

LOPPURAPORTTI, AIDIENCE 1/24–12/25

Hankkeen nimi: AIdience – Mitä tekoälyn tulo yleisön käyttöön merkitsee journalismille ja sen tulevaisuudelle?

Myöntövuosi: 2023

Myönnetty summa: 150 000 EUR

Hanke alkoi: 1.1.2024

Hanke päättyi: 31.12.2025

Hankkeeseen muualta saatu rahoitus (summa ja myöntäjä): ei muuta rahoitusta.

Vastuhenkilö (nimi, asema ja organisaatio): Thomas Olsson, professori, Tampereen yliopisto

Muut tutkijat/työryhmän jäsenet: Co-PI, dosentti Henrik Rydenfelt (Helsingin yliopisto), tutkijatohtori Joel Kiskola (Tampereen yliopisto), dosentti Lauri Haapanen (Jyväskylän yliopisto), yliopisto-opettaja Anna Rantasila (LUT-yliopisto).

Tiivistelmä hankkeesta:

AIdience-hanke tarkasteli tekoälyn myötä muuttuvaa journalismin yleisösuhdetta ja praktiikkaa. Median käyttäjien ja kuluttajien tarpeita palvelevat tekoälysovellukset ovat nouseva ilmiö, joka ilmenee esimerkiksi mediasisältöjen personointina ja median kulutusta ohjaavina suosittelujärjestelminä. Yleisön näkökulma ja yleisön käyttöön tulevat yhä monipuolisemmat tekoälysovellukset tarjoavat käynnissä olevaan tekoälymurrokseen uusia näkökulmia, joita ei ole median ja journalismin tutkimuksessa tarkasteltu. Uudenlaiset tekoälysovellukset voisivat esimerkiksi luoda journalismille mahdollisuuksia saavuttaa uusia yleisöjä ja tarjota sisältöjään saataville monipuolisin tavoin. Samalla sovellusten tuomat muutokset tuottavat merkittäviä haasteita journalismin vakiintuneille työkäytännöille, ammattietiikalle ja roolille demokraattisessa yhteiskunnassa.

AIdience tarkasteli näihin murrokseen liittyviä mahdollisia tulevaisuuksia: Minkälaisia käytännön sovellutuksia yleisön käyttöön tuleva tekoäly voisi tarjota mediasisällön kuluttamiseen? Minkälaisia mahdollisuuksia ja riskejä uudenlaiset median kuluttamisen käytännöt luovat journalistiselle medialle?

Tutkimuksemme lähestyi teemoja monitieteisesti menetelmin, joita journalismin tutkimuksessa ei ole aiemmin laajasti hyödynnetty (erit. suunnittelututkimusta ja skenaariotyöskentelyä hyödyntävät design-fiktiot). AIdience tuotti ajankohtaista ymmärrystä ilmiökentästä, joka on vasta kehkeytyvässä, ja voi vaikuttaa merkittävästi media-alan käytäntöihin sekä viestinnän ja journalismin tutkimukseen.

Hankkeen tavoite: Tavoitteet määriteltiin tutkimuskysymysten muodossa kahteen teemaan liittyen:

A) *Tulevaisuuskuvat ja niiden rakentuminen:*

1. Minkälaiset teknologiset ja yhteiskunnalliset kehityskulut määrittävät tekoälyn hyödyntämistä journalismin ja mediasisältöjen kulutuksessa?
2. Minkälaisia tulevaisuuskuvia yleisöjen käytössä olevasta tekoälystä (seuraavien 3–10 vuoden aikana) voidaan pitää relevantteina journalismille?

B) *Toiveet, ihanteet ja jännitteet:*

3. Miten erilaiset tulevaisuuskuvat yleisöjen käytössä olevasta tekoälystä suhteutuvat yhtäältä yleisöjen mediankäytön toiveisiin ja tarpeisiin ja toisaalta journalistisiin ihanteisiin?
4. Millaisia haasteita ja mahdollisuuksia tekoäly yleisöjen käytössä tuottaa journalismille suhteessa sen yhteiskunnallisiin tehtäviin, etiikkaan, nykyisiin ammatillisiin käytäntöihin sekä yleisöjen tavoitteluun ja säilyttämiseen?

