AI-märkning – rekommendation

Innehåll

Så använder du rekommendationen

Del 1 – Deepfakes bör märkas (bild, ljud, video)
- Vad är en deepfake, i korthet?
- Exempel – bild och video
- Exempel – ljud och röst
- Konst, satir och fiktion

Del 2 – AI-genererad/manipulerad text
- Text som publiceras i kanaler för vilka ni har en ansvarig utgivare
- Text som publiceras i kanaler för vilka ni saknar en ansvarig utgivare

Del 3 – Så märker du

Del 4 – Kort om maskinläsbar märkning

Så använder du rekommendationen

Hitta det scenario som liknar ditt eget i exempeltabellerna nedan och se om innehållet bör märkas. Kontexten kan spela en avgörande roll för om AI-skapat eller ändrat innehåll bör märkas eller inte, eftersom kontexten ofta avgör vad publiken kan förväntas tro om innehållets äkthet (se mer om detta i Del 1 nedan).

Typ av innehåll som bör innehålla en visuell märkning

Innehåll	Gäller för
1. Deepfakes	AI-genererad/manipulerad bild, ljud, video
2. Vissa texter	AI-genererad/manipulerad text

DEL 1 – DEEPFAKES BÖR MÄRKAS (bild, ljud, video)

1. Vad är en deepfake, i korthet?

AI-skapat eller AI-ändrat bild-, ljud- eller videoinnehåll som liknar en verklig eller realistisk person, plats, sak eller händelse – och som kan uppfattas som äkta eller sant. Det räcker alltså att motivet ser realistiskt ut, det behöver inte efterlikna något som finns i verkligheten.

Bedömningen av om innehåll bör AI-märkas kan skilja sig åt beroende på i vilken kontext innehållet används, eftersom kontexten ofta styr vad publiken kan förvänta sig är äkta eller sant. Liknande innehåll där AI varit inblandad kan behöva märkas i till exempel ett nyhetssammanhang eller en dokumentär, men inte i en annons, en underhållningspodd eller ett magasin med en nisch där innehållet inte förväntas vara äkta. Kontexten, och den förväntan den skapar hos publiken, bör därför alltid vägas in. Bedömningen ska göras utifrån den förväntade kunskapen hos den faktiska publiken. Om barn, äldre eller andra med lägre digital kompetens kan exponeras för innehållet gäller en strängare bedömning.

Snabbtest deepfakes (bild, ljud, video)

1. Har AI skapat eller ändrat innehållet?
2. Liknar det en realistisk person/plats/sak/händelse?
3. Skulle motivet kunna finnas i verkligheten? (Drakar, talande djur och liknande orealistiska motiv räknas inte.)
4. Är kontexten sådan att publiken förväntar sig att innehållet är äkta eller sant?

Om "ja" på alla fyra → innehållet bör märkas. Om innehållet däremot uppenbart är konst, satir eller fiktion, så räcker det med en märkning som inte stör upplevelsen av innehållet (se särskilt avsnitt under tabellerna nedan).

2. Exempel – bild och video

Exempel där AI har använts för att skapa eller ändra huvudobjektet

Scenario	Märkning?	Varför?
Vi har genererat en bild av en person med AI. Personen är fiktiv och inte baserad på någon specifik verklig person. *Ex: En AI-genererad "kund" som ler mot kameran i en bankannons – personen finns inte på riktigt.* *En AI-genererad "läsare" som visas njuta av en smoothie i ett recept i ett*	Ja	Räcker att personen ser realistisk och mänsklig ut – den behöver inte finnas i verkligheten.

