
Tekoäly ja etiikka viestintäjohtajan työssä

Anne Laajalahti ja Jonna Koponen

ProCom – Viestinnän ammattilaiset ry
ISBN 978-952-65488-0-7

Tekoäly tuo viestintäjohtajan työhön uusia eettisiä kysymyksiä. Artikkelissa havainnollistetaan tekoälyn eettisten kysymysten kirjoa ja tarkastellaan viestintäjohtajan roolia muutoksessa – ei vain tekoälysovellusten hyödyntäjänä vaan koko organisaation viestinnän strategisena ja eettisenä johtajana. Tekoälyyn liittyviä eettisiä kysymyksiä lähestytään usein listaamalla eettisiä uhkia, ongelmia ja haasteita. Tekoäly tuo kuitenkin viestinnän kentälle myös eettisiä mahdollisuuksia. Rajoitusten ja sääntelyn ohella eettisesti tekoälykäs viestintä kaipaa yhteistyötä, rohkaisua ja avarakatseisuutta.

Johdanto

Uudet teknologiat muuttavat aina maailmaamme ja meitä ihmisinä: tapaamme viestiiä, tehdä töitä, oppia ja johtaa. Teknologioiden käyttöön-ottoon, käyttöön ja mahdollisiin vaikutuksiin liittyy usein myös eettisiä kysymyksiä niin yksilöiden, organisaatioiden kuin laajemminkin yhteiskunnan tasolla. Etiikalla tarkoitetaan laajasti ottaen kysymyksiä siitä, mikä on oikein ja väärin, mikä hyvää ja pahaa sekä mikä moraalisesti tavoiteltavaa ja tuomittavaa (esim. Siau & Wang 2020).

Tekoälyä ja etiikkaa on tutkittu runsaasti eri tieteenaloilla, kuten lääketieteissä, oikeustieteissä, luonnontieteissä, tekniikan alalla, liiketaloudessa ja markkinoinnissa (ks. koonteja esim. Bakiner 2023; Huang ym. 2023; Prem 2023; Siau & Wang 2020). Mistään yhtenäisestä tutkimusalasta ei voida kuitenkaan puhua: valtaosa tekoälyä ja etiikkaa tarkastelevista tutkimuksista on tehty suhteellisen erillään toisistaan (Bakiner 2023). Osa *tekoälyetiikan* (AI ethics) tutkimuksista kohdistuu *tekoälyn etiikkaan* (ethics of AI) eli tekoälyn taustalla vaikuttaviin eettisiin teorioihin, sääntöihin, ohjeisiin, menettelytapoihin sekä periaatteisiin ja osa *eettiseen tekoälyyn* (ethical AI) eli tekoälyyn, joka pystyy noudattamaan eettisiä normeja ja käyttäytyy eettisesti (Siau & Wang 2020).

Kirjallisuudessa on tarkasteltu jonkin verran, miten tekoäly muuttaa viestintää (esim. Endacott & Leonardi 2022; Getchell ym. 2022; Hancock ym. 2020; Sundar & Lee 2022) ja viestintäämmattilaisten professiota (esim. Arief & Gustomo 2020; Gregory ym. 2023; Laajalahti 2017; López Jiménez & Ouariachi 2021; Moore & Hübscher 2022; Smith & Waddington 2023). Lisäksi tutkimuksissa on tuotu esille, millaisia eettisiä kysymyksiä tekoäly tuo työelämään esimerkiksi työn merkityksellisyuden kokemisen kannalta (Bankins & Formosa 2023) ja miten tekoälyn eettiset kysymykset näkyvät nimenomaan viestintäalalla (esim. Hermann 2022; Swiatek ym. 2022).

Tekoäly ja etiikka eivät ole vain kiinnostavia tutkimuskohteita: tekoälyn yleistyessä eettiset kysymykset ovat nousseet yksilöiden ja yhteisöjen yhteiseksi keskustelunaiheeksi ympäri maailman (Huang ym. 2023). Tekoälyä eri muodoissaan on käytetty jo vuosikymmeniä, mutta generatiivisen tekoälyn yleistyminen organisaatioiden viestinnässä on tuonut eettiset kysymykset uudella intensiteetillä myös viestintäjohtajan työpöydälle. Viestintäjohtajan onkin välttämätöntä ymmärtää,

miten tekoäly kytkeytyy etiikkaan ja millaisia myönteisiä sekä kielteisiä seurauksia tekoälyn hyödyntämisellä voi olla. Vain näin hän voi kehittää eettisesti tekoälykstä viestintää tiimissään sekä laajemminkin organisaatiossaan.

Generatiivisen tekoälyn eettinen käyttöönotto ja käyttö edellyttää viestintäjohtajalta kykyä tunnistaa, huomioida ja ratkaista tekoälyn eettisiä kysymyksiä yhteistyössä muiden kanssa. Viestintäjohtajan rooli ei pelkisty vain tekoälysovellusten hyödyntämiseen, vaan hänellä on merkittävä tehtävä koko organisaation strategisen viestinnän kehittäjänä, viestintätiimin vetäjänä ja muutoksen eettisenä airueena. Muutos edellyttää viestintäjohtajalta ja koko organisaatiolta myös tekoälylukutaitoa (*AI literacy*) eli kykyä arvioida tekoälysovelluksia, olla vuorovaikutuksessa ja tehdä yhteistyötä tekoälyn kanssa sekä käyttää tekoälyä tehokkaasti ja eettisesti (Nah ym. 2023).

Tässä artikkelissa havainnollistetaan generatiivisen tekoälyn¹ ja etiikan yhteyksiä viestintäjohtajan² työssä. Artikkeliksi koostuu kolmesta osasta. Ensinnäkin, millaisia eettisiä kysymyksiä generatiivinen tekoäly tuo viestintään ja viestintäjohtajan työhön. Tämän jälkeen esitellään viisi teesiä eettisesti tekoälykkäästä viestinnästä. Lopuksi tuodaan esille käytännön neuvoja, jotka auttavat viestintäjohtajaa eettisesti tekoälykkään viestinnän suunnittelussa, kehittämisessä ja johtamisessa. Vaikka artikkeli on suunnattu viestintäjohtajille, hyötyvät sen opeista myös muut viestintäammattilaiset ja alan opiskelijat.

Tekoälyn liittyviä eettisiä kysymyksiä lähestytään usein listaamalla eettisiä uhkia, ongelmia ja haasteita. Tekoäly tuo kuitenkin viestintään myös eettisiä mahdollisuuksia. Se voi esimerkiksi lisätä keskinäistä ymmärrystämme uudelleenmuotoilemalla viestejämme sekä toimia eettisenä neuvonantajana varoittamalla meitä loukkaavista sanajoista kuvavalinnoista tai tarjoamalla ehdotuksia inklusiivisemmasta

1 Artikkelissa keskitytään generatiiviseen tekoälyyn (esim. OpenAI:n ChatGPT, Googlen Gemini, Microsoftin Copilots, Midjourney, DALL-E). Koska generatiivisen tekoälyn tutkimusta on vielä rajallisesti, artikkelissa lainataan ja sovelletaan laajemminkin tekoälyn ja etiikan tutkimuskirjallisuutta.