Tavoite saavutettiin (asteikolla 1–5; 1=huonosti, 5=erinomaisesti): 5, erinomaisesti

Keskeiset tulokset:

Hankkeen tulokset voi tiivistää kolmeen seikkaan:

- 1) Laadimme joukon “design fiction” -tulevaisuuskuvia eli skenaarioita, jotka havainnollistavat uudenlaisia tekoälyn mahdollistamia journalististen sisältöjen käyttötapoja ja näihin liittyviä journalismin tulevaisuudenkuvia. Skenaarioiden rakentamisessa ja niitä koskevissa keskusteluissa oli mukana 17 tutkijaa eri tutkimusaloilta. Skenaarioissa esitetään uudenlaisia tekoälysovelluksia, joita voisi kehittää ja ottaa käyttöön erilaisissa median kuluttamisen konteksteissa jo nyt ja lähitulevaisuudessa. Sovelluksiin liittyi erilaisia käyttöliittymäratkaisuja: mobiilisovelluksista TV:n katseluun ja henkilökohtaisiin assistentteihin.
- 2) Toteutimme tutkijatyöpajoja, joissa ensin fiktioita varten kerättiin ideoita ja näkökulmia ja myöhemmin niitä arvioitiin monialaisen tutkijaryhmän kesken. Arviointivaiheessa pohdimme fiktioiden sosioteknistä todennäköisyyttä ja mielekkyyttä sekä pitkän aikavälin eettisiä ja yhteiskunnallisia vaikutuksia.
- 3) Toteutimme ammattilaisten haastatteluja (9 kpl), joissa kerättiin näkemyksiä journalismin tulevaisuudesta esitettyjen fiktioiden valossa. Aineisto sisältää ammattilaisten välittömiä reaktioita esitettyihin design fiction -skenaarioihin liittyen niiden mielekkyyteen, realistisuuteen ja mahdollisiin pitkän aikavälin vaikutuksiin.

Selitämme seuraavaksi tarkemmin näihin liittyvää metodologiaa ja tuloksia.

1 & 2) Laaditut fiktiot esittävät useita keskustelua herättäviä, tai jopa kyseenalaisia, mahdollisuuksia ja riskejä ja näin ollen toimivat uuden tiedon luonnin keskeisinä artefakteina. Tulevaisuuskuvittelun aikajänne on 3–10 vuotta. Aikajänteen rajaamisella vältetään liian epätodennäköiset ja futuristiset kuvitelmat, joissa on usein vahvoja utooppisia ja dystooppisia elementtejä. Kuudesta fiktiosta toteutimme visuaalisesti viimeistellyn yhden sivun kuvauksen, joista alla on kaksi esimerkkiä, ja näiden lisäksi prosessin aikana tuotettiin toiset puoli tusinaa fiktiota, jotka jätettiin alustavammalle kypsyyden tasolle.

Metodologia: Hankkeen alkuvaiheessa muodostimme ns. suunnitteluavaruuden mahdollisista tekoälysovellusten kehityssuunnista, joka toimi fiktioiden perustana. Tämän jälkeen toteutimme sisäisesti useita kuvittelutyöpajoja, joissa yhtäältä ideoimme mahdollisten tulevaisuuksien elementtejä ja toisaalta arvioimme ja jatkokehittelimme edellisissä vaiheissa kehitettyjä ideoita. Sovelsimme spekulatiivisen ja kriittisen suunnittelun menetelmiä (mm. Kiskola ym. 2021), joiden avulla voidaan toteuttaa tutkimusperusteista skenaariotyöskentelyä ja luoda mahdollisia tulevaisuuksia kuvaavia design-fiktioita. Design-fiktiot ovat kertomuksia ja kuvituksia, joilla tutkitaan ja havainnollistetaan mahdollisia tulevaisuuksia (Blythe, 2014; Bleecker, 2023). Fiktioiden ensisijainen tarkoitus oli palvella tutkimuksen keskeisinä visuaalisina ja tarinallisina esityksinä, joista tultaisiin keskustelemaan eri sidosryhmien kanssa ja joiden avulla kerätään ns. tiheitä ja runsaita kuvauksia ihmisten kokemuksista ja odotuksista.

Konkreettiset tulokset: seuraavilla sivuilla esitellään kaksi esimerkkiä 12:sta fiktiosta (kuvat 1 & 2).

3) Haastatteluihin osallistettiin yhdeksän media-alan asiantuntijaa Suomesta, edustaen useita eri mediaorganisaatioita ja useita eri asemissa olevia toimijoita. Edellä kuvattuja design-fiktioita hyödynnettiin apuna vaihtoehtoisten tulevaisuuksien kuvittelemisessä ja nykyisten käsitysten ja käytäntöjen tarkastelussa. Tutkimuksen osallistujat tutustuivat laatimiimme design-fiktioihin etukäteen, ja heitä pyydettiin kuvaamaan ensivaikutelmiaan lyhyessä kyselyssä. Design-fiktiot toimivat myös haastatteluissa käytyjen keskustelujen lähtökohtina.

