai luoda eri osastoille sopivat koulutukset.</p>

Tutkimuksen perusteella useissa työpaikoissa hyödyttäisiin erilaisista ChatGPT:hen liittyvistä koulutuksista. Koulutukset voisivat olla erityisesti viestijöille kohdennettuja koulutuksia sekä yleisiä koulutuksia koko organisaatiolle. Lisäksi yrityksen kannattaisi punnita sitä, olisiko maksullisen ChatGPT:n hankkiminen heille hyödyllistä.

Tutkimukseni tulosten ja siitä saatujen tietojen avulla voitaisiin tehdä jatkotutkimuksia. Yksi tarpeellinen tutkimusaihe on maksullisen ChatGPT:n hyödyt verrattuna sen kuluihin. Tutkimuksessa voitaisiin tutkia kokevatko viestijät saavansa siitä merkittävää hyötyä ja onko sillä suurta vaikutusta heidän työhönsä sekä sen laatuun ja tehokkuuteen. Maksullisen ChatGPT:n käyttömaksun kulua voitaisiin verrata suhteessa sen luomiin mahdollisiin taloudellisiin hyötyihin, kuten työn tehostumisesta johtuvaan kulujen vähenemiseen tai laadukkaamman työn aiheuttamiin voittoihin. Tutkimukseni voisi myös toteuttaa uudelleen samoilla tutkimuskysymyksillä, mutta rajata kohderyhmää tiukemmin, jotta saataisiin paremmin tietoa ChatGPT:n sopivuudesta tiettyihin tehtäviin. Rajaus voisi olla esimerkiksi tutkia vain yhden yrityksen viestijöitä tai viestijöitä, jotka tekevät vain sisällöntuotantoa työkseen.

Tutkimuksessa nousi esille myös kehityskohteita ChatGPT:n luojalle OpenAI:lle. Jotta ChatGPT olisi toimivampi viestijöiden työkalu, tulisi siihen tehdä erityisesti kaksi parannusta. Ensimmäinen on ChatGPT:n tarjoaman tiedon ajantasaisuuden ja luotettavuuden lisääminen. Toinen on ChatGPT:n suomen kielen taidon parantaminen, jotta se kirjoittaisi sujuvampaa ja luonnollisempaa suomen kieltä. Näin sitä olisi parempi hyödyntää työvälineenä suomen kielissä viestinnässä.

7.3 Tutkimuksen uskottavuuden, luotettavuuden ja eettisyyden toteutuminen

Laadullisen tutkimuksen onnistumista voidaan arvioida sen uskottavuuden, luotettavuuden ja eettisyyden kautta. Nämä käsitteet ovat abstrakteja, vaikeasti määriteltäviä ja ne nitoutuvat tiukasti yhteen. (Puusa & Juuti 2020, 167.) Käytän myös itse näitä määritelmiä arvioidessani seuraavaksi tekemäni opinnäytetyön tutkimuksen onnistumista.

Puusan & Juutin (2020, 168) mukaan laadullisen tutkimuksen eettisyys tarkoittaa sitä, että tutkimuksen tekijä on toiminut eettisten periaatteiden mukaan koko prosessin ajan. Tutkijan tulee pyrkiä saamaan aikaan hyviä asioita tutkimuksellaan, tutkimus ei saa vaarantaa sen kohteena olevia henkilöitä ja tutkimuksen tutkintamenetelmän ja analysointitavan tulee pystyä käyttämään minkä tahansa hyvin tehdyn tutkimuksen pohjana. Mielestäni eettiseltä puolelta tutkimukseni on ollut onnistunut. Tutkimuksessa käytin laadullista tutkimusmenetelmää ja sen käyttövalinta on perusteltu. Käyttämäni sisällönalanyysitapaa olisi mahdollista soveltaa myös muihin tutkimuksiin. Tutkimuksen olen toteuttanut hyvillä aikomuksilla enkä ole vaarantanut sen kohteena olevia ihmisiä. Haastateltavia olen haastattelutilanteessa kohdeltu arvostetusti, enkä ole painostanut heitä osallistumaan haastatteluun. Haastattelutilanteen aikana heidän lausuntoihinsa suhtauduin neutraalisti, mutta kiinnostuneesti. Haastateltujen ihmisten tietoja olen käsitellyt tarkasti tietosuoja-asetuksien mukaisesti eikä heitä voi tunnistaa opinnäytetyön tuloksista. Koko tutkimuksen aikana haastateltavista henkilöistä keräsin vain niin vähän henkilötietoja kuin tutkimuksen kannalta oli tarpeellista. Haastateltujen tallenteet poistan, kun opinnäytetyö on valmistunut.

