LM& SOM ECO

& Tekoälyn aikakausi

Tekoäly markkinoinnissa – tekoälymerkinnät ja niihin suhtautuminen

Minna Valtari 4.11.2026

LM&
SOM
ECO



Minna Valtari

Director, Partner, Chairman

Digitaalinen markkinointi ja viestintä, sosiaalinen media.
Tulevan kehityksen ennustaminen.

@minnavaltari

& Tekoälyn aikakausi

Luova kumppanisi

LM Someco yhdistää brändin teot erottuvaksi, yhtenäiseksi ja tehokkaaksi.

7,4
MILJ. €
LIIKEVAIHTO

60
BRÄNDIKOKEMUKSEN
RAKENTAJAA

HELSINKI JA
TURKU

SUOMALAISTA PALVELUA

YRITTÄJÄVETOINEN
SUOMALAINEN
YRITYS



LM&
SOM
ECO

LM&
SOM
ECO

Tekoälymerkinnät ja niihin suhtautuminen

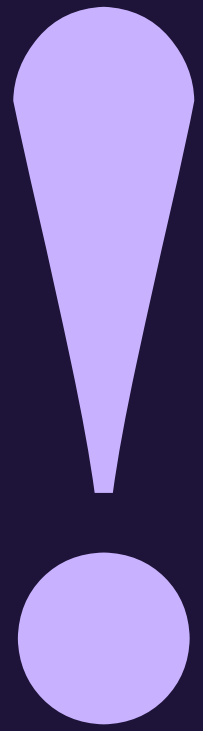
Euroopan unionin tekoälysäädös toi velvoitteita tekoälyllä tuotetun tai muokatun sisällön merkitsemiseen



LM&
SOM
ECO

1

Jos ideoit tekstiä tekoälyn avulla, teet pieniä muutoksia tai oikolukua, merkintää ei välttämättä tarvita.



