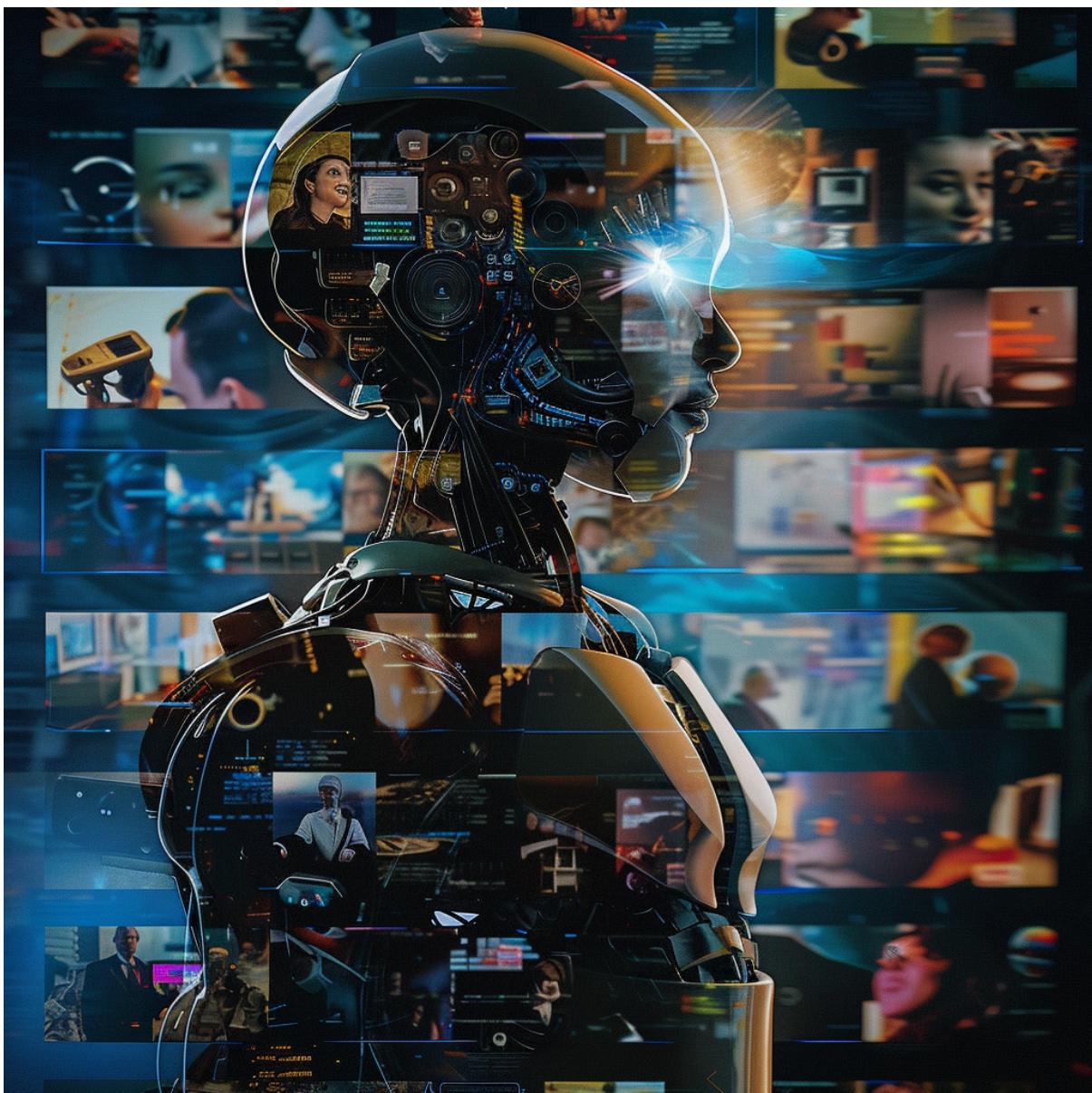


# Generativ-AI: Revolutionen af Visuelt Medieindhold



Deltagere & studienummer: Thomas A.P Martyna (74598), Tobias B.T. Østergaard (74155).

Vejleder: Emil Kruse.

Uddannelse: Humanistisk Teknologisk Bachelor.

Uddannelsesinstitution: Roskilde University, Roskilde, DK

Antal tegn: 69380.

## Abstract

In this project, we investigate the impact of generative-AI on the production and quality of visual content, and how it shapes our understanding of media, as well as our ability to distinguish between authentic and AI-generated content. We use McLuhan's communication theory, where we use his idea that "the medium is the message" and "hot and cold media," to

investigate how generative-AI affects our media understanding and the authenticity of the content. We use the TRIN-model to examine the design and functions of the technology as well as the unforeseen consequences that the technology may have. In our study, we have concluded that both the production and the quality of generative-AI are developing rapidly, which has an impact on the challenge of distinguishing generated images from authentic images, and that generative-AI can be used to create mistrust and false content in the media. We have used a questionnaire survey to investigate how much influence it has on our everyday life, here we have also made a survey regarding our ability to distinguish between real and AI-generated content. Our survey results show that identifying AI-generated images is challenging. We also conducted interviews with three of the participants to gain insight into their perception and concerns about generative AI in the media. The study shows that generative-AI has an influence on how we relate to the media, and that it creates a concern about whether distrust of the media is worsening. Our study points out that some better methods and tools should be created to help us correctly identify generative AI in order to maintain public trust in the media.

## Indholdsfortegnelse

Abstract.....	1
<b>Indholdsfortegnelse.....</b>	<b>2</b>
<b>1. Indledning og Problemfelt.....</b>	<b>3</b>
1.1 Motivation.....	3
1.2 Problemfelt.....	4
<b>2. Problemformulering.....</b>	<b>5</b>
2.1 Arbejdsspørgsmål.....	5
2.2 Forankring.....	5
2.2.1 Subjektivitet teknologi og samfund (STS).....	5
2.2.2 Teknologiske systemer og artefakter (TSA).....	6
2.3 Afgrænsning.....	6
2.4 Begrebsafklaring.....	6
<b>3. Videnskabsteori.....</b>	<b>7</b>
3.1 Ontologi.....	7
3.2 Epistemologi.....	7
3.3 Post-fænomenologi.....	8
<b>4. Teori &amp; Metode.....</b>	<b>8</b>
4.1 teori.....	9
4.1.1 Kommunikationsteori.....	9
4.1.2 The medium is the message.....	9
4.1.2 Hot and Cold.....	9
4.2 Metoder.....	10
4.2.2 Kvalitative metoder.....	10
4.2.4 Spørgeskema.....	10
<b>5. Analyse.....</b>	<b>11</b>
5.1 Understanding Media.....	11
5.1.1 The medium is the message.....	11

5.1.2 Hot and Cold.....	11
<b>5.2 Trinmodellen.....</b>	<b>11</b>
5.2.1 Trin 1: Indre mekanismer og processer.....	12
5.2.2 Trin 2: Teknologiske artefakter.....	12
5.2.3 Trin 3: Uønskede effekter.....	14
<b>5.3 Analyse af interview:.....</b>	<b>15</b>
5.3.1 Kendskab til AI-teknologier.....	15
5.3.2 Bekymringer omkring AI i medier.....	16
5.3.3 Påvirkning af tillid til medier.....	16
5.3.4 Hvordan skelner du mellem autentisk og genereret indhold?.....	16
5.3.5 Ændring i opfattelse af AI-genereret indhold.....	16
<b>5.4 Analyse af Spørgeskema.....</b>	<b>16</b>
5.4.1 Dataopsamling.....	17
5.4.2 Demografisk information.....	17
5.4.3 Vurdering af AI-genererede billeder.....	19
5.4.4 Sikkerhed i vurderinger.....	20
5.4.5 Tegn brugt til vurdering.....	21
5.4.6 Ændret opfattelse af AI-genereret indhold.....	22
<b>6. DISKUSSION.....</b>	<b>22</b>
6.1 Teknologiske Fremskridt og Medieproduktion.....	22
6.2 Medieforståelse og Samfundsmæssige Strukturer.....	23
6.3 Evne til at Skelne mellem Autentisk og AI-genereret Indhold.....	23
<b>7. KONKLUSION.....</b>	<b>24</b>
<b>BIBLIOGRAFI.....</b>	<b>25</b>
<b>BILAG.....</b>	<b>27</b>
Spørgeskema (Data fra spørgeskemaundersøgelsen er vedhæftet i et eksternt bilag.).....	27
Person 1: Katja, 23 år, Pædagogstuderende.....	30
Person 2: Jens, 27 år, Automationsteknolog.....	30
Person 3: Frederik, 25 år, Bygningsstrukturør.....	31
Billeder brugt til undersøgelse.....	32

## **1. Indledning og Problemfelt**

### *1.1 Motivation*

Vores motivation for at skrive dette projekt om kunstig intelligens (AI) kommer fra erkendelsen af, at vi lever i en tid, hvor AI bliver stadig mere integreret i vores hverdag og medier. På sociale medier som Facebook ser vi ofte AI-genererede billeder, der ser utroligt realistiske ud og kan være svære at skelne fra ægte billeder. Dette har vakt vores interesse for at undersøge, hvordan værktøjer som MidJourney er i stand til at skabe så realistiske billeder, og hvilke konsekvenser visuelt AI-genereret indhold kan have for samfundet. Vi vil forstå, hvordan forbedringen af generativ-AI påvirker tilliden til medierne. Ved at analysere både de tekniske aspekter og de samfundsmæssige konsekvenser håber vi at kunne kaste lys over, hvordan generativ-AI ændrer vores opfattelse af æghed og troværdighed i medieindhold.

## 1.2 Problemfelt

Vi undersøger specifikt, hvordan generativ-AI påvirker produktionen og kvaliteten af visuelt medieindhold, vi har valgt at forholde os til billeder genereret af værkøjer som MidJourney. Det er vigtigt at pointere, at vores fokus primært ligger på billeder og at vi ikke undersøger andre medieformer såsom tekst, video eller lyd. MidJourney er et program der, ved hjælp af generativ-AI, kan generere billeder. En artikel fra HubSpot fremhæver, at markedsstørrelsen for AI i medie- og underholdningsbranchen var oppe på 19.8 milliarder dollars i 2023, hvilket de forventer vil stige fem gange så meget inden 2030.<sup>1</sup> Det betyder at der vil være mere AI-genereret indhold i medierne i vores hverdag. Artiklen “I fremtiden vil alle kunne blive snydt - skal vi frygte AI-skabte billeder?” af Laura Byager Rabøl forklarer der, hvilke potentielle problemer og udfordringer, der forbindes med AI-genererede billeder. I artiklen interviewer de kunstneren Nils Aaholm som nævner, at ‘med teknologier som Dall-E 2 og Midjourney, kan alle føre deres visioner ud for billeder og kunst, uden at have evnerne til at tegne’. Han nævner at man på blot to sekunder kan generere de skøreste og vildeste ideer man nu kunne have. I artiklen nævner de også at teknologien stormer frem og udvikler sig konstant, i forbindelse med det blivere nemmere og mere tilgængeligt, og at teknologien bliver bedre til at skabe virkelighedstro billeder.<sup>2</sup>

*“Men er AI-genererede billeder blot et kreativt værktøj, der vil medføre en demokratisering af kreativitet? Eller er det et farligt våben i hænderne på os alle sammen?”<sup>3</sup>*

I artiklen beskrives det at AI-billedegenerering også bringer etiske spørgsmål og dilemmaer. Et af dilemmaerne forholder sig til spørgsmålet om copyright. Da billederne bliver skabt på baggrund af andres billeder som indeholder copyright. Der lægges også vægt på etikken omkring når værkøjet bliver brugt til at genere billeder med voldeligt eller sexuelt indhold. De nævner i artiklen at det kan være et magtfuldt redskab til at skabe fake news, fordi værkøjerne konstant bliver bedre til at generere fotorealistiske billeder.<sup>4</sup>

Ifølge en undersøgelse fra Europa-Kommissionen i 2018 er der en bred offentlig bekymring for, hvorvidt ‘fake news’ udgør en trussel mod demokratiet. I Danmark blev det oplyst ud fra en undersøgelse på 1002 interviews at vi stoler mere på de traditionelle nyhedskilder, radio (44%), TV(33%) og trykte medier (43%), hvor online nyheder ligger på 16% ud af de adspurgte efterfulgt af 6% for video hosting sites. Det bliver også belyst, at flere end halvdelen (56%) føler sig sikre på deres evner til at skelne mellem ægte og falske nyheder.<sup>5</sup> Vi undrer os over, hvorvidt generativ-AI kan have indflydelse på fake news, da det nu er muligt at generere billeder, der kan fremstå som fotorealistiske.