Tutkimuksen luotettavuuden mittaamistapa vaihtelee (Vilkkä 2021b, 132). Usein tutkimuksien luotettavuutta arvioidessa on totuttu käsitteisiin reliabiliteetti eli luotettavuus ja validiteetti eli pätevyys. Nämä termit sopivat kuitenkin paremmin määrällisen tutkimuksen arviointiin, sillä laadullisen tutkimuksen luotettavuutta ei voida yhtä tarkasti mitata. (Vilkkä 2021a, 153.) Laadullisen tutkimuksen luotettavuutta lisää järjestelmällinen työskentely ja prosessin hallinta, laadukkaiden teorialähteiden valitseminen, tutkijan itsearviointi ja pätevän aineiston käyttäminen. Jotta aineisto olisi tutkimuksen luotettavuutta tukeva, tulee sen kokoaminen suunnitella ja toteuttaa huolellisesti. Luotettava tutkimus ei anna sattumanvaraisia tuloksia tai kehittämisideoita. (Vilkkä 2021b, 132–133.)

Arvioni mukaan opinnäytetyötäni ja tekemääni tutkimusta voidaan pitää luotettavana. Työskentelyotteeni on ollut järjestelmällinen ja prosessi on edennyt suunnitellussa aikataulussa. Olen prosessin alussa tunnistanut haasteet, jotta ne eivät vaikuttaisi työn laatuun. Suoritustani olen käsitellyt itsearvioinnin kautta alaluvussa 7.4. Tutkimuksen suunnitteluun ja toteutukseen olen käyttänyt aikaa sekä vaivaa, ja ne on toteutettu huolellisesti. Tutkimus eteni ennalta määriteltujen vaiheiden kautta tarkkaan lopputulkintaan ja johtopäätöksiin. Tutkimustulos ei ole sattumanvarainen, vaan se vahvistaa luottavien ja asiantuntevien lähteiden avulla luomaani teoriapohjaa empiirisellä tasolla.

Tutkimuksen luotettavuutta lisää se, että tutkimuksen alaongelmia käsittelin ensin teorian kautta, jonka perusteella jokaisesta alakysymyksestä on tehty omat kysymykset haastattelupohjalle. Alakysymyksiä vastaukset olen kertonut omassa alaluvuissaan pääluvussa 6 ja tein niistä yhteenvedon ja loppupäätelmät pääluvussa 7. Alaluvussa 1.3 esittelemäni peittomatriisissa (Taulukko 1) jäsentelen tutkimuksen eri teemat ja niiden linkittymisen opinnäytetyössä esiteltyihin aihealueisiin. Peittomatriisi osoittaa, että tutkimuksen teoria-aineisto on koottu systemaattisesti ja tutkimuksen tulokset on analysoitu huolellisesti. Se myös osoittaa, että opinnäytetyö käsittelee tutkimuksella olennaisia teemoja laajasti. Peittomatriisi todistaa, että tutkimuksessa on käsitelty kaikki alakysymykset kattavasti eri näkökulmista, hyödyntäen niin teoriaa kuin tutkimuksista saatua empiirisestä tietoa. Peittomatriisin perusteella voidaan todeta opinnäytetyöni muodostavan loogisen kokonaisuuden.

Laadullisessa tutkimuksessa hyvät haastattelukysymykset ohjaavat haastateltavaa vastaamaan kuvailevasti ja laajasti (Vilkka 2021a, 107). Jotta sain haastatteluista mahdollisimman laajan ja näin myös luotettavamman empiirisen aineiston käyttöni, tein haastattelun kyselylomakkeen (Liite 1) huolellisesti. Muotoilin haastattelukysymykset lomakkeella niin, ettei suurimpaan osaan kysymyksistä ole mahdollista vastata ei tai kyllä. Kysymyksiin, joihin olisi teoriassa mahdollista vastata vain ei tai kyllä, liitin jatkokysymyksiä, joiden avulla pyysin haastateltavaa kuvailemaan aiheita tai kokemuksia laajemmin. Tarvittaessa esitin tarkentavia kysymyksiä. Se, että tallensin haastattelut, jotta voisin litteroida vastaukset huolellisesti ja palata haastatteluihin uudelleen sekä esittämäni tarkentavat kysymykset, vähentävät haastateltavan vastauksien ylitulkittamisen riskiä analysointivaiheessa. Vastauksien ylitulkittaminen vähentää tutkimuksen luotettavuutta (Vilkka 2021a, 107).