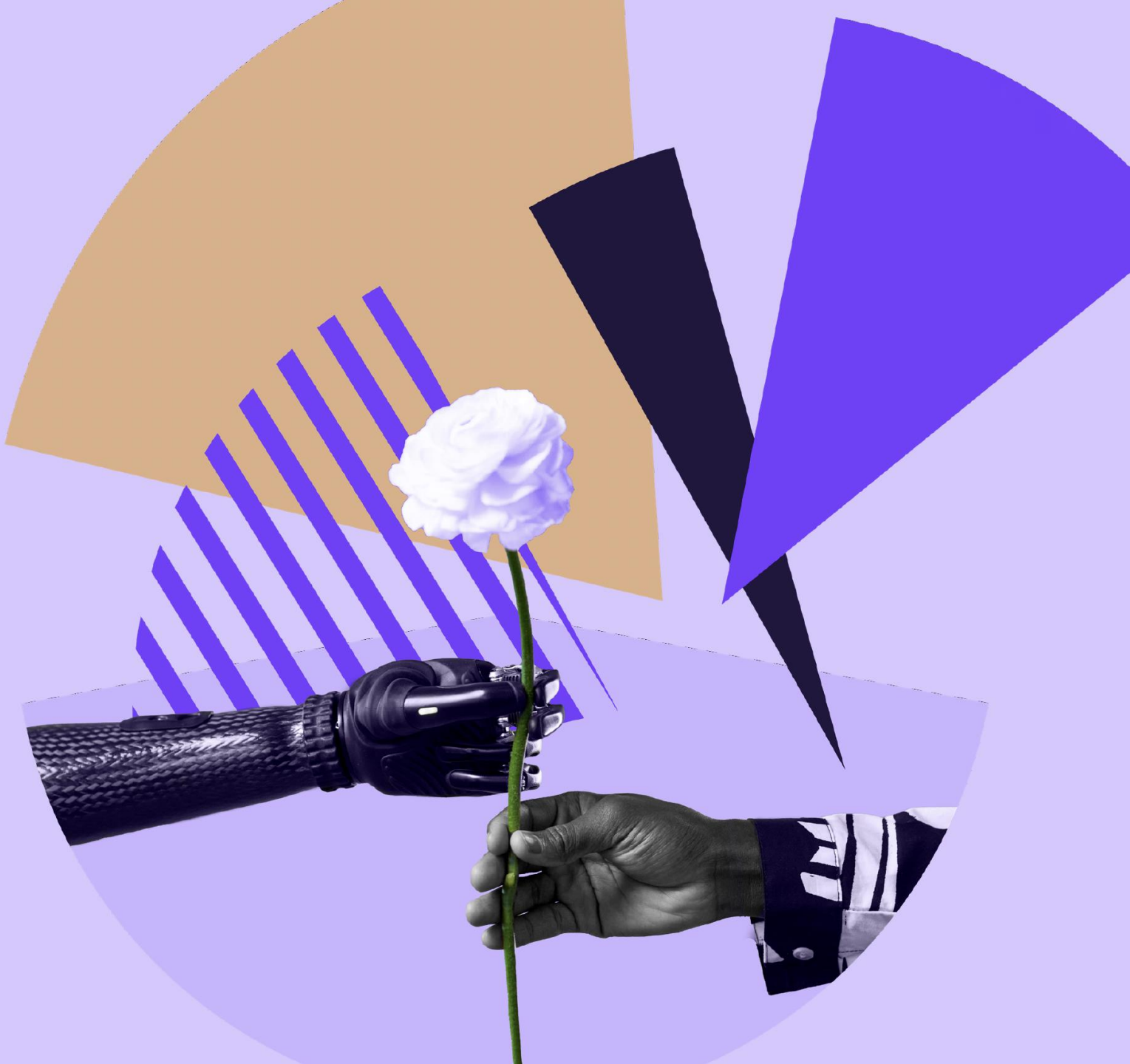
Poikkeus: jos tekoälyllä tuotettu teksti käsittelee yleistä etua koskevaa asiaa, tulee tekoälyn käytöstä kertoa.

2

Jos kuva, video tai ääni vaikuttaa aidolta, mutta on tekoälyn tekemä tai muokkaama, kerro tästä läpinäkyvästi.

