

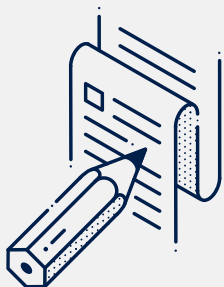
ANALYSE TIL TRYGFONDEN:

Kunstig Intelligens / AI

Baseret på redaktionel mediedækning i 2024

MAJ 2025





Indhold

→	Opdrag, metodik & hovedindsigter	s. 2
→	Agendaen over tid	s. 7
→	Emner	s. 8
→	Sentiment	s. 10
→	Medier	s. 15
→	Nævnte aktører	s. 20
→	Personer: Citatanalyse	s. 22
→	Organisationer	s. 32
→	Top emner	s. 38
→	Kriminalitet	s. 45
→	Ritzau	s. 49
→	Teser	s. 51
→	Begrebsafklaring	s. 54

Det er tidligere blevet understreget, at mainstream medier spiller en vigtig rolle i, hvordan folk opfatter kunstig intelligens (AI), at medierne har et ansvar for at gøre AI til et begrebsligt og tilgængeligt emne for offentligheden – noget, der ikke føles fjernt eller teknisk, men som en reel og relevant samfundsanordning.

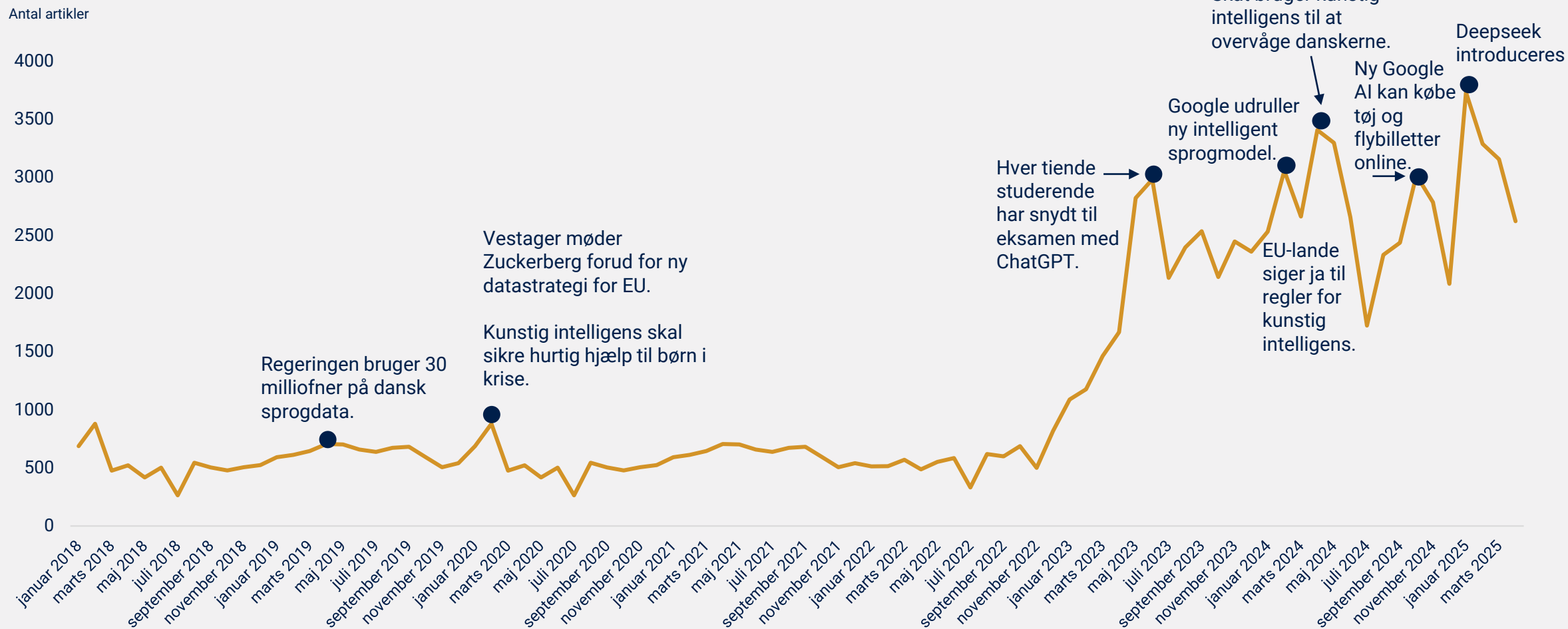
Ved at undersøge, hvad medierne skriver om AI og hvordan, får vi et indblik i den offentlige samtale om agendaen, og om de aktører som deltager i debatten.

Analysen er baseret på skrevne redaktionelle artikler fra 2024. Artiklerne er hentet fra Infomedias artikelarkiv og omtaler 'kunstig intelligens' eller 'AI' i en substantiel form. Det er alene disse to begreber, som rapporten er baseret på og altså ikke yderligere selvstændige ord som f.eks. algoritmer, machine learning etc. 'Kunstig Intelligens' eller 'AI' omtales ikke blot perifært, men indgår enten i overskrift, underoverskrift eller flere gange i brødteksten, således at artiklerne forventeligt omhandler frem for blot omtaler ordene. Artiklerne er ikke manuelt gennemlæst men er derimod behandlet med værktøjer og metodikker, som hjælper med at strukturere komplekse data og giver værdifuld indsigt, der gør tekst lettere at forstå og anvende. Det gælder for eksempel Latent Dirichlet Allocation (LDA), som gør det muligt at identificere skjulte emner ved at analysere mønstre i ordforbindelser. Derudover anvendes automatisk sentimentanalyse til at vurdere tekstens tone – om den er positiv, negativ eller neutral – samt Named Entity Recognition (NER), som identificerer centrale enheder som personer og organisationer i teksten.

Denne analyse er rekvireret af Trygfonden med det formål at få et indblik i, hvordan medierne har dækket kunstig intelligens i 2024, og hvordan det potentielt kan bidrage til synet på ny teknologi og de potentialer og risici, som er forbundet hermed.

