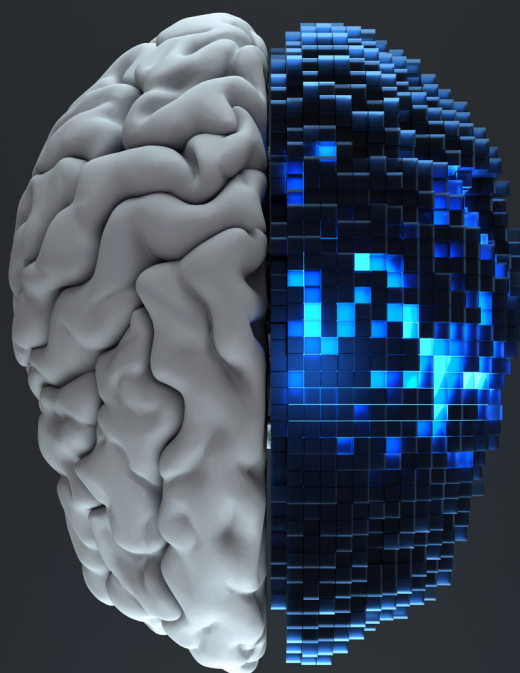


SWEDMA

ETISKA RIKTLINJER FÖR AI ANVÄNDNING I MARKNADSFÖRING



INLEDNING

Marknadsföringen förändras snabbt och med artificiell intelligens (AI) öppnas nya möjligheter för innovation och effektivitet. Samtidigt som vi tillvaratar potentialen med AI är det viktigt att skapa riktlinjer som säkerställer etiskt ansvar, skydd för människors rättigheter och en ansvarsfull användning av teknologin.

AI-tekniken ska stärka människor och ge dem möjlighet att fatta välgrundade beslut samtidigt som individens grundläggande rättigheter skyddas. Riktlinjerna nedan återger därför ett antal principer som syftar till att ge företag vägledning i hur de kan använda AI på ett sätt som bygger förtroende, främjar transparens och upprätthåller integritet.

Genom dessa riktlinjer vill vi säkerställa att marknadsföring förblir en positiv kraft som skapar meningsfulla relationer och bidrar till en bättre samhällsutveckling genom ökad tillväxt och förtroende.

AVSNITT 1 – ANVÄNDARKONTROLL OCH TRANSPARENS

1.1 Mänsklig kontroll

Princip:

AI-system ska underställas mänsklig kontroll och inte ersätta människor i fråga om slutligt beslut, bedömning eller liknande om det inte står klart att detta kan ske utan risk för individen.

Tillämpning:

Säkerställ att AI beslutsprocesser är transparenta, ansvarstagande och under mänsklig kontroll. Använd strategier som "människan vid rodret", "människan i processen" och "människan som övervakare" för att säkerställa att AI-verktyg stödjer och förstärker mänskliga förmågor i stället för att ersätta dem i frågor om beslut, bedömningar etc. AI bör fatta "egna" beslut endast då påverkan för individen är begränsad (det är t.ex. skillnad på beslutat om vilken produkt som ska annonseras och vilken produkt som ska rekommenderas).

1.2. Ändamålsbegränsning

Princip:

Använd AI endast för sina avsedda, etiskt motiverade ändamål.

Tillämpning:

Definiera och dokumentera tydligt syftet med AI i marknadsföringsstrategier och granska regelbundet dessa för att säkerställa att de överensstämmer med etiska standarder.

1.3. Användarinflytande och Transparens

Princip:

AI-system ska drivas med transparens och användarinflytande, så att de beslut som fattas är förståeliga och möjliga att ifrågasätta för de berörda.

Tillämpning:

Informera tydligt individer om användningen av AI-system, vilken data som samlas in till systemet och i vilket syfte den används.

Organisationer bör tillhandahålla tydliga och lättförståeliga integritetsmeddelanden för att säkerställa att individer är medvetna om sina rättigheter. De ska också ange en tillgänglig kontaktväg så att individen kan göra sina rättigheter gällande.

1.4. Respekt för Användarens Självbestämmande

Princip:

Att respektera individens beslut och integritet (användarkontroll) är centralt. Stärk kundens självbestämmande utan att underminera det.

Tillämpning:

Ge kunderna kontroll över sina interaktioner med AI-drivna system, inklusive datadelning och AI-interaktioner. Säkerställ att användarna informeras om sina rättigheter att få tillgång till, korrigera och återkalla sina uppgifter. Skapa mekanismer som gör det möjligt för individer att ifrågasätta och överklaga AI-beslut som påverkar dem.

AVSNITT 2 – ETISK OCH RÄTTVIS ANVÄNDNING AV AI

2.1. Etisk Marknadsföring

Princip:

Sträva efter en etisk marknadsföring som respekterar konsumenträttigheter utan att använda manipulativa eller vilseledande metoder.

Tillämpning:

Det är viktigt med en egen regelbunden granskning av marknadsföringen för att säkerställa att den följer etiska riktlinjer och att varken data eller algoritmer används på ett sätt som riskerar att vilseleda, utnyttja eller skada konsumenterna.

2.2. Etisk Utveckling och Implementering

Princip:

Säkerställ att AI-verktyg utvecklas och implementeras på ett ansvarsfullt sätt, i enlighet med etiska riktlinjer och bästa praxis, med etiska överväganden från början.

Tillämpning:

Involvera olika intressenter i utvecklingsprocessen och ta särskild hänsyn till etiska hänsyn vid urval av den data som tränar AI-modeller.

