

center for  
sociale medier, tech  
og demokrati

 digitaliserings  
ministeriet

# AI-Kloner og falske valgplakater

---

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

Center for sociale medier, tech og demokrati,  
februar 2025

# AI-Kloner og falske valgplakater - analyse af spredningen af deepfakes på sociale medier under EP-valget i Danmark 2024

---

Februar 2025

Center for sociale medier, tech og demokrati  
Digitaliseringsministeriet  
Stormgade 2-6  
1470 København

+45 72 28 24 00  
digimin@digimin.dk

ISBN: 97887-85325-04-4  
Publikationen kan hentes på: [www.digimin.dk](http://www.digimin.dk)  
Design og layout: Kontrapunkt

# Indhold

---

Indledning	3
Om undersøgelsen	4
Undersøgelsens hovedresultater	5
1 Få politiske deepfakes blev delt på sociale medier under EP-valget 2024	8
2 Cheapfakes af danske politikere var mere udbredt end deepfakes	12
3 Autentiske valgvideoer og nyheder mistænkes af brugere for at være deepfakes	14
Deepfakes og cheapfakes i den demokratiske samtale	19
Referencer	21

# AI-kloner og falske valgplakater

---

I 2024 gik omkring halvdelen af verdens befolkning til stemmeurnerne<sup>1</sup>. Omkring 30 præsidenter og 20 parlamenter var på valg i verden, og blandt dem var nogle af verdens største demokratier, fx Indien, USA og Mexico. I juni stemte Danmark sammen med resten af EU til Europaparlamentsvalget.

Det store valgår faldt sammen med en teknologisk udvikling, der gav borgere og politiske aktører mulighed for at kommunikere budskaber på nye måder. I dag kan alle med få klik skabe falske videoer, lydclip og billeder af politiske kandidater, som kan være svære at skelne fra ægte indhold: Fænomenet kaldes deepfakes og kan bruges til at manipulere indhold og medvirke til at underminere tilliden til bl.a. politikere og nyhedsmedier.

Falske lydfiler og telefonopkald, som kopierer politikeres stemmer, er blevet delt under valgkampe i et forsøg på at skabe tvivl om valgets integritet, eller hvordan borgerne skal stemme (fx Slovakiet 2023, Pakistan 2024, New Hampshire 2024). I juli delte Elon Musk en deepfake-valgvideo, som forfalsker demokraternes præsidentkandidat Kamala Harris' stemme, på sit eget sociale medie X, som i skrivende stund er blevet vist over 135 millioner gange. Videoen er blot et eksempel på, hvordan deepfakes i de senere år anvendes i politisk kommunikation og til at påvirke vælgere ved demokratiske valg rundt om i verden. Deepfakes er også blevet brugt til at angribe politiske modstandere (fx Indien 2024, Argentina 2024), og manipulerede seksuelle videoer er ligeledes blevet anvendt til at presse politikere ud af valgkampe (Tyrkiet 2023).<sup>2</sup>

Det har medført en stigende opmærksomhed på de demokratiske udfordringer, som deepfakes kan medføre, eksempelvis muligheden for desinformations-kampagner. I marts 2024 udgav EU-Kommissionen vejledninger for, hvordan de store tech-selskaber skal afbøde risici bl.a. ved, at deepfakes spredes under demokratiske valg.<sup>3</sup> I april gav partierne i EU håndslag på ikke at sprede deepfakes o.l. materiale under EP-valget.<sup>4</sup> Tidligere på året gik en række tech-giganter sammen om en frivillig aftale om at bekæmpe vildledende brug af kunstig intelligens i 2024.<sup>5</sup> Det er endnu for tidligt at vurdere, hvilken effekt aftalerne vil have.

I foråret 2024 blev deepfakes af danske politikere spredt i Danmark. Disse videoer opnåede stor spredning og har givet anledning til debat om brugen af deepfakes i politisk kommunikation.<sup>6</sup>

De danske deepfakes gav også anledning til, at et flertal af politiske partier i Folketinget d. 3. juni 2024 blev enige om et sæt fælles retningslinjer for brug af AI i politisk kommunikation. Politiske deepfakes har potentialet til at manipulere valg og forandre vilkårene for den demokratiske debat online – også i Danmark. Derfor er udviklingen vigtig at følge. Center for sociale medier, tech og demokrati har af den grund i forbindelse med valget til Europa Parlamentet den 9. juni undersøgt spredningen af politiske deepfakes og deres betydning for den demokratiske samtale i Danmark.