Omtale af kunstig intelligens: 2018 - 2024

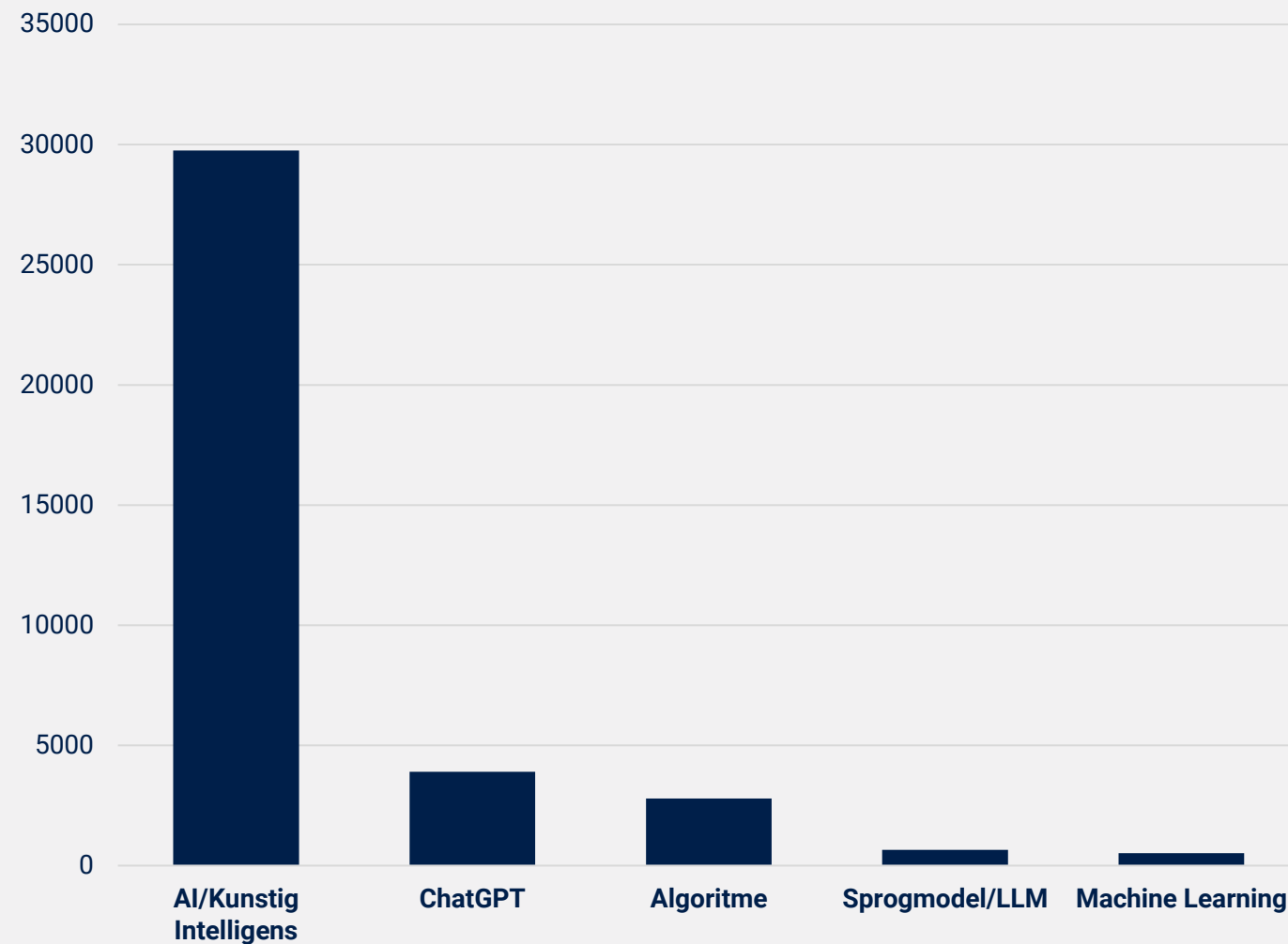
Omtalen af AI-agendaen accelererer markant fra 2022 til 2023, hvor antallet af omtaler næsten firdobles.
I 2024 når mediedækningen sit højeste niveau.



Debattens begreber 2024

I denne analyse har vi valgt at fokusere udelukkende på den del af medieomtalen, der specifikt omhandler 'AI' eller 'kunstig intelligens'. Dette valg er truffet, da brugen af andre substantielle ord ikke fremstår lige så gennemgående eller fremtrædende i konteksten.

Redaktionelle artikler, som omhandler:



Metodisk tilgang



Databehandling

- Formålet med denne analyse er at dykke ned i medie billedet omkring **kunstig intelligens/AI** for at opnå en dybere forståelse for de underliggende temaer, der præger den overordnede agenda. Analysen bygger på al substantiel redaktionel omtale af AI/kunstig intelligens på tværs af danske medier (ekskl. Radio og TV) i perioden 1 januar 2024 til 31 december 2024, hentet fra Infomedias mediearkiv. Med substantiel omtale menes der, at søgeordene relateret til agendaen ikke blot omtales perifært, men indgår i enten overskrift, underoverskrift eller mere end to gange i brødteksten, således at artiklerne forventeligt *omhandler* frem for blot *omtaler*.
- Analysen anvender blandt andet **Latent Dirichlet Allocation (LDA)** topic modellering, en metode der baseret på kunstig intelligens identificerer forskellige *emner* i tekstmateriale ved at gruppere lignende ord og udtryk sammen. Hver artikel tildeles et emne baseret på sandsynligheden for relevans inden for pågældende emne, men kræver en sandsynlighed på over 50% for at blive tildelt. Der bliver kun tilknyttet ét emne til hver artikel, selvom nogle emner kan være tæt beslægtede. Det er vigtigt at fremhæve, at analysens resultater skal betragtes som tendenser, da metoden beror på sandsynligheder.
- For hver artikel inkluderet i analysen er der anvendt kunstig intelligens til at generere et **automatisk sentiment** baseret på mængden af ord i hver artikel der 'naturligt' opfattes som henholdsvis positive eller negative (fx glad/god/pæn vs. vred/dårlig/grim). Artiklen tildeles derefter et sentiment som enten positivt, neutralt eller negativt, baseret på hvilket sentiment flest af artiklens ord tilhører. Sentimentet bygger på brugen af henholdsvis positive og negative ord i artiklen som helhed, og er ikke nødvendigvis møntet på en specifik sætning om det pågældende AI-relaterede ord. Givet at datagrundlaget er baseret på substantiel medieomtale af AI relaterede søgeord vil den automatiske sentiment dog i overvejende grad være relateret til netop disse søgeord.
- **Named Entity Recognition (NER)** er en teknik inden for databehandling, der identificerer og klassificerer navngivne *enheder* i tekstdata til foruddefinerede kategorier. Med NER er der i denne analyse fremsøgt både *organisationer* og *personer*, der går igen på tværs af omtalen, for at kortlægge og kvantificere deres tilstedeværelse og relationer i medie billedet inden for agendaen om AI.

Tre hovedindsigter



Overvejende positiv vinkling

Mediedækningen er generel positiv, mens en fjerdedel af omtalen fremstår i en negativ kontekst. Den negative omtale er præget af bekymringer om, hvordan AI udfordrer vores etiske standarder, og hvordan politikerne vil sikre borgerne beskyttelse. Den dækkes overvejende i emnerne kriminalitet, sociale medier og falsk indhold, samt regulering og til dels uddannelse. Det er omvendt langt fra de emner, som trækker mest omtale.