2 Artikkelissa viitataan käsitteellä viestintäjohtaja organisaation viestinnästä vastaavaan henkilöön ammattinimikkeestä riippumatta.

viestinnästä. Rajoitusten ja sääntelyn ohella eettisesti tekoälykäs viestintä kaipaa yhteistyötä, rohkaisua ja avarakatseisuutta.

Tämän artikkelin työstämisessä hyödynnettiin generatiivista tekoälyä: ChatGPT-3.5 auttoi kirjoittajia ideoinnissa, ajatusten kirkastamisessa sekä yksittäisten kielellisten ilmaisujen hiomisessa. ATLAS.ti Windows 24:n AI Summaries -työkalulla aiemmasta taustakirjallisuudesta tehdyt koonnit auttoivat sen sijaan syventymään aiheeseen.

Millaisia eettisiä kysymyksiä generatiivinen tekoäly tuo viestintäjohtajan työhön?

Generatiivisen tekoälyn hyödyntäminen organisaatioiden viestinnässä yleistyí vuonna 2023 nopeasti. Viestintäjohtajien innostumisessa ja aktiivisuudessa aihetta kohtaan on eroja (Saksi 2023), mutta selvitysten mukaan viestintäjohtajat näkevät tekoälytyökalujen hallitsemisen yhtenä tulevaisuuden tärkeimpänä osaamisalueena (ICCO 2023; USC 2023; Zerfass ym. 2023). Viestintäammattilaiset kaipaavat myös lisää osaamista tekoälystä (Viestinnän ala 2023).

Viestintäjohtajalla on merkittävä rooli muutoksessa. Hän voi toki itsekin hyödyntää generatiivisia tekoälysovelluksia työssään esimerkiksi viestinnän ideoinnissa, aineistojen analyysissä ja tiivistämisessä tai vaikkapa viestinnän strategisten valintojen sparrailussa, mutta hänen roolinsa ei typisty tekoälyn eettiseen käyttöön. Viestintäjohtajan tehtävänä on johtaa organisaation viestintää, ja hänellä on mahdollisuus toimia ratkaisevassa roolissa etenkin *tekoälyn strategisen ja eettisen käytön* edistämisessä viestintätiimissä ja laajemmin organisaatiossa (Gregory ym. 2023; USC 2023). Jotta tämä onnistuu, on viestintäjohtajan ensin tunnistettava, millaisia eettisiä kysymyksiä tekoäly tuo viestintään.

Tekoälyn eettisiä kysymyksiä on listattu ja jaoteltu eri tavoin. Osa jäsenyksistä kohdistuu siihen, mistä tekoälyn eettiset kysymykset kumpuavat, ja osa keskittyy pikemminkin siihen, mihin eettiset kysymykset vaikuttavat.

Siau ja Wang (2020) tarkastelevat tekoälyn eettisiä kysymyksiä kolmessa kategoriassa: tekoälyn ominaisuudet, jotka voivat aiheuttaa eettisiä ongelmia (*features of AI*), inhimilliset tekijät, jotka voivat aiheuttaa eettisiä riskejä (*human factors*), ja tekoälyn eettisten kysymysten

yhteiskunnalliset vaikutukset (*social impact of ethical issues*). Karkeasti jaotellen eettiset kysymykset voivatkin liittyä joko tekoölyyn tai ihmisiin: osa voi johtua tekoölyn rajoituksista (*vulnerabilities of AI*, esim. vinoutuneet algoritmit) ja osa ihmisten haavoittuvuudesta tekoölyn läsnäollessa tai vuorovaikutuksessa tekoölyn kanssa (*vulnerabilities of human*, esim. tekoölyn käyttö epäeettisiin tarkoituksiin) (Liao 2020).

Generatiivinen tekoöly tuo viestintään ja viestintäjohtajan työhön hyvin erilaisia ja eritasoisia eettisiä kysymyksiä. Ne voivat kohdistua ensinnäkin siihen, mitä tekoölysovelluksiin syötetään, mitä tekoölysovellukset tekevät ja mitä tekoölysovelluksista saadaan ulos (ks. Taulukko 1). Näiden lisäksi generatiivisen tekoölyn eettiset kysymykset voivat kohdistua työyhteisöön ja johtamiseen (ks. Taulukko 2) sekä strategiaan, sidosryhmiin ja yhteiskuntaan (ks. Taulukko 3).

Taulukot eivät pyri olemaan kattavia vaan havainnollistamaan esimerkkien avulla sitä eettisten kysymysten kirjoa, jonka generatiivinen tekoöly tuo viestintään. Taulukoihin keksittyihin esimerkkeihin on saatu innostusta aiemmasta tekoölyn ja etiikan tutkimuskirjallisuudesta (esim. Hermann 2022; Huang ym. 2023; Nah ym. 2023; Ray 2023; Siau & Wang 2020), mutta ne eivät noudata suoraan aiempia jäsennyksiä aiheesta. Etenkin työyhteisöön ja johtamiseen sekä strategiaan liittyvät esimerkit tekoölyn eettisistä kysymyksistä ovat olleet aiemmassa kirjallisuudessa vähemmän edustettuina.

Taulukkoja lukiessa on muistettava, ettei eettistä vastuuta voida koskaan sysätä vain yhdelle henkilölle. Tekoölyn ja ihmisten vuorovaikutuksessa syntyy myös ilmiöitä, joiden etiikka ei ole helposti paikannettavissa kenenkään vastuulle. Vaikka viestintäjohtajalla on keskeinen rooli muutoksessa ja johtajana korostunut vastuu myös etiikasta, eettinen vastuu ei ole koskaan yksin hänen harteillaan ja eettisiä kysymyksiä ratkotaan aina yhteistyössä muiden kanssa.

