

# AI-kloner og falske valgplakater

## Analyse af spredningen af deepfakes på sociale medier under EP-valget i Danmark 2024

### Deepfake-teknologien øger mistilliden til både politikere, medier og borgere online

I 2024 gik omkring halvdelen af verdens befolkning til stemmeurnerne. Det store valgår faldt sammen med udviklingen af generativ kunstig intelligens, som har muliggjort, at alle i dag med få klik kan skabe deepfakes, der bl.a. kan medvirke til at underminere tilliden til politikere og nyhedsmedier. Studier på området viste, at selve bevidstheden om, at indhold kan blive manipuleret, påvirker brugernes tillid til den information de møder online.

Center for sociale medier, tech og demokrati har undersøgt spredningen af deepfakes under EP-valget 2024 i Danmark. Undersøgelsen viser, at få deepfakes blev delt, mens beskyldninger om falsk indhold samt debatter om hvad en deepfake er - og ikke er - fyldte i kommentarsporene på sociale medier under EP-valget 2024 i Danmark.

I alt finder undersøgelsen 3.517 opslag, videoer og kommentarer, hvor brugere på sociale medier adresserer noget som falsk, fake, deepfake m.v., mens 654 specifikt nævner "deepfake" eller "AI-genereret" i forbindelse med EP-valget.

I debatten på sociale medier bliver begrebet deepfake brugt som angreb mod både indhold, politikere, brugere og medier, der opfattes som utroværdige. Der er fundet 20 eksempler på, at politikeres opslag, fx valgvideoer, bliver mistænkt for at sprede "fake news", og 69 eksempler på, at mediers nyhedshistorier, såsom på TV, Finans og Illustreret Videnskab, bliver mistænkt eller beskyldt for at være "fake news" og "deepfakes", uden at de er det.

Derudover er der fundet 178 tilfælde, hvor brugere beskylder andre profiler for at være falske.

Eksempel 1  
Kommentarer på sociale medier, hvor brugere taler om deepfakes og AI-genererede billeder under valget til Europa-Parlamentet 2024.



## Hvad er "deepfakes" og "cheapfakes"?

### Deepfakes:

anvendes ofte som et paraplybegreb til at betegne forskellige typer af manipuleret indhold, der er produceret ved hjælp af kunstig intelligens. Ofte er der tale om billeder, video eller lydclip hvor ansigter, kroppe eller stemmer på personer er manipuleret til at vise noget, der aldrig er sket. Derfor kan deepfakes bruges til at misinformere modtageren, som foranlediges til at tro, at det manipulerede materiale er ægte

### Cheapfakes:

anvendes som begreb for billeder, video eller lydclip, der er manipuleret på en mere håndholdt og mindre teknologisk sofistikeret måde end deepfakes fx ved at hæve eller sænke tempoet i en video eller ved brug af simpel billederedigering.

### Politiske cheapfakes var mere udbredte end deepfakes

Undersøgelsen finder 5 deepfakes og 14 cheapfakes, som blev delt på Facebook, YouTube, TikTok og X i Danmark i forbindelse med EP-valgkampen. Se figur nedenfor.

Dermed var de politiske cheapfakes, der som oftest ikke deles i et forsøg på at "snyde" mod-

tageren, men oftere portrætterer den afbillede politikere i en satirisk eller nedgørende kontekst, der viste sig, at være mere udbredte end politiske deepfakes i valgkampen.

Regeringslederne Mette Frederiksen og Lars Løkke Rasmussen var de danske politikere, der var mest udsat for cheapfakes, mens kun en af EP-valgets danske kandidater var udsat for cheapfakes.

Figur 1  
Fordeling af opslag, videoer og kommentarer i undersøgelsen.



# Center for sociale medier, tech og demokrati vurderer:

## **Udviklingen, udbredelsen og effekten af deepfakes forventes at vokse**

- Siden EP-valget er der opstået flere eksempler på, at deepfakes spredes fx i den amerikanske valgkamp. Det forventes, at brugen af kunstig intelligens vil få en voksende betydning, og derfor er det vigtigt fortsat at følge udviklingen, udbredelsen og effekten af deepfaketeknologien, særligt i forbindelse med valg.

## **Deepfakes udfordrer tilliden**

- Deepfakes udfordrer brugernes tillid til det indhold, de møder online.
- Den enkelte politiske deepfake ser ud til at have begrænset effekt alene, men den kumulative effekt kan påvirke den grundlæggende tillid til sandhedsværdien i den demokratiske debat og troværdigheden af centrale demokratiske institutioner

## **Centrale aktører som de sociale medier, politikere og traditionelle medier kan bidrage til at styrke tilliden online**

- Med mistillid om "deepfake" i særdeleshed rettet mod politiske kandidater og traditionelle medier, er der et særligt behov for, at disse aktører sikrer gennemsigtighed og klarhed over, hvordan og hvornår kunstig intelligens benyttes.
- Digitale tjenester – sociale medier såvel som udbydere af værktøjer til at skabe deepfakes - har et særligt ansvar for at afbøde den risiko for øget mistillid, som deepfakes skaber.

## **Cheapfakes udgør en selvstændig udfordring, og deres effekt på den hårde tone og polarisering bør undersøges**

- Udbredelsen og effekten af cheapfakes bør være et selvstændigt fokus, da de er langt mere udbredte og har potentiale til at forstærke den hårde tone online, øge polariseringen og sprede misinformation

*\*Vurderingen bygger på aktuel forskning på området, erfaringer fra andre lande samt undersøgelsens resultater. Referencer kan findes i rapporten.*