Konkreettiset tulokset: seuraavilla sivuilla esitellään kaksi keskeistä taulukkoa, jotka tiivistävät yhtäältä journalismin tulevaisuutta muovaavia yleisön tarpeita suhteessa tekoälyn kyvykkyyksiin (Taulukko 1) ja toisaalta media- ja informaatioympäristön kumulatiiviset ajalliset kehitysvaiheet siirryttäessä digitaalisen median aikakaudelta tekoälyn aikakaudelle (Taulukko 2).



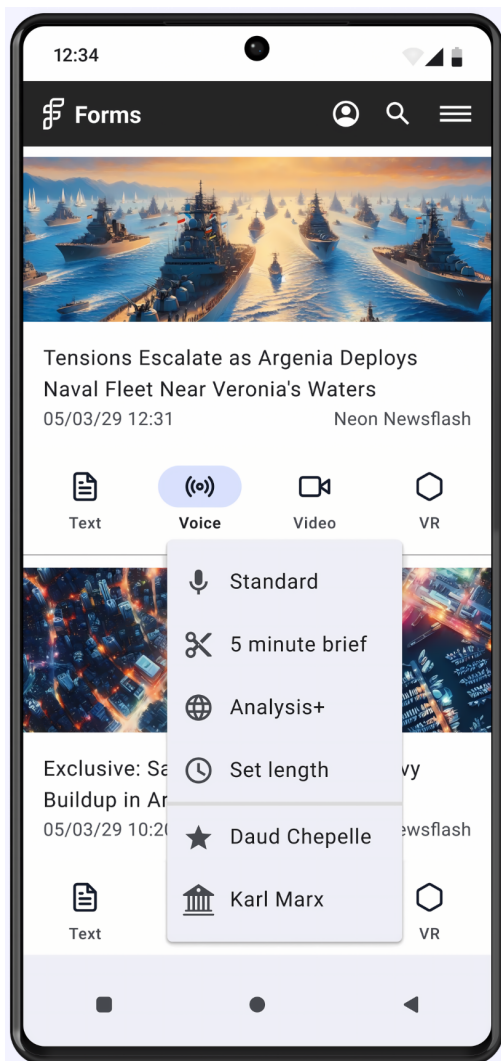
GET NEWS COMICS TODAY!

This is the beginning of a news article titled “Search and Rescue Operation Underway for Missing Children in Sprawling Cave System” as a comic book page. The comic was generated and tailored for a 11-year old, Carter Williams.

Are you a parent? Subscribe to NewsComics and your children will receive engaging, personalized comics generated and carefully selected by AI.

Our mission is clear: to make news more accessible and compelling to a younger audience, blending the art of storytelling with the precision of AI.

Kuva 1. NewsComics tuottaa uutisten pohjalta personoituja sarjakuvia. Fiktio synnytti keskustelua erityisesti lapsille ja nuorille suunnattujen uutisten ja journalismin fiktionalisoitumisesta sekä tekoälyn tuottaman sisällön sisältämistä stereotyyppioista.



Forms

Cameron had recently become a subscriber of Forms, a revolutionary AI app that boasted the ability to transform “anything into anything,” and was currently leveraging it to convert news articles into immersive podcasts. Among its features, Cameron was particularly fond of the “Set length” and “Analysis+” options, which enabled the user to control the length and analytical depth of a podcast. These features transformed Cameron's slog through L.A. traffic into a more pleasant journey.

Another highlight for Cameron was the app's ability to simulate the comedian Daud Chopelle discussing the news. This was an imitation so lifelike and thoughtful that Chopelle himself humorously acknowledged “the other guy” in his acts.

Despite these innovative features, Cameron felt a sting of dissatisfaction, specifically regarding the app's pricing model. “Why the **** do I have to pay for all the VR features that I don't even use?!” Cameron complained. Also, Cameron regretted buying the Karl Marx commentary simulation. “It was interesting only the first three times, but I chose the ‘annual billing’ option...”

Kuva 2. Forms muuttaa uutissisältöjä erilaisiin audiovisuaalisiin formaatteihin ja mittoihin käyttäjän valintojen perusteella. Tulevaisuuskuvan nähtiin ratkaisevan erityisesti ajankäyttöön liittyviä haasteita ja parantavan informaation saavutettavuutta, mutta samalla heikentävän uutisten kykyä rakentaa yleisölle yhteistä ymmärrystä maailmasta.