MIHIN EETTINEN KYSYMYS KOHDISTUU?	AVAINKYSYMYKSIÄ VIESTINTÄJOHTAJALLE	EETTISIÄ KYTKÖKSIÄ
MITÄ TEKÖÄLYSOVELLUKSIIN SYÖTETÄÄN?		
Data, vinoumat, tekijänoikeudet	<ul style="list-style-type: none"> • Millä datalla käyttämämme tekoäly on opetettu? • Millaisia vinoumia eli systemaattisia virheitä datassa on ja millaisia eriarvoistavia vaikutuksia tästä voi seurata? • Onko opetusdatan käytössä rikottu tekijänoikeuksia? 	Generatiiviset tekoälysovellukset ovat yhtä hyviä kuin saatavilla oleva tai sovelluksiin valittu data, ja ne toistavat kaikki ihmisten synnyttämät ennakkoluulot ja stereotyyptit. Datan vinoumat voivat aiheuttaa eettisesti arveluttavia eroja ihmisten esittämistavoissa ja kohtelussa. Myös tekoälyn opetukseen käytetyn datan tekijänoikeuksista käydään parhaillaan eettistä keskustelua.
Aineistot, promptit, tietosuojat	<ul style="list-style-type: none"> • Mitä aineistoja voimme lähettää tekoälyn analysoitavaksi ja mitä tietoja sisällyttää prompteihin eli kehoitteisiin? • Minne aineistomme ja promptimme tallentuvat, kenellä on niihin pääsy ja mihin niitä hyödynnetään? • Miten huolehdimme tietosuojasta ja yksityisyydestä? 	On eettisesti ongelmallista syöttää generatiivisiin tekoälysovelluksiin luottamuksellista tietoa, ellei käytössä ole omaa suljettua tekoäly-ympäristöä (esim. ChatGPT Team, ChatGPT Enterprise).
MITÄ TEKÖÄLYSOVELLUKSET TEKEVÄT JA MIKSI?		
Algoritmit, toimintalogiikka, läpinäkyvyys	<ul style="list-style-type: none"> • Mitä tiedämme käyttämämme tekoälyn toimintalogiikasta, kuten sen päätöksentekoprosesseista? • Miten läpinäkyviä, selitettäviä ja vastuullisia tekoälyn algoritmit ovat? 	Generatiivisten tekoälysovellusten toimintalogiikka herättää eettisiä huolenaiheita: jos emme ymmärrä, miten tekoäly toimii, meidän on vaikea arvioida sen tuotoksia ja vaikutuksia sekä varmistaa sen vastuullinen käyttö.
MITÄ TEKÖÄLYSOVELLUKSISTA SAADAAN ULOS JA MITÄ SILLÄ TEHDÄÄN?		
Tuotosten laatu ja luotettavuus, tekijänoikeudet	<ul style="list-style-type: none"> • Miten arvioimme tekoälyn tuottamien sisältöjen laatua ja luotettavuutta? • Kenelle kuuluvat tuotosten tekijänoikeudet? 	Generatiivisten tekoälysovellusten tuottamat sisällöt eivät ole välttämättä todenperäisiä, ja ne voivat johtaa epätarkan tiedon levittämiseen, luottamuksen heikentymiseen ja maineen vahingoittamiseen. Tekoälyn tuotosten tekijänoikeuskysymykset ovat luonteeltaan eettisiä, kun tuotos muistuttaa liikaa alkuperäistä dataa.
Tautamotiivit, tuotosten käyttötavat	<ul style="list-style-type: none"> • Miten ja mihin käytämme tekoälyä? • Mihin pyrimme tekoälyä hyödyntämällä? 	Kuten mitä tahansa työkalua tai teknologiaa, myös generatiivisia tekoälysovelluksia voidaan käyttää sekä hyvään että pahaan. Tekoäly voi auttaa ratkomaan kestävyysongelmia, mutta sillä voidaan myös tuottaa nopeasti ja edullisesti esimerkiksi terveyteen tai politiikkaan haitallisesti vaikuttavia valeuutisia. Tekoäly onkin aina yhtä hyvä tai paha kuin sitä kehittävien ja käyttävien ihmisten päämäärät.

Taulukko 1.

Esimerkkejä generatiivisen tekoälyn eettisistä kysymyksistä: tekoälysovellukset

MIHIN EETTINEN KYSYMYS KOHDISTUU?	AVAINKYSYMYKSIÄ VIESTINTÄJOHTAJALLE	EETTISIÄ KYTKÖKSIÄ
TYÖYHTEISÖ JA JOHTAMINEN		
Muutokset työnkuivissa, muutospäätökset ja johtaminen	<ul style="list-style-type: none"> Miten puhumme muutoksesta ja millaisia muutosjohtamisen strategioita laadimme työntekijöiden tueksi? Miten suhtaudumme tekoälyn nostattamiin tunteisiin, kuten huoleen oman osaamisen riittämättömyydestä tai työpaikkojen katoamisesta? 	Tekoäly muuttaa työtehtäviä ja työnkuvia. Se vie mutta myös tuo uusia työtehtäviä. Tekoälypuheella voidaan pelotella ihmisiä, kuten ajatuksella, että ”työtäsi ei vie tekoäly, vaan se, joka sitä osaa käyttää”. On eettinen valinta, millaisia diskursseja haluamme ruokkia ja miten huolehdimme työntekijöiden hyvinvoinnista muutoksen keskellä.
Työn koordinointi, viestintäresurssin johtaminen, vastuu	<ul style="list-style-type: none"> Miten koordinoimme ihmisten ja tekoälyn (yhteis)työtä ja johdamme viestintäresursseja? Millä perusteella ja kenen päätöksellä jaamme työt ihmisten ja tekoälyn kesken? Kuka kantaa vastuun tekoälyn tuottamista sisällöistä, mahdollisista virheistä ja seurauksista? 	Tekoäly voidaan mieltää niin työkaluksi kuin työkaveriksi. Ihmisten ja tekoälyn yhteistyön sekä viestintäresurssin johtaminen edellyttää eettistä valvotun käytön. Vastuu tekoälyn käytöstä on aina ihmisellä, ja on varmaa, että sekä tekoäly että ihmiset tekevät virheitä, vaikka tunnummekin olevan sallivampia ihmisten kuin tekoälyn tekemiä virheitä kohtaan.
Tekoälysovellusten saatavuus ja hyödyt, työntekijöiden tasa-vertainen kohtelu	<ul style="list-style-type: none"> Kuka saa hyödyntää tekoälysovelluksia työtehtäviensä hoitamisessa? Ketkä saavat tekoälysovellusten maksulliset versiot käyttöönsä? Miten tekoälyn käytöstä saatavat hyödyt jakautuvat? 	Päätökset siitä, kuka generatiivisia tekoälysovelluksia ja niiden maksullisia versioita saa hyödyntää ja mihin, linkittyvät aina etiikkaan. On tärkeää, että ihmisii kohdellaan tasavertaisesti eivätkä tekoälyn tuomat hyödyt johda epäoikeudenmukaisuuteen tai eriarvoisuuteen.
Oppiminen, tuki, digitaaliset kuilut	<ul style="list-style-type: none"> Miten järjestämme tekoälyn liittyvän koulutuksen? Miten tuemme muitakin kuin jo entuudestaan aktiivisia ja tekoälystä kiinnostuneita oppimisessa? Miten huolehdimme työn merkityksellisyden kokemisesta muutoksessa? 	On eettisesti ongelmallista, jos uuden oppimiseen ei varata riittävästi työaika ja tarvittavaa tukea: esimerkiksi poisoppiminen sisältöjen luojasta niiden tilaajaksi vie aikaa. Ei ole reilua, jos muutoksessa pärjäävät vain ne, joilla on mahdollisuus ja innostusta seurata tekoälyn kehitystä ja opetella uutta vapaa-ajallaan. Pahimmillaan tämä syventää digitaalisia kuiluja yksilöiden ja yhteisöjen välillä.

Taulukko 2.