Empiirisessä tutkimuksessa haastattelijan tehtävä on olla hyvässä vuorovaikutuksessa haastateltavan kanssa ja tukea sekä kannustaa tätä haastattelutilanteen ajan (Hyvärinen, Nikander & Ruusu-vuori 2017, 72). Haastattelutilanteissa pyrin olemaan mahdollisimman neutraali ja en tuonut omia mielipiteitäni esille keskustelussa. Tästä huolimatta loin omalla vuorovaikutuksellani haastattelutilanteeseen avoimen, luotettavan ja keskusteleavan ilmapiirin. Se oli tärkeää, jotta haastateltavat kokisivat pystyvänsä kertomaan kokemuksistaan ja mielipiteistään mahdollisimman totuudenmukaisesti ja avoimesti. Siksi pyrin tekemään koko prosessista haastateltaville luottamusta herättävän. Haastateltavat tiesivät etukäteen tutkimuksen aiheen ja käyttötarkoituksen. He saivat realistisen arvion haastattelun kestosta ja pystyivät itse vaikuttamaan haastattelun toteutustapaan ja ajankohtaan. Kaikki haastattelut sovittiin hyvissä ajoin etukäteen. Haastattelutilanteista pyrin poistamaan kaikki mahdolliset häiriötekijät jo ennen haastattelua. Esimerkkejä häiriötekijöistä ovat hälyinen haastattelutila, ulkopuolisten läsnäolo sekä haastattelijan ja haastateltavan välillä vallitseva epäluottamus. Koin häiriötekijöihin varautumisen ja niiden estämisen tärkeäksi, jotta ne eivät vaikuttaisi haastateltavien vastauksiin ja näin tutkimuksen luotettavuuteen. Laadullinen tutkimus on aina

paikka-, aika- ja tilannesidonnaista, minkä vuoksi haastattelijan tulee pyrkiä poistamaan jo etukäteen häiriötekijät, sillä niillä on vaikutusta tutkimustulosten luotettavuuteen (Vilkkä 2021a, 107).

Uskottavuus kuvaa sitä, miten muut ihmiset hyväksyvät tutkimuksen aineiston asianmukaiseksi, analysointitavan huolelliseksi ja tutkimuksen tuloksen todenmukaiseksi ja luotettavaksi. Vaikka tutkimuksen aihe ei olisi suurelle yleisölle tuttu, tulee se uskottavassa raportissa kuvata niin todenmukaisesti, ettei lukijoille jää epäilystä prosessin tapahtumien oikeudellisuudesta ja todellisuudesta. Uskottavan tutkimuksen tekeminen vaatii siis hyvää kuvausta, vakuuttavia perusteluja ja laadukasta analyysia. (Puusa & Juuti 2020, 167.) Mielestäni tutkimuksessani käsittelemäni ilmiö on kuvattu laajasti sekä selkeästi ja olen kuvannut onnistuneesti kokoamaani aineistoa. Tekemäni työ ja tutkimus sekä tutkimustulokset on perusteltu kattavasti argumenttien kera. Perusteluihin on käytetty pohjana niin teoreettista kuin empiiristä aineistoa. Tutkimuksen teoreettinen viitekehys ja tutkimuksella kokoamani empiirinen aineisto ovat sisällöltään yhtenäiset eikä niissä ilmene ristiriitoja. Pidän epätodennäköisenä, että tutkimukseni lukijoille syntyy epäilyksiä opinnäytetyön aitoudesta ja tutkimuksen tapahtumien todellisuudesta. Tutkimusta voidaan pitää uskottavana. Kokonaisuudessaan koen tutkimuksen olleen onnistunut niin eettisyyden, luotettavuuden kuin uskottavuuden osalta.

7.4 Opinnäytetyöprosessin itsearviointi

Opinnäytetyön aloittaminen oli minulle haastavaa. En pystynyt tekemään työtä alkuperäisen suunnitelmani mukaisesti, ja tauon jälkeen opinnäytetyön aloittaminen oli vaikeaa. Aluksi mietin jopa aiheen vaihtamista, sillä koin valitsemani aiheen liian monimutkaiseksi. Kun sain työni aloitettua, vein sen aihe mukanaan. Ilman valmistumisen luomaa aikapainetta opinnäytetyön tekeminen ja aiheen tutkiminen olisivat olleet todella mieluisia tehtäviä.

Koen oppineeni opinnäytetyöaikana paljon. Olen päässyt perehtymään itselleni teoriatasolla lähes tuntemattomaan aiheeseen; tekoälyyn. ChatGPT oli minulle tuttu käytännötasolla ennen työn aloittamista, mutta opin sen toiminnasta ja ongelmista työn ohella. Mielestäni olen onnistunut tutkimaan aihetta kriittisesti eri näkökulmista. Olen tutustunut eri asiantuntijoiden mielipiteisiin, kokemuksiin ja näkökantoihin, etsinyt aiheeseen liittyviä ajankohtaisia uutisia ja tutustunut tutkimustuloksiin. Koen, että minusta on tullut oman tutkimukseni asiantuntija. Opinnäytetyön teon jälkeen suhtaudun itse kriittisemmin ChatGPT:hen kuin ennen ja olen jatkossa varovaisempi siitä, mihin sitä käytän. Haastateltavieni viestijöiden tapaan, asenteeni sovellusta kohtaan on kuitenkin positiivinen ja näen sen käytössä uusia mahdollisuuksia ja hyötyjä. Tekemieni haastattelujen ansiosta olen saanut uusia näkökulmia siihen, miten itse voin ChatGPT:tä hyödyntää arjessa ja työssä. Se on ollut apunani myös jo opinnäytetyössä synonyymien keksijänä.