Tutkimme

Tekoäly ja tunne mainonnassa



LM& SOM ECO

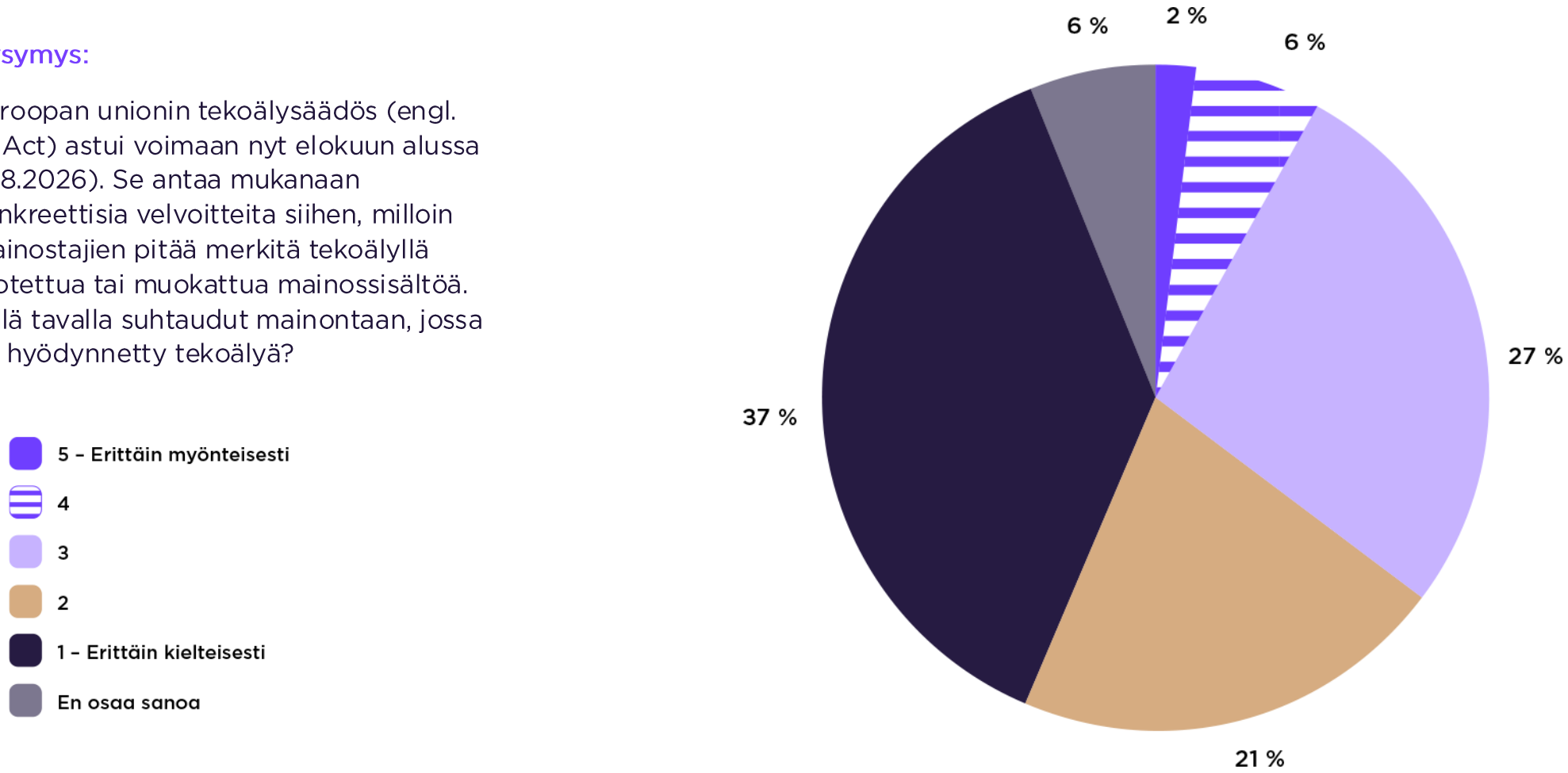
Kaikki eivät suhtaudu tekoälyyn samalla tavalla

LM& SOM ECO

Suhtautuminen tekoälyä hyödyntävään mainontaan

Kysymys:

Euroopan unionin tekoälysäädös (engl. AI Act) astui voimaan nyt elokuun alussa (2.8.2026). Se antaa mukanaan konkreettisia velvoitteita siihen, milloin mainostajien pitää merkitä tekoälyllä tuotettua tai muokattua mainossisältöä. Millä tavalla suhtaudut mainontaan, jossa on hyödynnetty tekoälyä?