Esimerkkejä generatiivisen tekoälyn eettisistä kysymyksistä: työyhteisö ja johtaminen

MIHIN EETTINEN KYSYMYS KOHDISTUU?	AVAINKYSYMYKSIÄ VIESTINTÄJOHTAJALLE	EETTISIÄ KYTKÖKSIÄ
STRATEGIA, SIDOSRYHMÄT JA YHTEISKUNTA		
Strategia, viestinnän strategiset linjaukset	<ul style="list-style-type: none"> Miten varmistamme, että tekoälyn hyödyntäminen tukee organisaation strategiaa ja esimerkiksi noudattaa organisaation arvoja? Miten tekoäly näkyy viestinnän strategisissa linjauksissa? 	Kaiken viestinnän on tuettava strategiaa, olipa siinä hyödynnetty tekoälyä tai ei. On tärkeää, että tekoälyn eettinen käyttö ja eettiset kysymykset integroidaan myös organisaation strategiaan ja viestinnän strategisiin linjauksiin.
Ohjeet, linjaukset, lainsäädäntö	<ul style="list-style-type: none"> Miten teemme tekoälyn käyttöön riittävän konkreettisia ohjeistuksia, jotka tukevat työntekijöitä eettisesti tekoälykkäässä viestinnässä? Mitä kiellämme ja sallimme? Miten huolehdimme, että eettiset linjauksemme ovat tarpeeksi napakoita mutta riittävän sallivia? Miten varmistamme, että työntekijät tuntevat ja noudattavat eettisiä ohjeistuksia ja lainsäädäntöä? 	Tekoälyn eettiseen hyödyntämiseen on laadittava ohjeistuksia. Epäeettisen ja arveluttavan toiminnan kieltäminen on ilmeistä, mutta myös liian tiukat ohjeistukset voivat johtaa eettisiin ongelmiin, kuten kilpailukyyn heikkenemiseen ja kehityksen hidastumiseen. Liian tiukat ohjeet voivat myös johtaa siihen, etteivät työntekijät uskalla kokeilla ja käyttää tekoälyä työssään. Toisaalta liiallinen luottamus tekoälyyn voi johtaa kriittisen ajattelun ja itsenäisen ongelmanratkaisukykyyn heikkenemiseen.
Sidosryhmät, avoimuus, luottamus	<ul style="list-style-type: none"> Miten kerromme sidosryhmillemme, missä ja mihin hyödynnämme tekoälyä viestinnässämme? Miten viestinnässä käyttämämme tekoäly vaikuttaa sidosryhmiimme, kuten heihin kohdistuvaan päätöksentekoon? 	Avoimuus ja läpinäkyvyys luovat tekoälyn käytölle eettisen pohjan. Aina raja ei ole kuitenkaan yksinkertainen: esimerkiksi tekstien oikoluvussa ja kääntämisessä on käytetty jo pitkään erilaisia työkaluja ilman, että niiden käyttöä on merkitty näkyviin. Jos sen sijaan emme tuo avoimesti esille, milloin tekoäly osallistuu sidosryhmiä koskevaan päätöksentekoon, esimerkiksi tekee esivalintaa rekrytointiprosessissa, saatamme aiheuttaa sidosryhmien luottamuksen murentumista.
Vastuullisuustyö	<ul style="list-style-type: none"> Miten kytkemme tekoälyn eettiset kysymykset organisaation muuhun vastuullisuustyöhön? 	Eettisesti tekoälykäs viestintä ei muodosta erillistä saareketta, vaan tekoälyn eettiset linjaukset on yhdistettävä organisaation muuhun vastuullisuustyöhön. Tällöin pohdittavaksi nousevat esimerkiksi tekoälysovellusten käytön vaikutukset laajemmin ympäristöön ja yhteiskuntaan.

Taulukko 3.

Esimerkkejä generatiivisen tekoälyn eettisistä kysymyksistä: strategia, sidosryhmät ja yhteiskunta

Edellä esitetyt esimerkit auttavat viestintäjohtajaa tunnistamaan tekoälyn ja etiikan yhtymäkohtia työssään. Tämä on eettisesti tekoälykkään viestinnän kehittämisen välttämätön edellytys. Eettisten kysymysten tunnistaminen ei kuitenkaan yksinään riitä: viestintäjohtajan on myös pohdittava, millaisiin etiikan teorioihin hän ajattelussaan tukeutuu. Eettisesti tekoälykkään viestinnän arviointi saa erilaisia painopisteitä esimerkiksi sen mukaan, kytetäänkö eettiset valinnat hyve-etiikkaan, velvollisuusetiikkaan vai seurausetiikkaan. Näiden näkökulmien keskeisimmät lähtökohdat on koottu Taulukkoon 4.

EETTINEN TEORIA	KUVAUS	POHDINNAN PAINOPISTE
Hyve-etiikka	Toiminta on oikein, jos hyveellinen ihminen tekisi samoin vastaavassa tilanteessa.	Hyveet/motiivit: Onko tekoälyn käytön taustalla tai motiivina hyveellisyys?
Velvollisuusetiikka	Toiminta on oikein, jos se on eettisen säännön tai periaatteen mukaista.	Toiminta/prosessi: Onko tekoälyn käyttö eettisten periaatteiden mukaista?
Seurausetiikka	Toiminta on oikein, jos se edistää eettisesti tavoiteltavia seurauksia, esim. maksimoi onnellisuuden.	Seuraus/lopputulos: Miten eettinen tekoälyn käytön lopputulos on eri näkökulmista arvioituna?

Taulukko 4.

Eettisesti tekoälykkään viestinnän arviointi etiikan teorioiden näkökulmasta (mukaillen lähteestä Huang ym. 2023)

Tekoälyn viestintään tuomia eettisiä kysymyksiä voi tarkastella myös pohtien, missä määrin kysymykset ovat *uusia eettisiä kysymyksiä* ja missä määrin *vanhoja etiikan klassikoita* – nyt vain uudessa kontekstissa hieman eri muodossa. Onkin huomautettu, että esimerkiksi Viestinnän eettisen neuvottelukunnan (VEN) Viestinnän eettisissä ohjeissa mainitut avoimuus, rehellisyys, luotettavuus ja arvostus tarjoavat tukevan selkänöjan myös tekoälyn eettiseen käyttöön (Laaksonen ym. 2023). Viestintäjohtaja voikin hyödyntää tekoälyn eettisten kysymysten tarkastelussa myös etiikan perinteisiä lähtökohhtia ja periaatteita.

Viisi teesiä eettisesti tekoälykkäästä viestinnästä

Seuraavaksi esitellään viisi teesiä eettisesti tekoälykkäästä viestinnästä. Teesien avulla viestintäjohtaja voi tarkastella ja tarvittaessa tarkentaa omaa eettistä ajatteluaan.

1) Tekoölyyn liittyviä eettisiä kysymyksiä ei voi ulkoistaa.

Tekoölyn eettisiä kysymyksiä on yritetty taklata tekemällä tiimien ja organisaatioiden omia tekoölyn käyttöohjeita ja huoneentauluja sekä laatimalla kansallisia ja kansainvälisiä suosituksia, ohjeistuksia ja lakeja tekoölyn eettiseen kehittämiseen ja käyttöön (ks. esim. Bélisle-Pipon 2022; Euroopan parlamentti 2023; Latvanen 2023). Eettisiä ohjeistuksia tekoölyn käyttöön on hiljattain laadittu myös viestintäalalla (Forsgård 2023; PR Council 2023; Staley ym. 2023; Valin & Gregory 2020). Ne ovat kaikki tarpeellisia. On kuitenkin kritisoitu, että tekoölyn eettiset ohjeistukset eivät välttämättä ohjaa toimintaamme ja päätöksentekoamme käytännössä (Hagendorff 2020). Osa eettisistä ohjeistuksista on kiistanalaisia ja epäohdonmukaisia, minkä vuoksi niitä on vaikea soveltaa (*meaningless principles*), osa teollisuuden ja koulutusjärjestelmän yksittäisiä periaatteita, jotka sivuuttavat etiikan (*isolated principles*), ja osa hampaattomia periaatteita, joilla ei ole seurauksia ja jotka noudattavat yritysten omia agendoja (*toothless principles*) (Munn 2023).