Denne undren omkring AI's påvirkning af vores evne til at skelne mellem fiktivt og ikke-fiktivt indhold har motiveret os til at undersøge, hvordan teknologien bag generativ-AI fungerer. På den teknologiske side vil vi analysere, hvordan generativ-AI fungerer, herunder de processer, der anvendes til at generere billeder. Vi vil undersøge, hvordan teknologien udvikler sig, og hvilke tekniske aspekter der gør det muligt at skabe fotorealistiske billeder. Her vil vi benytte TRIN-modellen til at undersøge designet og funktionerne af teknologien samt de uforudsete konsekvenser, som teknologien kan have. Ved at tilegne os en dybere forståelse af hvordan teknologien fungerer, og hvad den kan

---

<sup>1</sup> (Zhong, 2024)

<sup>2</sup> (Byager, 2022)

<sup>3</sup> (Byager, 2022)

<sup>4</sup> (Byager, 2022)

<sup>5</sup> (European Commision, 2018)

generere, kan vi bedre vurdere potentialet for misbrug og de udfordringer, som teknologien kan skabe i forhold til manipulation af visuelt indhold.

Det er vigtigt at forstå både de tekniske aspekter af, hvordan at generativ-AI fungerer, og de samfundsmaessige konsekvenser, denne teknologi kan have, derfor vælger vi både at analysere de tekniske mekanismer bag midjourney og undersøge, hvordan at den kan påvirke vores evner til at skelne mellem ægte og AI-genererede billeder.

I forbindelse med at undersøge generativ-AI har vi valgt at fokusere på AI-værktøjet MidJourney. På den samfundsmaessige side vil vi undersøge, hvordan denne teknologi kan påvirke samfundet, med fokus på, om vi mennesker kan skelne mellem autentiske og genererede billeder. Vi vil undersøge hvordan mennesker interagerer med og oplever generativ-AI i deres hverdag. Vi vil benytte både kvantitative og kvalitative metoder. Her benytter vi spørgeskemaundersøgelse og interviews, for at indsamle data om menneskers opfattelser af AI-genereret billeder. Vi vil også udføre et eksperiment hvor deltagerne skal skelne mellem AI-genereret og autentisk visuelt indhold. Eksperimentet vil blive udført igennem spørgeskemaet og interviewene hvor deltager skal skelne mellem AI-generet og autentiske billeder, her vil vi starte med at spørge ind til deres opfattelse af generativ-AI, og efter eksperimentet vil vi stille nogle opfølgende spørgsmål for at se om eksperimentet har ændret deres opfattelse af generativ-AI. Her håber vi på at kunne få en bedre forståelse af de samfundsmaessige implikationer af generativ-AI, herunder hvordan teknologien kan påvirke den offentlige tillid til medier. Ved at undersøge både de tekniske og samfundsmaessige faktorer håber vi at få en dybere forståelse af de muligheder og udfordringer som AI-teknologier bringer.

## 2. Problemformulering

Hvordan har de teknologiske fremskridt inden for generativ AI ændret produktionen og kvaliteten af visuelt medieindhold, og hvordan påvirker disse fremskridt vores evne til, at skelne mellem autentisk og AI-genereret indhold?

### 2.1 Arbejdsspørgsmål

- Hvordan har teknologiske fremskridt inden for generativ-AI ændret produktionen og kvaliteten af medieindhold?
- Hvordan påvirker generativ AI vores forståelse af medier?
- Kan vi skelne mellem autentisk og AI-genereret indhold?

### 2.2 Forankring

Dette projekt bliver udarbejdet inden for det humanistisk-teknologiske område. Her vil vi inddrage 2 ud af de 3 fagligt konstituerende dimensioner, for den Humanistisk-Teknologiske Bacheloruddannelse. De to dimensioner vi har valgt at anvende er Subjektivitet, teknologi og samfund (STS) og teknologiske systemer og artefakter (TSA). I dette afsnit vil vi uddybe, hvordan vi vil anvende disse dimensioner.

#### 2.2.1 Subjektivitet teknologi og samfund (STS)

Dimensionen "Subjektivitet, teknologi og samfund" (STS) fokuserer på samspillet mellem mennesker, teknologi og samfund. I vores projekt undersøger vi hvordan AI påvirker samfundet og individerne.

Vi vil benytte kvantitativ og kvalitativ metode ved brug af spørgeskemaundersøgelse og interviews til at indsamle data om, hvordan mennesker interagerer med og oplever generativ AI i deres hverdag.<sup>6</sup> Disse metoder hjælper os med at forstå, hvordan mennesker opfatter AI-genereret indhold.<sup>7</sup> Her vil vi lave et eksperiment hvor deltageren skal skelne mellem AI-genereret og autentiske medier, hvor deltageren både før og efter bliver spurgt ind til deres meninger og holdninger til generativ-AI. Vores mål er at udforske, hvordan disse interaktioner med generativ AI påvirker folks opfattelser af medieindhold. Vi vil undersøge, om der er tilknyttet etiske og samfundsmaessige udfordringer i forbindelse med teknologiens rolle i formidlingen af information og den tillid der er til medierne.<sup>8</sup>

### 2.2.2 Teknologiske systemer og artefakter (TSA)

Dimensionen "Teknologiske systemer og artefakter" bruger vi til at analysere teknologier. Vi vil benytte TRIN-modellen, som består af seks spørgsmål, som man kan stille en teknologien.<sup>9</sup> I vores projekt anvender vi TRIN-modellen til at undersøge generativ-AI, hvor vi har valgt at fokusere på MidJourney. Modellen benytter vi til at analysere designet og funktionerne af teknologien samt de uforudsete konsekvenser teknologien kan have.<sup>10</sup> Vores mål er at undersøge, hvordan generativ-AI genererer visuelt indhold, hvad den er i stand til at generere, og hvilke utilsigtede effekter generativ-AI kan have på samfundet og individet.<sup>11</sup>

### 2.3 Afgrænsning

Vi har begrænset omfanget af vores forskning inden for rammerne af generativ-AI, ved at holde vores fokus på MidJourney. Generativ-AI kan anvendes indenfor mange forskellige områder, vi har valgt at fokusere på anvendelse i produktionen af medieindhold. Dette fokus tillader os at undersøge, hvordan denne teknologi kan påvirke og transformere den måde, hvorpå digitalt indhold skabes og opfattes. Vi har valgt at begrænse os til spørgeskemaundersøgelse, interviews og TRIN-modellen samt en detaljeret empirisk undersøgelse. Dette valg er foretaget for at opnå en forståelse af individuelle oplevelser og perspektiver på, hvordan generativ-AI påvirker brugernes interaktion med visuelt medieindhold. Vi benytter TRIN-modellen til kun at fokusere på de aspekter af teknologien, der er mest relevante for vores forskningsspørgsmål. Her har vi valgt at fokusere på:

1. *De indre mekanismer og processer* - Dette trin hjælper os med at forstå de teknologiske processer i MidJourney som gør det muligt at generere billeder. 2. *Teknologiske artefakter* - Vi undersøger de genererede medier som Mid Journey skaber, for at evaluere kvaliteten. 3. *Uønskede effekter* - Vi undersøger de negative konsekvenser, som generativ-AI kan have, som etiske dilemmaer eller misinformation. Vi har også valgt at afgrænse vores undersøgelsesfelt til hvordan generativ-AI bruges til at skabe visuelt medieinholt.

### 2.4 Begrebsafklaring

Vi har valgt at inkludere en begrebsafklaring for at sikre at vores læser forstår hvad vi mener når vi bruger begreberne:

---

<sup>6</sup> ("Basiskursus 2: Subjektivitet, teknologi og samfund I (1. semester)", n.d., s.1)

<sup>7</sup> ("Basiskursus 2: Subjektivitet, teknologi og samfund I (1. semester)", n.d., s.3)

<sup>8</sup> (*Basiskursus 2: Subjektivitet, Teknologi Og Samfund I (1. Semester)*, n.d., s.1)

<sup>9</sup> (Jørgensen 2020, s.2)

<sup>10</sup> (Jørgensen 2020, s. 2)

<sup>11</sup> (Jørgensen 2020, s.8)

- Kunstig intelligens (AI)** - Kunstig intelligens er simulering af menneskelige intelligens processer af maskiner, især computersystemer. Specifikke anvendelser af kunstig intelligens er expert systemer, Natural language processing (NLP), talegenkendelse og maskinsyn.<sup>12</sup>
- Generativ AI (Gen-AI)** - Generativ AI er en type af kunstig intelligens, som kan producere forskellige typer af indhold, som tekst, billeder, lyd, og syntetiske data.<sup>13</sup>
- Deep Learning** - Deep learning er en form for maskinlæring og kunstig intelligens (AI), der efterligner den måde, mennesker opnår visse typer viden på. Deep learning-modeller kan læres at udføre klassifikations opgaver og genkende mønstre i fotos, tekst, lyd og andre forskellige data.<sup>14</sup>
- Generative Adversarial Networks (GANs)** - Generative adversarial network (GAN) er en maskinlæringsmodel (ML), hvor to neurale netværk konkurrerer med hinanden ved at bruge deep learning-metoder for at blive præcise i deres forudsigelser.<sup>15</sup>
- Deepfake** - Deepfake er en type kunstig intelligens der bruges til at skabe overbevisende billeder, lyd- og video-hoaxes<sup>16</sup>

### **3. Videnskabsteori**

I dette kapitel undersøger vi de videnskabsteoretiske grundlag for vores projekt, ved at reflektere over de begreber, teorier og metoder vi bruger.<sup>17</sup> Videnskabsteorien beskæftiger sig med videnskabelig viden, som hvordan vi opnår og fortolker viden. De centrale elementer indenfor videnskabsteorien, som er relevante for vores projekt, er ontologi og epistemologi, hvor vi benytter dem begge i forbindelse med vores forståelse og tilgang til forskning.

#### *3.1 Ontologi*

Ontologi refererer til studiet af virkelighedens natur og beskæftiger sig med spørgsmålet om, hvad der eksisterer. I vores projekt undersøger vi, hvordan virkeligheden af autentisk og AI-genereret medieindhold opfattes forskelligt. Det gør vi ved at analysere, hvordan de forskellige opfattelser kan påvirke folks tillid til medieindhold.<sup>18</sup>

#### *3.2 Epistemologi*

Handler om viden og erkendelse og spørger ind til, hvordan vi ved det, vi ved, samt hvordan vi kan bekræfte den viden vi har tilegnet os. I vores projekt anvender vi kvalitative og kvantitative forskningsmetoder til at indsamle data om brugerens oplevelser og forståelse af AI-genereret indhold. Hvilket hjælper os med at forstå, hvordan teknologien påvirker menneskers opfattelse af autenticitet og troværdighed. For at opfylde kravet om videnskabsteoretisk refleksion, har vi valgt at benytte en kritisk og reflekterende tilgang til vores brug af teorier og metoder. Vi har valgt kvalitative metoder for at kunne udforske de individuelle og subjektive oplevelser. Dette valg er baseret på en vurdering af, hvilken type viden, vi gerne vil opnå, hvor vi kan indsamle data gennem interviews samt en

<sup>12</sup> (Laskowski, 2024)

<sup>13</sup> (Lawton, 2024)

<sup>14</sup> (Gillis, 2023)

<sup>15</sup> (Yasar, 2023)

<sup>16</sup>(Barney, 2023)

<sup>17</sup> (Roskilde universitet and Frandsen 2024, s.1)

<sup>18</sup> (Roskilde Universitet, 2024, s. 4)

spørgeskemaundersøgelse. Vi reflekterer over, hvordan vores teori påvirker den måde vi fortolker vores data. Vi forholder os kritisk til de valgte metoders begrænsninger og styrke. Som spørgeskemaet, der ikke er særlig godt til, at indhente kvalitative data, men derimod er god til at indhente kvantitative data, men kræver meget data, før man kan være helt sikker. Vi har derimod interviews med som vi kan bruge til at indhente kvalitative data omkring hvordan mennesker bliver påvirket og hvad deres holdninger er til generativ-AI i medierne. Vi vil krydse vores indsamlede data med teorier så vi kan bekræfte og afkræfte vores resultater, for at sikre at vores forskning er valid og pålidelig.<sup>19</sup>

### 3.3 Post-fænomenologi

Vi har besluttet os for, at anvende den post-fænomenologiske tilgang til at undersøge, hvordan generativ-AI påvirker produktionen og kvaliteten af visuelt medieindhold, samt modtagerens evne til at skelne mellem autentisk og genereret medieindhold. Postfænomenologi er en tilgang indenfor teknologi filosofi udviklet af Don Ihde. Postfænomenologien fokuserer på de relationer, der opstår mellem mennesker og teknologiske artefakter, og hvordan disse relationer medierer vores oplevelse af verden. Postfænomenologi er relevant, fordi den hjælper os med, at forstå de relationer, der opstår mellem mennesker og teknologi, og hvordan teknologi medierer vores oplevelser af verden. I vores projekt analyserer vi, hvordan generativ-AI, som MidJourney, påvirker folks dømmekraft og deres hverdag. Når vi benytter Post-fænomenologi som vores tilgang, så benytter vi det til at undersøge hvordan teknologi medierer vores oplevelser gennem forskellige typer relationer mellem mennesker og teknologiske artefakter. Der er fire typer relationer-embodiment, hermeneutiske, alterity, og background relationer, som vi bruger til at forstå hvordan teknologi påvirker vores opfattelse af verden. Embodiment relationer indebærer, at teknologien former brugerens oplevelse. Vi undersøger hvordan AI-genererede billeder påvirker menneskers forståelse og evne til at identificere generativ-AI. Hermeneutiske relationer er dem, hvor "brugerens oplever et transformert møde med verden via den direkte oplevelse og fortolkning af selve teknologien."<sup>20</sup> Vi ser på, hvordan generativ-AI anvendes til at skabe og analysere visuelle data, og hvordan det påvirker brugerens forståelse og vurdering af medieindhold. Alterity relationer er dem, hvor vi forholder os til teknologi på måder, der ligner de måder, vi forholder os til andre mennesker. Vi analyserer, hvordan brugere interagerer med generativ-AI, som genererer visuelt indhold, som ligner ægte visuelt indhold, og hvordan det har en indflydelse på menneskers dømmekraft og opfattelse af AI-genererede indhold. Background relation beskriver, hvordan teknologier fungerer i baggrunden og påvirker vores miljø. Vi undersøger, hvordan generativ-AI kan påvirke medieproduktionen og distributionen uden at være synlige, og hvordan det kan påvirke menneskers daglige liv og tillid til medier. Vi kan bruge disse relationer til at få en dybere forståelse af, hvordan generativ-AI påvirker menneskelig perception og samfundsmæssig tillid til medier.<sup>21</sup>