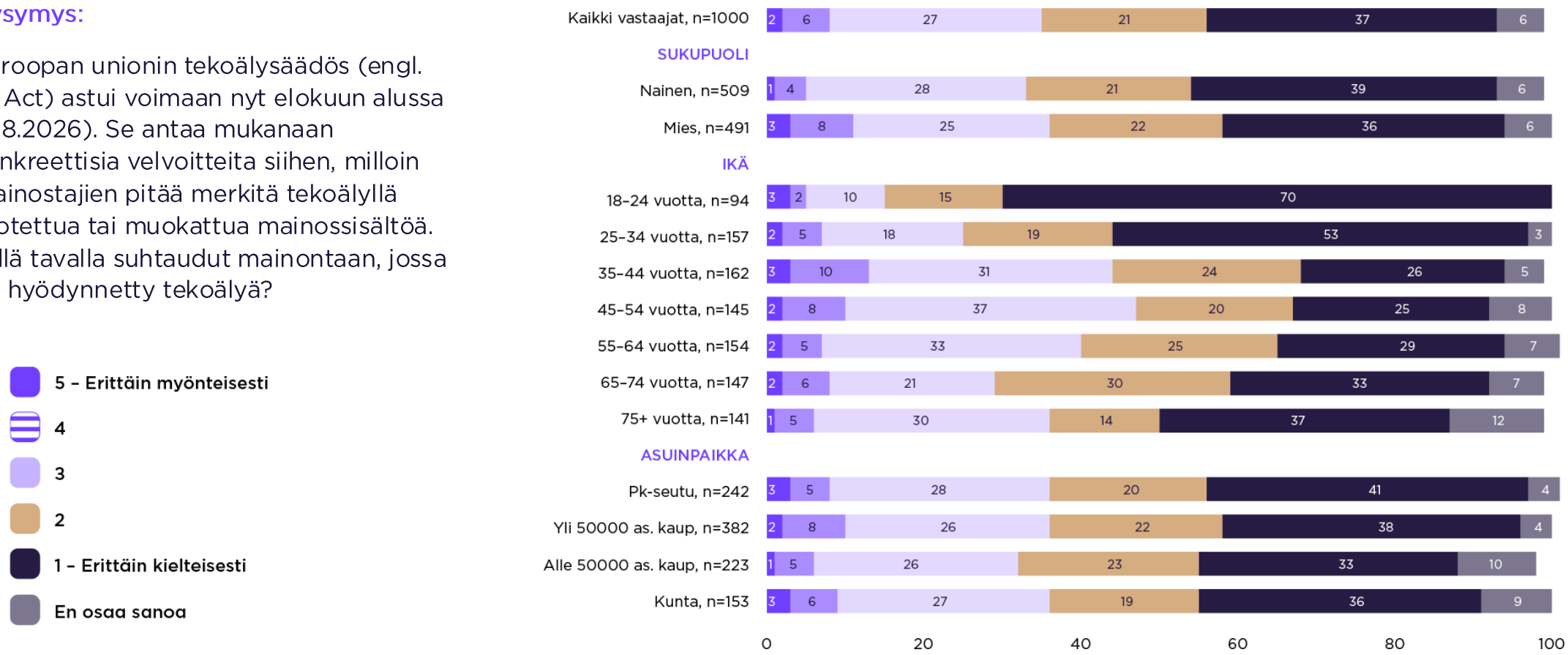


LM Somecon Tekoäly ja tunne mainonnassa -tutkimus 8/2026. iRo Tuhat suomalaista, n=1000.

Suhtautuminen tekoälyä hyödyntävään mainontaan

Kysymys:

Euroopan unionin tekoälysäädös (engl. AI Act) astui voimaan nyt elokuun alussa (2.8.2026). Se antaa mukanaan konkreettisia velvoitteita siihen, milloin mainostajien pitää merkitä tekoälyllä tuotettua tai muokattua mainossisältöä. Millä tavalla suhtaudut mainontaan, jossa on hyödynnetty tekoälyä?