Odottamaton projektin aikana syntynyt haaste oli aiheen mielenkiintoisuudesta syntyneet haasteet. Etsiessäni tietoa ja käytännön tapauksia ChatGPT:stä, käytin paljon aikaa myös tutkimustyölle epäolennaisiin tapauksiin perehtymiseen. Välillä oli haastava pysyä rajatussa aiheessa, sillä ChatGPT on kokonaisuutena itseäni kiinnostava. Ennakkoluulojeni vastaisesti tietoa tuntui myös olevan lähes loputtomasti saatavilla eri näkökulmista. Lopulta oli tehtävä päätös siitä, että keräämäni teoriapohja oli riittävä tutkimusta varten, jottei työ olisi pidentynyt entisestään.

Toinen haaste projektissa oli sopivien haastateltavien löytäminen. Harkitsin hetken, että olisin toteuttanut tutkimuksen vain kolmella haastateltavalla. Halusin päästä asettamaani tavoitteeseen, jotta tutkimuksessa olisi riittävä tutkimusaineisto. Tavoitteeseen pääseminen vaati omalta mukavuusalueelta poistumista; somepostauksien tekemistä, tuntemattomien haastattelua ja heidän aikansa "viemistä". Nyt kun työni on valmis, koen etten tuhlanut kenenkään aikaa, vaan saan heidän avullaan aikaan ajankohtaisen ja mielenkiintoisen tutkimuksen. Olen ennen kaikkea ylpeä siitä, että itseni haastaminen johti onnistuneeseen lopputulokseen.

Jos voisin muuttaa opinnäytetyössä jotain, olisin tehnyt siihen vielä tarkemman rajauksen. Olisin yleisesti viestijöiden sijaan tutkinut pienempää kohderyhmää kuten vain viestintätoimistossa työskenteleviä viestijöitä tai vain sisäistä viestintää tekeviä viestijöitä. Näin olisin saanut vielä tarkempaa tietoa ChatGPT:n soveltuvuudesta tiettyyn työympäristöön ja -tehtäviin. Tämän tutkimuksen lopputulokseen rajaus ei kuitenkaan vaikuttanut, sillä tutkimuksen pääkysymys oli viestijöiden asenteet eikä ChatGPT:n käytettävyys. ChatGPT:n sopivuus tiettyihin tehtäviin ja ympäristöön voisi olla jatkotutkimusaihe jollekin toiselle. Lisäksi olisi ollut ihanteellista, jos olisin voinut pitää taukoa työnteosta opinnäyteprojektin ajan, mutta se ei valitettavasti ollut mahdollista.

Olen yllätynyt siitä, miten nopeasti opinnäytetyö lopulta valmistui. Se vaati minulta tarkkaa aikataulutusta ja järjestelmällisyyttä sekä tahdonvoimaa. Koska työskentelin koko prosessin ajan kokonaisesti ja vaihdoin projektin aikana työpaikkaa, oli opinnäytetyön tekeminen kuormittavaa ja vei kaiken vapaa-aikani. Vapaa-ajan takaisin saaminen myös motivoi minua projektin aikana.

Kokonaisuudessaan koen opinnäytetyön tekemisen olleen opettavaista. Olen oppinut niin tutkimastani aiheesta kuin itsestäni. Koen onnistuneeni henkilökohtaisissa tavoitteissani. Vaikka josain alkuvaiheen vaikeuksissa leikkittelin ajatuksella tehdä työ "kunhan läpi pääsee"-tyylillä, en antanut periksi vaan panostin työhön täysillä. Onnistuin tekemään laajan opinnäytetyön hyvällä tutkimuksella ajankohtaisesta ja mielenkiintoisesta aiheesta. Mielestäni tutkimukseni tarjoaa arvokasta tietoa ja pohdittavaa viestinnän ammattilaisille, yrityksille ja tekoälystä kiinnostuneille. Olen tyytyväinen ja ylpeä työstäni.

Lähteet

Baker, P. 2023. ChatGPT For Dummies. John Wiley & Sons, Inc. Hoboken.

Berlin, S. 2019. Palkitseva työ. Helsingin seudun kauppakamari. Helsinki.

Bono, E. 1. täysin tekoälyllä tehty mainoskampanja? Luettavissa: <https://sherpa.fi/1-taysin-tekoalylla-tehty-mainoskampanja/> Luettu: 6.3.2024.

Bono, S. 9.12.2023. EU alustavaan sopimukseen tekoälyn käyttöä sääntelevästä laista. Luettavissa: <https://yle.fi/a/74-20064190> Luettu: 14.4.2024.

European Communication Monitor. 2023. Looking back and ahead: 15 years of research on strategic communication. EUPRERA European Public Relations Education and Research Association & EACD European Association of Communication Directors. Brysseli. Luettavissa: <https://www.communicationmonitor.eu/2023/09/07/ecm-european-communication-monitor-2023/> Luettu: 17.3.2024.