Osallistujien näkemyksistä erotimme kaksi keskeistä tekijää, jotka muokkaavat journalismin tulevaisuutta tekoälyaikana: yleisöjen mediaan liittyvät tarpeet ja tekoälyn kyky täyttää ne (Taulukko 1). Tekoälyn uskottiin kykenevän vastaamaan joihinkin yleisön pysyviin tarpeisiin, kuten nopeaan informaation välitykseen. Näkemykset kuitenkin erosivat siinä, kuinka tarkkaa ja luotettavaa tekoälyn tuottama informaatio voi tulevaisuudessa olla. Paikallisen informaation tuottaminen ja henkilökohtaisen aitouden kokemus nähtiin puolestaan vaikeasti saavutettaviksi pelkästään tekoälyn keinoin.

Taulukko 1. Journalismin tulevaisuutta muovaavat yleisön tarpeet ja tekoälyn kyvyt.

	Pysyvät yleisön tarpeet	Muuttuvat yleisön tarpeet
Generatiivisen tekoälyn kykyjen piirissä	Nopeus	Vähenevä tarve massayleisölle suunnatulle sisällölle
	Tarkkuus	Vähenevä journalismin kuluttamiseen liittyvä sosiaalinen status
	Merkitysten hahmottaminen	Kasvava video- ja äänisisältöjen kysyntä
Generatiivisen tekoälyn kykyjen ulkopuolella	Tarkkuus	Kasvava kysyntä syvällisemmälle ja laadukkaammalle sisällölle
	Pääsy lähteille	Kasvava kysyntä varmennetulle informaatiolle
	Paikallinen informaatio	
	Pääsy päättäjien, eliittien ja instituutioiden pariin	
	Luottamus	
	Inhimillisuus, aitous, autenttisuus	

Taulukko 2. Media- ja informaatioympäristön kumulatiiviset kehitysvaiheet.

	Ennen internetiä	Varhaisen internetin aika	Digitaalisen median aika	Tekoälyaika
Sisältöjen tuotanto ja jakelu	Keskittetty	Saavutettava	Tuottaja-käyttäjäyys (<i>produsage</i>)	Tuotannon, jakelun ja muokkauksen sulautuminen (prodifikaatio)
Median kulutus	Lineaarinen Massakulutus	Valintaperusteinen Fragmentoitunut	Aika- ja paikkariippumaton Yksilöllistynyt	Ympäristöön sulautunut Hyperyksilöllistynyt Uudelleenjaettu
Keskeiset toimijat	Mediaorganisaatiot Toimittajat ja editorit	Käyttäjät Verkkajulkaisut	Alustat Algoritmit	Tekoälyjärjestelmät Alustoituminen Alustariippuvuuden murtuminen
Journalismin yleisö-suhde	Yksisuuntainen	Vuorovaikutteinen Mittariperusteinen	Hybridinen Dataistunut	Teknologiavälitteinen Vastavuorovaikutteinen Yleisömallit
Portinvartijuus, agenda-valta	Keskittetty	Hajautunut	Jakautunut	Limittynyt
Media-talous	Tuotteet ja mainonta	Huomiotalous	Alustatalous	Esiasteiden tuotanto (prefiguraatio) Objektimaisuuden katoaminen (dereifikaatio)
Informaatio-ongelmat	Puolueellisuus Propaganda Objektiivisuuden haasteet	Disinformaatio Sensaatiohakuisuus	Sisältöjen yksipuolisuus Valikoiva altistuminen Yksityisyys Manipulaatio	Hyperpersonointi Stereotypisointi Fiktionalisoituminen Uudenlaiset virheet Datapohjainen valvonta
Etiikka ja sääntely	Sisältöpohjainen Institutionaalinen		Alustapohjainen	

Nämä tutkimustulokset konkretisoituvat alla listattujen tieteellisten julkaisujen muodossa. Artikkelit on julkaistu (tai arvioissa) erittäin korkeatasoisilla kansainvälisillä foorumeilla (mm. kaksi artikkelia, joilla on julkaisufoorumin korkein luokitus).

Edellä mainittujen lisäksi haluamme korostaa, että hanke toimi olennaisena inspiraationa kahdelle muulle rahoitetulle tutkimusprojektille:

- Koneen säätö rahoitti jatkohankkeemme MAIDEM, Median tekoälymurros ja demokratia, vuosille 2025–2028 (247400 €)
- Noora Vänntisen väitöskirjatutkimus AI DOC -ohjelmassa (Aalto), väitöskirja käsittelee tekoälyn hyödyntämistä organisaatiokontekstissa, mm. tekoälyassistenttien muodossa.