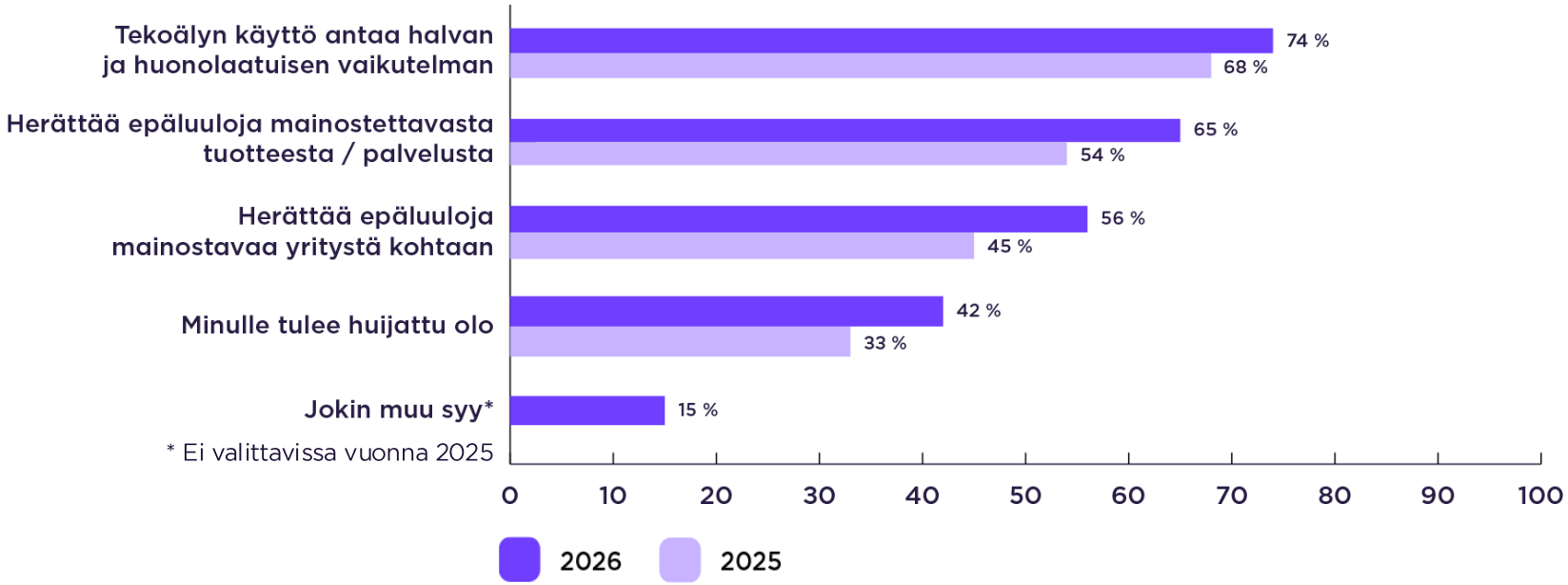
LM Somecon Tekoäly ja tunne mainonnassa -tutkimus 8/2026. iRo Tuhat suomalaista, n=1000.

LM&
SOM
ECO

Miksi suhtautuu kielteisesti tekoälyä hyödyntävään mainontaan?

Kysymys:

Mistä syystä suhtaudut kielteisesti mainontaan, jossa on hyödynnetty tekoälyä?
Valitse kaikki mielestäsi sopivat vaihtoehdot.



Jokin muu syy, mikä?
Esimerkkejä vastauksista:

”Se vie töitä ammattilaisilta, ihmisiltä, jotka tarvitsevat rahaa elämiseen.”

”Eettisesti täysin kestämätöntä.”

”Tekoälyn aiheuttama täysin turha ympäristön kuormitus keskellä räjähtävää ilmastokriisiä.”

”Tekoälyn käyttö antaa laiskan vaikutelman mainonnassa.”