Grynbaum, M. M. & Mac, R. 27.12.2023. The Times Sues OpenAI and Microsoft Over A.I. Use of Copyrighted Work. The New York Times. Luettavissa: <https://www.nytimes.com/2023/12/27/business/media/new-york-times-open-ai-microsoft-lawsuit.html> Luettu: 31.3.2024.

The Guardian. 27.2.2024. OpenAI claims New York Times 'hacked' ChatGPT to build copyright lawsuit. Luettavissa: <https://www.theguardian.com/technology/2024/feb/27/new-york-times-hacked-chatgpt-openai-lawsuit> Luettu: 1.4.2024.

Haikonen, Pentti. O. A. 2017. Tietoisuus, tekoäly ja robotit. Art House. Helsinki.

Hakola, I., Hiila, I. & Tukiainen, M. 2019. Tiimiäly: opas muuttuvaan työelämään. Tuuma. Jyväskylä.

Hirsjärvi, S. & Hurme, H. 2022. Tutkimushaastattelu: Teemahaastattelun teoria ja käytäntö. 2. painos. Gaudeamus.

Huotilainen, M. & Saarikivi, K. 2018. Aivot työssä. Otava.

Hyvärinen, M., Nikander, P. & Ruusuvoori, J. 2017. Tutkimushaastattelun käsikirja. Vastapaino. Tampere.

Hänninen, P. & Ylikoski, M. 3.10.2023. Miten teet vaikuttavaa markkinointia ja viestintää vuonna 2024. Aava & Bang Webinaari. Video. Ladattavissa: <https://bang.fi/webinaari/tallenne/miten-teet-vaikuttavaa-markkinointia-ja-viestintaa-vuonna-2024> Katsottu: 17.03.2024.

ICCO. 2023. ICCO Principles for Ethical Use of AI in Public Relations. Luettavissa: <https://icopr.com/wp-content/uploads/2023/11/ICCO-Guidelines-for-Ethical-Use-of-AI-in-Public-Relations-Agencies.docx.pdf> Luettu: 3.3.2024.

Juhola, T. 13.3.2024. Europarlamentti hyväksyi tekoäylain – tekoäly on jaettu sääntelyssä neljään kategoriaan riskien perusteella. Luettavissa: <https://yle.fi/a/74-20079022> Luettu: 14.4.2024.

Juholin, E. 2022. Communicare! Ota viestinnän ilmiöt ja strategiat haltuun. Infor.

Julkisen alan viestijät JAT ry, ProCom ry ja Viesti ry. 2023. Viestinnän ala 2023. Luettavissa: https://www.viesti.fi/wp-content/uploads/2023/09/Viestinnan-ala-2023_tutkimusraportti.pdf Luettu: 25.2.2024.

Juska, J. M. 2022. Integrated marketing communication: advertising and promotion in a digital world. Second edition. Routledge. New York.

Kaipanen, M. 12.7.2023. Professorilta vakava viesti: Opettele käyttämään tekoälyä, ennen kuin se vie sinun työsi. Luettavissa: <https://yle.fi/a/74-20040724> Luettu: 31.3.2024.

Kananen, H. & Puolitaival, H. 2019. Tekoäly – Bisneksen uudet työkalut. Alma Talent Oy.

Klarna. About us. Luettavissa: <https://www.klarna.com/uk/about-us/>. Luettu: 2.3.2024.

Klarna 2023. Klarna is the only bank among ChatGPT Enterprise launch customers. Luettavissa: <https://www.klarna.com/international/press/klarna-is-the-only-bank-among-chatgpt-enterprise-launch-customers/> Luettu: 2.3.2024.

Klarna 2024. Klarna AI assistant handles two-thirds of customer service chats in its first month. Luettavissa: <https://www.klarna.com/international/press/klarna-ai-assistant-handles-two-thirds-of-customer-service-chats-in-its-first-month/> Luettu: 2.3.2024.

Kolari, J & Kallio, A. 2023. Tekoäly 123 Matkaopas tulevaisuuteen. Docendo.

Korhonen, S. 6.12.2023. Tekoäly murrettiin todella yksinkertaisella hyökkäyksellä, jonka voi tehdä kuka tahansa – Alkoi vuotaa opetusdataansa julki. Tekniikka & Talous. Luettavissa: <https://www-tekniikkatalous-fi.ezproxy.haaga-helia.fi/uutiset/tekoaly-murrettiin-todella-yksinkertaisella-hyokkayksella-jonka-voi-tehda-kuka-tahansa-alkoi-vuotaa-opetusdataansa-julki/84fe3085-641b-4ae1-8fb2-a48147c401e8> Luettu: 3.4.2024.

Kortetjärvi-Nurmi, S. & Murtola, K. 2016. Areena: Yritysviestinnän käsikirja. Edita Publishing Oy. Helsinki.

Kostamo, T., Vuori, J., Launonen, R., Marttinen, K., Mäkkeli, J. & Ruotsalainen M. 2017. Ihan in-
tona! : Miten innostusta johdetaan. Haaga-Helia ammattikorkeakoulu. Helsinki.