Jos eettiset ohjeistukset ovat liian abstrakteja ja yleviä, niiden ja käytännön välille saattaa jäädä hankalia kuiluja (Munn 2023). Periaatteiden soveltamisessa voi tulla ongelmia myös silloin, jos ne ovat keskenään ristiriitaisia ja vaativat priorisointia ilman selkeää järjestystä (Huang ym. 2023). Paraskin eettinen ohjeistus pystyy vain *tukemaan* viestintäjohtajaa arjen eettisten valintojen äärellä: yksikään ohjeistus ei pysty *takaamaan* toiminnan eettisyyttä tai *tekemään* eettisiä valintoja kenenkään puolesta. Tekoölyn eettisten kysymysten ratkaisua onkin mahdotonta ulkoistaa, vaan viestintäjohtajan on tarkasteltava tekoölyn kehitystä ja eettisiä kysymyksiä työssään monipuolisesti ja proaktiivisesti.

2) Tekoölyn eettinen käyttö edellyttää tietoa, taitoa ja tahtoa tunnistaa, huomioida ja ratkaista eettisiä kysymyksiä.

Tekoölyn eettinen käyttö edellyttää monipuolista osaamista – tietoa, taitoa ja tahtoa – tunnistaa, huomioida ja ratkaista tekoölyn tuomia

eettisiä kysymyksiä sekä kehittää eettisesti tekoälykästä viestintää. Viestintäjohtajalla on ensinnäkin oltava – edes kohtuullisella tasolla – riittävä ymmärrys ja tekninen perehtyneisyys tekoälystä, että hän ymmärtää tekoälyn mahdollisuuksia, rajoituksia ja riskejä ja voi arvioida niitä etiikan näkökulmasta. Lisäksi hänellä on oltava riittävä ymmärrys etiikan perusteista, jotta hän osaa tarkastella tekoälyä eettisistä näkökulmista. Hankalimmassa tilanteessa ollaan organisaatioissa, joissa sekä tekoäly että etiikka ovat yhtä aikaa uusia osaamisalueita.

Eettisesti tekoälykkään viestinnän tarkastelu osaamisen näkökulmasta korostaa, ettei eettisyys ole yksittäinen teko tai tempaus, erillinen johtamistyyli tai staattinen tila, joka voidaan saavuttaa, vaan viestintäjohtajan ammattiosaamisen erottamaton ulottuvuus, joka vaatii jatkuvaa huolenpitoa (Laajalahti 2018). Viestintäjohtajan työssä etiikassa ei olekaan kyse vain *hyvän tekemisestä* vaan *hyvänä olemisesta* (Laajalahti & Rouhiainen-Neunhäuserer 2021). Osaamisen näkökulma auttaa myös muistamaan, että etiikka on kontekstuaalista ja esimerkiksi tilanne, kulttuuri ja viestinnän tavoite vaikuttavat siihen, miten eettiseksi viestintä koetaan.

3) Tekoälyn eettinen käyttö ei ole vain virheiden välttämistä ja lakien noudattamista vaan aktiivista pyrkimystä parempaan.

Viestintäammattilaisia on kritisoitu tekoälyn lyhytnäköisestä ja kriittikittömästä promoamisesta – eräänlaisesta ”tekoälyn cheerleadauksesta” (Bourne 2019). Onkin tärkeää avata keskustelua, missä määrin viestintäjohtajan tulisi ottaa aktiivisempi ja kriittisempi ote tekoälyn eettisistä kysymyksistä ja ohjata keskustelua laajemminkin kohti tekoälyn vastuullisempaa käyttöä viestinnässä ja yhteiskunnassa.

Eettisyys ei ole vain epäeettisen toiminnan välttämistä tai lakien noudattamista: se on aktiivista ja tavoitteellista pyrkimystä parempaan – myös tekoälyn käytössä (Laajalahti 2020). Viestintäjohtajan onkin oltava motivoitunut asettamaan eettisesti tekoälykkäälle viestinnälle minimivaatimuksia korkeampia tavoitteita ja standardeja organisaatioissaan ja yhteiskunnassa. Jotta tämä onnistuisi, on ehdotettu, että tekoälyetiikan parissa tapahtuvalle työlle tulisi luoda selkeämpiä kannustimia (Slota ym. 2023). Edelläkävijyyteen liittyy myös keskustelu, millaisia moraalisia velvoitteita meillä ihmisillä on tekoälyä kohtaan, jos se saavuttaa kehityksessään tietoisuuden (Sebo & Long 2023).

4) Tekoäly ei tuo viestintään vain eettisiä uhkia, ongelmia ja haasteita vaan myös eettisiä mahdollisuuksia.

Tekoälyyn liittyviä eettisiä kysymyksiä lähestytään usein listaamalla eettisiä uhkia, ongelmia ja haasteita (ks. esim. Sætra 2023). Milloin pelätään tekoälyn käyttöä ihmismassojen manipulaatioon, milloin tekoälyn syrjiviä käytäntöjä. Etiikka ei pelkisty kuitenkaan vain eettisten riskien ja ongelmien hallintaan: eettisesti tekoälykäs viestintä on täynnä eettisiä mahdollisuuksia.

Tekoälystä voi olla monenlaista hyötyä viestinnässä (Gregory ym. 2023; Hancock ym. 2020; Staley ym. 2023). Honkela hahmottelee Rauhankone-kirjassaan (2017), miten tekoäly voi auttaa ihmisiä vuorovaikutuksessa: lisätä ymmärrystä ja rauhanomaista yhteiseloä, taltuttaa tunnemyrskyjä sekä edistää ihmisten välistä oikeudenmukaisuutta. On viestintäjohtajan valinta, missä määrin hän ohjaa etiikkakeskustelua pelon ja dystopioiden äärelle ja missä määrin hän tuo esille toivoa paremmasta. Tekoälyn eettisiltä haasteilta ei tule ummistaa silmiä, mutta on tärkeää ruokkia myös valoisia tulevaisuuskuvia siitä, miten tekoäly voi auttaa ihmisläjia ongelmien ratkaisemisessa, lisätä työn tuottavuutta ja viestinnän laatua sekä parantaa ja sujuvoittaa ihmisten ja organisaatioiden vuorovaikutusta.

5) Rajoitusten ja sääntelyn ohella eettisesti tekoälykäs viestintä kaipaa yhteistyötä, rohkaisua ja avarakatseisuutta.

Kirjallisuudessa on korostettu, että avain tekoälykkään viestinnän kehittämiseen on yhteistyö (Nah ym. 2023). Viestintäjohtajan tärkeänä tehtävänä onkin siltojen rakentaminen, rajoja ylittävän yhteistyön tukeminen sekä viestintätiimin ja koko organisaation rohkaisu tekoälyn eettiseen käyttöön viestinnässä. Kriittisyys on tärkeää, mutta ennen kaikkea tarvitaan uteliaisuutta ja avarakatseisuutta. Nahia ym. (2023) lainaten: elämme mielenkiintoista ja haastavaa aikaa, jolloin sopeutuminen generatiivisen tekoälyn aikakauteen on välttämätöntä ja väistämätöntä.