Teknologiens positive påvirkning på særligt erhverv og arbejdsmarked samt samfund og økonomi, var blandt de største tematikker på den positive banehalvdel af årets omtale. Dog skal det noteres, at artikler, som behandler emner, som typisk fremstår negative og problematiserende samtidig er de emner, som opnår den samlede mindste læserskare og antal artikler.

Det er således tydeligt, at omtale af emner med negativ eller kontroversielt indhold ikke når ud til så mange læsere og ikke bliver beskrevet så tit i medierne, mens emner, som er positivt kan blive læst af mange læsere.



Medier

Mediedebatten udspiller sig i overvejende grad i IT-fagmedier, erhvervsmedier samt landsdækkende dagblade set i forhold til normalfordelingen af artikler.

Den positive dækning af debatten foregår særligt i fagmedierne, mens de landsdækkende og regionale dagblade i højere grad inkluderer kontroversielle vinklinger relateret til f.eks. adfærd og regulering og negative konsekvenser af brugen af AI. Da disse to medietyper, har en bredere læserskare er det værd at notere, at befolkningen som hele inviteres ind i en debat, som fremstår mere nuanceret men hermed også mere negativ end i fagmedierne.

Ritzaus dækning inden for AI agendaen lægger i højere grad vægt på generativ teknologi, regulering og falsk indhold, hvilket kan bidrage til en mere kritisk og politisk præget dagsorden i mediebilledet. Dermed påvirker Ritzau i nogen grad den overordnede opfattelse af AI i en mere forsigtig retning.



Personer

Det er i høj grad erhvervslivet, der ejer fortællingen om kunstig intelligens. Det gælder især for de internationale techgiganter som Google, Microsoft og Openai, men også store danske organisationer som Dansk Erhverv og Dansk Industri er ofte at spore i debatten. Når vi taler om citatandele, så sætter aktører fra erhvervslivet sig på 38% af alle citeringer. Disse handler ofte om de finansielle gevinster, der er forbundet med at overdrage opgaver til nye teknologier.

Stærkt efterfulgt af erhvervslivet kommer politikerne, som står for 29% af alle citeringer. Ikke overraskende kredser de særligt om etiske dilemmaer og eventuelle reguleringer mod brugen af AI. Når flere aktører er på banen samtidigt, opnår både erhvervslivets aktører og politikere serveretten i 34% af omtalerne, de har dog øjnene rettet mod forskellige emner.

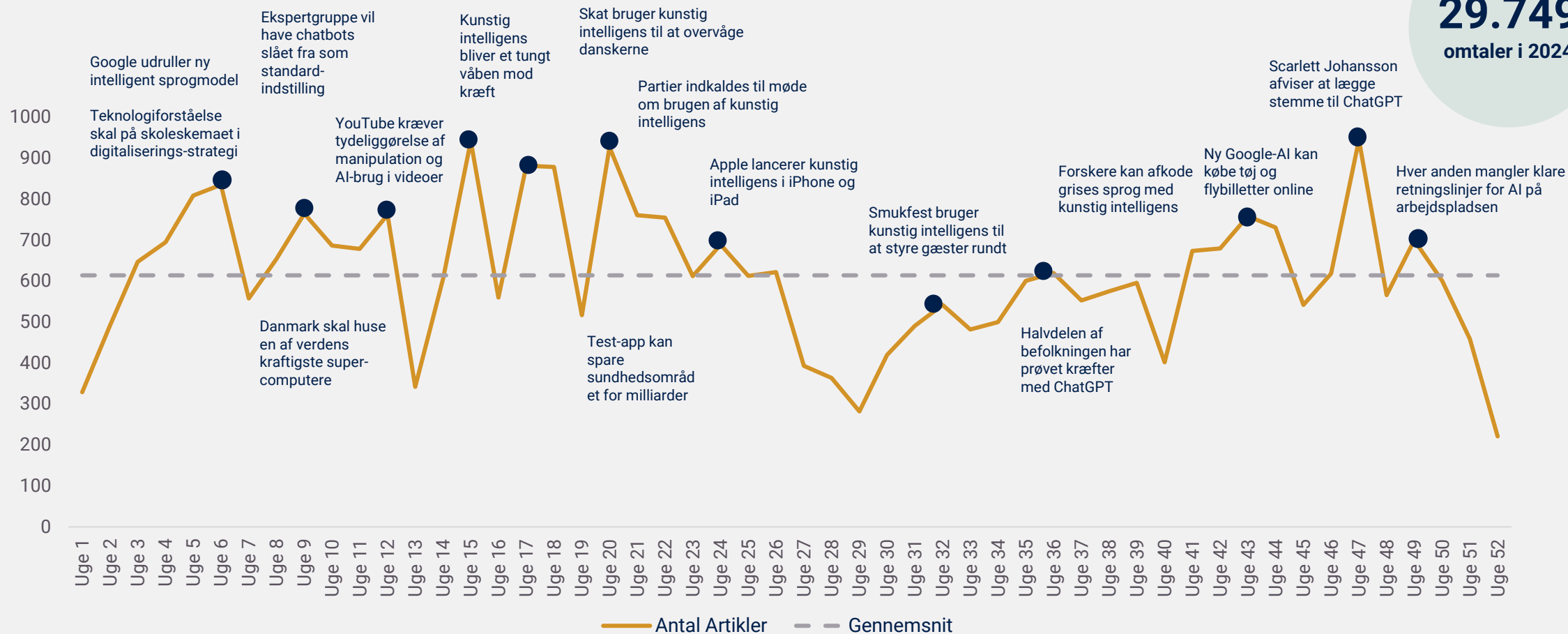
Med en citatandel på 14% af de samlede artikler med citeringerne er forskere mindre synlige i debatten. Dog er det værd at bemærke, at disse særligt optræder i de landsdækkende medier, hvilket potentielt giver dem en større eksponering.



2024 er karakteriseret af markante udsving

Udsvingene i omtalen af AI er generelt båret af historier om lanceringer af nye teknologiske tiltag og nye anvendelsesområder, men også af historier med fokus på behov for reguleringer af anvendelsesområder og teknik. Overskrifterne er overvejende præget af entusiasme og antyder en udforskende og fleksibel tilgang.