## 4. Teori & Metode

I dette projekt undersøger vi, hvordan generativ-AI ændrer måden, vi skaber og opfatter medier på. Vi benytter McLuhans kommunikationsteori, specielt hans begreber "The medium is the message", og "Hot & Cold medias" til at forstå, hvordan AI-genererede medieindhold ikke bare formidler information, men også påvirker modtagerens opfattelse og interaktion med mediet. For eksempel viser McLuhans teori, at medier kan ændre modtagerens forståelse og reaktion, uanset indholdet. Ved at se

<sup>19</sup> (Roskilde Universitet, 2024, s. 4)

<sup>20</sup> (Hickman & Southern Illinois University Carbondale, 2015)

<sup>21</sup> (Hickman & Southern Illinois University Carbondale, 2015)

på AI-genererede billeder med McLuhans teori, kan vi finde ud af, hvordan brugen af generativ-AI ændrer vores opfattelse af visuel information. Vi bruger også interviews og spørgeskemaundersøgelse for at finde ud af hvad folk synes om AI-indhold. Dette hjælper os med at forstå de samfundsmæssige implikationer skabt af generativ-AI.

#### *4.1 teori*

I dette afsnit præsenteres de teoretiske rammer, der danner grundlaget for vores undersøgelse. Her vil vi præsentere de teorier og begreber, vi anvender for at analysere og forstå, hvordan AI-genereret medieindhold påvirker kommunikation og interaktion. Afsnittet vil forklare, hvordan vi anvender specifikke teorier til at belyse vores forskningsspørgsmål og opnå en dybere forståelse af teknologiens indvirkning på medierne.

McLuhans kommunikationsteori er med til at give os en ramme for at kunne forstå, hvordan AI-genereret indhold kan påvirke modtagernes opfattelse af medier. For at teste disse teorier vil vi bruge både interviews og spørgeskemaer.

##### *4.1.1 Kommunikationsteori*

Vi vil benytte kommunikationsteori til at forstå, hvordan AI-genereret medieindhold kommunikerer og interagerer med modtagerne. Vi vil bruge Marshall McLuhans teori om, at "mediet er budskabet" og "Hot & Cold media" til at undersøge, hvordan AI-genereret indhold påvirker vores opfattelse af budskabet. McLuhan argumenterer for, at medier ikke bare overfører information, men også har indflydelse på, hvordan vi modtager og reagerer på det.

Kommunikationsteori undersøger, hvordan information overføres mellem afsender og modtager, og hvordan forskellige medier påvirker denne proces. Vi fokuserer på McLuhans idé om, at mediet selv er en væsentlig del af budskabet. Ved at anvende kommunikationsteori kan vi analysere, hvordan AI-genererede medier påvirker brugernes opfattelse og reaktioner. Dette er relevant, fordi teknologien bag indholdet kan ændre den måde, vi forstår og interagerer med information på.<sup>22</sup>

##### *4.1.2 The medium is the message*

I kapitel 1 af "Understanding Media" præsenterer Marshall McLuhan konceptet "the medium is the message." McLuhan argumenterer for, at det ikke er indholdet, men selve mediet, der har den største indflydelse på samfundet og menneskelig adfærd: "In a culture like ours, long accustomed to splitting and dividing all things as a means of control, it is sometimes a bit of a shock to be reminded that, in operational and practical fact, the medium is the message" (McLuhan - Understanding Media, p.9). Dette betyder, at mediets karakter og struktur har større betydning end det indhold, det formidler. I vores undersøgelse af AI-genererede medier fokuserer vi på, hvordan selve teknologien, der bruges til at skabe og distribuere indhold, påvirker brugernes opfattelse og adfærd.<sup>23</sup>

##### *4.1.2 Hot and Cold*

McLuhan skelner mellem "varme" og "kolde" medier baseret på, hvor meget de kræver af brugeren. Varme medier, som radio og film, giver mange oplysninger og kræver ikke meget deltagelse fra brugeren, mens kolde medier, som tegneserier og telefoner, kræver mere aktiv deltagelse for at forstå

---

<sup>22</sup> (Hickman & Southern Illinois University Carbondale, 2015)

<sup>23</sup> (McLuhan - Understanding Media, p.13)

beskeden. I vores projekt ser vi på, hvordan AI-teknologier, som MidJourney, både kan fungere varme eller kolde medier, og hvordan de påvirker brugernes engagement og fortolkning af medieindhold.<sup>24</sup>

## 4.2 Metoder

I dette afsnit præsenterer vi de metoder, vi har anvendt i vores undersøgelse for at besvare vores problemformulering, i forbindelse med hvordan AI-genereret indhold skabes, og hvordan indholdet påvirker menneskers opfattelse af autenticitet og tillid til medier. Her vil vi benytte kvalitative og kvantitative metoder samt en detaljeret beskrivelse af de teknikker, vi har brugt til at analysere data og resultater. Afsnittet giver indsigt i, hvordan vi har struktureret vores forskning for at opnå en dybere forståelse af generativ-AI's rolle i medieproduktion.

### 4.2.2 Kvalitative metoder

Vi bruger interviews og empiriske undersøgelser til at forstå, hvordan folk ser på indhold skabt af generativ-AI. Disse metoder hjælper os med at indsamle informationer om menneskers oplevelser og holdninger til autenticitet i Generativ medieindhold. Vi interviewer deltagerne før og efter de skal identificere de AI-genererede billeder, for at undersøge om eksperimentet har en effekt på deres holdninger til generativ-AI.

### 4.2.3 Trinmodellen

Trinmodellen benytter vi til at undersøge generativ-AI ved at undersøge teknologien og de utilsigtede konsekvenser den kan have på samfundet. I vores projekt bruger vi denne model til at forstå hvordan generativ-AI påvirker produktionen af medieindholdet. Vi fokuserer på tre områder: Hvordan generativ-AI virker, hvad den skaber, og hvilke problemer den forårsager. Det første trin vi vil benytte er '*Indre mekanismer og processer*', her ser vi på de tekniske dele af generativ-AI, for at forstå hvordan den genererer visuelt indhold. Vi benytter trinnet '*teknologiske artefakter*' til at undersøge det indhold, som AI skaber, specifikt billeder, for at bedømme kvaliteten af indholdet. Til sidst vil vi undersøge de '*uønskede effekter*', her kigger vi på de negative effekter vi forbinder med Generativ-AI, som misinformation og de etiske dilemmaer, det kan skabe. Disse trin giver os en dybere forståelse af, hvordan generativ-AI fungerer, hvad den genererer, og hvilke *uønskede effekter* det kan forvolde. Ved at fokusere på disse tre trin kan vi bedre forstå AI's effekt på autenticiteten og troværdigheden i medieindhold.

### 4.2.4 Spørgeskema

I vores undersøgelse anvender vi et spørgeskema til, at undersøge hvordan mennesker forholder sig til generativ indhold, hvordan det påvirker deres forståelse og holdninger og hvorvidt de er i stand til, at skelne mellem autentisk og AI-genereret indhold. De billeder, vi har valgt at generere, repræsenterer forskellige temer: nærbillede af en person, naturbillede, byliv, ekstremsport og et madbillede. Det er vigtigt at bemærke, at vi nøje har udvalgt de autentiske billeder og sikret deres ægthed ved at inkludere informationerne som bekræfter at billedet er autentisk og ikke er redigeret på nogen som helst måde, da redigerede billeder kan have en indflydelse på brugerens vurdering af autentisk og genereret indhold. De AI genererede visuelle medier vi har benyttet, har vi selv genereret da vi vil vise at man ikke behøver at være en ekspert indenfor generativ-AI og stort set enhver person med adgang til en computer kan benytte 'Mid journey' til at generere Visuelt medie indhold, som er overbevisende.

---

<sup>24</sup> (Media Cold and Hot s.32)

## **5. Analyse**

### **5.1 Understanding Media**

Denne del af analysen fokuserer på anvendelsen af McLuhans teorier på vores data og resultater. Vi vil analysere, hvordan teknologier som MidJourney, der bruger generativ AI, fungerer som medier i McLuhans forstand og hvilken effekt de har på brugerens opfattelse og interaktion med medier.

#### **5.1.1 The medium is the message**

McLuhans teori om “the medium is the message” kan vi anvende til at analysere, hvordan teknologier som Midjourney, der bruger generativ AI, påvirker ikke kun det visuelle indhold, men også modtagerens forståelse af indholdet. I vores undersøgelser har vi set, at AI-genererede billeder kan have en effekt på brugernes opfattelse af, hvad der er ægte.

Et vigtigt fund i vores spørgeskema er, at mange deltagere havde svært ved at skelne mellem autentiske og AI-genererede billeder, det var kun ca halvdelen af spørgsmålenes der blev korrekt besvaret, hvilket understøtter McLuhans påstand om at mediet (i dette tilfælde AI-genererede visuelt indhold) i sig selv har en betydelig indflydelse på, hvordan at indholdet opfattes.

AI-teknologiens evne til at skabe visuelt indhold, der næsten er umuligt at skelne fra ægte medier, kan udfordre vores opfattelse af troværdighed i medierne. Dette kan føre til en form for mistillid til medierne, da modtager vil kunne blive usikre på, hvad de kan stole på.

#### **5.1.2 Hot and Cold**

McLuhans måde at skelne mellem “Hot” og “Cold” medier hjælper os med at forstå, hvordan AI-teknologier såsom Midjourney kan fungere. AI-genererede billeder kan ses som et "Hot" medium, fordi de giver mange detaljer og kræver mindre fortolkning af modtageren. Samtidig kan de også fungere som et “Cold” medium, hvis brugeren skal interagere og fortolke indholdet for at afgøre om det er virkelig eller AI-genereret.

Vores data viser, at brugerne kan være usikre på deres vurdering af billedernes ægthed, hvilket i dette tilfælde betyder at de AI-genererede billeder også kan fungere som “cold” medium. Brugerne skal nemlig selv aktivt analysere og fortolke indholdet for at afgøre dets ægthed.

I vores undersøgelse viste det sig at ca halvdelen af deltagerne korrekt kunne identificere de AI-genererede billeder (50,4%). Dette betyder at indholdet kræver en høj grad af brugerengagement for at identificere det falske indhold. Det peger på, at AI-genererede billeder kan skifte mellem "Hot" og "Cold" medier afhængigt af dets kvalitet og kompleksitet.