Uudet teknologiat, kuten tekoäly, johtavat usein suurempiin odotuksiin tai vahvempiin pelkoihin kuin perusteltua (Siitonen ym. 2024). Eettisesti tekoälykkään viestinnän kehittäminen viestintätiimeissä ja organisaatioissa ei rajaudu pelkästään helppoihin kysymyksiin oikeasta ja väärästä tai hyvästä ja pahasta. Osa tekoälyn eettisistä vaikutuksista on sellaisia, joita emme vielä näe, ja osa sellaisia, joita emme enää näe.

Osa tekoälyn vaikutuksista on suoria ja osa epäsuoria, osa pitkän ja osa lyhyen aikavälin vaikutuksia. Varmaa on kuitenkin, että tekoälyn eettisiä kysymyksiä on ennakoitava, linjattava ja ratkottava juuri nyt, sillä nämä kysymykset värittävät tulevaisuuttamme.

Kohti eettisesti tekoälykystä viestintää: käytännön neuvoja viestintäjohtajalle

Tekoälyn eettinen tarkastelu ei ole erillinen työtehtävä, vaan etiikka läpäisee kaiken viestintäjohtajan työn (Laajalahti 2018; Laajalahti & Rouhiainen-Neunhäuserer 2021). Tekoälyn eettiset kysymykset kietoutuvatkin viestintäjohtajan työhön laajasti viestinnän strategisesta suunnittelusta, kehittämisestä ja johtamisesta aina viestinnän vaikutusten ja vaikuttavuuden seurantaan sekä viestintätiimin, organisaatiokulttuurin ja sidosryhmäsuhteiden johtamiseen.

Esimerkiksi organisaation koko, rakenne ja toimiala vaikuttavat viestintäjohtajan työhön, ja tekoälyn eettiset kysymykset voivatkin näyttäytyä hieman erilaisina esimerkiksi paikallisen PK-yrityksen viestinnästä vastaavan tai monikansallisen konsernin isossa viestintätiimissä työskentelevän viestintäjohtajan työssä. Seuraavat neuvot soveltuvat kuitenkin kaikille viestintäjohtajille eettisesti tekoälykkään viestinnän kehittämisen tueksi:

Siirrä fokukseksi yksittäisistä tekoälysovelluksista tekoälyn eettisiin käyttötappoihin. Tekoälyn eettiset kysymykset ovat yksittäisiä tekoälysovelluksia laajempia ja läpileikkaavia. Tutustu erilaisiin tekoälysovelluksiin, mutta älä jumitu ajatuksissasi niihin: ne muuttuvat joka tapauksessa nopeasti (Gregory ym. 2023). Yksittäisten sovellusten sijaan pyri ymmärtämään tekoälyn toimintalogiikkaa, käyttötarpeita, -tarkoituksia ja -mahdollisuuksia sekä niihin liittyviä eettisiä kysymyksiä.

Aseta eettinen suunta ja johda kulttuurista muutosta. Tunnista, arvioi ja ota kantaa tekoälyn eettisiin riskeihin ja mahdollisuuksiin organisaatiosi viestinnässä. Tutustu alan eettisiin ohjeistuksiin ja määrittele avainhenkilöiden kanssa organisaatiosi eettiset periaatteet tekoälyn käytölle viestinnässä. Päivitä ohjeistuksia tarvittaessa. Johda kulttuurista muutosta ja lisää koko organisaatiosi ymmärrystä tekoälystä viestinnässä. Eettisesti tekoälykäs viestintä ei ole vain viestintätiimin juttu:

kaikkia työntekijöitä on tarpeen ohjeistaa ja tukea tekoälysovellusten eettisessä käytössä. Pyri integroimaan eettisesti tekoälykäs viestintä osaksi organisaatiosi kulttuuria ja toimintatapoja.

Investoi osaamiseen: mahdollista oppiminen ja varmista yksilöllinen tuki. Linjaukset ja ohjeistukset ovat tärkeitä, mutta hyödyttömiä ilman osaamista. Varaa uuden oppimiselle ja tekoälyn kokeilulle riittävästi työaikaa. Resursoi myös koulutukseen, joka auttaa ymmärtämään tekoälyn eettisiä kysymyksiä ja noudattamaan sovittuja pelisääntöjä. Huomioi yksilöiden erilaiset osaamisen tasot ja tuen tarpeet, ja koulutaudu myös itse.

Johda viestintätiimiä ja -resursseja sekä ihmisten ja tekoälyn yhteistyötä eettisesti. Tekoäly ei osallistu vain sisältöjen tuottamiseen vaan muuttaa myös työnkuvia sekä tiimien ja työyhteisöjen dynamiikkaa (Koponen ym. 2023; Laajalahti 2017). Tämän vuoksi eettisesti tekoälykäs viestintä edellyttää viestintäjohtajalta myös eettistä johtajuutta (Laajalahti 2018). Se, miten tekoäly integroidaan työntekoon (Bankins & Formosa 2023) ja millaiseksi ihmisten ja tekoälyn suhde hahmotetaan (Getchell ym. 2022; Koponen ym. 2023; Sundar & Lee 2022), vaikuttaa esimerkiksi työn merkityksellisyuden kokemiseen. Pyri ymmärtämään ihmisten erilaisia odotuksia, kokemuksia ja tunteita sekä kohtelemaan kaikkia yksilöllisesti mutta tasavertaisesti.

Huolehdi sidosryhmäsuhteista ja aineettomasta pääomasta. Viesti tekoälyn hyödyntämisestä viestinnässä sekä organisaatiosi eettisistä valinnoista ja toimenpiteistä avoimesti ja selkeästi niin sisäisille kuin ulkoisille sidosryhmille. Vastaa mahdollisiin eettisiin huoliin, ja huolehdi aineettomasta pääomasta, kuten luottamuksesta ja maineesta.

Osallista ja tee yhteistyötä eettisesti tekoälykkään viestinnän eteen. Tekoälyala kehitty nopeasti. Et voi yksin pitää kaikkia lankoja käsissäsi, eikä sinun tarvitsekaan. Luota, jaa vastuuta, kysy ja kuuntele. Luo keskustelun paikkoja, että kaikki voivat tuoda matalalla kynnyksellä esiin tekoälyn liittyviä eettisiä huolia ja mahdollisuuksia sekä osallistua eettiseen päätöksentekoon. Osallista myös ulkoisia sidosryhmiä eettiseen keskusteluun. Muista, ettei eettinen vastuu tekoälyn hyödyntämisestä organisaatiossasi ole yksin sinun harteillasi, vaan parhaat ratkaisut eettisiin kysymyksiin löydetään aina yhdessä.