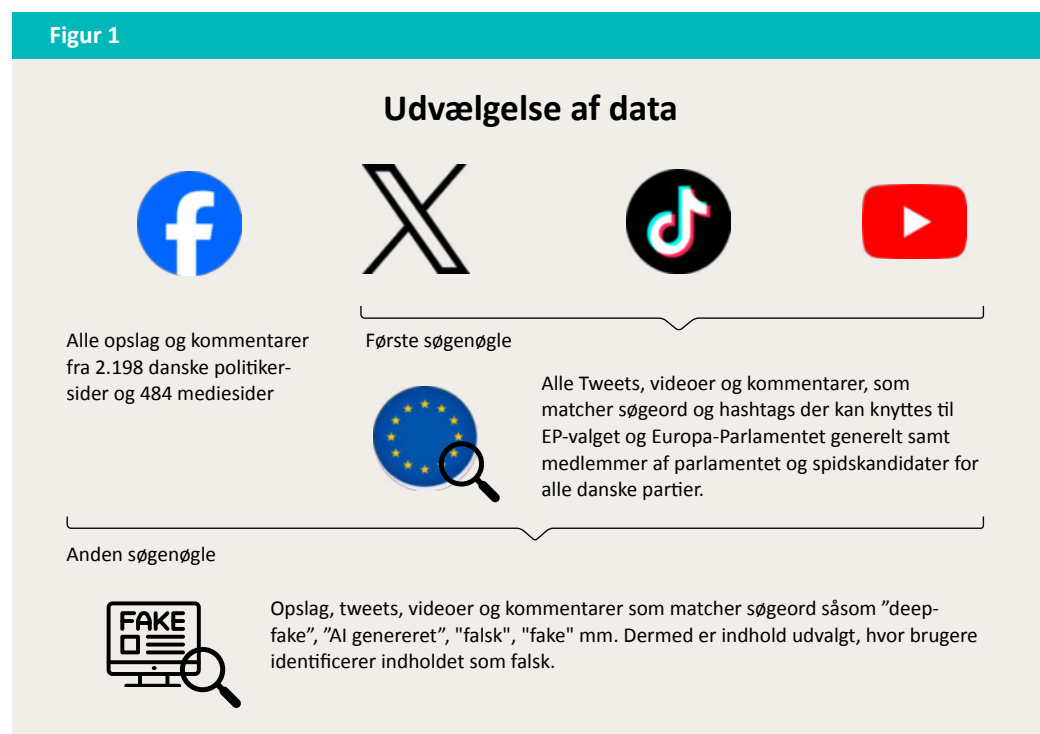
# Om undersøgelsen

Common Consultancy og Analyse & Tal har for Center for sociale medier, tech og demokrati foretaget en monitorering af spredningen af politiske deepfakes under EP-valget i Danmark på fire store sociale medier: Facebook, X, YouTube og TikTok. Monitoreringen er foretaget op til og under valgkampen i perioden fra og med d. 5. maj 2024 til og med d. 9. juni 2024.

De fire sociale medier er udvalgt pga. deres omfattende udbredelse blandt danskere, deres offentlige karakter, der muliggør, at den demokratiske samtale udspiller sig på netop disse sociale medier, samt deres fokus på lyd og billedbaseret indhold, der gør dem særligt velegnede til at sprede deepfakes.

Dataindsamlingen baserer sig på søgninger på en række ord, som indikerer, at brugere på platformene debatterer deepfakes, fake news mm. eller identificerer indhold som falsk. Derudover er der foretaget en række søgninger på ord, som relaterer sig til EP-valget og dets politikere. Der er også inkluderet fund, der ikke er direkte relateret til EP-valget, hvis indholdet er delt inden for valgperioden, er på dansk og refererer til politiske personer. Udover de målrettede søgninger har monitoreringen også fulgt links og delinger på tværs af grupper og kommentarspor.

Figur 1  
Monitorering af spredningen af deepfakes under EP-valget 2024.



Anm.: Der er yderligere foretaget en søgning på alle opslag på X på dansk, som nævner "deepfake\*" i indsamlingsperioden.

Undersøgelsen baserer sig således på et ud-  
snit af den demokratiske samtale på udvalgte  
sociale medier under EP-valget 2024.

Undersøgelsen baserer sig ydermere på, at  
brugere i kommentarer eller opslag identi-  
ficerer indhold med de nøgleord, under-  
søgelsens søgninger baserer sig på. Derfor  
kan undersøgelsen ikke give et fuldstændigt  
eller dybdegående billede af den samlede  
spredning af deepfakes og cheapfakes på alle

sociale medier, men den kan pege på  
tendenser i udviklingen på området.

I de viste eksempler fra undersøgelsen er pro-  
filnavne og billeder på privatpersoner sløret.

## Boks 1

### Definition: Hvad er "deepfakes"?

**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 generet eller manipuleret til at vise noget, der aldrig er sket. Derfor kan deepfakes bruges til at misinformere modtageren om faktiske begivenheder fx hvad en politiker har sagt eller gjort.

Det er ikke nyt, at indhold på internettet bliver manipuleret. Men med udviklingen af AI-teknologien bag deepfakes, kan brugere nu lettere og mere overbevisende redigere i og fabikere indhold.

**Cheapfakes:** Når brugere manipulerer billeder, video eller lydclip 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.

Kilde: Pawelec 2022

# Undersøgelsens hovedresultater

---

## Politiske cheapfakes var mere udbredte end deepfakes

- 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”
- Der blev fundet 19 politiske deepfakes og cheapfakes. Heraf var 14 politiske cheapfakes.
- Politiske deep- og cheapfakes blev primært brugt som politiske kommentarer, satire og til at latterliggøre og udstille politikere.
- Deepfakes lavet af politiske partier før indsamlingsperioden, var de mest delte og debatterede i ugerne op til EP-valget.
- 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.

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

- Undersøgelsen viser, at deepfake-begrebet bliver brugt til at udtrykke mistillid til indhold og aktører på sociale medier, og at der bredt set er uenighed blandt brugerne om, hvad der er en deepfake samt hvor grænserne mellem politisk satire, misinformation og deepfakes går.
- Begrebet ”deepfake” bliver i debatten på sociale medier bl.a. brugt som angreb mod både indhold, politikere, brugere og medier, som opfattes som utroværdige.
- Der er fundet 20 eksempler på, at politikeres opslag, fx valgvideoer, bliver mistænkt for at sprede ”fake news”, og 69 eksempler hvor mediers nyhedshistorier mistænkes eller beskyldes for at være ”fake news” og dele ”deepfakes”.
- Derudover er der identificeret 178 tilfælde, hvor brugere beskylder andre profiler for at være falske.

## Hvad mener danske forskere om den demokratiske trussel ved deepfakes?

**Lektor Eva Mayerhöffer, Center for Digital Citizenship v. Roskilde Universitet, udtaler:**

”Deepfakes udfordrer grænserne mellem misinformation, satire og politisk fjendtlighed. Det er derfor afgørende, at politikere, meningsdannere, medier og borgere ikke alene fokuserer på deepfakes som klassisk misinformation, men som et fænomen, der kræver en nytænkning af de formelle og uformelle spilleregler for brugen af AI i den politiske og offentlige debat, særligt i valgkampstider.”

**Professor Claes de Vreese, leder af Digital Democracy Centre v. Syddansk Universitet, udtaler:**

”Det er muligt, at debatten om brugen af AI og deepfakes har været større end brugen indtil videre, men det er vigtigt at italesætte det her emne og gøre både danskere og policy makers skarpe på området. Det er vigtigt at følge fremadrettet, da det er alt for tidligt at konkludere, hvor vi er med en teknologi, der udvikler sig så hurtigt.”

