

**ETIČNE SMERNICE
ZA ODGOVORNO UPORABO
ORODIJ UMETNE INTELIGENCE**

**DOBRA
PRAKSA**

UVOD

Oglaševalska industrija vstopa v eno najglobljih preobrazb doslej, v kateri umetna inteligenca ne spreminja zgolj uporabljenih orodij, temveč tudi temeljne pristope k ustvarjanju, načrtovanju in izvajanju komunikacij. Zmožnost avtomatiziranega oblikovanja besedil, vizualnih rešitev in avdiovizualnih vsebin omogoča hitrejši razvoj idej in natančnejše prilagajanje sporočil, hkrati pa postavlja nova merila učinkovitosti in predvidljivosti komunikacijskih strategij. Dolgoročni potencial teh tehnologij ni odvisen le od njihove zmogljivosti, temveč predvsem od načina njihove uporabe – od preglednosti izvora ustvarjenih vsebin, ustrezne vloge človeškega nadzora, doslednega varovanja osebnih podatkov ter zavestnega preprečevanja pristranskosti in izključevanja, brez katerih zaupanje potrošnikov ne more obstati. Ključno tveganje neodgovorne uporabe orodij umetne inteligence v oglaševanju ni zgolj pravna ali tehnološka neskladnost, temveč postopno spodkopavanje zaupanja javnosti v oglaševanje kot celoto.

Čedalje večja vpetost umetne inteligence v oglaševalske procese pomeni, da njeni učinki segajo tudi na raven odločanja, kar dodatno povečuje pomen jasnih pravil, nadzora in odgovorne rabe. Slovenska oglaševalska zbornica (SOZ) s tem dokumentom prevzema vlogo usmerjevalca stroke, ki povezuje interese oglaševalcev, agencij in medijev ter skrbi za razvoj profesionalnih in etičnih praks v oglaševanju. Vsebinsko izhodišče dokumenta so Etične smernice za komunikacijske agencije o uporabi orodij umetne inteligence, ki jih je pripravilo Evropsko združenje agencij za tržno komuniciranje (EACA), priporočila pa so dodatno prilagojena specifičnim značilnostim slovenskega trga ter njegovemu regulativnemu in kulturnemu okviru.

Namen dokumenta je vzpostaviti jasen in praktičen okvir za odgovorno uporabo orodij umetne inteligence v oglaševalskih in komunikacijskih procesih. Smernice so namenjene širokemu krogu uporabnikov – tako tistim, ki se s temi tehnologijami šele srečujejo, kot izkušenim strokovnjakom – ter obravnavajo razna organizacijska in sektorska okolja, v katerih potekajo oglaševalski in komunikacijski procesi. Njihov cilj ni omejevanje ustvarjalnosti ali tehnološkega razvoja, temveč usmerjanje rabe umetne inteligence na način, ki krepi preglednost, odgovornost in dolgoročno zaupanje v oglaševalsko stroko.

Posebna pozornost je namenjena razmerju med tehnološkimi zmogljivostmi in človeškim odločanjem. Uporaba orodij umetne inteligence nikogar ne razbremeni odgovornosti, temveč jo preoblikuje: tako oglaševalci kot agencije ostajajo nosilci odločitev, ki vplivajo na pomen, zaznavo in verodostojnost blagovnih znamk. Dokument zato poudarja pomen ustreznega človeškega nadzora, varovanja osebnih podatkov ter aktivnega preprečevanja pristranskosti, zavajanja in izključevanja v komunikacijskih sporočilih, ki nastajajo ob podpori umetne inteligence.

Pristop, opisan v tem dokumentu, je skladen z vodilnimi mednarodnimi panožnimi smernicami za odgovorno uporabo orodij umetne inteligence v oglaševanju.

Dokument je pripravila delovna skupina Slovenskega združenja oglaševalskih agencij (mandat 2026–2029) pri Slovenski oglaševalski zbornici v sestavi: Mateja Gramc, Miha Kocjančič, Toni Tomašek in Nina Zadnikar.