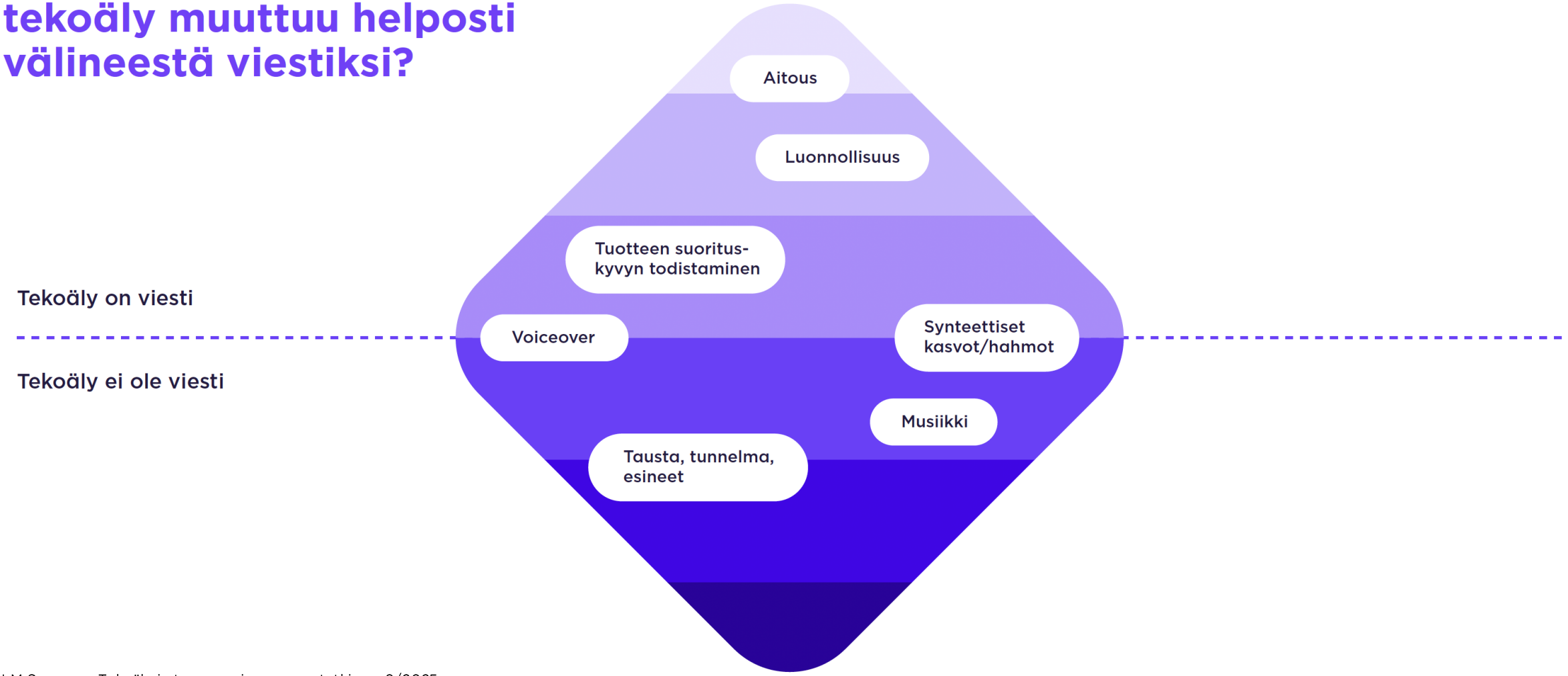
”Voiko itse tuote tai palvelu olla aito jos itse mainoskaan ei ole?”

LM Somecon Tekoäly ja tunne mainonnassa -tutkimus 8/2026. iRo Tuhat suomalaista, n=1000.
LM Somecon Tekoäly ja tunne mainonnassa -tutkimus 9/2025. Crowst Oy verkkopaneeli, n=400, 16–70-vuotiaat kuluttajat Suomessa.

LM&
SOM
ECO

Tekoälystä tulee itsestään viesti, jos havaitaan tai uskotaan kyseessä olevan tekoälytoteutus.