Kilde: Eva Mayerhöffer og Claes de Vreese i en kommentar til CSTD

## 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.<sup>7,8</sup>
- 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.<sup>9,10</sup>

**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 ser ud til at forstærke den hårde tone online, øge polariseringen og sprede misinformation.<sup>11,12,13</sup>

Anm.: CSTD's vurdering bygger på aktuel forskning på området, erfaringer fra andre lande samt undersøgelsens resultater.





# 1. Få politiske deepfakes blev delt på sociale medier under EP-valget

Undersøgelsen viser, at politiske deepfakes tilsyneladende ikke er blevet anvendt i massive, koordinerede angreb i valgkampen, som man har set i andre demokratiske valg i de senere år.<sup>14</sup>

Der er fundet i alt 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” jf. figur 2.

Blandt disse er der fundet 19 eksempler på politiske deep- og cheapfakes i indsamlingsperioden. Heraf er 14 cheapfakes, som er mindre teknologisk sofistikerede end deepfakes (se boks 1 om definitioner).

## Deepfakes lavet af politiske parter var de mest delte og debatterede

I undersøgelsen er der fundet fem AI-genererede videoer, som afbilder politikere, og som er delt i perioden fra og med d. 5. maj 2024 til og med d. 9. juni 2024. Heraf udgør Liberal Alliances og Morten Messerschmidts ’Store Bededag’-videoer de to mest delte og debatterede i en dansk kontekst (se eksempel 1 og 2). Liberal Alliances video var fx delt 99 gange på Facebook mens Morten Messerschmidts video var delt 132 gange på X på undersøgelsestidspunktet.

Figur 2  
Fordeling af opslag, videoer og kommentarer i undersøgelsen.

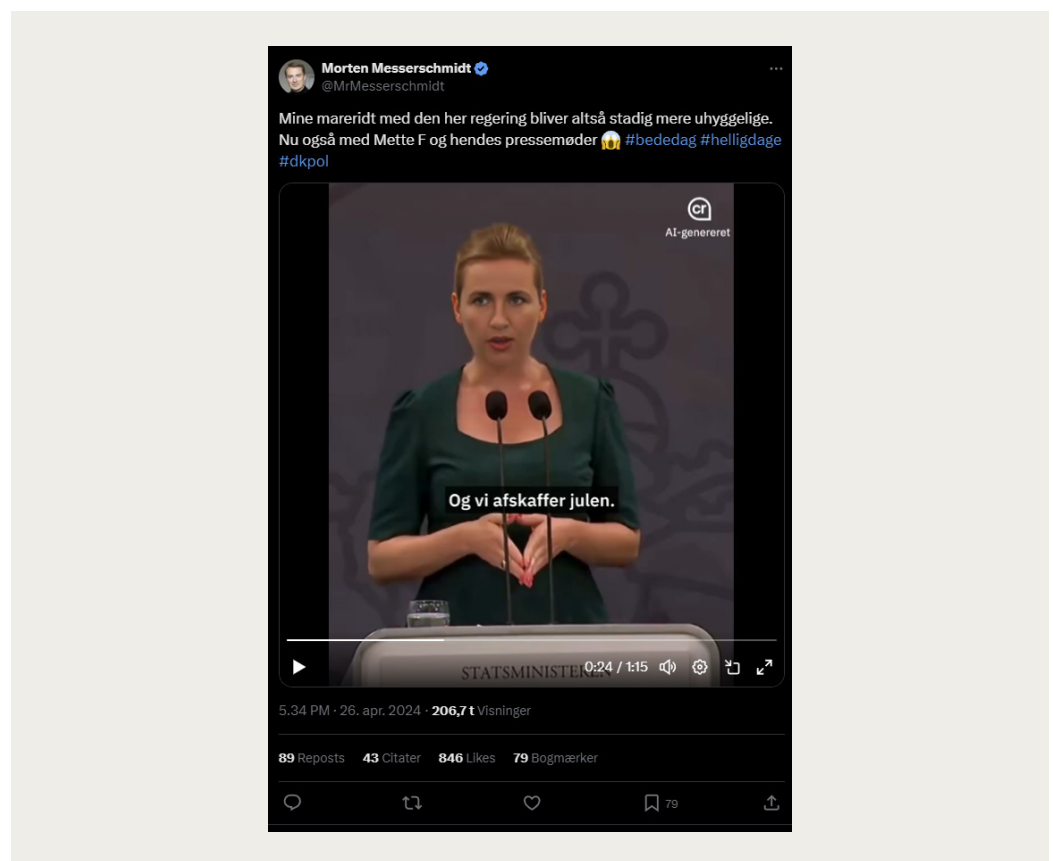


Eksempel 1  
Deepfakes lavet af politiske partier  
deles på sociale medier.

Liberal Alliance deler en AI-generet  
video på Facebook, som er en  
deepfake af Lars Løkke Rasmus-  
sen, Mette Frederiksen og Troels  
Lund Poulsen. Videoen er blevet  
videredelt 322 gange fra LA's egne  
sider på sociale medier og har fået  
ialt 817 kommentarer.



Eksempel 2  
Morten Messerschmidt deler en  
deepfake af Mette Frederiksen på  
X. Videoen indeholder AI-gener-  
ede elementer. Videoen er blevet  
videredelt 1320 gange fra DF's og  
Morten Messerschmidts egne sider  
på sociale medier og har fået i alt  
847 kommentarer.



Selvom begge videoer blev delt i april kort før dataindsamlingens begyndelse, deles og diskuteres de stadigvæk i maj, hvorfor de er inddraget i undersøgelsen.