1. TEMELJNA NAČELA UPORABE ORODIJ UMETNE INTELIGENCE V OGLAŠEVANJU

Uvajanje umetne inteligence v oglaševalske in komunikacijske prakse zahteva jasno opredeljena izhodišča, ki omogočajo uporabo tehnologije, ob tem pa je ključna človeška presoja in ohranjanje preglednosti procesov, hkrati pa varovanje zaupanja javnosti in dolgoročne legitimnosti stroke. Načela v nadaljevanju tvorijo skupen okvir za premišljeno vključevanje orodij umetne inteligence v ustvarjanje, odločanje in komuniciranje.

Aktivna vloga človeka

Etično in pravno odgovornost za uporabo orodij umetne inteligence vedno nosi človek. Sistemi umetne inteligence naj ne delujejo kot avtonomni odločevalci brez ustreznega človeškega nadzora. Ljudje ohranijo ključno vlogo pri določanju ciljev, potrjevanju rezultatov in prevzemanju odgovornosti za vse vsebine, odločitve ali priporočila, ki nastanejo ob podpori umetne inteligence.

Mehanizmi nadzora morajo biti sorazmerni obsegu in tveganjem uporabe orodij umetne inteligence. Kadar uporaba orodij umetne inteligence neposredno vpliva na odločitve ali izkušnjo uporabnikov, naj bo, kadar je to smiselno, omogočeno človeško ukrepanje ali dodatna razlaga sprejetih odločitev.

Ciljna in sorazmerna raba tehnologije

Orodja umetne inteligence se morajo uporabljati premišljeno in namensko, kadar omogočajo jasno dodano vrednost ter krepijo človeško ustvarjalnost, strokovno presojo in učinkovitost. Uporaba teh naj ne nadomešča ustvarjalnega ali strateškega razmišljanja, temveč ga mora dopolnjevati.

Oglaševalci in agencije morajo pri tem upoštevati tudi potencialni vpliv umetne inteligence na zaposlovanje, razvoj talentov in ustvarjalne poklice ter uvajati tehnologijo na način, ki krepi človeško znanje, spodbuja preusposabljanje in dolgoročno podpira strokovni razvoj v panogi.

Dosledna skladnost s pravnimi okviri in avtorskimi pravicami

Uporaba orodij umetne inteligence mora biti v celoti skladna z veljavno zakonodajo in uveljavljenimi standardi, zlasti na področjih varstva osebnih podatkov, varstva potrošnikov in varstva pravic intelektualne lastnine.

Oglaševalci in agencije morajo spoštovati pravice imetnikov avtorske in sorodnih pravic ter zagotoviti ustrezna dovoljenja in pravilno navajanje avtorstva, zlasti pri generativni umetni inteligenci. Odgovornosti v dobavni verigi umetne inteligence morajo biti jasno opredeljene tudi pri uporabi tovrstnih orodij tretjih ponudnikov.

Izobraževanje in krepitev kompetenc

Odgovorna uporaba orodij umetne inteligence zahteva ustrezna znanja, treba je razumeti njene zmožnosti in omejitve ter upoštevati pravne in etične vidike uporabe teh orodij. Oglaševalci in agencije naj vlagajo v razvoj umetnointeligentne pismenosti zaposlenih ter zagotavljajo jasno in odprto komunikacijo s strankami o vlogi in vplivu umetne inteligence.

Odkrivanje in omejevanje pristranskosti

Pri uporabi orodij umetne inteligence je treba aktivno prepoznavati in zmanjševati pristranskost, diskriminatorne učinke ali izključujoče vzorce. Agencije so odgovorne za presojo in prilagoditev končnih rezultatov ter za zagotavljanje vključujočega in družbeno odgovornega komuniciranja.

Sledljivost in odgovornost odločitev

Procesi, ki vključujejo umetno inteligenco, morajo omogočati razumevanje in utemeljitev sprejetih odločitev. Vloge in odgovornosti vseh vpletenih deležnikov morajo biti jasno določene. Oglaševalci in agencije naj izvajajo presojo z ustrezno skrbnostjo ter vzpostavijo postopke za obravnavo napak ali škodljivih učinkov in postopke za obravnavo napak ali škodljivih učinkov, vključno z ukrepi za zaščito varnosti in verodostojnosti blagovnih znamk.