29.749
omtaler i 2024

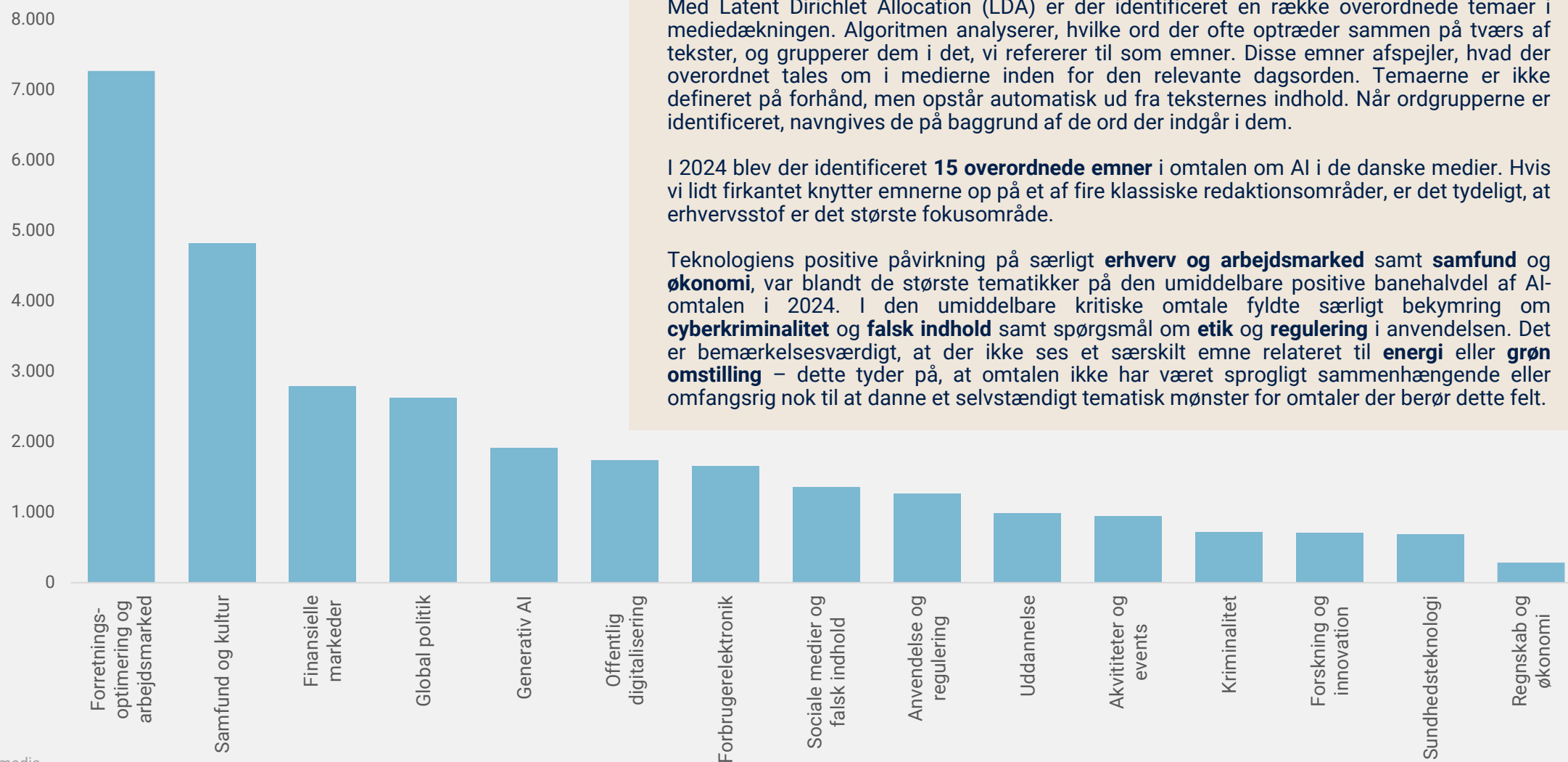


UDVIKLING OVER TID

EMNER



Årets omtale fordeler sig på 15 overordnede emner



Med Latent Dirichlet Allocation (LDA) er der identificeret en række overordnede temaer i mediedækningen. Algoritmen analyserer, hvilke ord der ofte optræder sammen på tværs af tekster, og grupperer dem i det, vi refererer til som emner. Disse emner afspejler, hvad der overordnet tales om i medierne inden for den relevante dagsorden. Temaerne er ikke defineret på forhånd, men opstår automatisk ud fra teksternes indhold. Når ordgrupperne er identificeret, navngives de på baggrund af de ord der indgår i dem.

I 2024 blev der identificeret **15 overordnede emner** i omtalen om AI i de danske medier. Hvis vi lidt firkantet knytter emnerne op på et af fire klassiske redaktionsområder, er det tydeligt, at erhvervsstof er det største fokusområde.

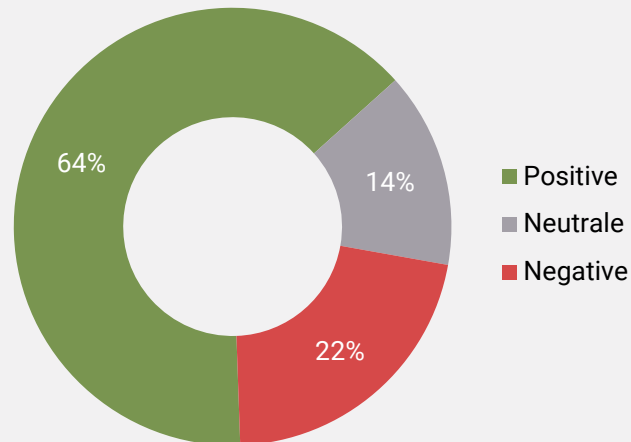
Teknologiens positive påvirkning på særligt **erhverv og arbejdsmarked** samt **samfund og økonomi**, var blandt de største tematikker på den umiddelbare positive banehalvdel af AI-omtalen i 2024. I den umiddelbare kritiske omtale fyldte særligt bekymring om **cyberkriminalitet** og **falsk indhold** samt spørgsmål om **etik** og **regulering** i anvendelsen. Det er bemærkelsesværdigt, at der ikke ses et særskilt emne relateret til **energi** eller **grøn omstilling** – dette tyder på, at omtalen ikke har været sprogligt sammenhængende eller omfangsrig nok til at danne et selvstændigt tematisk mønster for omtaler der berør dette felt.

SENTIMENT

Kunstig intelligens er oftest knyttet til positive ord

Størstedelen af omtalen af AI i 2024 er præget af positive vendinger, mens lidt mindre end en fjerdedel er negativ.

Overordnet tonefordeling



64% af alle omtaler beskriver AI i positive vendinger og handler først og fremmest om de muligheder, som teknologien tilbyder vores virksomheder. Alt fra byggebranchen til medicinalindustrien til statens efterretningstjenester vil udnytte AI til egen fordel. Den negative omtale er på den anden side præget af bekymringer om, hvordan AI udfordrer vores etiske standarder, og hvordan politikerne vil sikre borgerne beskyttelse.