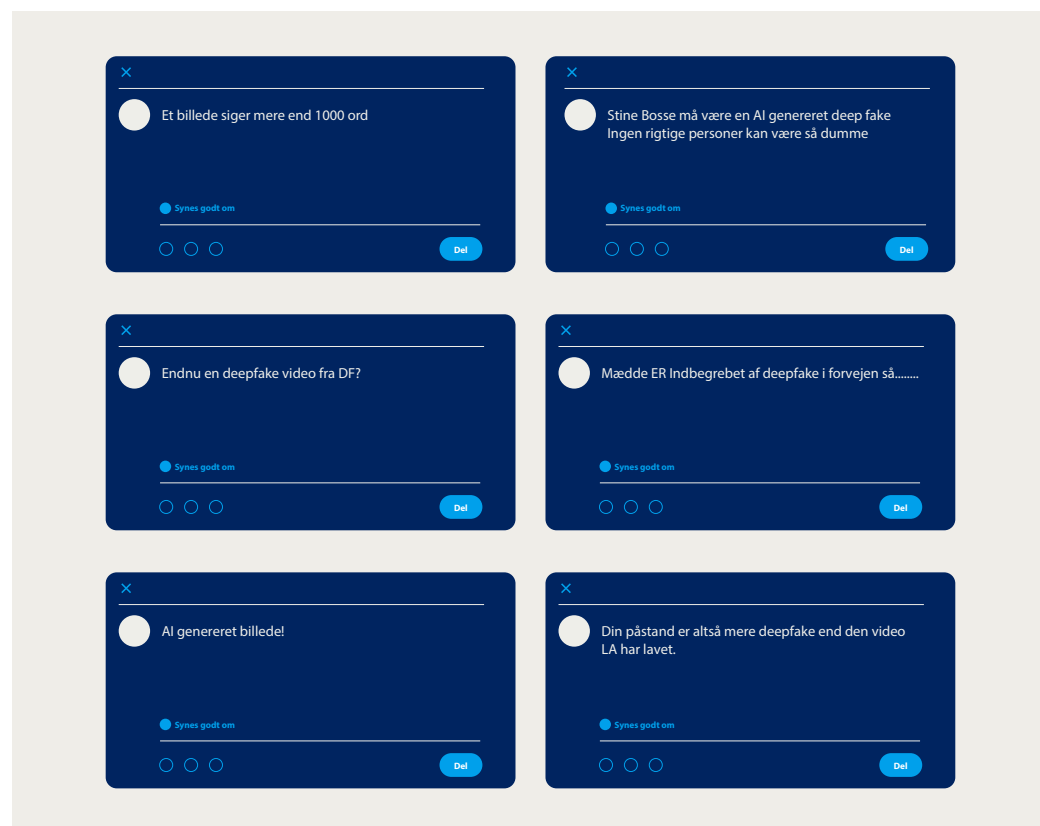
De øvrige tre deepfake-videoer, som er identificeret, afbilder udenlandske politikere, men deles af danske profiler på mediet X som indspark i debatten om politiske deepfakes i en dansk kontekst.

### Uenighed blandt brugerene om, hvad en deepfake er

Hovedparten af de gange hvor ordet deepfake nævnes, er det ikke fordi, brugerne identificerer indhold som deepfakes, men fordi

brugerne indgår i en debat om deepfakes. Disse debatter handler fx om, hvad der kan betegnes som deepfakes, og hvad der, ifølge brugerne, er okay at dele på sociale medier.

Der eksisterer ikke en bred enighed hverken blandt brugere eller politikere om, hvad en deepfake er. Samtidig skelner mange brugere ikke mellem, hvad der er deepfakes, cheapfakes og 'fake news' i bredere forstand. Ofte bruges deepfake som udtryk for uenighed med en politisk eller journalistisk vinkling, eller sarkastisk og satirisk om ægte materiale. Deepfakes bliver således diskuteret i grænselandet mellem satire, politiske angreb og misinformation.



Eksempel 3  
Kommentarer på sociale medier, hvor brugere taler om deepfakes og AI genererede billeder under valget til Europa-Parlamentet 2024.

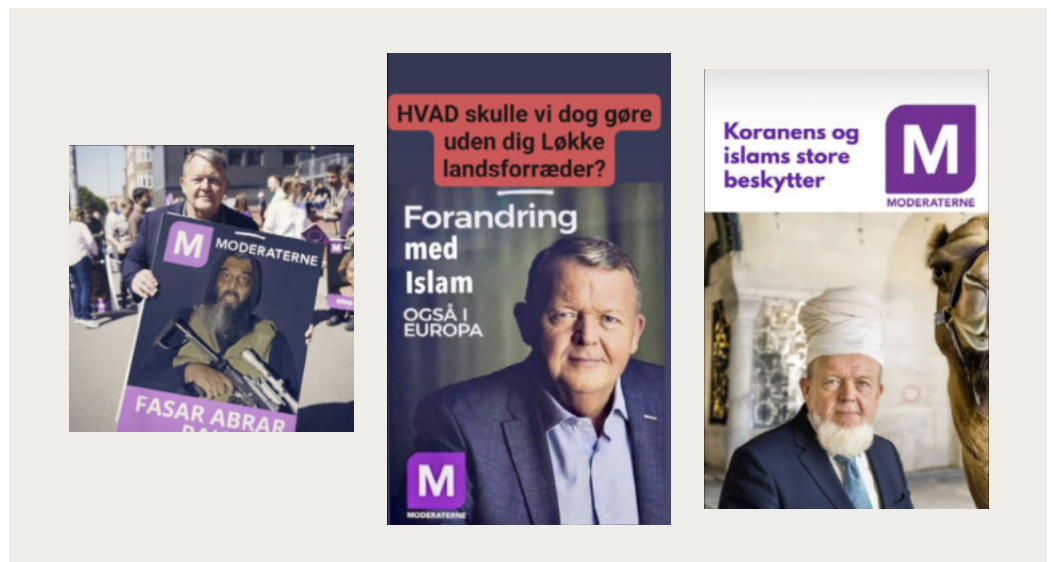
## 2. Cheapfakes af danske politikere var mere udbredt end deepfakes

Undersøgelsen finder flere eksempler på mindre sofistikerede manipulerede billeder af danske politikere, der deles på Facebook og X, hvilket tyder på, at cheapfakes i højere grad end deepfakes på undersøgelsestidspunktet bliver brugt i politiske debatter og under