Varovanje ranljivih skupin

Orodja umetne inteligence naj se ne uporabljajo na način, ki bi izkoriščal čustveno, kognitivno ali socialno ranljivost posameznikov ali skupin, zlasti otrok in drugih ogroženih skupin. Na občutljivih področjih naj bodo vzpostavljene jasne meje in varovalke.

Preglednost in jasno označevanje vsebin

Uporaba orodij umetne inteligence mora biti pregledna in razumljiva, zlasti kadar lahko vpliva na zaznavanje avtentičnosti ali verodostojnosti oglaševalskih vsebin. Vsebine, pri katerih so bila uporabljena orodja umetne inteligence, je treba jasno označiti, kadar bi narava teh vsebin lahko zavajala javnost ali vplivala na zaupanje potrošnikov.

Orodja umetne inteligence naj se ne uporabljajo za ustvarjanje ali razširjanje zavajajočih, prikritih ali lažno avtentičnih vsebin, zlasti kadar bi to lahko vplivalo na zaznavanje resničnosti ali avtentičnosti ali zaupanje javnosti.

Okoljska odgovornost in trajnostna raba tehnologije

Pri izbiri in uporabi orodij umetne inteligence naj organizacije, kadar je to mogoče, upoštevajo tudi njihov okoljski vpliv in dajejo prednost bolj trajnostnim rešitvam.

2. NAČINI UPORABE ORODIJ UMETNE INTELLIGENCE V OGLAŠEVANJU

Oglaševanje in tržno komuniciranje v okviru Uredbe (EU) 2024/1689 (akt o umetni inteligenci) nista kot panoga sistematično uvrščena med področja visoko tveganih sistemov, vendar regulativni okvir določa prepovedane prakse ter posebne obveznosti in zahteve, ki se uporabljajo tudi za posamezne oblike uporabe orodij umetne inteligence v oglaševanju. Na te procese vplivajo tudi drugi predpisi, zlasti s področja varstva osebnih podatkov, varstva potrošnikov in digitalnih storitev.

Namen tega pregleda je olajšati razumevanje razlik med posameznimi načini uporabe orodij umetne inteligence, njihovimi vplivi in tveganji ter uporabnikom omogočiti premišljeno in odgovorno presojo pri njeni uporabi v oglaševalskih in komunikacijskih procesih, zlasti z vidika varovanja zaupanja javnosti in ugleda blagovnih znamk.

Relevantni pravni okvir za uporabo orodij umetne inteligence v oglaševanju

Na uporabo umetne inteligence v oglaševanju vpliva širši pravni okvir Evropske unije in Republike Slovenije, med drugim Uredba (EU) 2024/1689 (akt o umetni inteligenci), Uredba (EU) 2016/679 (splošna uredba o varstvu podatkov), Zakon o varstvu osebnih podatkov (ZVOP-2), Zakon o varstvu potrošnikov (ZVPot-1), Zakon o elektronskih komunikacijah (ZEKom-2), Uredba (EU) 2022/2065 (akt o digitalnih storitvah), Zakon o varstvu pred diskriminacijo (ZVarD), Uredba (EU) 2024/900 o preglednosti in ciljanju političnega oglaševanja ter Zakon o izvajanju uredbe (EU) o določitvi harmoniziranih pravil o umetni inteligenci (ZIUDHPUI).