### **5.2 Trinmodellen**

For at benytte trinmodellen korrekt har vi inkluderet definitionerne fra de tre trin, vi vil anvende. Definitionerne er hentet fra Niels Jørgensens analyse "Digital signatur". ‘En eksemplarisk analyse af de indre mekanismer og processer’, som præsenterer de forskellige trin igennem flere eksempler af digital signatur inden for de respektive skridt i TRIN-modellen.<sup>25</sup>

---

<sup>25</sup>

### *5.2.1 Trin 1: Indre mekanismer og processer*

*"De centrale mekanismer og processer i en teknologi, som bidrager til at opfylde teknologiens formål. For eksempel i en vindmølle, hvis formål er at transformere vindens bevægelsesenergi til elektricitet, er de centrale mekanismer at vingerne drejes rundt af vinden, og at vingerne driver en generator, som skaber elektricitet.<sup>26</sup>*

Vi har valgt at benytte artiklen "How Does MidJourney Work and Function," skrevet af JJ Pryor og udgivet den 19. juni 2023 på Threw the Looking Glass. Denne artikel forklarer de teknologiske processer bag AI-billedgeneratorer som MidJourney. AI-billedgeneratorer har brug for et stort datasæt af billeder som grundlag for deres læring. Systemet analyserer billederne for at lære mønstre, farver, former og strukturer at kende. Disse AI-systemer anvender deep learning, som er en avanceret form for maskinlæring, der benytter kunstige neurale netværk. Disse netværk efterligner menneskehjernens struktur og gør det muligt for AI'en at lære fra de indsamlede data. Når træningen er færdig, kan AI'en generere nye billeder baseret på det, den har lært. Den anvender et 'Generative Adversarial Network' (GANS), hvor to komponenter (generatoren og diskriminatoren) arbejder sammen. Generatoren skaber nye billeder, mens diskriminatoren vurderer dem i forhold til de ægte billeder fra træningsdatasættet. Over tid bliver generatoren dygtigere til at skabe billede, som diskriminatoren ikke kan skelne fra de virkelige. De genererede billeder kan efterfølgende forfines baseret på brugerinput eller specifikke kriterier. Brugere kan ændre forskellige aspekter af billedet, og AI'en vil tilpasse sig derefter, hvilket resulterer i et endeligt billede, der opfylder brugerens krav. Denne interaktive proces muliggør skabelsen af utroligt detaljerede og realistiske billeder.<sup>27</sup>

### *5.2.2 Trin 2: Teknologiske artefakter*

*"Artefakter" er menneskeskabte genstande og adskiller sig som sådan fra genstande frembragt gennem processer i naturen. Et teknologisk artefakt er et artefakt, som har en teknologisk funktion. Teknologi er omformning af natur (stof og energi) under anvendelse af naturlige og sociale ressourcer samt information, viden og praktisk erfaring med henblik på at opfylde menneskelige behov."<sup>28</sup>*

I denne artikel fra 'Creative Bloq' præsenterer Gareth B. Davies Mid Journey, der bruger kunstig intelligens til at transformere tekstbeskrivelser til visuelle medier. I artiklen får vi et indblik i, hvordan teknologien fungerer, og hvorfor den er blevet et populært værktøj blandt kunstnere og designere. Mid journey er et avanceret billede generering platform der bruger kunstig intelligens, specifikt et generativt adversarials netværk(GAN) til at skabe billeder baseret på tekstbeskrivelser, processen begynder med fortolkning af prompten, hvor Midjourneys AI analyserer den indtastede tekst for at forstå de ønskede elementer i billedet. Dette kan inkludere beskrivelser af landskaber, objekter, stemninger og kunstneriske stilarter. Når teksten er analyseret, genererer AI'en et billede ved at trække på et stort datasæt af billeder og stilarter, som den er blevet trænet på. Dette gør det muligt for Midjourney at skabe noget visuelt indhold, der matcher brugerens beskrivelser.

---

<sup>26</sup> (indre mekanismer og processer p.6)

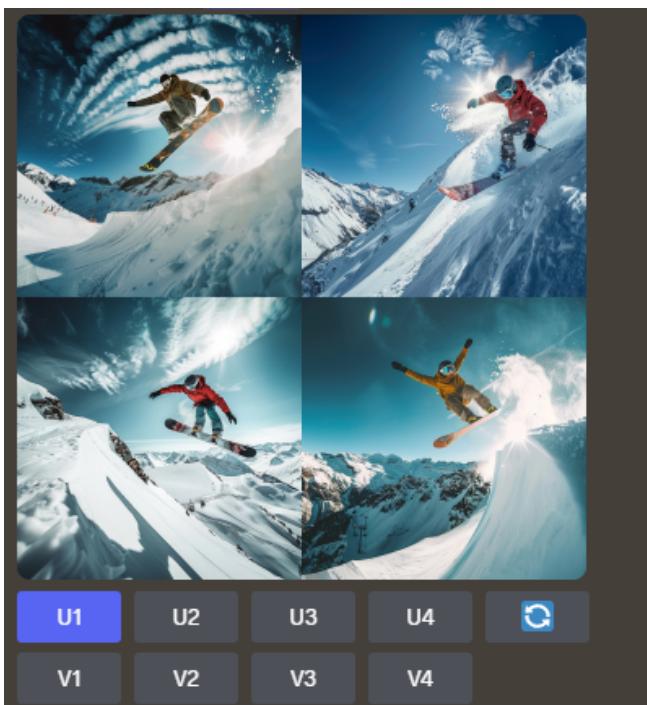
<sup>27</sup> (Pryor, n.d.)

<sup>28</sup> (Jørgensen, 2020, 7)

**Photo of the adrenaline-pumping action of a snowboarder launching off a ramp in the Swiss Alps. Focus on the skier in mid-air, with the camera positioned low to the ground to create a dramatic perspective, emphasized, excitement, snowy mountainside and clear blue sky, stunning backdrop, dynamic lighting, high contrast, motion blur, shot on gopro camera, in the style of photojournalistic, photorealistic – @Tøbias (fast)**

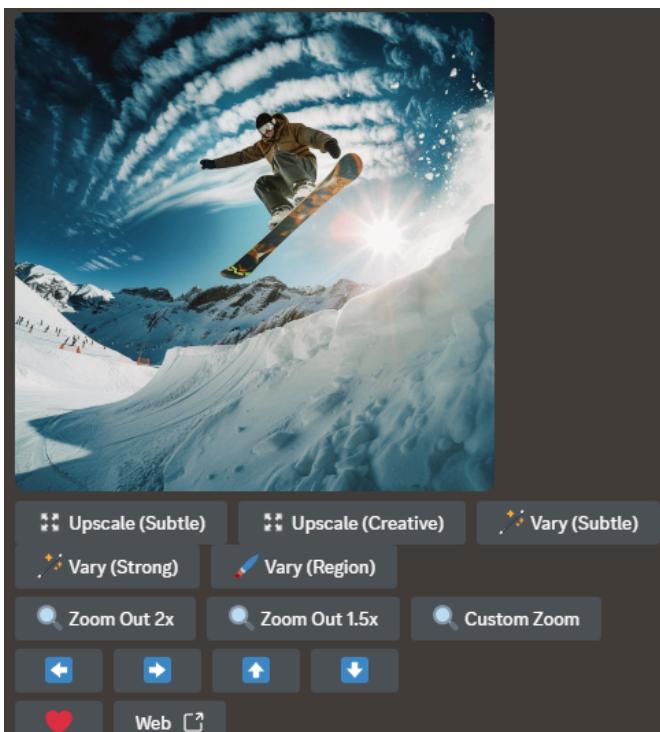


Efter billede genereringen tilbyder Midjourney ofte flere versioner af billedet, så brugeren kan vælge den, der bedst passer til deres vision.



U1	U2	U3	U4	⟳
V1	V2	V3	V4	

Brugeren kan derefter forfinne eller ændre deres prompt for at justere outputtet og lave iterative ændringer, indtil det genererede billede lever op til deres forventninger.



Midjourney er enkelt og har et stort kreativt potentiale. Platformen giver kunstnere mulighed for at eksperimentere med nye stilarter og ideer, hvilket skubber grænserne for traditionelle kunstformer. Midjourney har også gjort det muligt at hurtig og effektiv generere sine ideer og koncepter, hvilket er betydeligt hurtigere end traditionelle metoder. Det er også blevet mere tilgængeligt, da alle kan skabe kunst ved hjælp af Midjourney.<sup>29</sup> Billederne i dette afsnit, er billeder af processen vi brugte til at skabe billederne til vores spørgeskema, i dette tilfælde var det spørgsmål 11. Hvor respondenterne skulle udpege det AI-genererede billede ud fra to billeder.

### 5.2.3 Trin 3: Uønskede effekter

*“De utilsigtede effekter er de effekter, som vurderes at være negative. For eksempel at en vindmølle støjer og ødelægger udsigten. ”Man kan skelne mellem utilsigtede effekter, som har karakter af risici, nogle som skyldes designfejl og endelig nogle som skyldes økonomiske hensyn.”<sup>30</sup>*

I forbindelse med kursusgangen “AI in society and organisations” på valgfaget AI and communication practices F2024 blev flere utilsigtede konsekvenser af Deepfake teknologi diskuteret. Teksten af Mika Westerlund, “The Emergence of Deepfake Technology: A Review”, giver et overblik over disse konsekvenser. I dette afsnit vil vi analysere de utilsigtede konsekvenser, som teksten fremhæver. Fake news og deepfakes udgør en trussel mod offentlig diskurs, menneskelige samfund og demokratier. Westerlund skriver, “In recent years, fake news has become an issue that is a threat to public discourse, human society, and democracy.”<sup>31</sup> Disse teknologier kan skabe overbevisende falsk indhold, som hurtigt spredes på sociale medier, hvilket gør det svært for offentligheden at skelne mellem ægte og falsk information. Ifølge Westerlund gør “the scope, scale, and sophistication of the technology involved” det vanskeligt at skelne mellem ægte og falske medier.<sup>32</sup> Dette kan føre til mistillid til visuelle medier, da ting, der aldrig er sket, kan få folk til at tvivle på myndighederne.

<sup>29</sup> (Davies 2024)

<sup>30</sup> (Jørgensen, 2020, 8)

<sup>31</sup> (Westerlund, 2019, 39)

<sup>32</sup> (Westerlund, 2019, 39)

Westerlund forklarer, "people nowadays are increasingly affected by AI-generated spam, and by fake news that builds on bigoted text, faked videos, and a plethora of conspiracy theories."<sup>33</sup> Det mest skadelige aspekt er, at konstant kontakt med misinformation får folk til at føle, at meget information ikke kan stoles på, hvilket resulterer i en "information apocalypse" eller "reality apathy."<sup>34</sup> Folk kan afvise ægte indhold som falske, fordi de tror, at alt, de ikke ønsker at tro på, må være falsk. "The greatest threat is not that people will be deceived, but that they will come to regard everything as deception."<sup>35</sup> Teksten beskriver, hvordan nye teknologiske fremskridt har gjort det lettere at skabe "deepfakes." Deepfakes er videoer skabt ved brug af ansigtsbytningsteknikker, som efterlader få spor af manipulation. Teknologien bag deepfakes er baseret på kunstig intelligens (AI), som erstatter og lægger billeder og videoklip oven på hinanden for at skabe falske videoer, der ser ægte ud. Disse teknologier er avancerede nok til at producere videoer, hvor personer ser ud til at sige hvad som helst, uden at de personerne har givet deres samtykke. Det, der gør deepfakes udfordrende, er omfanget, skalaen og sofistikationen af teknologien. Det er nu så tilgængeligt, at næsten alle der har adgang til en computer kan skabe falske videoer, der er identiske med ægte medier. Tidlige eksempler på deepfakes fokuserede ofte på politiske ledere og kendte fra underholdningsindustrien, hvor deres ansigter blev indsat i pornografiske videoer. Artiklen pointerer at i fremtiden vil anvendelsen af deepfakes sandsynligvis udvide sig til at omfatte hævnporno, mobning, falske videobeviser i retssager, politisk sabotage, terroristpropaganda, afpresning, markedsmanipulation og spredning af falske nyheder.<sup>36</sup>

### 5.3 Analyse af interview:

For at lave en kvalitativ undersøgelse i vores projekt, har vi interviewet tre personer omkring, hvordan de forholder sig til AI-genereret indhold i medier. Katja er 23 år gammel og pædagogstuderende, Jens er 27 år og automationsteknolog, og Frederik er 25 år og bygningsstruktør. Vi har valgt disse tre individer, da de har forskellige baggrunde og derfor kan give os en bredere forståelse for, hvordan de forholder sig til AI-genereret indhold i medierne. I dette afsnit vil vi dykke dybere ned i deres svar, mens de fulde interviews findes i [bilaget](#).

#### 5.3.1 Kendskab til AI-teknologier

Frederik er bekendt med DeepFake, men ikke med MidJourney. Han har en grundlæggende forståelse af AI-teknologier, som kan skabe falske billeder eller videoer, men hans viden om deres brug i medieproduktion er begrænset. Katja's viden om AI-teknologier er primært baseret på hendes interaktioner med sociale medier og artikler om AI's negative konsekvenser. Jens er derimod velinformeret om både DeepFake og MidJourney og har et solidt grundlag for at forstå de tekniske og praktiske aspekter af AI-genereret indhold. Jens dybere kendskab til AI-teknologier sammenlignet med Frederik og Katja indikerer, at en teknisk baggrund kan være fordelagtig for ens grundlæggende forståelse af AI's potentiale og risici. 'Jens' viden om specifikke teknologier som MidJourney kan hjælpe ham med at genkende og vurdere AI-genereret indhold mere kritisk, mens Katja og Frederik muligvis er mere utsatte for at blive vildledt af teknologien på grund af deres mere begrænsede viden.

---

<sup>33</sup> (Westerlund, 2019, 43)

<sup>34</sup> (Westerlund, 2019, 43)

<sup>35</sup> (Westerlund, 2019, 43)

<sup>36</sup> (Westerlund, 2019, 39)

### *5.3.2 Bekymringer omkring AI i medier*

Frederik udtrykker en vis bekymring over brugen af AI i medier, men mener ikke, at det nødvendigvis har stor betydning, da han allerede føler en vis grad af mistillid til medierne. Katja er ret bekymret over AI's brug i medierne, især når det gælder svindel og falske meddelelser. Jens udtrykker stærk bekymring for AI's potentiale til at skabe internationale spændinger, som kan eskalere til konflikter. Frederik ser AI som endnu et værktøj, der kan bruges til at sprede misinformation, hvilket kan forstærke eksisterende mistillid til medierne. Katjas bekymringer om svindel viser en frygt for, hvordan AI kan udnyttes til at narre og manipulere offentligheden. Jens' bekymringer er mere globale og sikkerhedsorienterede, hvilket viser, at han ser AI som en potentiel trussel mod international stabilitet.