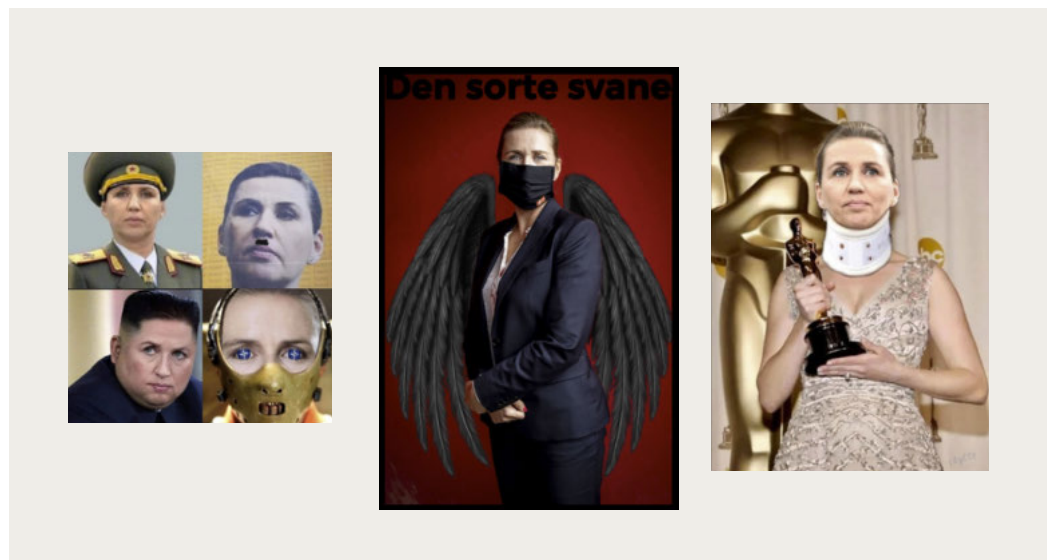
EP-valgkampen 2024 i Danmark. Billederne kan betegnes som cheapfakes, fordi de er karakteriseret ved relativ primitiv redigering, hvor enkelte elementer, såsom tekst på en valgplakat, beklædning eller personer, er skiftet ud eller tilføjet, jf. eksempel 4.

Eksempel 4  
Cheapfakes delt på sociale medier som afbilder danske politikere

Cheapfakes af valgplakater med Lars Løkke Rasmussen (M). På billederne er billeder og tekst manipuleret og redigeret, fx med Fasar Abrar som kandidat, eller teksten "Forandring fra Midten" ændret til "Forandring med Islam".



Cheapfakes delt af brugere på sociale medier, som afbilder Mette Frederiksen (A) fx som en totalitær leder eller på nedgørende måder



Generelt er statsminister Mette Frederiksen (A) og udenrigsminister Lars Løkke Rasmussen (M) oftest objekter for de identificerede cheapfakes. Derudover har undersøgelsen fundet en cheapfake af Stine Bosse (M), samt enkelte som afbilder H.M. Kong Frederik X. læses som politiske kommentarer og satire, skyldes det, at de enten er tydeligt redigerede, eller at de deles med humoristiske kommentarer eller som "svar" i kommentarspor, hvor brugere deler manipulerede cheapfakes med hinanden.

De manipulerede billeder af Mette Frederiksen fremstiller hende ofte i et negativt lys fx som en totalitær leder eller billeder, der er seksuelt nedgørende.

For de cheapfakes, der deles af Lars Løkke Rasmussen, er der ofte tale om manipulerede valgplakater, hvor tekst og billeder på valgplakater er ændret (se eksempel 4) fx fra "Forandring fra midten" til "Forandring med Islam", hvormed Lars Løkke Rasmussen skildres som islamistisk sympatisør.

#### **Cheapfakes bruges som politiske kommentarer, satire og latterliggørelse**

De politiske cheapfakes bliver både delt som opslag og især i kommentarspor. Af opslagenes indhold og teksten ser det ud som om, at de politiske cheapfakes ofte anvendes som en form for politisk kommentar og satire, snarere end seriøse forsøg på mis- og desinformation.

Når de identificerede cheapfakes særligt kan

Selvom de fleste cheapfakes er relativt lette at afkode som manipulerede, finder undersøgelsen enkelte eksempler på cheapfakes, som befinder sig i grænselandet, og som i højere grad ligner autentisk indhold. Det er tilfældet med de manipulerede valgplakater som er vist ovenfor, hvor enkelte elementer, fx tekst, er redigeret.

Undersøgelsen har fokuseret på at finde deepfakes. De cheapfakes, der er identificeret, er fundet ved brug af de nøgleord, der er brugt i søgningen efter deepfakes. Idet undersøgelsen ikke har fokuseret på at finde cheapfakes, og eksempelvis identificeret særlige nøgleord til formålet, vurderes det, at der er langt flere cheapfakes i omløb online, end der er fundet i undersøgelsen.

# 3. Autentiske valgvideoer og nyheder mistænkes af brugere for at være deepfakes

Selvom spredningen af politiske deepfakes og cheapfakes har været begrænset under EP-valgkampen 2024 i Danmark, finder undersøgelsen flere tilfælde, hvor autentisk materiale bliver mistænkt eller beskyldt for at være "deepfakes" og for at sprede "fake news".

## Mistillid til medier og politikere, som beskyldes for at sprede deepfakes

Der er fundet 69 eksempler på, at brugere på Facebook beskylder danske medier, herunder TV2, Finans og Illustreret videnskab for at sprede 'fake news' eller dele "deepfakes". Derudover er der identificeret 178 tilfælde, hvor brugere beskylder andre profiler for at være falske og mindst 20 eksempler på, at brugere beskylder politikere for at sprede 'fake news' fx i deres politiske kampagner. Et eksempel på, at politikere bliver anklaget

for falskhed, er en ikke-AI-generet valgvideo, som deles af Villy Søvnald. I kommentarer til valgvideoen anklager klimaskeptiske brugere videoen, hvor Villy Søvnald er på Arktis, for at være en deepfake, jf. eksempel 5.