VRSTA UPORABE ORODIJ UMETNE INTELLIGENCE V OGLAŠEVANJU	TIPIČNI PRIMERI UPORABE ORODIJ UMETNE INTELLIGENCE V OGLAŠEVANJU	STOPNJA TVEGANJA UPORABE ORODIJ UMETNE INTELLIGENCE V OGLAŠEVANJU	REFERENČNA TEMELJNA NAČELA UPORABE ORODIJ UMETNE INTELLIGENCE V OGLAŠEVANJU	KLJUČNI POUČILSKI ZA PRAKSO UPORABE ORODIJ UMETNE INTELLIGENCE V OGLAŠEVANJU
Orodja generativne umetne inteligence	Besedila, slike, video, glas, virtualni liki	Nizko do srednje	Aktivna vloga človeka, ciljna in sorazmerna raba tehnologije, zmerna in smiselna preglednost, sledljivost in odgovornost odločitev	Človeški nadzor nad vsebino, preprečevanje zavajanja, razmislek o razkritju uporabe orodij umetne inteligence
Umetnointeligenčni klepetalniki in agentski sistemi	Klepetalniki, avtomatski prodajni in podporni pomočniki	Srednje	Zmerna in smiselna preglednost, aktivna vloga človeka, dosledna skladnost s pravnimi okviri, sledljivost in odgovornost odločitev	Jasno razkritje avtomatizacije, možnost človeškega ukrepanja
Optimizacija kampanj in real-time bidding (RTB)	Avtomatizirane dražbe, atribucija, združevanje podatkov	Srednje do visoko	Ciljna in sorazmerna raba tehnologije, dosledna skladnost s pravnimi okviri, sledljivost in odgovornost odločitev, zmerna in smiselna preglednost	Preglednost oglaševanja, jasna razmejitev odgovornosti v verigi ponudnikov
Diskriminacija pri uporabi orodij umetne inteligence	Izključevanje skupin, stereotipni ali neenakopravni izidi	Srednje do visoko	Odkrivanje in omejevanje pristranskosti, varovanje ranljivih skupin, sledljivost in odgovornost odločitev, izobraževanje in krepitev kompetenc	Presoja dejanskih učinkov, korektivni ukrepi, dokumentiranje odločitev
Personalizacija in ciljanje na podlagi podatkov	Profiliranje, segmenti podobnih uporabnikov, priporočilni modeli	Srednje do visoko	Dosledna skladnost s pravnimi okviri, odkrivanje in omejevanje pristranskosti, varovanje ranljivih skupin, sledljivost in odgovornost odločitev	Ustrezna pravna podlaga, omejitve pri mladoletnih, minimizacija podatkov
Zaznavanje čustev ali biometrična kategorizacija	Analiza mimike, glasu, razpoloženja	Srednje do visoko	Ciljna in sorazmerna raba tehnologije, dosledna skladnost s pravnimi okviri, zmerna in smiselna preglednost, varovanje ranljivih skupin	Presoja nujnosti in sorazmernosti, jasno obveščanje uporabnikov
Zloraba ali zavajajoča uporaba orodij umetne inteligence	Globoki ponaredek, temni vzorci, prikriti tehnike vplivanja	Visoko	Aktivna vloga človeka, zmerna in smiselna preglednost, varovanje ranljivih skupin, dosledna skladnost s pravnimi okviri	Prepoved zavajanja, zaščita potrošnikov in ranljivih skupin
Politično oglaševanje z uporabo orodij umetne inteligence	Ustvarjanje kreativnih vsebin, optimizacija in ciljno usmerjeno politično oglaševanje	Visoko	Zmerna in smiselna preglednost, dosledna skladnost s pravnimi okviri, sledljivost in odgovornost odločitev, varovanje ranljivih skupin	Zelo pregledno, omejitve pri ciljno usmerjenem oglaševanju, jasna odgovornost

* Opomba: stopnja tveganja je informativna in je lahko odvisna od zadevnih okoliščin uporabe, obsega avtomatizacije in človeškega nadzora.

3. KAKO NAČELA UPORABLJATI V PRAKSI

V tem poglavju so zbrani konkretni napotki, ki pomagajo oglaševalcem in agencijam načela odgovorne uporabe orodij umetne inteligence prenesti v vsakodnevno delo. Koraki so namenjeni lažjemu odločanju, preglednejši uporabi tehnologije in pravočasnemu prepoznavanju tveganj, da umetna inteligenca v praksi ostaja podpora ustvarjalnosti in zaupanja vredni komunikaciji.