Hankkeen julkaisut, artikkelit ja kirjoitukset (myös linkit):

Keskeisiä tutkimustuotoksia ovat seuraavat tieteelliset julkaisut:

1. CHI'25 (JUFO3): Joel Kiskola, Henrik Rydenfelt, Thomas Olsson, Lauri Haapanen, Noora Vänntinen, Matti Nelimarkka, Minna Vigren, Salla-Maaria Laaksonen, and Tuukka Lehtiniemi. 2025. Generative AI and News Consumption: Design Fictions and Critical Analysis. In Proceedings of the 2025 CHI Conference on Human Factors in Computing Systems (CHI '25). Association for Computing Machinery, New York, NY, USA, Article 250, 1–18. <https://doi.org/10.1145/3706598.3713804>
2. JOURNALISM STUDIES (JUFO3): Rydenfelt, H., Kiskola, J., & Olsson, T. (2026). AI in Media Consumption: Charting the Futures of Journalism. *Journalism Studies*, 1–24. <https://doi.org/10.1080/1461670X.2026.2627469>
3. IJCOMMUNICATION (JUFO2): Rydenfelt, H., Haapanen, L., Haapoja, J., & Lehtiniemi, T. (2025). Autonomy and algorithms: Tracing the significance of content personalisation. *International Journal of Communication*, 19, 481–500. <https://ijoc.org/index.php/ijoc/article/view/23474/4894>
4. CONVERGENCE (JUFO2): Rydenfelt, H., Kiskola, J., & Olsson, T. (*in review*). AI for the Audiences: Envisioning the Future Media Environment. *Convergence: the international journal of research into new media technologies*. *Viimeisellä arviointikierroksella pienten muutosehdotusten jälkeen*.
5. EUROPEAN JOURNAL OF PRAGMATISM (JUFO 1). Rydenfelt, H., Kiskola, J., Siren, K., Nelimarkka, M. & Olsson, T. (*in review*). Experimenting with Values: Pragmatist Methodology for the Study of Technology.
6. MEDIA & VIESTINTÄ (JUFO2): Rydenfelt, H., Kiskola, J., & Olsson, T. (*in press*). Media generatiivisen tekoälyn ajassa. *Media & Viestintä* 49(2). <https://doi.org/10.23983/mv.185507>
Hankkeen keskeisiä tuloksia yhteenvetävä katsaus.

Esitelmät tieteellisissä konferensseissa:

- Joel Kiskolan esitys CHI 2025 -konferenssissa (yllämainittu CHI'25 artikkeli)
- Rydenfelt, H. "AI and Creativity in the Media:". The Creative Gesture - International and Interdisciplinary Symposium. University of Molise, Italia, toukokuu 2024.
- Rydenfelt, H. & Singler, S. "Whose Futures? Expertise and Expectation in Studying Surveillance and Media Technologies". EPC5 2025, St. Gallen, Sveitsi, elokuu 2025.
- Rydenfelt, H. & Siren, K. "Experimenting with Values: Pragmatist Methodologies in the Study of New Technologies". University of Milan & University of Bologna, lokakuu 2025.

Muut esitykset, luennot ja koulutukset:

- Olsson, T. "Poikkitieteellisen design-tutkijan näkökulmia tekoälyyn yhteiskunnassa", Tampereen yliopisto, elokuu 2024.

Hankkeen tutkimusta on esitelty luennoilla Tampereen yliopiston opintojaksoilla SDL.600 Technologies for Enhancing Social Interaction sekä Helsingin yliopiston opintojaksoilla PVK-205 Digital Media and Society.

Hankkeen saama medianäkyvyys (lehtikirjoitukset, tv- ja radio-ohjelmat, muu medianäkyvyys):

Hankkeen tutkimuksen tuloksia käsiteltiin kattavassa Ylen uutisjutussa eri kanavissa:

Tekoäly ohjaa jo teknologiajohtajien median kulutusta ja tulevaisuudessa – tämänkin jutun saattaa kone räätälöidä sinulle (Yle Uutiset 9.7.2025)

<https://yle.fi/a/74-20171102>

Hankkeessa syntyneet tutkimusaineistot & aineistojen tallennuspaikka mahdollista jatkokäyttöä varten:

Design fiktioista osa Open access -julkaistu: <https://doi.org/10.1145/3706598.3713804>