I et andet eksempel sætter en bruger spørgsmålstegn ved ægtheden af en video, som DF's Morten Messerschmidt har delt af den franske toppolitiker Marine Le Pen, der anbefaler danskerne at stemme på DF's spidskandidat Anders Vistisen til EP-valget, jf. eksempel 3.

Det skal understreges, at det kan være svært at vurdere, hvornår der er tale om, at brugere reelt mistænker opslag for at være falske, og hvornår der er tale fx om sarkasme eller om politiske angreb, forbi begrebet deepfake bliver brugt på mange forskellige måder i debatten på sociale medier.

Eksempel 5  
Autentiske valgvideoer delt af politikere mistænkes eller beskyldes for at være deepfakes



En bruger på Facebook beskylder en video fra Villy Søvnalds kampagne for at være en deepfake.

En bruger på X sætter spørgsmålstegn ved autenticiteten af en video af Marine Le Pen, som opfordrer til at stemme på Anders Vistisen, delt af Morten Messerschmidt med henvisning til DF's tidligere delte video, som afbilder Mette Frederiksen.



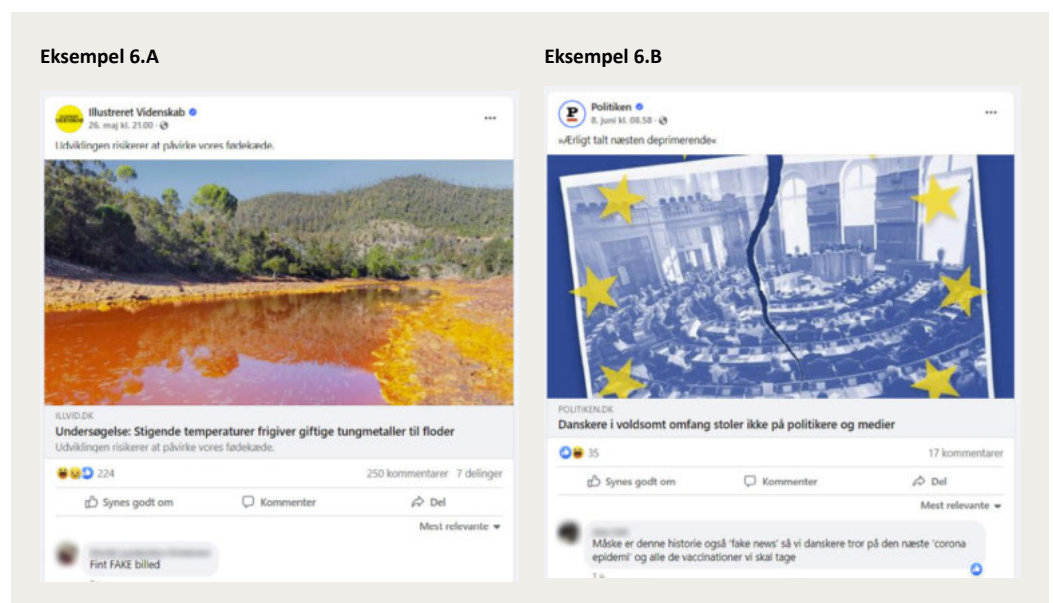
Undersøgelsen finder også eksempler på, at nyheder og opslag fra medier beskyldes for at være 'fake news', og at nyhedshistoriers tilknyttede billeder mistænkes for at være deepfakes. Flere medier deler nyhedsartikler på deres Facebooksider, der særligt udsættes for beskyldninger om 'fake news', når brugere

oplever overskriften som ledende eller misvisende. I undersøgelsen ses også eksempler på, at de billeder, som medierne vedhæfter i deres opslag, udsættes for kritik og mistillid, hvis disse ikke viser det, som brugerne forventer, eller medierne ikke klart angiver, hvorvidt billederne er redigerede, jf. eksempel 6.

Eksempel 6  
Mediers nyhedshistorier mistænkes for at bruge falske billeder og indholde "fake news".

6.A: En bruger beskylder et billede på en nyhedshistorie fra Illustreret Videnskab for at være "fake"

6.B: En bruger mistænker en nyhedshistorie fra Politiken for at være "fake news"



Eksemplerne viser, at en afledt effekt af deepfake-teknologien er, at også autentiske billeder og videoer, som politikere og medier deler på sociale medier, mistænkes eller beskyldes af brugere for at være 'falske' og AI-generede.

**"Deepfake" bruges som et politisk skældsord i debatten**

Mens manipulerede billeder og videoer særligt bruges til at udstille og latterliggøre