2.3. Positiv Användarupplevelse

Princip:

Säkerställ att AI gynnar kunder och förbättrar deras upplevelse utan att orsaka skada eller onödig manipulation.

Tillämpning:

Utforma AI-system som prioriterar kundens välmående och förbättrar användarupplevelsen, samtidigt som manipulerande metoder undviks.

2.4. Rättvisa och Icke-diskriminering

Princip:

Säkerställ att AI-system ska vara fria från fördomar som kan leda till diskriminering av individer eller grupper och säkerställa jämlikhet och mångfald.

Tillämpning:

Genomför regelbundna granskningar och uppdateringar av AI-algoritmer för att identifiera och eliminera fördomar. Använd mångsidiga datamängder för att undvika partiskhet.

2.5. Rätt att få tillgång till och korrigera egna uppgifter

Princip:

Ge individer möjlighet att få tillgång till och korrigera sina uppgifter.

Tillämpning:

Tillhandahåll mekanismer för granskning, uppdatering och radering av data för att säkerställa dess korrekthet. Detta kan inkludera automatiserade verktyg för datarensning, schemalagda datarevisioner och kvalitetskontroller samt användariniterade portaler för datakorrigering.

2.6. Hållbarhet

Princip: Om möjligt använd AI-lösningar som är hållbara och minskar miljöpåverkan.

Tillämpning: Optimera AI-algoritmer för energieffektivitet och välj gröna teknologier, inklusive energieffektiv hårdvara och gröna datacenter och leverantörer.

AVSNITT 3 – STYRNING, EFTERLEVNAD OCH FÖRBÄTTRING

3.1. Integritets- och Dataskydd

Princip:

Upprätthåll höga standarder för dataintegritet och säkerhet genom att införa starka åtgärder för att skydda data mot obehörig åtkomst, intrång och förlust.

Tillämpning:

Implementera omfattande dataskyddsstrategier som inkluderar kryptering, pseudonymisering, anonymisering och andra integritetsförbättrande tekniker för att skydda personuppgifter. Använd en flexibel metod för integritetsskydd, med insikt om att olika typer av databehandling kan kräva olika tekniker.

3.2. Datakvalitet

Princip:

Säkerställ att data som används av AI-system är korrekta och pålitliga.

Tillämpning:

Utför regelbundna granskningar av datakällor och algoritmer för att säkerställa att data är relevanta och exakta.

3.3. Dataminimering

Princip:

Använd inte fler eller mer omfattande uppgifter än vad som är nödvändigt för den specifika AI-användningen.

Tillämpning:

Utvärdera noggrant vilka data som behövs och samla endast in/använd det som är absolut nödvändigt. Överväg om det räcker med att använda oidentifierade uppgifter för till exempel analyser som utförs av AI.

3.4. Digital inkludering

Princip:

Utveckla AI-lösningar uppfyller kraven på digital tillgänglighet i syfte att skapa användarvänliga gränssnitt.

Tillämpning:

Integrera tillgänglighet som en del av innovationsprocessen och säkerställ att all utveckling minst följer de framtagna efterlevnadskraven.

3.5. Kontinuerlig Förbättring

Princip:

Åta er att ständigt lära och förbättra AI-systemen.

Tillämpning:

Implementera feedbackmekanismer och uppdatera regelbundet AI-systemen baserat på nya insikter.

3.6. Revisions- och Efterlevnadsmekanismer

Princip:

Upprätthåll strikt efterlevnad av etiska standarder och regleringar genom regelbundna revisioner och kontroller av efterlevnad.

Tillämpning:

Genomför regelbundna interna och externa revisioner för att bedöma efterlevnad, justera AI-praktiker baserat på resultaten och integrera löpande övervakning av efterlevnad i företagets styrning.

REGELBUNDNA UPPDATERINGAR

SWEDMA (Swedish Data & Marketing Association) strävar efter att regelbundet uppdatera och granska denna etiska riktlinje för att säkerställa dess fortsatta relevans och effektivitet.

Uppdateringar görs baserat på:

Teknologiska
framsteg

Feedback från
medlems-
organisationer

Förslag från
andra själv-
reglerande
organ

Dessa uppdateringar syftar till att säkerställa att riktlinjen inte bara uppfyller nuvarande standarder, utan också förutser framtida utmaningar och möjligheter inom etisk AI-marknadsföring.

SWEDMA

KUNGSGATAN 60 / 111 22 STOCKHOLM /
TEL: +46 8 534 802 60 / E-POST: DIREKT@SWEDMA.SE



SWEDMA

ETISKA RIKTLINJER FÖR AI ANVÄNDNING I MARKNADSFÖRING

KUNGSGATAN 60 / 111 22 STOCKHOLM / TEL: +46 8 534 802 60 /
E-POST: DIREKT@SWEDMA.SE



SWEDMA

ETISKA RIKTLINJER FÖR AI ANVÄNDNING I MARKNADSFÖRING

KUNGSGATAN 60 / 111 22 STOCKHOLM / TEL: +46 8 534 802 60 /
E-POST: DIREKT@SWEDMA.SE

ETISKA RIKTLINJER FÖR AI ANVÄNDNING I MARKNADSFÖRING

SWEDMA – SWEDISH DATA & MARKETING ASSOCIATION |
KUNGSGATAN 60, 111 22 STOCKHOLM | TEL: +46 8 534 802 60 |
SWEDMA.SE