Drivende ord for den negative omtale



Drivende ord for den positive omtale





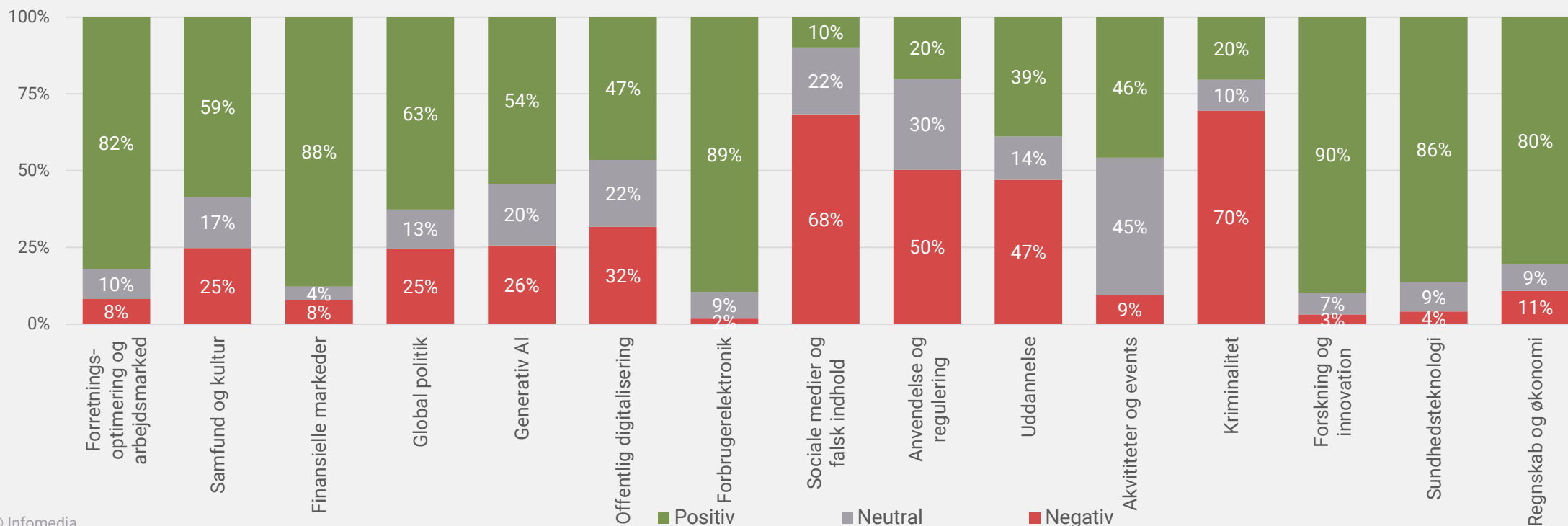
Sentiment fordelt på emner

Benchmarker vi den overordnede tonefordeling op i mod den individuelle tonefordeling på tværs af de identificerede emner, ser vi et fragmenteret mønster, hvori den positive og negative omtale fordeler sig tydeligt på specifikke emner. Den største andel positive omtale ses særligt under emnerne 'Forskning og innovation', 'Forbrugerelektronik' og 'Finansielle markeder', hvorimod den største andel negative omtale ses under emnerne 'Kriminalitet', 'Sociale medier og falsk indhold' samt 'Anvendelse og regulering'.

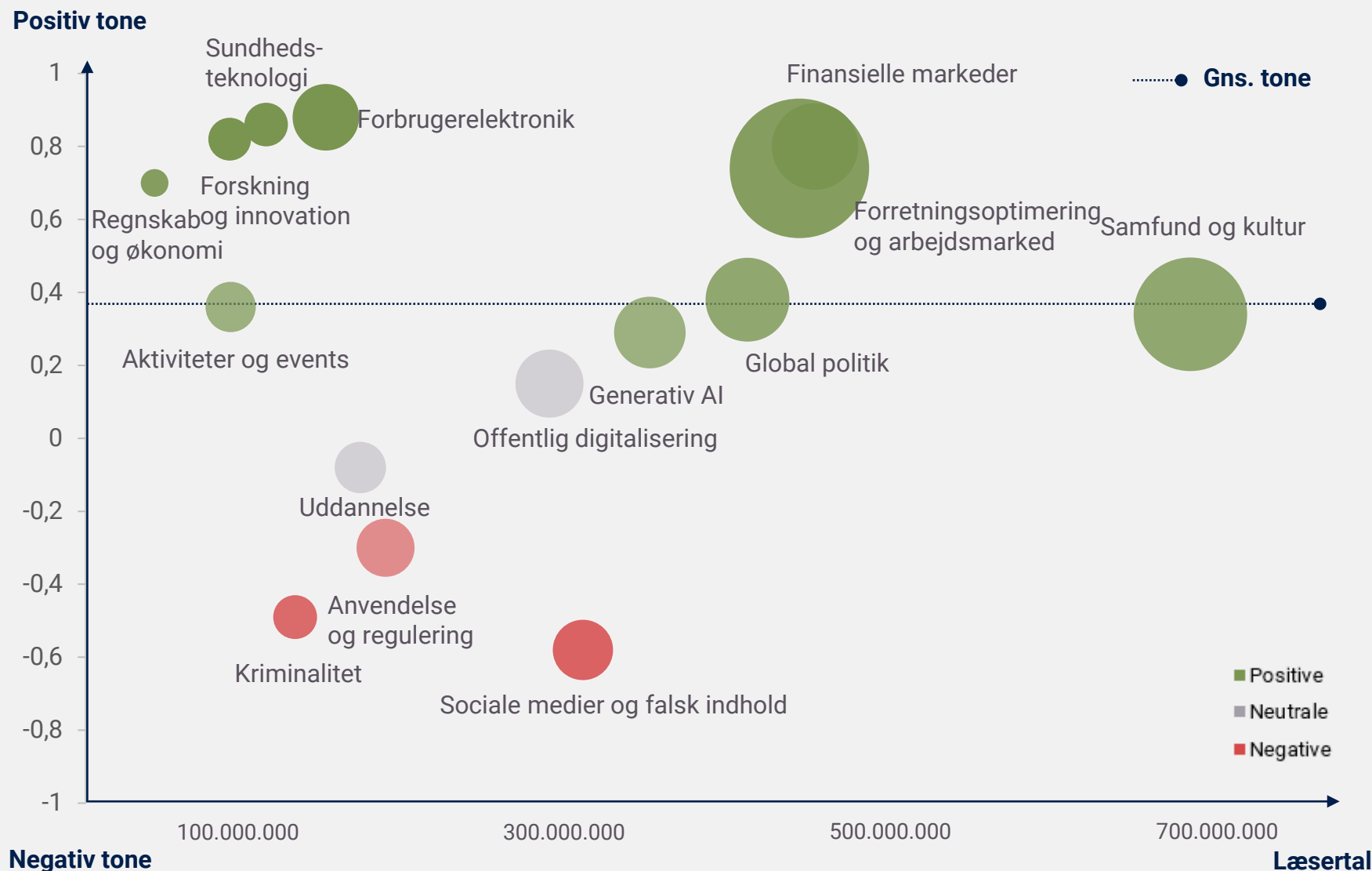
Overordnet tonefordeling



Emnespecifik tonefordeling



Emner – tone og potentielt læsertal



Når tonefordelingen for de enkelte emner kobles med både antal artikler og læsertal, opstår flere interessante mønstre. Det bliver tydeligt, at de mere substantielle emner generelt befinder sig i den positive ende af toneskalaen og samtidig får omtale i medier med større rækkevidde.