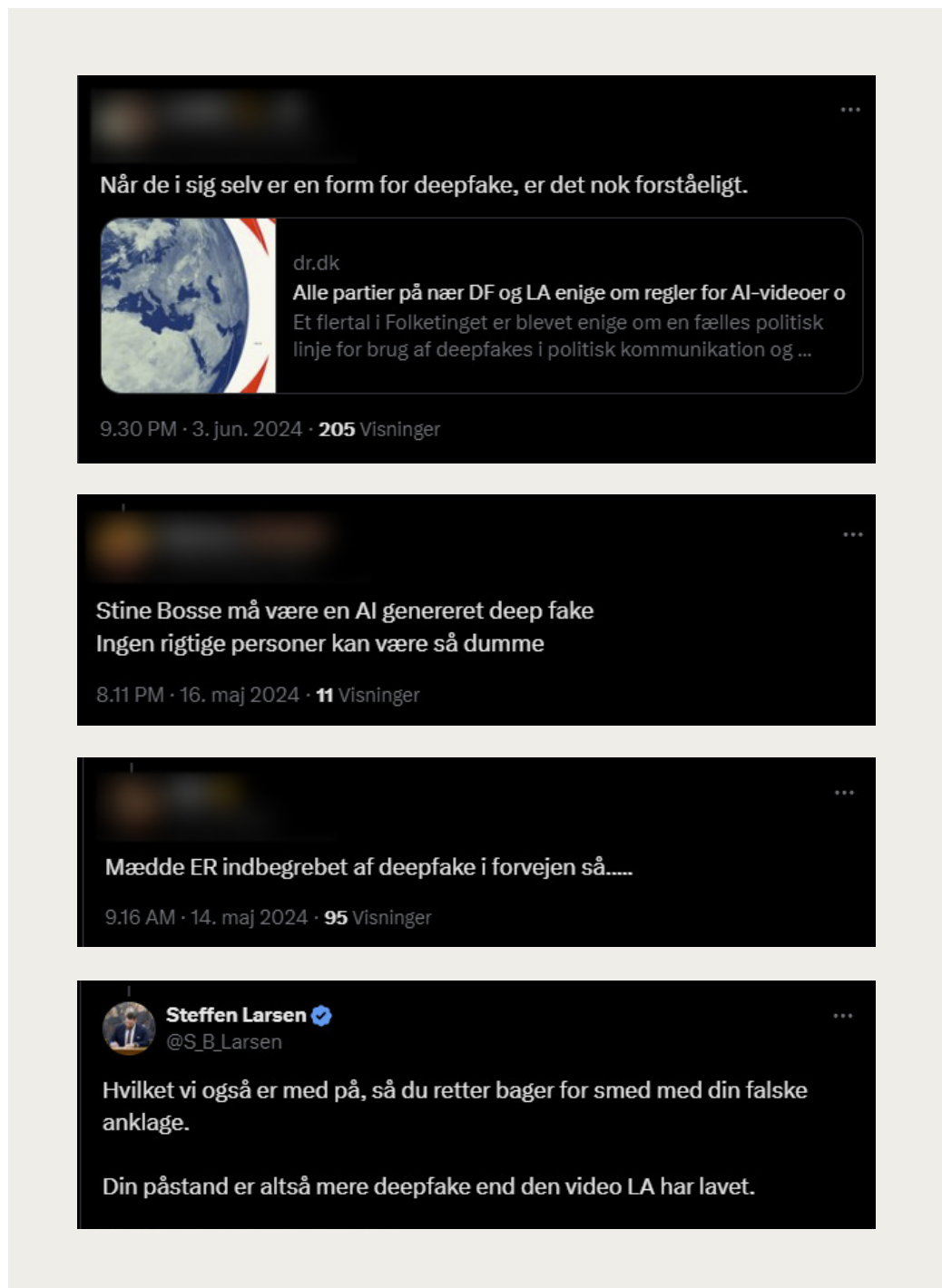


politikere, ses i undersøgelsen også en tendens til, at begrebet "deepfake" bruges som angreb mod andre brugere og om politikere. Debatten om AI-genereret indhold og deepfakes har altså givet anledning til, at begreberne ikke kun bruges om indhold men også som adjektiv rettet mod mennesker eller som et synonym for 'fake news', jf. eksempel 7.

Eksemplerne viser, at begrebet "deepfakes" også bruges som et politisk skældsord mod andre brugere, medier og politikere, ofte ift. deres troværdighed.

#### Eksempel 7

Brugere og en politiker anvender begrebet "deepfake" til at beskrive politikere på X



Fire brugere beskylder både politikere og konkrete politiske påstande om at være deepfake



# Deepfakes og cheapfakes i den demokratiske samtale

Antallet af deepfakes og andelen af materiale online, som er redigeret eller genereret med kunstig intelligens, er stigende<sup>15</sup>, og i de senere år er politiske deepfakes begyndt at spille en rolle i demokratiske valg verden over. Denne undersøgelse peger på, at deepfakes og cheapfakes har fundet vej ind i den offentlige samtale under EP-valgkampen 2024 i Danmark, og at bevidstheden om, at teknologien findes, rejser en usikkerhed blandt brugere om, hvad og hvem man kan stole på.

Denne udvikling indebærer en række implikationer for den offentlige debat under kommende valgkampe i Danmark og for borgernes tillid til politikere, myndigheder, medier og hinanden i bredere forstand.

## Deepfakes kan skubbe til frygten for at blive manipuleret online

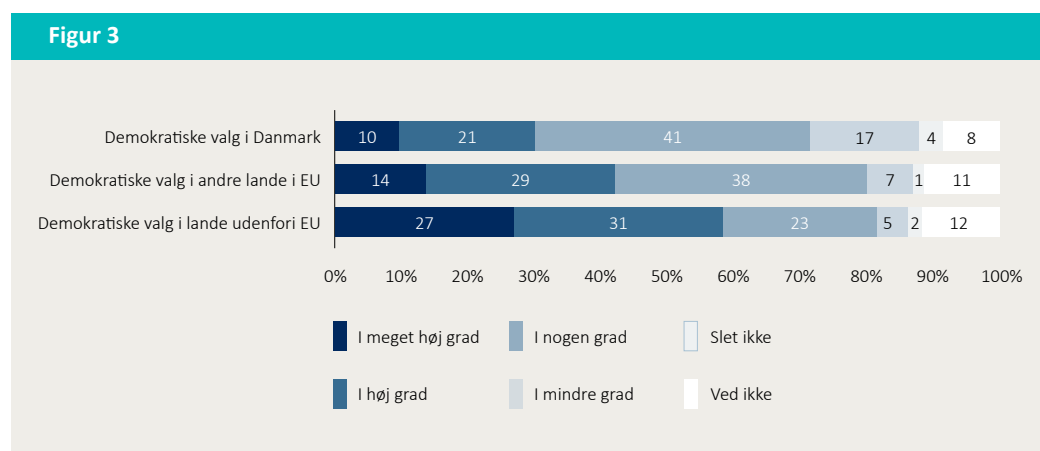
Hvor der tidligere har været stor tillid til video og billeder som 'bevismateriale' fx for nyheder, viser ny forskning, at blot bevidstheden om, at indhold online kan være manipuleret, kan ændre ved borgeres grundlæggende tillid til information men også til andre borgere, myndigheder, politikere og til demokratiske processer.<sup>16</sup> De få og kendte deepfakes i Danmark kan således forstørre frygten for, at det indhold man ser online er manipuleret, fordi de eksisterende eksempler og teknologiens eksistens viser at det er muligt..