### *5.3.3 Påvirkning af tillid til medier*

Frederik mener, at offentliggørelse af AI-brug i medier vil skade tilliden til medierne. Katja mener, at brugen af AI-genereret indhold kan skade tilliden, fordi folk begynder at spekulere over, hvad der er sandt og falsk. Jens mener, at den stigende brug af AI-genereret indhold kan underminere offentlighedens tillid til medierne. Frederik og Katja udtrykker bekymringer, der peger på en skrøbelig tillid til medierne, som kan forværres af AI. Jens' perspektiv, at AI's stigende rolle kan underminere tilliden, indikerer en dybere forståelse af, hvordan teknologi kan påvirke offentlighedens opfattelser på lang sigt.

### *5.3.4 Hvordan skelner du mellem autentisk og genereret indhold?*

Frederik bruger refleksioner og ansigter som hovedkriterier for at identificere AI-genereret indhold. Katja fokuserer på fejl og detaljer. Jens kigger efter lige linjer, perspektiv og små detaljer. Frederik og Katjas metoder til at identificere AI-genereret indhold viser, at de stoler på synlige fejl og anomalier. Jens' mere tekniske tilgang med fokus på perspektiv og små detaljer afspejler hans dybere teknologiske forståelse, men han erkender, at det bliver sværere at skelne, hvilket indikerer, at AI-teknologien forbedres og bliver mere overbevisende.

### *5.3.5 Ændring i opfattelse af AI-genereret indhold*

Frederik føler, at hans tidligere opfattelser er forstærket, ikke nødvendigvis ændret. Katja's bekymringer er blevet forstærket efter at have set billederne i undersøgelsen. Jens' bekymringer er blevet forstærket, da undersøgelsen har demonstreret AI's evne til at producere overbevisende forfalskninger. Frederiks og Katjas forstærkede bekymringer viser, at eksponering for AI-genereret indhold kan øge bevidstheden om teknologiens potentiale til misbrug. Jens' øgede bekymring understreger, at selv teknologisk kyndige personer kan blive mere skeptiske over for medieindhold på grund af AI's forbedrede evner til at forfalske virkeligheden. Dette peger på behovet for større gennemsigtighed og regulering inden for AI-genereret medieindhold.

## **5.4 Analyse af Spørgeskema**

I denne analyse vil vi se nærmere på de data, vi har indsamlet fra vores spørgeskema, vi fik 25 besvarelser, hvor vi fokuserer på deltagernes evne til at skelne mellem autentisk og AI-genereret indhold i billeder. Vores mål er at forstå, hvordan folk opfatter AI-genereret indhold, samt hvilke tegn de bruger til at skelne mellem ægte og genererede billeder. Vi benytter Data visualisering til at formidle de indhente data fra spørgeskemaet, her bruger vi kompetencer vi har tilegnet os fra 'Data Science and Visualization', som er et valgfag på Roskilde Universitet. Vi benytter data visualisering til bedre at analysere vores data, og visualisere dem. Vi benytter ipynp (Interactive Python Notebook) til

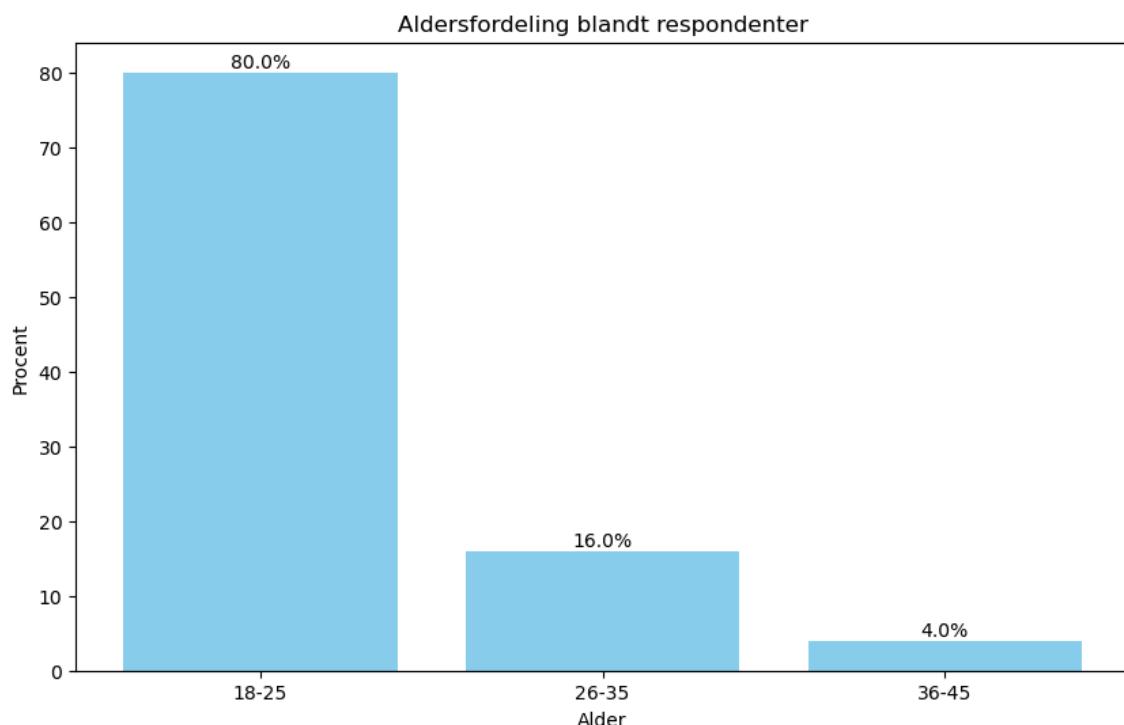
at skabe de visualiseringer, som spørgeskema platformen ikke kan lave til os, for bedre at visualisere og sammenligne de indhentede data.

#### 5.4.1 Dataopsamling

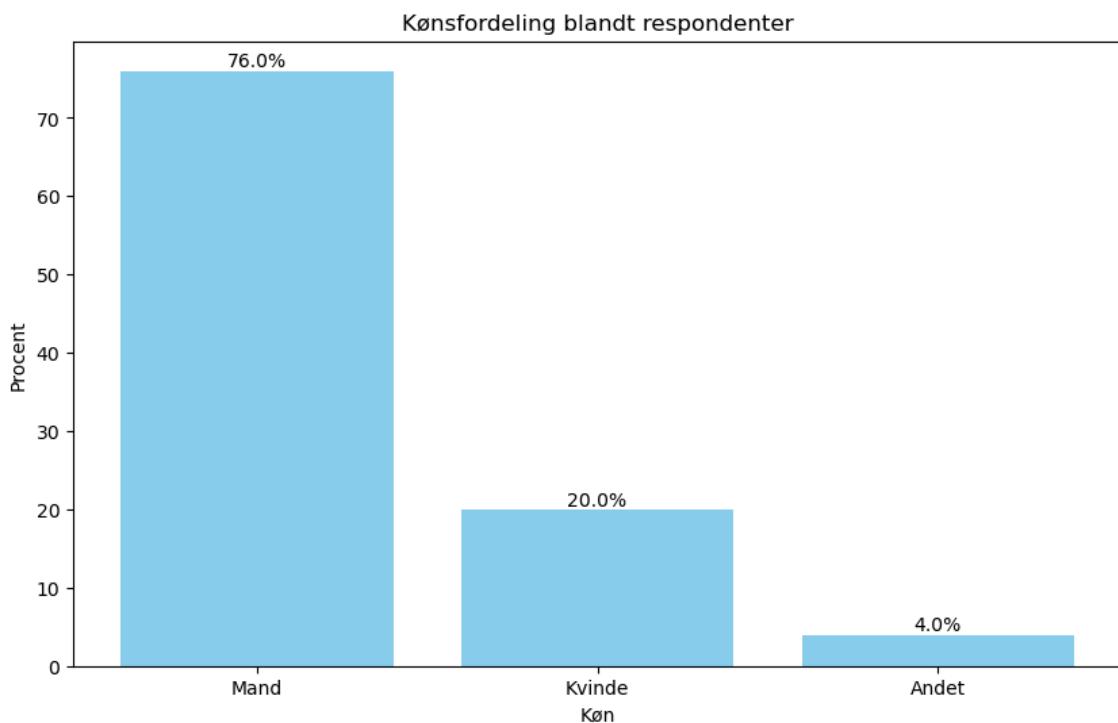
Spørgeskemaet inkluderer en række spørgsmål, der berører deltagernes baggrundsinformation, deres kendskab til AI-teknologier og deres vurdering af forskellige billeder. Dataene er samlet fra en besvarelse hvor vi også bede deltagerne om at identificere de AI-genererede billeder, i spørgsmål 8-12 mellem valget af to billeder: et autentisk og et AI-genereret.

#### 5.4.2 Demografisk information

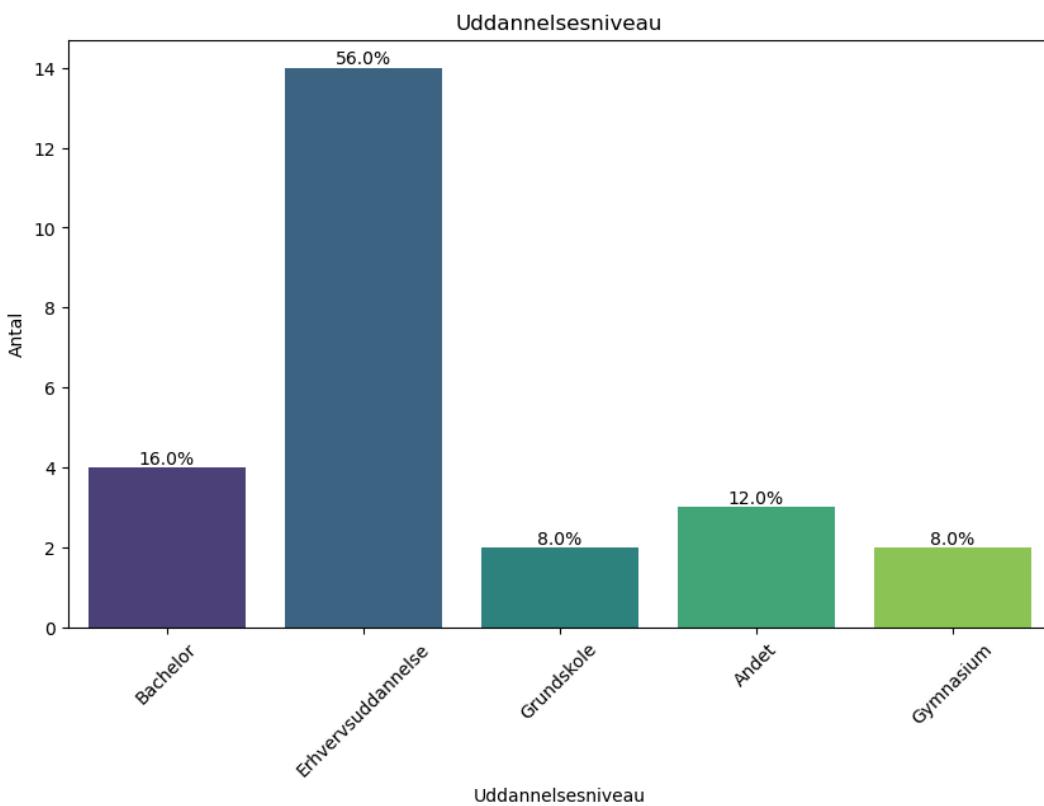
Deltagerne i undersøgelsen var primært unge voksne i alderen 18-25 år (80%), med enkelte deltagere i aldersgrupperne 26-35 år (16%) og 36-45 år (4%).



Der var flest mænd (76%) der deltog i undersøgelsen, efterfulgt af 20% kvinder. I forbindelse med relevans, så kan man sige at mænds vurdering dominerer denne opgave, da der er en lavere anddel af kvinder med i undersøgelsen, sammenlignet med hvor mange mænd der har deltaget.



uddannelsesniveauet varierede fra grundskole (8%), gymnasium (8%), erhvervsuddannelser (56%), bachelor (16%) og andet (12%).