Kämäräinen J. 2023. Koneoppimisen perusteet. Gaudeamus Oy.

Lehtonen, D. 27.9.2023. Chat GPT pystyy nyt hakemaan tietoa verkosta reaali-ajassa. Helsingin
Sanomat. Luettavissa: <https://www.hs.fi/talous/art-2000009885121.html> Luettu: 6.4.2024.

Leivo, L. & Kurimo, R. 8.8.2023. Tekoäly: Koneoppiminen, neuroverkot, ChatGPT & GPT-4 (Matias
Heikkilä) | . Puheenaihe 381. Kuunneltavissa: [https://open.spotify.com/epi-
sode/4f9Sz9VLUQVv1hkVtKNMQ9?si=76642c7872eb4ebf](https://open.spotify.com/episode/4f9Sz9VLUQVv1hkVtKNMQ9?si=76642c7872eb4ebf) Kuunneltu: 13.3.2024.

Liana Technologies. 2023. Kysely: 481 suomalaista markkinoijaa ja viestijää kertoi tekoälyn käy-
töstä työssään. Luettavissa: [https://www.epressi.com/tiedotteet/ohjelmistoteollisuus/kysely-481-
suomalaista-markkinoijaa-ja-viestijaa-kertoi-tekoalyn-kaytosta-tyossaan.html](https://www.epressi.com/tiedotteet/ohjelmistoteollisuus/kysely-481-suomalaista-markkinoijaa-ja-viestijaa-kertoi-tekoalyn-kaytosta-tyossaan.html) Luettu: 2.3.2024.

LUT. 4.7.2023. Tekoälytyökalu ChatGPT muuttanut yhä useamman tietotyöläisen arkea. Luetta-
vissa: [https://www.lut.fi/fi/artikkelit/tekoalytyokalu-chatgpt-muuttanut-yha-useamman-tietotyolaisen-
arkea](https://www.lut.fi/fi/artikkelit/tekoalytyokalu-chatgpt-muuttanut-yha-useamman-tietotyolaisen-arkea) Luettu: 1.4.2024.

Marjamäki, P. L. & Vuorio, J. 2021. Viestinnän johtaminen – Strategiasta tuloksiin. Alma Talent.

Marttinen, J. 2018. Palvelukseen halutaan robotti: Tekoäly ja tulevaisuuden työelämä. Aula & CO.
Helsinki.

Massaron, L. & Mueller, J. P. 2018. Artificial Intelligence for Dummies. John Wiley & Sons, Incor-
porated. Hoboken.

Melis, S. 2023. ChatGPT 101 - Supercharge Your Work and Life with ChatGPT. Katsottavissa:
https://learning.oreilly.com/videos/chatgpt-101/9781835081785/9781835081785-video1_4/ Kat-
sottu: 14.4.2024.

Merilehto, A. 2018. Tekoäly – Matkaopas johtajalle. Alma Talent. Helsinki.

MRKTNG. 2024. ICCO: Tekoälyn eettinen käyttö viestinnässä. Luettavissa:
<https://www.mrktng.fi/markkinointiuutiset/icco-tekoalyn-eettinen-kaytto-viestinnassa/> Luettu:
3.3.2024.

Neittaanmäki, P. & Siukonen, T. 2019. Mitä tulisi tietää tekoälystä. Docendo. Jyväskylä.

Neste. 2023. Neste ja luova toimisto Sherpa toteuttivat mainoskampanjan täysin tekoälyyn perus-
tuen. Luettavissa: <https://www.neste.fi/konserni/journeytozerostories/arkisto/1676->

[kumppanuudet/neste-ja-luova-toimisto-sherpa-toteuttivat-mainoskampanjan-taysin-tekoalyyin-pe-rustuen](#) Luettu: 6.3.2024.

Niskala, H. 12.4.2023. 50: Viestinnän vaikuttavuus ja merkitys organisaation menestyksessä. Li-anaCast. Kuunneltavissa: <https://open.spotify.com/episode/2P4cvZXVDWs-fCJiou1wP8k?si=070c62d660c64b81> Kuunneltu: 9.3.2024.

The Nordic Alliance for Communication & Management. 2022. The Nordic Communications report 2022. Current and future trends in Norway, Denmark, Finland and Sweden. BI Forlag. Luettavissa: https://www.bi.edu/globalassets/forskning/nora/comm-report-22/the-nordic-communication-report-2022_final-upload-version.pdf Luettu: 17.3.2024.

Ojanperä, T. 2023. Tekoälyn vallankumous: Käsikirja. Alma Talent Oy. Helsinki.

OpenAI. About. Luettavissa: <https://openai.com/about> Luettu: 2.3.2024.

Peltonen. 29.8.2023. Chat GPT:stä julkaistiin bisnesversio – EK:n asiantuntija listaa, mihin työtehtäviin tekoäly voi tulevaisuudessa vaikuttaa. Luettavissa: <https://yle.fi/a/74-20047449> Luettu: 30.4.2024.