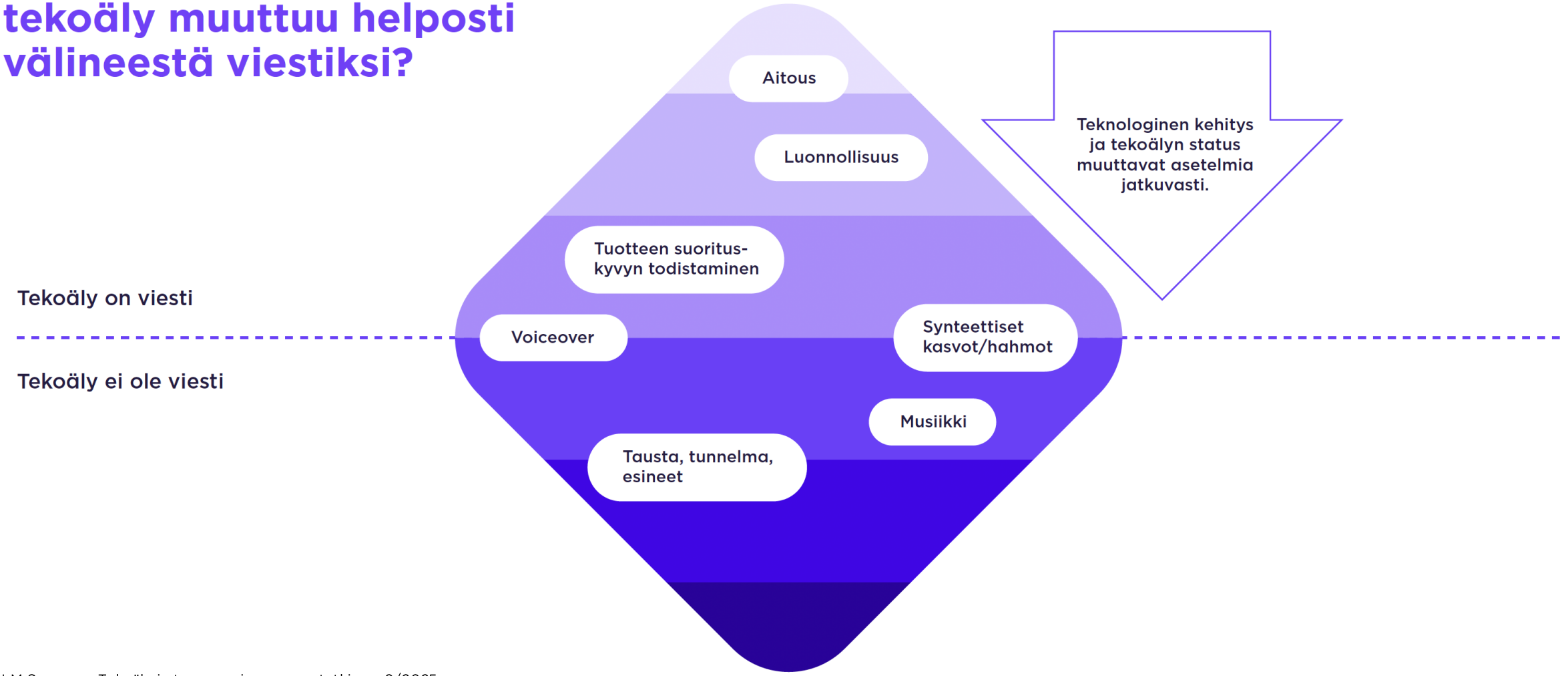
Millaisissa toteutuksissa tekoäly muuttuu helposti välineestä viestiksi?



LM Somecon Tekoäly ja tunne mainonnassa -tutkimus 9/2025.
Crowst Oy verkkopaneeli, n=400, 16–70-vuotiaat kuluttajat Suomessa.

LM&
SOM
ECO

Millaisissa toteutuksissa tekoäly muuttuu helposti välineestä viestiksi?



LM Somecon Tekoäly ja tunne mainonnassa -tutkimus 9/2025.
Crowst Oy verkkopaneeli, n=400, 16–70-vuotiaat kuluttajat Suomessa.

Tekoälyn tuntu: tuntuuko jokin koneen vai ihmisen tekemältä?

LM&
SOM
ECO

Tarkkaile tekoälytoteutusten herättämiä tunteita, jotta brändi ei kärsi epäinhimillisyydestä.

Kiitos!