Scenario	Märkning?	Varför?
livsstilsmagasin – personen finns inte i verkligheten.		
Vi har genererat en bild med AI av en existerande känd person. *Ex: En AI-genererad Magdalena Andersson i en artikel eller annons.* *Ett modemagasin skapar en AI-genererad bild av en känd skådespelare i en klänning på röda mattan. Det spelar ingen roll om hen faktiskt ägt eller burit klänningen.*	Ja	Känd person innebär hög risk att publiken tror att det är äkta. Det spelar ingen roll för märkningen om personen gett sitt samtycke.
Vi sätter med AI in en känd persons ansikte, röst eller agerande i ett videoklipp. *Ex: En videoannons för en matkasse där en känd kocks ansikte och röst är AI-genererade i en scen som ger sken av att vara ett äkta inspelat klipp av kocken.* *En videointervju på ett vetenskapsmagasins webbplats där forskarens ansikte eller röst är AI-manipulerad på ett sätt som gör klippet till mer än en teknisk redigering av en äkta inspelning.*	Ja	Känd person + realistisk bild/röst innebär hög risk att publiken tror att det är äkta. Det spelar ingen roll för märkningen om personen gett sitt samtycke.
Vi har ett riktigt fotografi eller videoklipp av en person och har med AI-verktyg ändrat personens ålder, ansiktsuttryck, kroppsform eller agerande. *Ex: Ett pressfoto av en politiker där AI gjort att personen ser yngre ut eller ändrat ansiktsuttrycket från allvarligt till leende.*	Ja	Ändrar hur personen faktiskt ser ut eller agerar, vilket påverkar sanningshalten. Se dock undantag nedan vid mindre retusch och bildredigering.
Vi har genererat en fotorealistisk bild med AI där miljön eller platsen själv är huvudmotivet i bilden – till exempel en trädgård, stadsmiljö	Ja	Här är den AI-genererade miljön själv huvudmotivet, och en fotorealistisk sådan kan uppfattas som ett äkta foto av en verklig plats.

Scenario	Märkning?	Varför?
eller produktmiljö utan något annat huvudobjekt i förgrunden. *Ex: En AI-genererad bild av Central Park i New York*		
Vi har ett föremål (huvudobjektet) i en bild eller video som vi ändrat med AI, men ändringen är inte så ingripande att föremålet framstår som bättre eller annorlunda än den faktiskt är. *Ex: En bild av en mobiltelefon där AI använts för att räta ut en sned vinkel eller ta bort en reflex i skärmen, utan att mobilens utseende eller egenskaper ändras.*	Nej	Ändringen påverkar inte publikens uppfattning om föremålets faktiska egenskaper. Observera: en mer ingripande ändring ska märkas och, om det är en annons, kan innehållet i så fall dessutom strida mot marknadsföringslagens förbud mot vilseledande reklam.
Vi har genererat en tecknad, stiliserad eller uppenbart orealistisk figur. *Ex: En AI-genererad/manipulerad elefant som cyklar eller hund som talar, en AI-genererad drake.*	Nej	Ett uppenbart orealistiskt motiv har ingen potential att vilseleda någon att vara äkta.

Exempel där AI har använts för att skapa eller ändra bakgrunden/kringliggande detaljer, inte huvudobjektet

Scenario	Märkning?	Varför
Vi har använt AI för mindre tekniska justeringar såsom brusreducering, beskärning, färg/ljus, skärpa, filkomprimering – utan att ändra vad bilden eller videon visar.	Nej	Rena tekniska mindre justeringar ändrar inte vad bilden faktiskt skildrar.
Vi har en bild eller video i ett sportmagasin där en verklig person, sak eller plats är huvudobjektet, men bakgrunden eller miljön runt huvudobjektet är skapad eller ändrad med AI på ett sätt som är uppenbart att det inte är äkta eller betydelselöst	Nej	Kontexten och publikens förväntan spelar en avgörande roll för om en AI-skapad eller ändrad bakgrund bör märkas eller inte. Redaktionellt innehåll ska som utgångspunkt dokumentera verkligheten, så bedömningen är