Perrigo, B. 18.1.2023. Exclusive: OpenAI Used Kenyan Workers on Less Than \$2 Per Hour to Make ChatGPT Less Toxic. Time. Luettavissa: <https://time.com/6247678/openai-chatgpt-kenya-workers/> Luettu: 31.3.2024.

Puusa, A. & Juuti, P. 2020. Laadullisen tutkimuksen näkökulmat ja menetelmät. Gaudeamus Oy.

Raami, A. 2016. Älykäs intuitio ja sitä käytämme. S&S. Helsinki.

Reese, H. 24.3.2016. Why Microsoft's 'Tay' AI bot went wrong. TechRepublic. Luettavissa: <https://www.techrepublic.com/article/why-microsofts-tay-ai-bot-went-wrong/> Luettu: 31.3.2024.

Repo, S. 28.4.2023. Näin Chat GPT mullistaa viestinnän. Tiedotusosasto. Kuunneltavissa: <https://open.spotify.com/episode/5QZ7XQEAH2ioB6SH0aXCXP?si=QcmPyED-nSXezHV4eneVYyA> Kuunneltu: 5.3.2024.

Rosenqvist, M. 10.1.2024. Kolme trendiä, jotka muokkaavat viestintätyötä. Luettavissa: <https://www.procom.fi/viestijat/trendit/kolme-trendia-jotka-muokkaavat-viestintatyota/> Luettu: 17.3.2024.

Rouhiainen, L. 2020. Artificial Intelligence. 101 things you must know today about your future. Lasse Rouhiainen.

Räty, P. 13.8.2023. Kysyitkö ChatGPT:itä jotakin arkaluontoista? Ei olisi kannattanut – Näin tekoäly voi vuotaa tietosi. Tekniikka & Talous. Luettavissa: [https://www.tekniikkatalous-fi.ezproxy.haaga-helia.fi/uutiset/kysyitko-chatgptita-jotakin-arkaluontoista-ei-olisi-kannattanut-nain-tekoaly-voi-vuotaa-tietosi/e857b162-a6ff-4935-8e97-ef7216a0769e](https://www.tekniikkatalous.fi.ezproxy.haaga-helia.fi/uutiset/kysyitko-chatgptita-jotakin-arkaluontoista-ei-olisi-kannattanut-nain-tekoaly-voi-vuotaa-tietosi/e857b162-a6ff-4935-8e97-ef7216a0769e) Luettu: 3.4.2024.

Salo, I. 2023. Luova tekoäly mullistaa kaiken – ChatGPT näyttää tietä. 2023. Printon.

Solita. 23.10.2023. Generatiivinen tekoäly suomalaisyrityksissä -tutkimus: Suomalaiset suuryritykset hitaita generatiivisen tekoälyn hyödyntämisessä. Luettavissa: <https://www.sttinfo.fi/tiedote/70043056/generatiivinen-tekoaly-suomalaisyrityksissa-tutkimus-suomalaiset-suuryritykset-hitaita-generatiivisen-tekoalyn-hyodyntamisessa?publisherId=69819622&lang=fi> Luettu: 14.4.2024.

Sundelin, M. 22.1.2024. Viestinnän trendit 2024: Tekoäly, kyberhäirintä, vastuullisuus ja etiikka. MRKTNG. Luettavissa: <https://www.mrktng.fi/markkinointiuutiset/viestinnan-trendit-2024-tekoaly-kyberhairinta-vastuullisuus-ja-etiikka/> Luettu: 17.3.2024.

Tauli, T. 2023. Generative AI: How ChatGPT & Other AI tools will revolutionize Business. Apress. Monrovia.

Titcomb, J. 3.12.2023. Klarna freezes hiring as chief bets AI can do the job instead. The Sunday Telegraph. Luettavissa: <https://www.telegraph.co.uk/business/2023/12/03/klarna-chief-bets-ai-app-freezes-hiring/> Luettu: 2.3.2024.

Toivonen, H. 2021. Älykäs huominen. Miten tekoäly ja digitalisaatio muuttavat maailmaa? Gaudeamus.

Toivonen, H. 2023. Mitä tekoäly on? 100 kysymystä ja vastausta. Kustannusyhtiö Teos. Helsinki.

Tuomi, J. & Sarajärvi, A. 2018. Laadullinen tutkimus ja sisällönanalyysi – Uudistettu laitos. Tammi. Helsinki.

Viesti ry. Viestintä ammattina. Luettavissa: <https://www.viesti.fi/viestintaala/viestinta-ammattina/> Luettu: 25.2.2024.

Viesti ry. 2024. Viestinnän trendit 2024. Luettavissa: <https://www.viesti.fi/viestinnan-trendit-2024/> Luettu: 2.3.2024.

Vilkka, H. 2021a. Tutki ja kehitä. 5. painos. PS-Kustannus. Jyväskylä.

Vilkka, H. 2021b. Näin onnistut opinnäytetyössä. PS-Kustannus. Jyväskylä.