I kontrast danner de emner, der overvejende omtales negativt, et mindre cluster – kendetegnet ved lavere mediedækning og eksponering i medier med mere begrænsede læsertal.

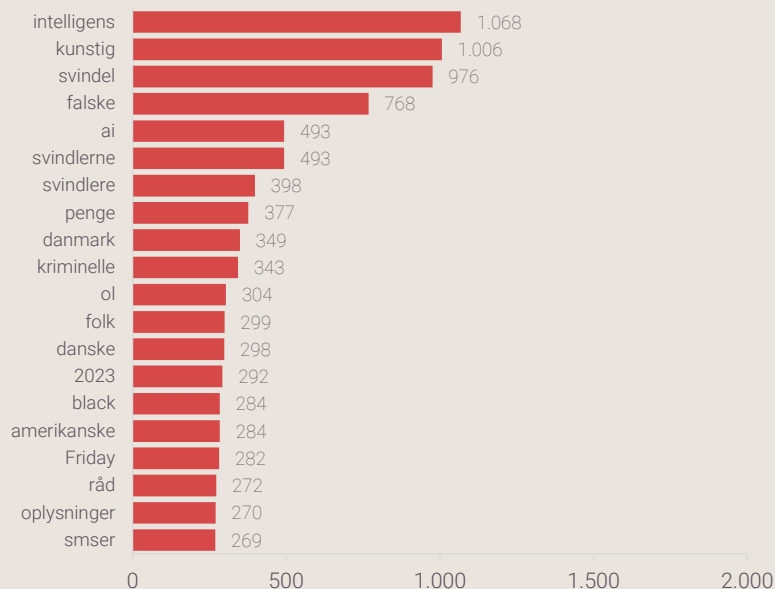
Det er således tydeligt, at omtale af emner med negativt eller kontroversielt indhold ikke når ud til så mange læsere og ikke bliver beskrevet så tit i medierne, mens emner, som er positive bliver læst af mange læsere og skrevet langt oftere om.



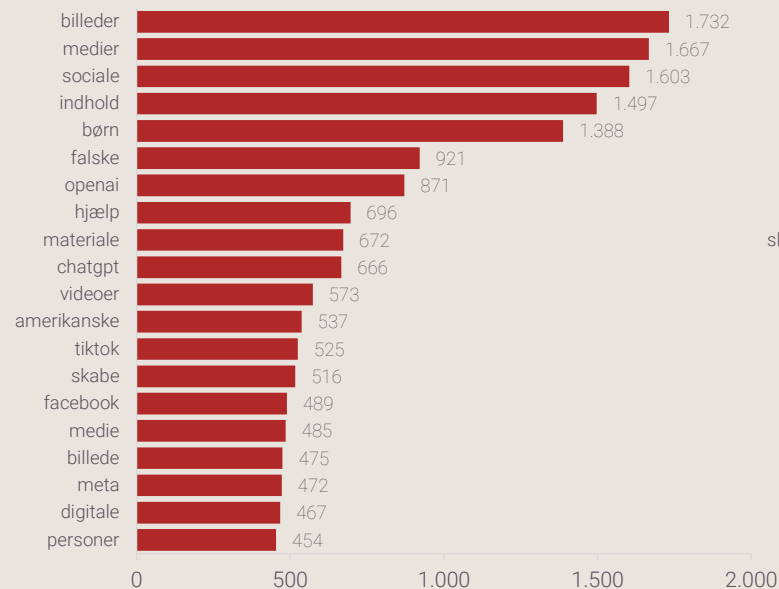
Hyppige ord brugt i de negative omtaler

Emnerne *"Kriminalitet"*, *"Sociale medier og falsk indhold"* og *"Anvendelse og regulering"* oplever hver især en tungere andel af negative omtaler. Et kig på de hyppigst brugte ord afslører, at omtalerne ofte handler om borgernes beskyttelse mod svindel. Derudover modtog historien om skattevæsenets overvågning af danskerne også stor opmærksomhed.

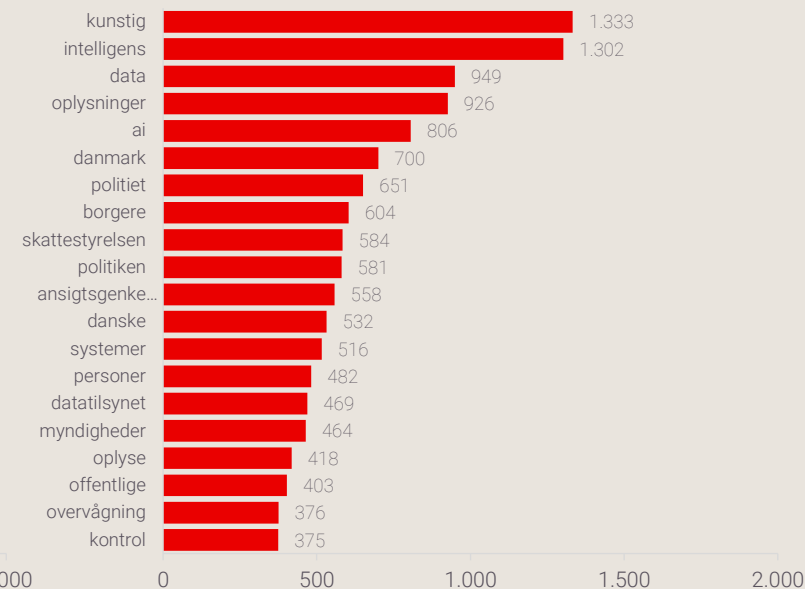
Kriminalitet



Sociale medier & falsk indhold



Anvendelse og regulering



MEDIER

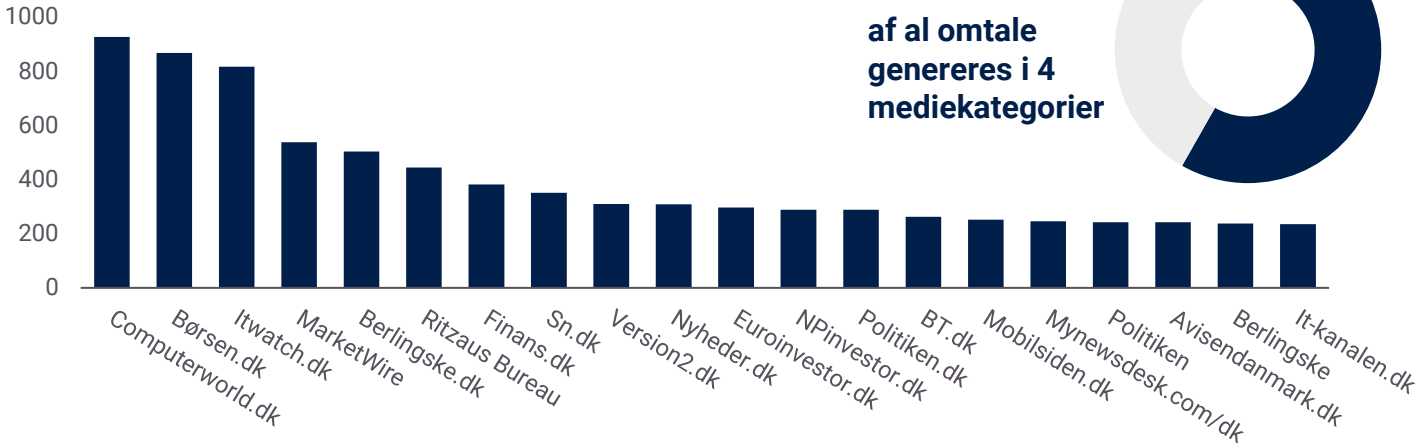
IT-medier står for hovedparten af omtalen af kunstig intelligens