Denne bekymring ses allerede blandt den danske befolkning, hvor en undersøgelse foretaget af Center for sociale medier, tech og demokrati i 2023 kunne vise, at et stort flertal af befolkningen tror, at udbredelsen af mis- og desinformation påvirker demokratiske valg både i Danmark og i andre lande, jf. figur 3.<sup>17</sup>

Figur 3  
I hvilken grad tror du, at udbredelsen af mis- og desinformation påvirker:

Anm.: Decimalerne er blevet afrundet i figuren. N = 1101

Kilde: Verian 2023, Center for sociale medier, tech og demokrati 2023 "Danskernes holdning til den demokratiske samtale på online platforme"



En undersøgelse foretaget af Syddansk Universitet viser, at et flertal af danskerne vurderer, at AI har en negativ indvirkning på både nyhedsmediers og politikeres troværdighed og på tilliden til det politiske system.<sup>18</sup> Den viser ligeledes, at omkring halvdelen af danskerne slet ikke eller i mindre grad vurderer, at de er i stand til at identificere tekst, billeder, lyd og video genereret med kunstig intelligens.

Studier på området peger ydermere på, at deepfakes og cheapfakes ikke behøver at være

særligt virkelighedstro for at have en effekt, så længe de taler til folks følelser og overbevisninger – og at labels om, at materialet er ”AI-genereret”, i disse tilfælde ikke nødvendigvis forhindrer brugere i at tro på beskeden bag indholdet og videre dele det.<sup>19</sup>

Denne psykologiske mekanisme i kombination med en stigende bekymring for manipuleret indhold online gør, at få deepfakes spredt af politikere potentielt kan udgøre en betydelig samlet trussel for tilliden til information.<sup>20 21</sup>

### **Nedgørende cheapfakes kan forværre tonen i debatten**

Flere af de identificerede cheapfakes fremstiller politikere i et negativt og udstillende lys.

Disse cheapfakes ser ud til at blive anvendt enten som politisk kommentar, memes eller satire i den offentlige debat på sociale medier. Alene fra denne undersøgelse, der ikke har ledt efter cheapfakes, men kun deepfakes, ser cheapfakes ud til at være et mere udbredt fænomen.

Dertil peger undersøgelser på, at:

- Cheapfakes kan være lige så svære eller endnu sværere at gennemskue for modtageren end deepfakes til trods for mere primitiv redigering, hvorfor de effektivt kan bruges til at sprede mis- og desinformation.<sup>22</sup>
- Anvendelsen af cheapfakes, som fx hadefulde ’memes’ til at skade politikere og andre i den offentlige debat, kan forværre tonen i den offentlige debat, skabe polarisering og puste til de ubevidste bias, som vælgere har.<sup>23</sup>
- De kønnede dimensioner i den måde som cheapfakes afbilleder politikere, som særligt udstiller kvindelige politikere på nedgørende måder, sammen med spredningen af manipulerede seksuelle billeder og videoer - risikerer at skubbe særligt kvinder ud af politik.<sup>24 25 26</sup>

# Referencer

---

- 1 Harbath & Khizanishvili 2023: [“Insights from Data: What the Numbers Tell Us About Elections and Future of Democracy.”](#)
- 2 ; 9; 14; 19 Gehringer et. al 2024: [“The Influence of Deep Fakes on Elections. Security Monitor.”](#)
- 3 Europa-Kommissionen 2024: [“Commission publishes guidelines under the DSA for the mitigation of systemic risks online for elections.”](#)
- 4 Politico 2024: [“EU political parties promise to steer clear of deepfakes ahead of election”](#).
- 5 Munich Security Conference 2024: [“A Tech Accord to Combat Deceptive Use of AI in 2024 Elections”](#).
- 6 Folketinget 2024: [”Enighed om fælles politisk linje for brug af deepfake i politisk kommunikation”](#).
- 7; 16; 20; 25 Pawelec 2022: [“Deepfakes and Democracy \(Theory\): How Synthetic Audio-Visual Media for Disinformation and Hate Speech Threaten Core Democratic Functions”](#).
- 8 Helmus 2022: [“Artificial Intelligence, Deepfakes, and Disinformation: A Primer.”](#)
- 10 Chesney & Citron 2019: [“Deep fakes: A looming challenge for privacy, democracy, and national security”](#).
- 11 ; 22 Hameleers, M (2024): [“Cheap Versus Deep Manipulation: The Effects of Cheapfakes Versus Deepfakes in a Political Setting.”](#)
- 12; 23 Donovan et al. 2022: [“Meme wars: the untold story of the online battles upending democracy in America.”](#)
- 13 Meneses 2021: [“Deepfakes and the 2020 US elections: What \(did not\) happen”](#).
- 15 Vaccari & Chadwick 2020: [“Deepfakes and Disinformation: Exploring the Impact of Synthetic Political Video on Deception, Uncertainty, and Trust in News.”](#)
- 17 Center for sociale medier, tech og demokrati 2023: [”Danskernes holdning til den demokratiske samtale på online platforme”](#).
- 18 Lorenzen et al. 2024: [”Danskernes forståelse af, holdninger til og brug af \(generativ\) kunstig intelligens”](#).
- 21 European Parliamentary Research Service 2021: [“What if deepfakes made us doubt everything we see and hear?”](#).
- 24 Politiken 2024: [”Helt afskyeligt« manipuleret materiale af politikere ryster: »Jeg tror kun, at det her er starten«](#)”.
- 26 Jankowicz et al. 2021: [“Malign Creativity: How Gender, Sex, and Lies are Weaponized Against Women: Online”](#).

## Om Center for sociale medier, tech og demokrati

---

Center for sociale medier, tech og demokrati er etableret som en del af Mediaaftalen 2023-2026. Centret er placeret i Digitaliseringsministeriet.

Centerets arbejdsopgaver omfatter bl.a. at bidrage med viden om brugernes mentale trivsel, om tech-giganternes betydning og konsekvenser for danske medier, og om hvilken indvirkning spredning af mis- og desinformation på digitale platforme har på den demokratiske samtale.