1. Vzpostavitev notranjih pravil in postopkov za uporabo orodij umetne inteligence

V organizaciji jasno določite, kako, kdaj in za katere namene uporabljate orodja umetne inteligence. Pravila naj zaposlenim in sodelavcem pomagajo razumeti, kaj je dovoljeno, kje so meje, kako se sprejemajo odločitve in kako se izvaja nadzor nad uporabo tehnologije.

2. Opredelitev nosilcev odgovornosti

Poskrbite, da je za vsako uporabo orodij umetne inteligence jasno, kdo zanjo odgovarja. Te osebe morajo razumeti uporabljena orodja, njihove učinke in imeti dovolj znanja za sprejemanje premišljenih odločitev.

3. Presoja vplivov pred uporabo orodij umetne inteligence

Preden začnete uporabljati orodja umetne inteligence ali razširite njihovo uporabo, razmislite, kako lahko to vpliva na uporabnike, blagovno znamko in širšo javnost. Zgodnje razumevanje možnih posledic pomaga preprečiti težave, še preden nastanejo.

4. Aktivno upravljajte tveganja

Različne oblike uporabe umetne inteligence ustvarjajo različno stopnjo tveganja. Pomembno je, da tveganja prepoznate, jih redno preverjate in nadzor prilagajate temu, kako in v kolikšnem obsegu uporabljate orodja umetne inteligence.

5. Spremljanje delovanja skozi čas

Umetna inteligenca se lahko sčasoma obnaša drugače kot ob začetni uporabi. Zato redno preverjajte rezultate, spremljajte morebitna odstopanja in pravočasno ukrepajte, če zaznate neželene učinke.

6. Prilagajanje praks spremembam zakonodaje in standardov

Spremljajte spremembe zakonodaje in panožnih smernic ter sproti prilagajajte svoje prakse. Tako zagotovite, da uporaba orodij umetne inteligence ostaja skladna, odgovorna in dolgoročno vzdržna.

7. Vključevanje etične presoje v delovne procese

Pri uporabi orodij umetne inteligence bodite pozorni tudi na etične vidike, kot so pristranskost, vključevanje in družbeni vplivi. Redno preverjajte, ali rezultati, ki jih ustvarjate, odražajo vrednote, ki jih zagovarjate.

8. Jasno označevanje vsebin

Določite, kdaj in kako boste označevali vsebine, pri katerih so bila uporabljena orodja umetne inteligence. Označevanje naj pomaga ohranjati zaupanje javnosti in preprečevati zavajanje, ne pa po nepotrebnem obremenjevati komunikacije.

9. Omogočite odzivnost in povratne informacije

Vzpostavite jasne poti, po katerih lahko stranke, partnerji ali potrošniki opozorijo na morebitne težave ali pomisleke glede uporabe orodij umetne inteligence. Pomembno je, da se organizacija na takšne odzive hitro in odgovorno odzove ter po potrebi prilagodi ali popravi svoje prakse.

10. Posodobitev pogodb in dogovorov

Poskrbite, da uporaba orodij umetne inteligence ni urejena le v praksi, temveč tudi v pogodbah. Jasni dogovori o odgovornostih in tveganjih pomagajo preprečevati nesporazume in krepijo zaupanje med partnerji.

11. Odgovorno sodelovanje z dobavitelji

Pri izbiri orodij umetne inteligence upoštevajte tudi ravnanje njihovih ponudnikov. Kadar je mogoče, izbirajte partnerje, ki jasno navedejo značilnosti delovanja tehnologije in njenih širših vplivov.

12. Skupno upravljanje in nadzor

Uporaba umetne inteligence naj bo del običajnih upravljavskih procesov. Redni pregledi, jasni postopki odločanja in dokumentirana odgovornost pomagajo ohranjati nadzor in zaupanje.

13. Razvoj znanja in ljudi

Umetna inteligenca naj bo podpora razvoju zaposlenih, ne ovira. Vlagajte v znanje, usposabljanje in razvoj novih veščin, da tehnologija dolgoročno krepi ustvarjalnost in strokovnost v panogi.