58% af den samlede omtale kommer fra fire selvstændige mediekategorier, som dækker landsdækkende dagblade, regionale og lokale dagblade, erhvervs fagmedier og IT fagmedier. De resterende 42% dækker overvejende andre fagmedier, **men af hensyn til analysens fokus vil der her stilles skarpt på de fire førstnævnte.**

Selvom forretningsoptimering og brugen af kunstig intelligens til effektivisering på arbejdspladsen er det dominerende samtaleemne inden for agendaen, er det alligevel **IT-fagmedierne, der fører an i antallet af omtaler.** Set i forhold til normalfordelingen af disse medietyper for 2024, er agendaen omkring AI overrepræsenteret i IT-fagmedier, erhvervs-fagmedier og landsdækkende dagblade.

De større erhvervsmedier kunne i princippet høre til både erhvervs fagmedierne og blandt de landsdækkende medier, men er i denne opgørelse placeret under sidstnævnte. Alligevel er det tydeligt, at IT-fagmedier som Computerworld.dk og Itwatch.dk er særligt aktive i dækningen. Børsen.dk markerer sig dog også som en af de mest synlige kilder.

Top-20 medier: Antal omtaler

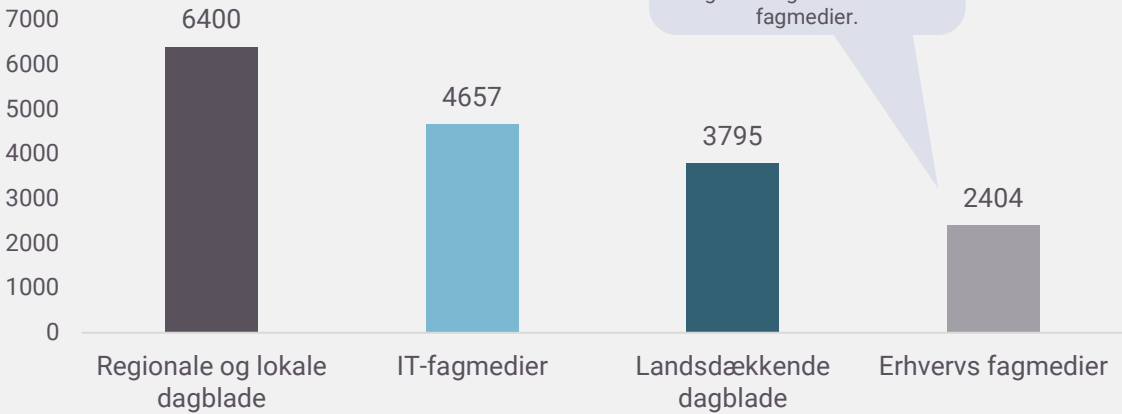


58%

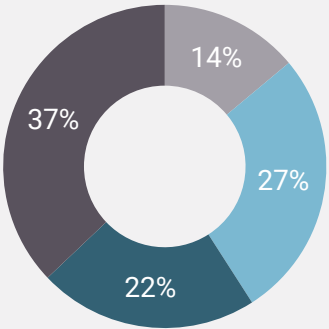
af al omtale genereres i 4 mediekategorier



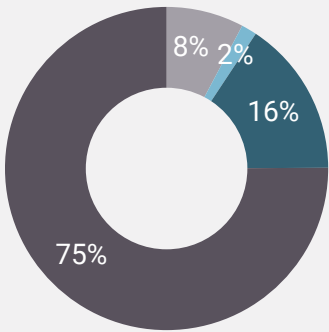
Mediekategorier: Antal omtaler



Vær opmærksom på at erhvervsmedier som eksempelvis Børsen lander under landsdækkende dagblade og ikke erhvervs-fagmedier.



AI-omtalen 2024



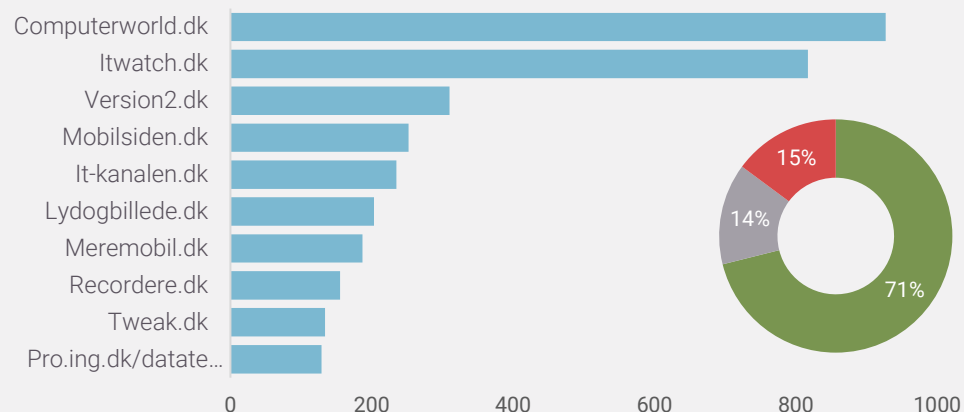
Samme medietypers normalfordeling 2024



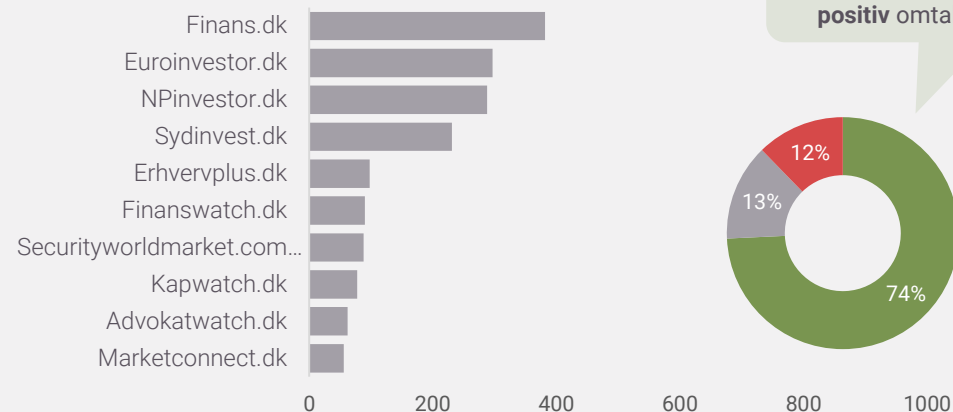
Topmedier fordelt på mediekategorier

IT- og Erhvervs fagmedier er de medietyper, som oppebære den største andel positiv mediedækning, mens de landsdækkende og regionale dagblade har en lidt større andel negativ/kontroversiel dækning. Det er samtidig også denne medietype som når bredest ud i befolkningen.