Scenario	Märkning?	Varför
för läsarens uppfattning om vad som skildras. *Ex: Ett äkta foto av en brottare där vi med AI bytt ut bakgrunden mot en suddig bakgrund eller placerat brottaren i antikens OS.*		oftast strängare i sådana sammanhang. Undantag kan göras för bakgrunder som antingen uppenbart inte är äkta eller så neutrala att de inte ger läsaren något felaktigt intryck av vad som hänt.
Vi har en bild eller video i en nyhetsartikel där en verklig person, sak eller plats är huvudobjektet, men där vi med AI har ersatt bakgrunden eller tagit bort eller lagt till objekt i bakgrunden som – till skillnad från exemplet ovan – ger sken av att huvudobjektet faktiskt befunnit sig i eller varit del av en specifik situation eller händelse. *Ex: Ett äkta foto av en brottare där vi med AI bytt ut originalbakgrunden mot en annan, realistisk arenamiljö så att bilden ser ut att vara tagen under en situation som aldrig ägt rum.* *Ex: Ett äkta foto av en politiker vid ett besök på en fabrik, där vi med AI tagit bort personer eller föremål i bakgrunden så att bilden ger sken av att besöket skett vid ett annat tillfälle eller under andra omständigheter än vad som faktiskt var fallet.*	Ja	Kontexten och publikens förväntan spelar en avgörande roll för om en AI-skapad eller ändrad bakgrund bör märkas eller inte. Redaktionellt innehåll ska som utgångspunkt dokumentera verkligheten, så bedömningen är oftast strängare i sådana sammanhang. Här "smittar" bakgrunden/tillägget uppfattningen av huvudobjektet – bilden återger på ett missvisande sätt vad som faktiskt hänt eller var det hänt, till skillnad från en bakgrund som är betydelselös eller uppenbart inte är äkta enligt tidigare exempel.
Vi har en bild på en riktig produkt i en annons men har med AI skapat eller ändrat bakgrunden/miljön. *Ex: En annons för en ny smak av en läsk, där AI genererat en solig strandmiljö runt burken, utan att burkens utseende eller egenskaper ändras.*	Nej – så länge produkten visas rättvisande	Kontexten och publikens förväntan spelar en avgörande roll för om en AI-skapad eller ändrad bakgrund bör märkas eller inte. I en annons är produkten oftast det centrala, inte miljön eller bakgrunden runt omkring. Så länge produkten själv visas korrekt och den AI-skapade eller ändrade bakgrunden inte påverkar sanningshalten kring produkten eller uppfattningen av

Scenario	Märkning?	Varför
		produktens äkthet, räknas inte innehållet som en deepfake.

3. Exempel – ljud och röst

Typ av ljud	Märkning?	Varför
Normalisering, brusreducering, komprimering av befintligt tal	Nej	Bara tekniska parametrar justeras – det talade innehållet ändras inte.
Tydligt robotlik/mekanisk röst	Nej	En lyssnare uppfattar direkt att rösten inte är mänsklig.
Realistisk, mänskligt klingande AI-röst i en underhållningspodd, där det är uppenbart för lyssnaren att rösten inte tillhör den historiska eller fiktiva person som porträtteras. *Ex: En underhållningspodd om Kleopatra där en AI-genererad röst "talar" som Kleopatra, i ett format där det är uppenbart för lyssnaren att det inte är ett äkta ljudklipp av Kleopatra själv.*	Nej	Kontexten och formatet gör klart för lyssnaren att rösten är en iscensättning snarare än en äkta inspelning, och publiken förväntar sig inte autenticitet i detta sammanhang.
Realistisk, mänskligt klingande AI-röst i en dokumentär-podd där lyssnaren normalt förväntar sig att röster tillhör äkta, medverkande personer. *Ex: En mordpodd där ett brottsoffers anhöriga medverkar och en AI-genererad röst används för att återge eller förstärka deras uttalanden.*	Ja	I en dokumentär-podd förväntar sig lyssnaren att medverkande personers röster är äkta. Därför bör det framgå om en röst är AI-genererad, till skillnad från exemplet ovan där kontexten gör klart att rösten inte är äkta.

4. Konst, satir och fiktion

Om det är uppenbart för publiken att innehållet är konstnärligt, satiriskt eller fiktivt (till exempel en film, ett spel eller ett tydligt skämt), så räcker det med en märkning som inte stör upplevelsen av innehållet. Observera: produktreklam eller en sponsrad influencer-video räknas normalt inte som att de faller in under denna kategori enbart för att innehållet är konstnärligt/satiriskt/fiktivt.

DEL 2 – AI-SKAPAD/ÄNDRAD TEXT

1. AI-skapad eller ändrad text som publiceras i en kanal för vilken ni har en ansvarig utgivare

När AI har varit avgörande för att skapa eller ändra en text i dess slutliga form och texten publiceras i kanaler för vilka ni har en ansvarig utgivare, bör ni informera om detta i nära anslutning till texten.

Exempel på textinnehåll som kan bli föremål för AI-märkning enligt ovan:

1. Nyhetsartikel
2. AI-robottexter
3. Native-annonser
4. Ledare i annonsbilagor

Att AI har använts för grammatikkontroll, stavningskontroll eller liknande språklig korrekturläsning bör normalt inte ses som att AI varit avgörande för att skapa texten, och innebär därför inte att texten behöver AI-märkas.

Om texten däremot har översatts till ett annat språk med AI, och redaktionen inte har kontrollerat översättningen före publicering, bör man överväga om texten ska AI-märkas.