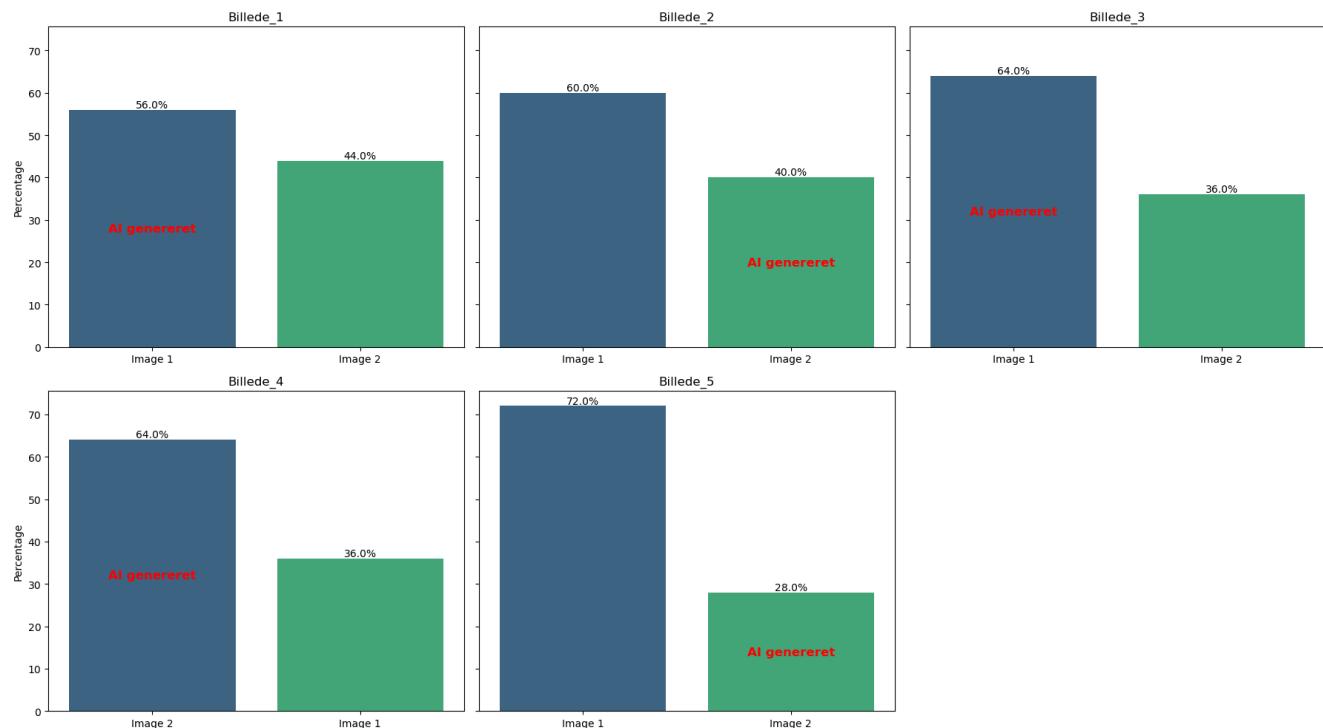


man kan se at over halvdelen af deltagerne har en erhvervsuddannelse (56%) efterfulgt at resten af deltagerne hvor uddannelsesniveauet var mere jævnt fordelt hvor deltagere med en bachelorgrad var

16%, deltagere der deltog og så havde vi brugere der kategoriserede sig som andet som lå på 12% og deltagere i grundskole og gymnasium som begge lå på 8%.

#### 5.4.3 Vurdering af AI-genererede billeder

Spørgsmål 8 - 12 præsenterede billeder, hvor deltagerne skulle vælge det AI-genererede billede. Resultaterne viser, at deltagerne ofte havde vanskeligheder med at skelne mellem de ægte og de AI-genererede billeder. I dette afsnit præsenterer vi vores data visualiseringer fra spørgeskemaet, der berører skelnen mellem AI og autentiske medier.



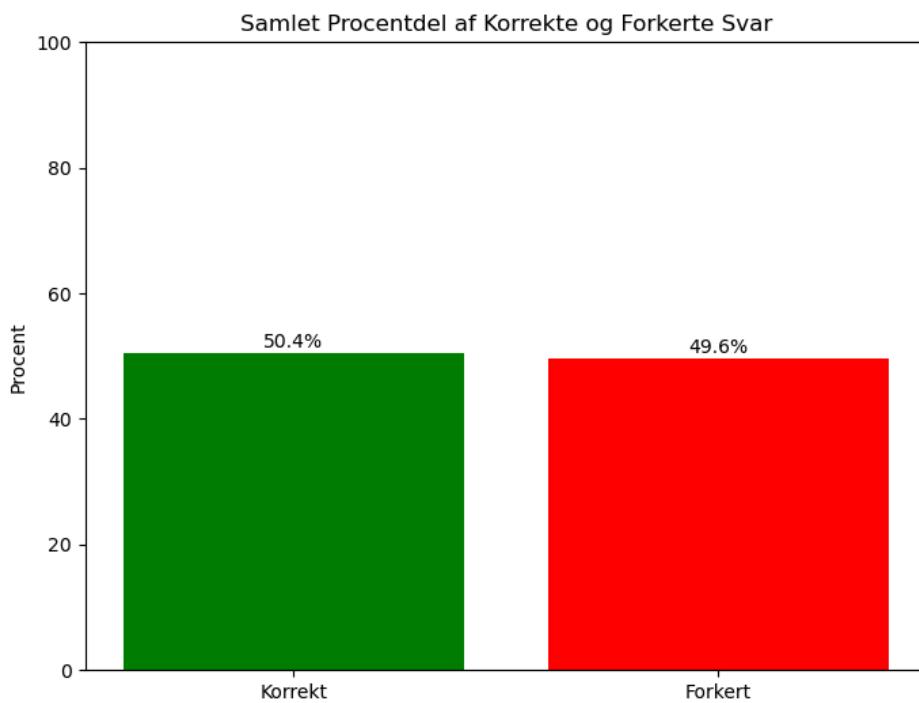
I 'Billedet 1' (Billedet 1 er AI-genereret) kan vi se at der 56% af deltagerne som identificerede det AI-genererede billede, mens 44% fejlagtigt valgte det autentiske billede.

I 'Billedet 2' (Billedet 2 er AI-genereret) var der 40% af deltagerne som formåede at identificere det AI-genererede billede, mens 60% fejlagtigt valgte det autentiske billede.

I 'Billedet 3' (Billedet 1 er AI-genereret) var der 64% af deltagerne som identificerede det AI-genererede billede, mens 36% fejlagtigt valgte det autentiske billede.

I 'Billedet 4' (Billedet 2 er AI-genereret) var der 64% af deltagerne som identificerede det AI-genererede billede, mens 36% fejlagtigt valgte det autentiske billede.

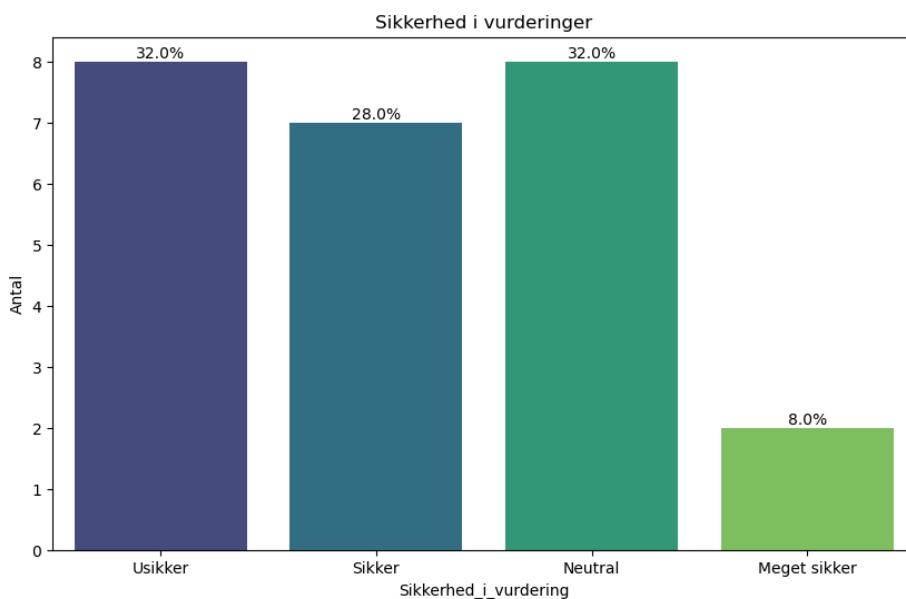
I 'Billedet 5' (Billedet 2 er AI-genereret) var der 28% af deltagerne der identificerede det AI-genererede billede, mens 72% fejlagtigt valgte det autentiske billede.



Den overordnede procentdel af de korrekte svar på spørgsmålene om at identificere AI-genererede billeder er 50,4%, mens procentdelen af forkerte svar er 49,6%. Dette viser, at deltagerne i lidt over halvdelen af tilfældene korrekt kunne identificere de AI-genererede billeder.

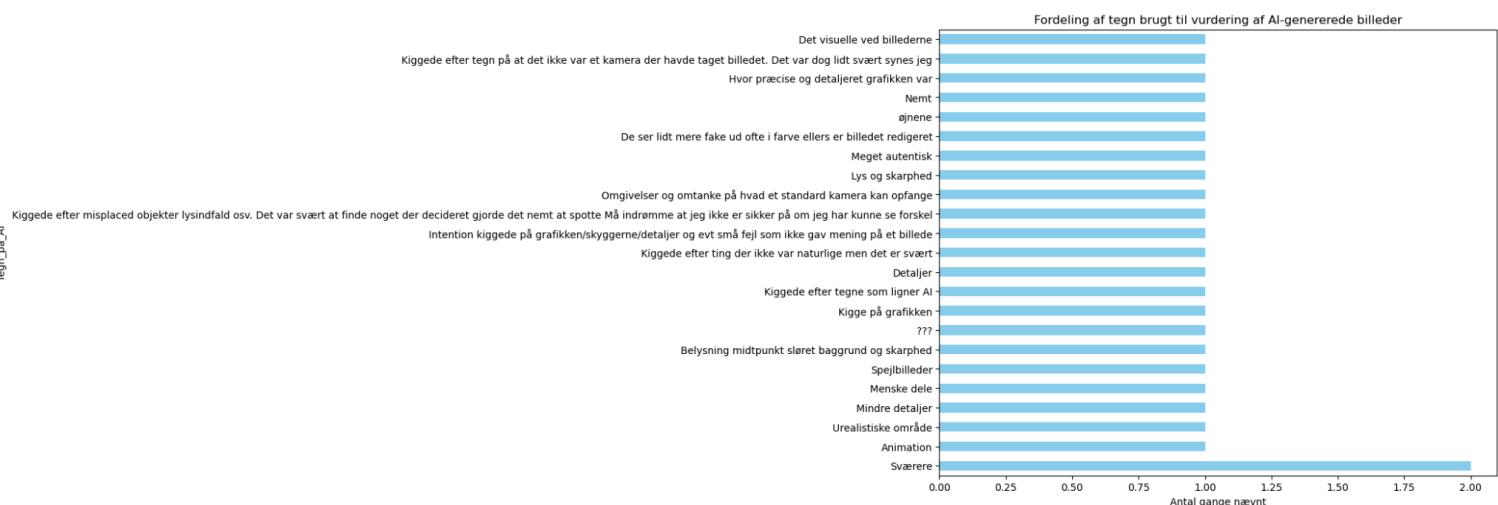
#### *5.4.4 Sikkerhed i vurderinger*

I forbindelse med hvor selvsikre deltagerne var i deres vurderinger, havde vi stor variation, hvor 8% var meget sikre, 28% var sikker, 32% var neutrale og 32% var usikker. Man kan sige udfra disse data at der ikke er mange der er meget sikre i deres vurdering da der kun er 8% af deltagerne som havde den holdning.



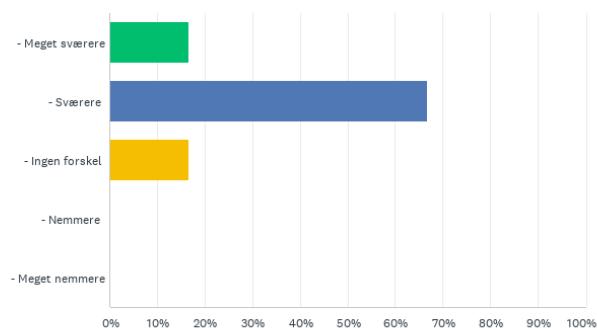
#### 5.4.5 Tegn brugt til vurdering

Diagrammet viser en bred fordeling af de forskellige tegn, som folk brugte til at skelne mellem autentiske og AI-genererede billeder. Det viser, at der ikke var en entydig metode, som deltagerne brugte til at vurdere billederne. Mange forskellige faktorer blev nævnt, hvilket antyder, at deltagerne ikke har en klar og fælles forståelse af, hvordan man genkender AI-genererede medier. Den brede fordeling af tegn og de mange forskellige aspekter, deltagerne fokuserede på, viser, at det generelt er svært for folk at skelne mellem autentiske og AI-genererede billeder. Dette kan ses som en indikation af, hvor avanceret og virkelighedstro AI-genererede medier er blevet. Derudover understreger manglen på en fælles metode eller systematisk tilgang, at folk ofte gætter sig frem, når de forsøger at identificere AI-genererede billeder.



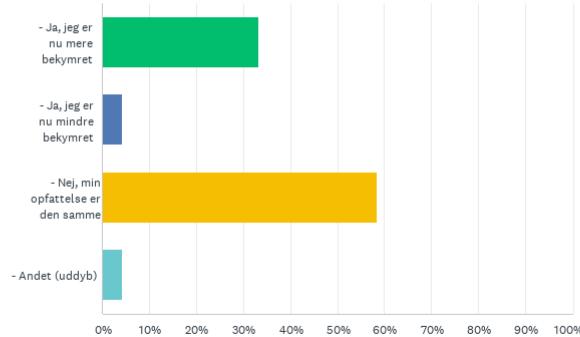
Efter at have set billederne følte mange deltagere, at det var blevet sværere at skelne mellem autentisk og AI-genereret indhold. 16,67% af deltagerne mente, at det var blevet meget sværere, mens 66,67% mente, at det var blevet sværere. 16,67% af deltagerne oplevede ingen forskel, og ingen deltagere følte, at det var blevet nemmere eller meget nemmere at skelne mellem de to typer indhold.