Näistä voit aloittaa

- 1) Gregory, Anne; Virmani, Swati & Valin, Jean (2023). *Humans Needed, More Than Ever: An Analysis of the Use of AI in PR and the Impact on Public Relations Work*. Chartered Institute of Public Relations (CIPR). https://www.cipr.co.uk/CIPR/Our_work/Policy/AI_in_PR/AI_in_PR_guides.aspx
- 2) Staley, Linda; Dvorak, Mark; Ewing, Michele E.; Hall, Holly Kathleen; Hoefl, James R. & Myers, Cayce (2023). *Promise & Pitfalls: The Ethical Use of AI for Public Relations Practitioners*. Public Relations Society of America (PRSA). Guidance from the PRSA Board of Ethics and Professional Standards (BEPS). https://www.prsa.org/docs/default-source/about/ethics/ethicaluseofai.pdf?sfvrsn=5d02139f_2



FT Anne Laajalahti työskentelee johtavana viestintäkonsulttina strategisessa viestintätoimisto Brunnen Communications Oy:ssä ja viestintätieteiden dosenttina Vaasan yliopistossa. Hän on monipuolinen organisaatioviestinnän ja ammatillisen vuorovaikutuksen asiantuntija, joka on rakentanut uraansa niin yritys- kuin yliopistomaailmassa. Tutkimustyössään Anne on tarkastellut mm. tekoälyä, työyhteisö- ja johtamisviestintää, vuorovaikutusosaamista, työssä oppimista, kriisivuorovaikutusta sekä kriisiviestintäosaamista.



FT, KTT Jonna Koponen on apulaisprofessori ja akatemiaturkija Itä-Suomen yliopistossa kauppatieteiden laitoksella sekä viestinnän dosentti Tampereen yliopistossa. Koposen tutkimusintressit liittyvät etäjohtamiseen ja digitaaliseen viestintään, myynnin johtamiseen ja suhdemarkkinointiin sekä vuorovaikutusosaamiseen ja tekoälyn merkitykseen johtamistyössä. Parhailiaan hän johtaa kansainvälistä etäjohtamisen ja digitaalisen viestinnän tutkimusprojektia, jota rahoittaa Suomen Akatemia (2021–2026).

Kirjallisuus

- Arief, N. Nurlaela & Gustomo, Aurik (2020). Analyzing the impact of big data and artificial intelligence on the communications profession: A case study on public relations (PR) practitioners in Indonesia. *International Journal on Advanced Science, Engineering and Information Technology* 10:3, 1066–1071. <http://dx.doi.org/10.18517/ijaseit.10.3.11821>
- Bakiner, Onur (2023). What do academics say about artificial intelligence ethics? An overview of the scholarship. *AI Ethics* 3, 513–525. <https://doi.org/10.1007/s43681-022-00182-4>
- Bankins, Sarah & Formosa, Paul (2023). The ethical implications of artificial intelligence (AI) for meaningful work. *Journal Business Ethics* 185, 725–740. <https://doi.org/10.1007/s10551-023-05339-7>
- Bélisle-Pipon, Jean-Christophe; Monteferrante, Erica; Roy, Marie-Christine & Couture, Vincent (2022). Artificial intelligence ethics has a black box problem. *AI & Society* 38, 1507–1522. <https://doi.org/10.1007/s00146-021-01380-0>
- Bourne, Clea (2019). AI cheerleaders: Public relations, neoliberalism and artificial intelligence. *Public Relations Inquiry* 8:2, 109–125. <https://doi.org/10.1177/2046147X19835250>
- Endacott, Camille G. & Leonardi, Paul M. (2022). Artificial intelligence and impression management: Consequences of autonomous conversational agents communicating on one's behalf. *Human Communication Research* 48:3, 462–490. <https://doi.org/10.1093/hcr/hqac009>
- Euroopan parlamentti (2023). *EU:n tekoälysäädös on ensimmäinen laatuaan*. Päivitetty 20.12.2023. Viitattu 30.12.2023. <https://www.europarl.europa.eu/news/fi/headlines/society/20230601STO93804/eu-n-tekoalysaadon-on-ensimmainen-laatuaan>
- Forsgård, Christina (2023). *Principles for Ethical Use of AI in Public Relations*. The International Communications Consultancy Organisation (ICCO). <https://newsroom.iccopr.com/documents/principles-for-ethical-use-of-ai-in-public-relations-dot-pdf-435525>
- Getchell, Kristen M.; Carradini, Stephen; Cardon, Peter W.; Fleischmann, Carolin; Ma, Haibing; Aritz, Jolanta & Stapp, James (2022). Artificial intelligence in business communication: The changing landscape of research and teaching. *Business and Professional Communication Quarterly* 85:1, 7–33. <https://doi.org/10.1177/23294906221074311>
- Gregory, Anne; Virmani, Swati & Valin, Jean (2023). *Humans Needed, More Than Ever: An Analysis of the Use of AI in PR and the Impact on Public Relations Work*. Chartered Institute of Public Relations (CIPR). https://www.cipr.co.uk/CIPR/Our_work/Policy/AI_in_PR/_AI_in_PR_guides.aspx
- Hagendorff, Thilo (2020). The ethics of AI ethics: An evaluation of guidelines. *Minds & Machines* 30, 99–120. <https://doi.org/10.1007/s11023-020-09517-8>

-
- Hancock, Jeffrey T.; Naaman, Mor & Levy, Karen (2020). AI-mediated communication: Definition, research agenda, and ethical considerations. *Journal of Computer-Mediated Communication* 25:1, 1–12. <https://doi.org/10.1093/jcmc/zmz022>
- Hermann, Erik (2022). Artificial intelligence and mass personalization of communication content: An ethical and literacy perspective. *New Media & Society* 24:5, 1258–1277. <https://doi.org/10.1177/14614448211022702>
- Honkela, Timo (2017). *Rauhankone: Tekoälytutkijan testamentti*. Gaudeamus.
- Huang, Changwu; Zhang, Zeqi; Mao, Bifei & Yao, Xin (2023). An overview of artificial intelligence ethics. *IEEE Transactions on Artificial Intelligence* 4:4, 799–819. <https://doi.org/10.1109/TAI.2022.3194503>
- ICCO (2023). ICCO World PR Report 2023–2024. The International Communications Consultancy Organisation (ICCO). <https://iccopr.com/services/world-reports/download-our-2023-2024-report>
- Koponen, Jonna; Julkunen, Saara; Laajalahti, Anne; Turunen, Marianna & Spitzberg, Brian (2023). Work characteristics needed by middle managers when leading AI-integrated service teams. *Journal of Service Research, online first* 13.12.2023. <https://doi.org/10.1177/10946705231220462>
- Laajalahti, Anne (2017). *Tekoäly hoi, älä jätä!* ProCom ry, Viestijät.fi, 22.8.2017. <https://www.procom.fi/viestijat/trendit/tekoaly-hoi-ala-jata>
- Laajalahti, Anne (2018). Fostering creative interdisciplinarity: Building bridges between ethical leadership and leaders' interpersonal communication competence. Teoksessa: Bowman, Sarah; Crookes, Adrian; Ihlen, Øyvind & Romenti, Stefania (toim.). *Public Relations and the Power of Creativity: Strategic Opportunities, Innovation and Critical Challenges*. Emerald, 23–55. <https://doi.org/10.1108/S2398-391420180000003002>
- Laajalahti, Anne (2020). *Miten viestiä vastuullisuudesta vastuullisesti?* Work goes happy, 7.4.2020. <https://www.wgh.fi/miten-viestia-vastuullisuudesta-vastuullisesti>
- Laajalahti, Anne & Rouhiainen-Neunhäuserer, Majastiina (2021). *Understanding Ethical Paradoxes Helps Communication Leaders (Re)build Trust in Leadership*. European Association of Communication Directors (EACD). <https://eacd-online.eu/leadership-communication-post-pandemic>
- Laaksonen, Salla-Maaria; Rajalahti, Hanna & Lind, Anna (2023). *Viestinnän eettiset ohjeet tukevat myös tekoälyn käytössä*. ProCom ry, Viestijät.fi, 20.12.2023. <https://www.procom.fi/viestijat/vastuullisuus/viestinnan-eettiset-ohjeet-tukevat-myos-tekoalyn-kaytossa>
- Latvanen, Marko (2023). *Tekoälyn vastuullinen hyödyntäminen > Tutustu aiempiin ohjeisiin ja suosituksiin*. Digi- ja väestötietovirasto. Päivitetty 13.11.2023. Viitattu 30.12.2023. <https://www.suomi.fi/oppaat/vastuullinen-tekoaly/dataetiikka/lait-ja-suositukset#tutustu-aiempiin-ohjeisiin-ja-suosituksiin>