2. AI-skapad eller ändrad text som publiceras i kanaler för vilken ni saknar en ansvarig utgivare

Observera att detta avsnitt handlar om texter som publiceras i kanaler för vilka ni saknar en ansvarig utgivare. AI-förordningens krav på AI-märkning av texter gäller därför fullt ut om kriterierna nedan är uppfyllda.

Kräver texten märkning? Alla fyra punkter måste stämma:

1. Publicerad – texten ska vara tillgänglig för en stor, obestämd mottagarkrets;
2. I en kanal för vilken ni saknar en ansvarig utgivare;
3. Syftet med texten ska vara att informera allmänheten (inte bara ren kommersiell text) och
4. Texten ska röra en fråga av allmänt intresse (t.ex. politik, hälsa, miljö, ekonomi, säkerhet)

Exempel

Scenario	Krävs märkning?	Varför
Ren produktreklam utan sakpåståenden ("Köp vårt kaffe!")	Nej	Syftet är att sälja, inte att informera allmänheten om en samhällsfråga.
Text i en annons om produktens miljöpåverkan, hälsoeffekt, eller liknande	Ja	Texten innehåller sakpåstående av allmänt intresse och syftar till att

Scenario	Krävs märkning?	Varför
sakpåstående, som publiceras i en kanal där ni saknar ansvarig utgivare.		informera/påverka allmänhetens uppfattning snarare än att bara sälja en vara.
Text i en annons som beskriver ett politiskt partis ståndpunkter eller argumenterar för varför man bör rösta på partiet, som publiceras i en kanal där ni saknar ansvarig utgivare.	Ja	Texten innehåller frågor av allmänt intresse (politik) och syftar till att informera/påverka allmänhetens uppfattning snarare än att bara sälja en vara. *Notera att annonsen även kan behöva märkas enligt förordningen om politisk reklam.*

DEL 3 – SÅ MÄRKER DU

Märkningen ska synas och gå att förstå direkt – utan att mottagaren behöver klicka, söka eller använda särskilda verktyg. Den ska finnas med senast första gången mottagaren möter innehållet, och gärna upprepas i längre material.

Förslag på märkning:

Bilder

Ikon	När du ska använda	Exempel
	När AI varit involverad i skapandet av en deepfake-bild	

Helt skapad med AI 	När hela deepfake-innehållet är skapad med AI utan mänskligt skapade element	Helt AI-genererade deepfake-bilder med politiker eller fiktiva händelser Helt AI-komponerad konst*
Delvis ändrad med AI 	När befintligt, mänskligt skapat deepfake-innehåll delvis har ändrats med AI	Ett ansikte i ett autentiskt fotografi byts ut mot ett ansikte på en politiker. Autentiska fotografier av en tom lägenhet som är inredd med hjälp av AI.

Video:

Märk inledningen av videon med någon av logotyperna som återges under “bilder” ovan. Placera logotypen i övre hörnet till höger av videon och låt den synas under någon sekund på ett kortare klipp. Är videon längre ska märkningen upprepas efter eventuella reklamavbrott.

Ljud:

Inledningen av ett ljudklipp (eller podd) som delvis är upprättad med AI märks med:

“Detta klipp är skapat med stöd av AI.”
“Denna podd är skapad med stöd av AI.”

Inledningen av ett ljudklipp (eller podd) som helt är upprättad med AI märks med:
"Detta klipp är skapat av AI.”
“Denna podd är skapad av AI.”

Text:

Inledningen av en text/artikel som delvis är upprättad med AI märks med:
“Denna artikel/text är skapad med stöd av AI.”

Inledningen av en text/artikel som helt är upprättad med AI märks med:
“Denna artikel/text är skapad av AI.”

DEL 4 – KORT OM MASKINLÄSBAR MÄRKNING

Från den 2 december 2026 ska leverantörer av vissa generativa AI-system i vissa fall inkludera en maskinläsbar märkning i bland annat metadatan för AI-skapat eller ändrat material. Detta krav riktar sig mot leverantörerna av AI-systemen, inte mot de som skapar eller använder materialet.

Om er redaktion använder material med sådan maskinläsbar märkning i redaktionellt innehåll bör ni vara uppmärksamma på att metadatan kan innehålla information som omfattas av den grundlagsskyddade tystnadsplikten. Redaktionen bör säkerställa att sådan information inte följer med vid publicering.

Denna rekommendation ersätter inte juridisk rådgivning i enskilda fall. Vid osäkerhet – dokumentera din bedömning och kontakta ansvarig funktion internt.