Sp. 15 Efter at have set billederne, føler du, at det er blevet sværere at skelne mellem autentisk og AI-genereret indhold?



#### 5.4.6 Ændret opfattelse af AI-genereret indhold

Sp. 16 Har denne undersøgelse ændret din opfattelse af AI-genereret indhold?



de vigtigste tal viser at mere end halvdelen af respondenterne angav, at deres opfattelse af AI-genereret indhold ikke har ændret sig, hvilket viser en stabil holdning uanset undersøgelsens resultater. En betydelige del (ca 33%) er mere bekymret over AI-genereret indhold.

Dataene fra vores spørgeskema viser, at deltagere generelt har svært ved at skelne mellem autentiske og AI-genererede billeder. Dette peger på en stigende udfordring i forhold til tillid til medieindhold i en verden, hvor AI-genereret indhold fortsat bliver mere realistisk. Deltagernes usikkerhed og de tegn, de brugte til at vurdere billederne, indikerer at det ikke er helt så enkelt at identificere AI-genereret indhold. Man kan se ved sammenligning af de to modelleringer 'sikkerhed i vurderinger' og 'Sværere at skelne' at størstedelen af deltagerne (56%) syntes, at var sværere at skelne, hvilket fortæller at en stor andel af deltagerne havde en ide om det var nemmere at skelne før de prøvede at skelne mellem autentiske og AI genererede medier. Samtidig kan vi også se på 'ændring i opfattelse', at størstedelen af deltagerne havde den samme holdning til AI efter at have set hvilken konflikt det kan skabe, i forbindelse med at skelne mellem autentiske og AI-genererede medier.

## 6. DISKUSSION

### 6.1 Teknologiske Fremskridt og Medieproduktion

De teknologiske fremskridt inden for generativ AI, som udviklingen af Generative Adversarial Networks (GANs) og avancerede neurale netværk, har ændret produktionen og kvaliteten af medieindhold. AI-billedgeneratorer som MidJourney bruger store datasæt af billeder til at lære mønstre, farver, former og strukturer. Ifølge artiklen "How Does MidJourney Work and Function," benytter MidJourney store datasæt til at træne deres modeller, hvilket muliggør genereringen af billeder, der ligner de træningsdata, de er trænet på. (se afsnit [5.2.1](#)) AI-systemer som MidJourney bruger deep learning-teknikker, hvor kunstige neurale netværk efterligner menneskehjernen. Disse netværk lærer fra de indsamlede data og forbedrer deres evne til at generere realistiske billeder. Denne proces involverer brug af Generative Adversarial Networks (GANs), hvor generatoren skaber nye billeder, mens diskriminatoren vurderer dem i forhold til de ægte billeder fra træningsdatasættet (se afsnit [5.2.1](#)) Brugerinteraktion og feedback spiller en stor rolle i forfiningen af de genererede billeder, hvilket skaber detaljerede og realistiske billeder, som tidligere ville have krævet betydeligt mere tid og ekspertise at producere manuelt. (se afsnit [5.2.1](#)) Disse fremskridt har forbedret kvaliteten af det indhold, der produceres, og gjort det muligt for kunstnere og designere at eksperimentere med nye

stilarter og ideer, hvilket skubber grænserne for traditionelle kunstformer. (se afsnit [5.2.2](#)) Ifølge Marshall McLuhan har mediet i sig selv en dybere indflydelse end selve indholdet. Med generativ-AI som eksempel betyder det, at selve eksistensen og brugen af AI-teknologi til medieproduktion ændrer måden, vi forstår og interagerer med medier på. AI-teknologiens indtræden i medieverdenen fungerer som et "medium" i McLuhans forstand, der transformerer medilandskabet ved at ændre produktionen og kvaliteten for medieindholdet. (se afsnit [5.1.1](#)) McLuhans begreber om varme og kolde medier er også relevante her. AI-genereret indhold kan fungere som både et varmt og koldt medie afhængigt af, hvordan det anvendes. For eksempel kan den høje realisme af AI-genererede billeder (varmt medie) reducere behovet for brugerens aktive deltagelse, mens mere abstrakt AI-genereret indhold (koldt medie) kan kræve mere kritisk tænkning og fortolkning af brugeren. (se afsnit [5.1.2](#))

## *6.2 Medieforståelse og Samfundsmaessige Strukturer*

Generativ AI ændrer ikke kun, hvordan vi producerer medieindhold, men også måden, vi forstår og interagerer med medier og samfundet på. McLuhans teori om "The medium is the message" fremhæver, at mediet selv har en større indflydelse end indholdet. Generativ AI fungerer som et nyt medie, der ændrer vores interaktion med medierne. AI-teknologiens evne til at skabe realistisk medieindhold påvirker, hvordan vi opfatter og forstår medier. Dette kan føre til en ændring i, hvordan vi opfatter medieindhold. (se afsnit [5.1.1](#)) AI's evne til at generere indhold kan også påvirke de etiske overvejelser. For eksempel kan deepfake-teknologi bruges til både underholdning og misinformation, hvilket kan udfordre vores forståelse af sandhed og manipulation, alt efter hvordan deepfake-teknologi bliver anvendt. (se afsnit [5.2.3](#)) Fra vores interviews har vi lidt forskellige oplevelser. Jens mener at der er et potentiale for international uro, som kan forårsages af Deepfakes. (se afsnit [5.3.2](#)) Dette illustrerer McLuhans idé om, at 'mediet er budskabet', fordi det ikke kun er indholdet, der er vigtigt, men også formålet med mediet. Dette understreger, at AI som medium kan skabe betydelige samfundsmaessige ændringer. Katjas forståelse (se afsnit [5.3.2](#)) af AI forholder sig til svindel på sociale medier, hvilket viser, hvordan generativ-AI som et 'varmt medie' kan reducere behovet for kritisk tænkning ved at leve realistisk indhold, der umiddelbart virker troværdigt. Frederik mener, at medierne allerede indeholder undertoner af mistillid, og at AI blot er et nyt værktøj i arsenalet, hvilket understreger, hvordan teknologi både kan forstærke og skabe nye udfordringer for samfundet. (se afsnit [5.3.2](#))

## *6.3 Evne til at Skelne mellem Autentisk og AI-genereret Indhold*

Generativ AI har gjort det meget sværere at skelne mellem autentisk og AI-genereret indhold. Resultaterne fra spørgeskemaundersøgelsen viser, at deltagerne i undersøgelsen havde udfordringer ved at skelne mellem autentiske fotografier og AI-genereret visuelt indhold. (se afsnit [5.3.3](#)) Det skyldes, at AI-genereret visuelt indhold begynder at være på niveau med autentisk visuelt indhold. For eksempel var procentdelen af korrekte svar kun 50,4%, mens procentdelen af forkerte svar var 49,6%. (se afsnit [5.3.3](#)) Deltagerne brugte forskellige tegn såsom urealistiske områder, mindre detaljer og belysning til at træffe deres vurderinger, men de forbedrede AI-modeller gør disse tegn stadig sværere at opdage. (se afsnit [5.3.5](#)) Denne udfordring i at skelne mellem ægte og genereret indhold kan føre til alvorlige konsekvenser for tilliden til medier. (se afsnit [5.2.3](#)) Hvis folk ikke kan stole på, at det, de ser, er autentisk, kan det føre til en generel mistillid til medieindhold og potentiel fremme misinformation. (se afsnit [5.2.3](#)) Dette understreger behovet for bedre værktøjer og metoder til at identificere AI-genereret indhold for at bevare offentlighedens tillid til medierne. Frederik, Katja, og Jens's oplevelser (se afsnit [5.3.4](#)) med at identificere AI-indhold afspejler de statistiske data fra vores spørgeskemaundersøgelse, (se afsnit [5.4.3](#)) hvor en stor andel af respondenterne fejlagtigt identificerede AI-genereret indhold som autentisk. Deltagerne fra interviewet gav udtryk for, at de

syntes det var svært at se forskel på AI-genereret og autentisk indhold, hvilket understreger udfordringen i at skelne mellem autentisk og genereret indhold i nyere tid. Det faktum, at det er nærmest 50-50% i folks dømmekraft mellem at skelne mellem autentisk og AI-genereret indhold, (se afsnit [5.4.3](#)) fortæller os flere ting, for det første viser det, at AI-teknologi er blevet ekstremt avanceret og kan skabe billeder, der er meget svære at skelne fra virkelige billeder. Dette understreger den teknologiske udvikling inden for generativ-AI og dens evne til at efterligne virkeligheden. For det andet rejser det spørgsmål om, hvor meget vi kan stole på visuelt medieindhold i fremtiden. Hvis folk ikke kan skelne mellem ægte og falsk indhold, kan det undergrave tilliden til medierne generelt. Dette kan have vidstrækende konsekvenser for, hvordan vi opfatter nyheder, reklamer og andre former for visuelt indhold. Endelig peger det på behovet for bedre uddannelse og værktøjer til at hjælpe folk med at identificere AI-genereret indhold. Disse arbejdsspørgsmål viser, at teknologiske fremskridt inden for generativ-AI ikke kun har forbedret produktionen og kvaliteten af medieindhold, men også fundamentalt ændret vores interaktion med og forståelse af medierne. Samtidig har disse fremskridt gjort det vanskeligt at skelne mellem autentisk og genereret indhold, hvilket har betydelige konsekvenser for tilliden til medierne. Ved at undersøge disse tre aspekter sammen, kan vi få en dybere forståelse af, hvordan generativ-AI transformerer medilandskabet og udfordrer vores opfattelser af autenticitet og troværdighed. Dette helhedsbillede understreger behovet for løbende forskning og udvikling af værktøjer, der kan hjælpe med at bevare tilliden til medierne i en æra med avanceret AI-teknologi.

## 7. KONKLUSION

I denne undersøgelse har vi undersøgt, hvordan teknologiske fremskridt inden for generativ-AI har påvirket produktionen og kvaliteten af medieindhold, samt hvordan det har ændret vores forståelse af medier og evne til at skelne mellem autentisk og AI-genereret indhold. Vores resultater fremhæver både fordelene og de negative konsekvenser af generativ-AI. Generativ-AI, specifikt Generative Adversarial Networks (GANs) og avancerede neurale netværk, har forbedret produktionen og kvaliteten af medieindhold. AI-billedgeneratorer som MidJourney kan nu skabe billeder, der er realistiske og detaljerede, hvilket tidligere krævede meget mere før Generativ-AI var tilgængeligt.

Disse teknologiske fremskridt har åbnet op for nye muligheder for kunstnere og designere ved at åbne op for nye kreative metoder til at skabe kunst og fremme kreativitet, hvilket ændrer grænserne for traditionelle kunstformer. (se afsnit [5.2.1](#) og [5.2.2](#)) Ifølge McLuhans teori om "The medium is the message" fungerer AI-teknologien i medieverdenen som et nyt medie, der ændrer produktionen og kvaliteten af medieindhold. (se afsnit [5.1.1](#)) Generativ-AI har ikke kun ændret produktionen af medieindhold, men også måden, vi forstår og interagerer med medierne og samfundet. AI-teknologiens evne til at generere realistisk medieindhold påvirker vores opfattelse af autenticitet og troværdighed i medier. Så der er risiko for at vi dømmer medierne på forhånd, da vi ved at der findes generativ-AI som producerer visuelt indhold.

McLuhans skelnen mellem varme og kolde medier hjælper med at forstå, hvordan AI-genereret indhold kan have forskellige effekter på mennesker og samfundet, afhængigt af hvordan det bliver benyttet. (se afsnit [5.1.2](#)) Desuden kan AI's evne til at generere indhold udfordre vores forståelse af sandhed og manipulation, især i sammenhæng med deepfake-teknologi. (se afsnit [5.2.3](#)) Vores undersøgelse viser, at generativ AI skaber udfordringer for mennesker, når det kommer til at skelne mellem autentisk og AI-genereret indhold. Resultaterne fra spørgeskemaundersøgelsen viser, at deltagerne ofte havde svært ved korrekt at identificere AI-genereret indhold. (se afsnit [5.3.3](#)) Sammenligner vi dette med resultaterne fra vores interviews, kan vi bekræfte at alle responderne

(Katja, Jens, Frederik) selv gav udtryk for at det er blevet sværere at identificere det genererede indhold. Vi kunne forstå ud fra vores interviews at alle respondenterne også udviste en bekymring for at fremskridtene inden for AI kan påvirke vores tillid til medierne, det tyder på at det kan have konsekvenser for tilliden til medier og spredning misinformation. (se afsnit [5.2.3](#) og [5.3.7](#))

Samlet set viser vores undersøgelse at generativ-AI har potentialet til at revolutionere medieproduktion og kunstneriske processer, men at Generativ-AI også bringer store udfordringer i forhold til autenticitet og troværdighed i medieindhold. Hvis vi kunne undersøge andre aspekter af Generativ-AI, ville det være udviklingen af teknologier og læring, der kan hjælpe os med at skelne mellem ægte og AI-genereret indhold, samt et større fokus på de etiske og samfundsmæssige konsekvenser som generativ-AI kunne bringe i fremtiden.