-
- Liao, S. Matthew (2020). A short introduction to the ethics of artificial intelligence. Teoksessa: S. Matthew Liao (toim.). *Ethics of Artificial Intelligence*. Oxford University Press, 1–42.
- López Jiménez, Eduardo Alejandro & Ouariachi, Tania (2021). An exploration of the impact of artificial intelligence (AI) and automation for communication professionals. *Journal of Information, Communication and Ethics in Society* 19:2, 249–267.
<https://doi.org/10.1108/JICES-03-2020-0034>
- Moore, Simon & Hübscher, Roland (2022). *Strategic communication and AI: Public relations with intelligent user interfaces*. Routledge.
- Munn, Luke (2023). The uselessness of AI ethics. *AI and Ethics* 3, 869–877.
<https://doi.org/10.1007/s43681-022-00209-w>
- Nah, Fiona Fui-Hoon; Zheng, Ruilin; Cai, Jingyuan; Siau, Keng & Chen, Langtao (2023). Generative AI and ChatGPT: Applications, challenges, and AI-human collaboration. *Journal of Information Technology Case and Application Research* 25:3, 277–304. <https://doi.org/10.1080/15228053.2023.2233814>
- PR Council (2023). *PR Council Guidelines on Generative AI*. <https://prcouncil.net/wp-content/uploads/2023/04/PR-Council-Guidelines-on-Generative-AI-042423.pdf>
- Prem, Erich (2023). From ethical AI frameworks to tools: A review of approaches. *AI and Ethics* 3, 699–716.
<https://doi.org/10.1007/s43681-023-00258-9>
- Ray, Partha Pratim (2023). ChatGPT: A comprehensive review on background, applications, key challenges, bias, ethics, limitations and future scope. *Internet of Things and Cyber-Physical Systems* 3, 121–154.
<https://doi.org/10.1016/j.iotcps.2023.04.003>
- Saksi, Jukka (2023). *Tekoälyn murros viestinnässä – opit 40 viestintäjohtajalta*. Viesti ry, 16.6.2023.
<https://www.viesti.fi/tekoalyn-murros-viestinnassa-opit-40-viestintajohtajalta>
- Sætra, Henrik Skaug (2023). Generative AI: Here to stay, but for good? *Technology in Society* 75, Art. 102372.
<https://doi.org/10.1016/j.techsoc.2023.102372>
- Sebo, Jeff & Long, Robert (2023). Moral consideration for AI systems by 2030. *AI Ethics, online first 11.12.2023*.
<https://doi.org/10.1007/s43681-023-00379-1>
- Siau, Keng & Wang, Wei-yu (2020). Artificial intelligence (AI) ethics: Ethics of AI and ethical AI. *Journal of Database Management* 31:2, 74–87.
<http://dx.doi.org/10.4018/JDM.2020040105>
- Siitonen, Marko; Laajalahti, Anne & Venäläinen, Päivi (2024). Mapping automation in journalism studies 2010–2019: A literature review. *Journalism Studies* 25:3, 299–318. <https://doi.org/10.1080/1461670X.2023.2296034>
- Slota, Stephen C.; Fleischmann, Kenneth R.; Greenberg, Sherri; Verma, Nitin; Cummings, Brenna; Li, Lan & Shenefiel, Chris (2023). Locating the work of artificial intelligence ethics. *Journal of the Association for Information Science and Technology* 74:3, 311–322. <https://doi.org/10.1002/asi.24638>
-

Smith, Andrew Bruce & Waddington, Stephen (2023). *Artificial intelligence (AI) tools and the impact on public relations (PR) practice*. Chartered Institute of Public Relations (CIRP).
https://www.cipr.co.uk/CIPR/Our_work/Policy/AI_in_PR/_AI_in_PR_guides.aspx

Staley, Linda; Dvorak, Mark; Ewing, Michele E.; Hall, Holly Kathleen; Hoefl, James R. & Myers, Cayce (2023). *Promise & Pitfalls: The Ethical Use of AI for Public Relations Practitioners*. Public Relations Society of America (PRSA). Guidance from the PRSA Board of Ethics and Professional Standards (BEPS).
https://www.prsa.org/docs/default-source/about/ethics/ethicaluseofai.pdf?sfvrsn=5d02139f_2

Sundar, S. Shyam & Lee, Eun-Ju (2022). Rethinking communication in the era of artificial intelligence. *Human Communication Research* 48:3, 379–385.
<https://doi.org/10.1093/hcr/hqac014>

Swiatek, Lukasz; Galloway, Chris; Vujnovic, Marina & Kruckeberg, Dean (2022). Artificial intelligence and changing ethical landscapes in social media and computer-mediated communication: Considering the role of communication professionals. Teoksessa: Lipschultz, Jeremy Harris; Freberg, Karen & Luttrell, Regina (toim.). *The Emerald Handbook of Computer-Mediated Communication and Social Media*. Emerald, 653–670.
<https://doi.org/10.1108/978-1-80071-597-420221038>

USC (2023). *Fascinated and Frightened: How are Communications Professionals Viewing the AI Opportunity Ahead?* University of Southern California. USC Annenberg: Center for Public Relations.
https://www.we-worldwide.com/media/i5sjuvsa/fascinated-and-frightened-ai-in-comms_we-annenberg-2023.pdf

Valin, Jean & Gregory, Anne (2020). *Ethics Guide to Artificial Intelligence in PR*. Chartered Institute of Public Relations (CIRP).
https://www.cipr.co.uk/CIPR/Our_work/Policy/AI_in_PR/_AI_in_PR_guides.aspx

Viestinnän ala 2023. Viesti ry, Julkisen alan viestijät JAT ry, ProCom ry.
https://www.procom.fi/site/assets/files/1635/final_14577_viestinnan_ala_2023_final_julkinen.pdf

Zerfass, Ansgar; Tench, Ralph; Verčič, Dejan; Moreno, Ángeles; Buhmann, Alexander & Hagelstein, Jens (2023). *European Communication Monitor 2023*. Looking back and ahead: 15 years of research on strategic communication. EUPRERA/EACD.
<https://www.communicationmonitor.eu/2023/09/07/ecm-european-communication-monitor-2023>

Kiitokset:

Kirjoitus liittyy Suomen Akatemian rahoittamaan tutkimusprojektiin ”Etäjohtaminen digitaalisen viestinnän avulla”, päätösnumero: 342265.