Zara, C. 27.2.2024. Klarna says its AI assistant does the work of 700 people after it laid off 700 people. Fast Company. Luettavissa: <https://www.fastcompany.com/91039401/klarna-ai-virtual-assistant-does-the-work-of-700-humans-after-layoffs> Luettu: 2.3.2024.

Liitteet

Liite 1. Kysymyslomake tutkimushaastatteluihin

Haastattelukysymykset: Viestijöiden asenteet ChatGPT:tä kohtaan

Perustiedot

1. Ikä
2. Sukupuoli
3. Koulutus
4. Työtitteli
5. Työtehtävät
6. Kuinka kauan olet työskennellyt viestinnän parissa?

Alakysymys 1. Mitkä ovat viestinnän ammattilaisten kokemukset ja havainnot ChatGPT:n käytöstä työssään?

7. Milloin aloitit ChatGPT:n käytön työssäsi?
8. Kuinka säännölliseksi kuvaisit ChatGPT:n käyttöäsi?
9. Missä työtehtävissä olet käyttänyt ChatGPT:tä?
10. Mitä muutoksia olet tehnyt työskentelytapoihin ChatGPT:n käytön myötä?
11. Millaisia vaikutuksia ChatGPT:llä on ollut viestinnän laatuun ja tehokkuuteen?
12. Miten arvioit ChatGPT:n soveltuvuutta omiin viestinnän työtehtäviisi?
13. Millaisia linjauksia/ohjeita työnantajasi on antanut ChatGPT:n käytöstä? Miksi koet, että niistä on/olisi hyötyä?
14. Miten koet työnantajasi suhtautuvan työntekijöiden ChatGPT:n käyttöön?

Alakysymys 2. Mitkä tekijät vaikuttavat viestinnän ammattilaisten positiivisiin asenteisiin ChatGPT:tä kohtaan?

15. Millaisia ominaisuuksia ChatGPT:ssä arvostat eniten työssäsi?
16. Mitkä tekijät ovat vaikuttaneet positiivisesti sinun ja kollegoidesi asenteisiin ChatGPT:tä kohtaan?
17. Mitä hyötyjä olet huomannut ChatGPT:n käytössä työssänne viestinnän ammattilaisina?
18. Millaisia uusia mahdollisuuksia uskot ChatGPT:n luovan viestinnässä?
19. Oletko saanut uusia ideoita tai lähestymistapoja työhösi ChatGPT:n avulla ja jos kyllä millaisia?
20. Kerro positiivinen kokemus työelämästä, johon liittyy ChatGPT.

Alakysymys 3. Mitkä ovat yleisimmät huolenaiheet tai epäluulot, jotka vaikuttavat viestinnän ammattilaisten negatiivisiin asenteisiin ChatGPT:tä kohtaan?

21. Millaisia huolia sinulla on liittyen ChatGPT:n käyttöön työssäsi?
22. Millaisia mahdollisia eettisiä huolenaiheita näet ChatGPT:n käytössä?
23. Millaisia epäluuloja sinulla on ChatGPT:n luotettavuudesta tai sen tietoturvasta?
24. Oletko huolissasi siitä, että ChatGPT voi korvata ihmisen luovan ajattelun tai henkilökohtaisen vuorovaikutuksen työelämässä? Miksi / miksi et?
25. Missä työtehtävissä et ole käyttänyt ChatGPT:tä ja minkä takia?
26. Kerro negatiivinen kokemus työelämästä, johon liittyy ChatGPT.
27. Mitä käytännön haasteita olet kohdannut ChatGPT:n käytössä?
28. Millaisia parannus- tai kehitysehdotuksia sinulla olisi ChatGPT:lle?

Alakysymys 4. Millaisia vaikutuksia ChatGPT:n käytöllä on viestinnän ammattilaisten työmotivaatioon?

29. Oletko kokenut ChatGPT:n käytön lisänneen tai vähentäneen työn mielenkiintoisuutta? Jos kyllä, miten ja miksi?
30. Onko ChatGPT:n käytöllä ollut vaikutusta omaan työn merkityksellisyyden kokemukseesi? Jos kyllä, miten ja miksi?
31. Koetko ChatGPT:n vähentävän työsi merkitystä muiden silmissä? Miten?
32. Koetko ChatGPT:n käytön vaikuttuneen työmotivaatioosi? Miten?
33. Haluaisitko käyttää ChatGPT:tä enemmän vai vähemmän työssäsi? Miksi?
34. Millaisena näet oman tulevaisuutesi alalla ChatGPT:n kehittyessä ja yleistyessä?
35. Pelkäätkö jääväsi alalla jälkeen, jos et pysy mukana ChatGPT:n kehityksessä?

Loppukysymykset:

36. Miten itse kuvailisit asennettasi ChatGPT:tä kohtaan?
37. Haluaisitko kertoa vielä jotain ChatGPT:stä tai sen käytöstä työssäsi?