## BIBLIOGRAFI

### References

- Barney, N. (2023). *What is deepfake AI? A definition from TechTarget*. TechTarget. Retrieved May 27, 2024, from <https://www.techtarget.com/whatis/definition/deepfake>
- Basiskursus 2: Subjektivitet, teknologi og samfund I (1. semester). (n.d.).
- Byager, L. (2022, November 20). *I fremtiden vil vi alle kunne blive snydt – skal vi frygte AI-skabte billeder?* Nyheder. Retrieved May 30, 2024, from <https://nyheder.tv2.dk/tech/2022-11-20-i-fremtiden-vil-vi-alle-kunne-blive-snydt-skal-vi-frygt-e-ai-skabte-billeder>
- Davies, G. B. (2024, April APR 28, 2024). *Introduction to Midjourney: What It Is and How It Works*. Midjourney Prompts. <https://midjourney.substack.com/p/introduction-to-midjourney-what-it>
- Don't Fear Generative AI: Future-Proof Your Skills.* (2023, December 29). LinkedIn. Retrieved February 28, 2024, from <https://www.linkedin.com/pulse/dont-fear-generative-ai-future-proof-your-skills-paul-shirer-zvsmc>

European Commision. (2018). *Fake News and Disinformation Online-DENMARK* (Flash Eurobarometer 464 ed.). European Commision.  
<https://europa.eu/eurobarometer/surveys/detail/2183>

*Fake news and disinformation online - March 2018 -- Eurobarometer survey.* (n.d.). European Union. Retrieved April 10, 2024, from <https://europa.eu/eurobarometer/surveys/detail/2183>

Gillis, A. S. (2023). *What is deep learning and how does it work? | Definition from TechTarget.* TechTarget. Retrieved May 27, 2024, from  
<https://www.techtarget.com/searchenterpriseai/definition/deep-learning-deep-neural-network>

*GTC March 2024 Keynote with NVIDIA CEO Jensen Huang.* (2024).

Hickman, L. A., & Southern Illinois University Carbondale. (2015). *Notre Dame Philosophical Reviews.* Notre Dame Philosophical Reviews.  
<https://ndpr.nd.edu/reviews/postphenomenological-investigations-essays-on-human-technology-relations/>

Jørgensen, N. (2020, 8 19.08, 2020). Digital signatur. En eksemplarisk analyse af en teknologis indre mekanismér og processer.

Laskowski, N. (2024). *What is Artificial Intelligence (AI)? Everything You Need to Know.* TechTarget. Retrieved May 27, 2024, from  
<https://www.techtarget.com/searchenterpriseai/definition/AI-Artificial-Intelligence>

Lawton, G. (2024). *What is Generative AI? Everything You Need to Know.* TechTarget. Retrieved May 27, 2024, from <https://www.techtarget.com/searchenterpriseai/definition/generative-AI>

Pryor, J. J. (n.d.). *How Does Midjourney Work and Function? A Beginner's Overview.*  
<https://threwthelookingglass.com/how-does-midjourney-work-and-function/>.

Roskilde Universitet. (2024). *Bachelorprojektet HumTek Vejledning for bachelorstuderende i opfyldelse af dimensionskrav og videnskabsteorikkrav* (M. S. Frandsen, Ed.). Roskilde universitet. <https://moodle.ruc.dk/course/view.php?id=21798>

Roskilde universitet & Frandsen, M. S. (2024, 1 24.1.2024). Bachelorprojektet HumTek.  
<https://moodle.ruc.dk/course/view.php?id=21798>

Schmidt, C. H., & Løgstrup, L. B. (n.d.). *Hvad er videnskabsteori?* Hvad er videnskabsteori?

Retrieved March 27, 2024, from

[https://laeremiddel.dk/wp-content/uploads/2022/05/Videnskabsteori\\_Hvad-er-videnskabsteori\\_print\\_maj2022.pdf](https://laeremiddel.dk/wp-content/uploads/2022/05/Videnskabsteori_Hvad-er-videnskabsteori_print_maj2022.pdf)

Westerlund, M. (2019, 11). The Emergence of Deepfake Technology: A Review. *The Emergence of Deepfake Technology: A Review.*

Yasar, K. (2023). *What is a Generative Adversarial Network (GAN)? | Definition from TechTarget.*

TechTarget. Retrieved May 27, 2024, from

<https://www.techtarget.com/searchenterpriseai/definition/generative-adversarial-network-GAN>

N

Zhong, C. (2024, January 2). *How Media Leaders Will Make AI Work in 2024, from HubSpot's VP of Media.* HubSpot Blog. Retrieved May 27, 2024, from

<https://blog.hubspot.com/marketing/ai-trend-in-media-2024>

## BILAG

Spørgeskema (Data fra spørgeskemaundersøgelsen er vedhæftet i et eksternt bilag.)

(Spørgeskema: Kan du skelne mellem ægte og AI-genereret indhold?

Introduktion

Kære deltager,

Vi inviterer dig til at deltage i vores undersøgelse om kunstig intelligens (AI) og dens indflydelse på medieindhold. Vi vil undersøge, hvordan fremskridt inden for AI-teknologi påvirker folks evne til at skelne mellem autentisk(aege) og AI-genereret indhold. Dine svar vil være anonyme og bruges kun til forskningsformål.

Baggrundsinformation

1. Hvad er din alder?

- Under 18
- 18-25
- 26-35
- 36-45
- 46-55

- 56 og over

2. Hvad er dit køn?

- Mand
- Kvinde
- Andet

3. Hvad er dit uddannelsesniveau?

- Grundskole
- Gymnasium
- Erhvervsuddannelse
- Bachelor
- Kandidat
- Ph.d.
- Andet

4. Hvor ofte bruger du internettet dagligt?

- Mindre end 1 time
- 1-2 timer
- 3-4 timer
- 5-6 timer
- Mere end 6 timer

Del 1: Holdninger til AI-genereret indhold

5. Har du tidligere hørt om AI-teknologier som DeepFake eller MidJourney?

- Ja
- Nej

6. Hvor bekymret er du for brugen af AI i medieindhold?

- Meget bekymret
- Bekymret
- Neutral
- Ikke bekymret
- Slet ikke bekymret

7. I hvor høj grad tror du, at AI-genereret indhold kan påvirke tilliden til medier?

- Meget høj grad
- Høj grad
- Neutral
- Lav grad
- Meget lav grad

Del 2: Genkendelse af AI-genereret indhold

Vi vil nu vise dig et sæt billeder. For hvert spørgsmål skal du vurdere, hvilke af billederne er AI-genereret

8. Billede 1

- Autentisk
- AI-genereret

9. Billede 2

- Autentisk
- AI-genereret

10. Billede 3

- Autentisk
- AI-genereret

11. Billede 4

- Autentisk
- AI-genereret

12. Billede 5

- Autentisk
- AI-genereret

Del 3: Refleksion

13. Hvor sikker var du på dine vurderinger af billedeerne?

- Meget sikker
- Sikker
- Neutral
- Usikker
- Meget usikker

14. Hvilke tegn brugte du til at vurdere, om billedeerne var autentiske eller AI-genererede?

15. Efter at have set billedeerne, føler du, at det er blevet sværere at skelne mellem autentisk og AI-genereret indhold?

- Meget sværere
- Sværere
- Ingen forskel
- Nemmere
- Meget nemmere

16. Har denne undersøgelse ændret din opfattelse af AI-genereret indhold?

- Ja, jeg er nu mere bekymret
- Ja, jeg er nu mindre bekymret
- Nej, min opfattelse er den samme
- Andet (uddyb)

Tak for din tid og deltagelse i vores undersøgelse. Dine svar vil hjælpe os med at forstå AI's indflydelse på medieindhold og vores evne til at skelne mellem ægte og genereret indhold.

Vi takker dig for din deltagelse og din tid.

Med venlig hilsen,

Thomas A.P. Martyna og Tobias B.T. Østergaard.

Roskilde Universitet.

**interviews med deltagere:**

Person 1: Katja, 23 år, Pædagogstuderende

Baggrundsinformation:

Alder: 24 år

Køn: Kvinde

Uddannelsesniveau: professionsbachelor Pædagogik

Internetbrug: 3-4 timer dagligt

Interview:

Spørgsmål 1: Først vil jeg gerne vide, om du tidligere har hørt om AI-teknologier som DeepFake eller MidJourney?

Katja: Ja lidt, jeg ved det noget der laver billeder.

Spørgsmål 2: Hvor bekymret er du for brugen af AI i medieindhold?

Katja: Ja bestemt, man kan jo ikke vide hvad der er ægte eller fake nu, fordi det er blevet så kreativt. Man hører at der svindles på flere medier, og at folk får beskeder fra Fx. Eboks, som er falske.

Spørgsmål 3: I hvor høj grad tror du, at AI-genereret indhold kan påvirke tilliden til medier?

Katja: Delvist, fordi at vi kender vores omgangskreds.

Spørgsmål 4: Hvilke tegn brugte du til at vurdere, om billederne var autentiske eller AI-genererede?

Katja: Jeg kiggede meget efter fejl og detaljer.

Spørgsmål 5: Efter at have set billederne, føler du, at det er blevet sværere at skelne mellem autentisk og AI-genereret indhold?

Katja: Ja, det syntes jeg bestemt, jeg troede jeg ville lure den, men det kunne jeg ikke.

Spørgsmål 6: Har denne undersøgelseændret din opfattelse af AI-genereret indhold?

Katja: Ja, jeg er nu mere bekymret over, hvordan man har tænkt sig at bruge det i fremtiden.

---

Person 2: Jens, 27 år, Automationsteknolog

Baggrundsinformation:

- Alder: 27 år
- Køn: Mand
- Uddannelsesniveau: Erhvervsuddannelse i Automationsteknologi
- Internetbrug: 5-6 timer dagligt

Interview:

Spørgsmål 1: Hej Jens, tak fordi du vil deltage i vores undersøgelse om kunstig intelligens og medieindhold. Først vil jeg gerne vide, om du tidligere har hørt om AI-teknologier som DeepFake eller MidJourney?

Jens: Ja, begge to.

Spørgsmål 2: Hvor bekymret er du for brugen af AI i medieindhold?

Jens: Jeg er faktisk meget bekymret, jeg kan huske der var ved at være tumult mellem amerika og rusland at der blev brugt deepfakes af præsidenten, hvor det kunne potentielt set have udløst en krig.

Spørgsmål 3: I hvor høj grad tror du, at AI-genereret indhold kan påvirke tilliden til medier?

Jens: Meget høj grad, flere medier bliver generet af AI, nyhedsartikler etc.

Spørgsmål 4: Hvilke tegn brugte du til at vurdere, om billederne var autentiske eller AI-genererede?

Jens: lige linjer, perspektiv, små detaljer.

Spørgsmål 5: Efter at have set billederne, føler du, at det er blevet sværere at skelne mellem autentisk og AI-genereret indhold?

Jens: Ja, jeg tror det jeg har set før har haft tydelige fejl, og dem jeg har præsenteret, er de er meget bedre kvalitet, de er genereret med omhu.

Spørgsmål 6: Har denne undersøgelse ændret din opfattelse af AI-genereret indhold?

Jens: Ja, jeg er nu mere bekymret.

---

Person 3: Frederik, 25 år, Bygningsstruktør

Baggrundsinformation:

- Alder: 25 år
- Køn: Mand
- Uddannelsesniveau: Erhvervsuddannelse i Bygningsstruktur
- Internetbrug: 3-4 timer dagligt

spørgsmål 1:

Først vil jeg gerne vide, om du tidligere har hørt om AI-teknologier som DeepFake eller MidJourney?

Frederik: ikke MidJourney men jeg har hørt om Deepfake.

Spørgsmål 2: Hvor bekymret er du for brugen af AI i medieindhold?

Frederik: Det er en reel tanke, jeg føler at medierne altid har haft undertoner af mistillid. Men tror ikke det har en reel stor betydning.

Spørgsmål 3: I hvor høj grad tror du, at AI-genereret indhold kan påvirke tilliden til medier?

Frederik: Hvis vi finder ud af at de bruger AI genereret indhold og opdiger deres indhold, så tror jeg det kommer til at have stor indflydelse på tilliden.

Spørgsmål 4: Hvilke tegn brugte du til at vurdere, om billederne var autentiske eller AI-genererede?

Frederik: refleksioner og ansigter hovedsageligt.

Spørgsmål 5: Efter at have set billederne, føler du, at det er blevet sværere at skelne mellem autentisk og AI-genereret indhold?

Frederik: Helt bestemt, jeg har selv lagt mærke til der er så meget på nettet, og jeg har tidligere været i tvivl om ægtheden af indhold på nettet.

Spørgsmål 6: Har denne undersøgelse ændret din opfattelse af AI-genereret indhold?

Frederik: Jeg ved ikke om den har ændret den, men mere forstærket den.

### Billeder brugt til undersøgelse







Autentisk

72% identificerede forkert og valgte det Autentiske  
billede



AI-Genereret

28% identificerede korrekt dette AI  
genererede billede