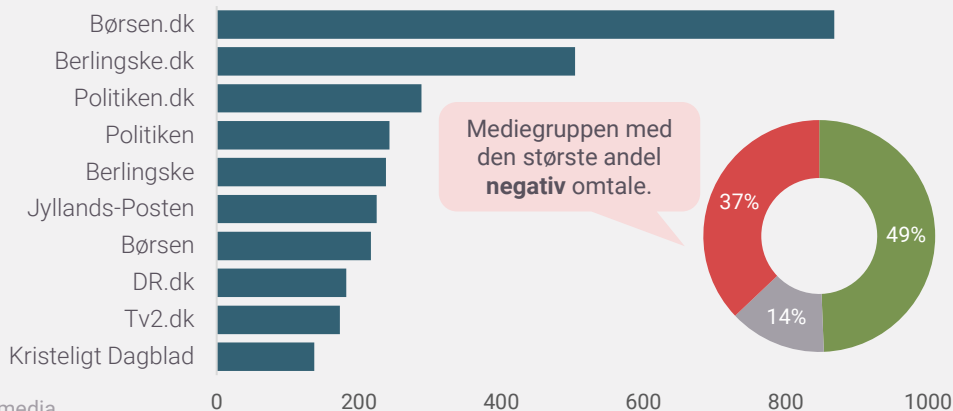
Top 10 – IT-fagmedier



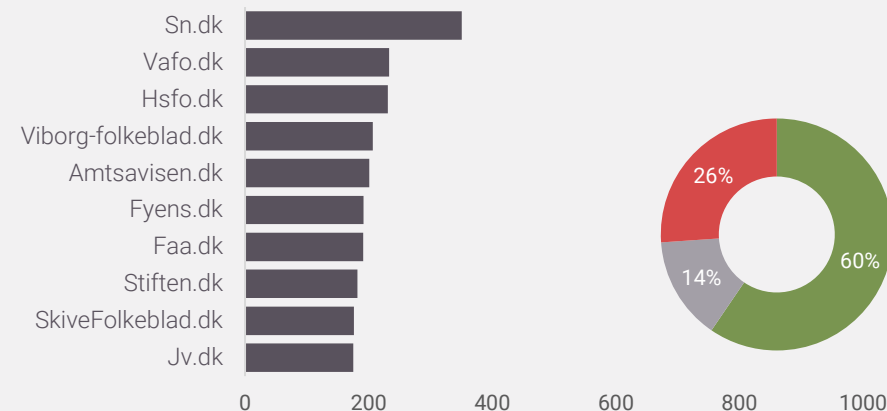
Top 10 – Erhvervs fagmedier



Top 10 – Landsdækkende dagblade inkl. dr.dk og tv2.dk



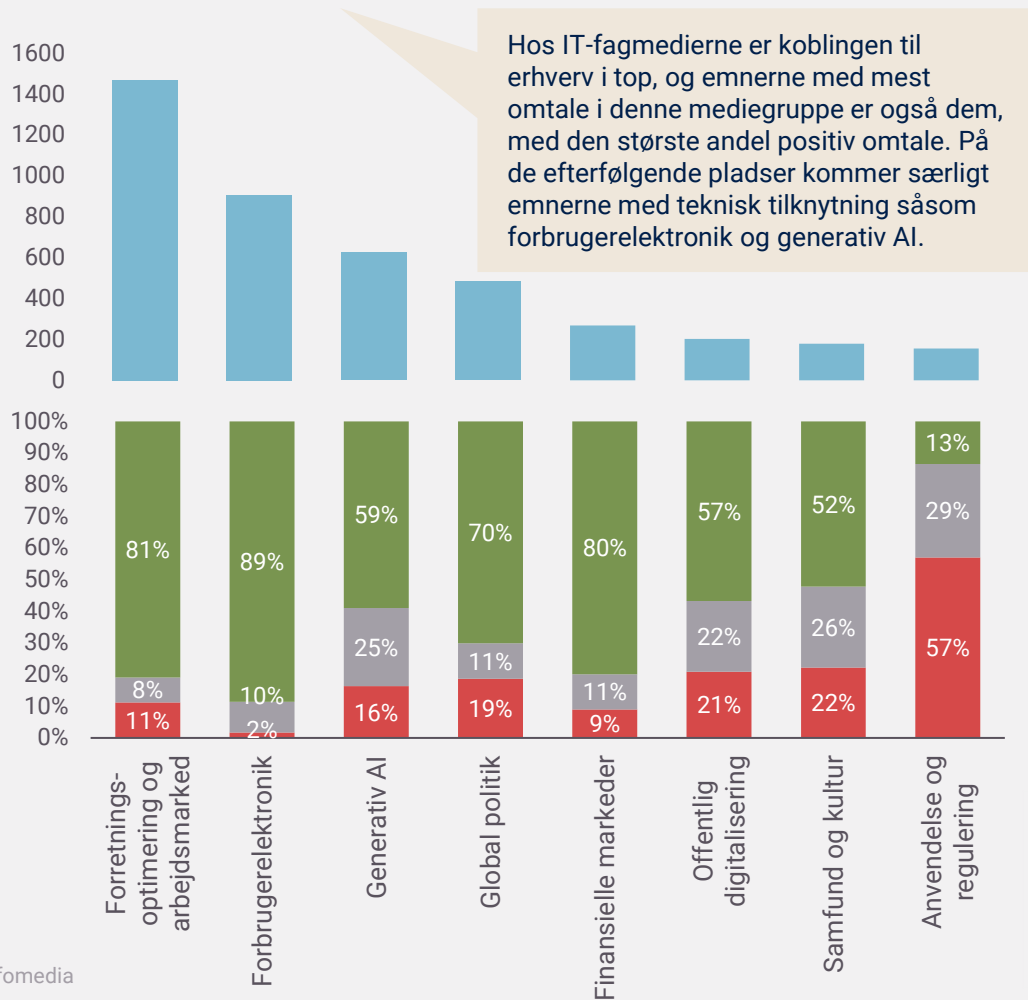
Top 10 – Regionale dagblade



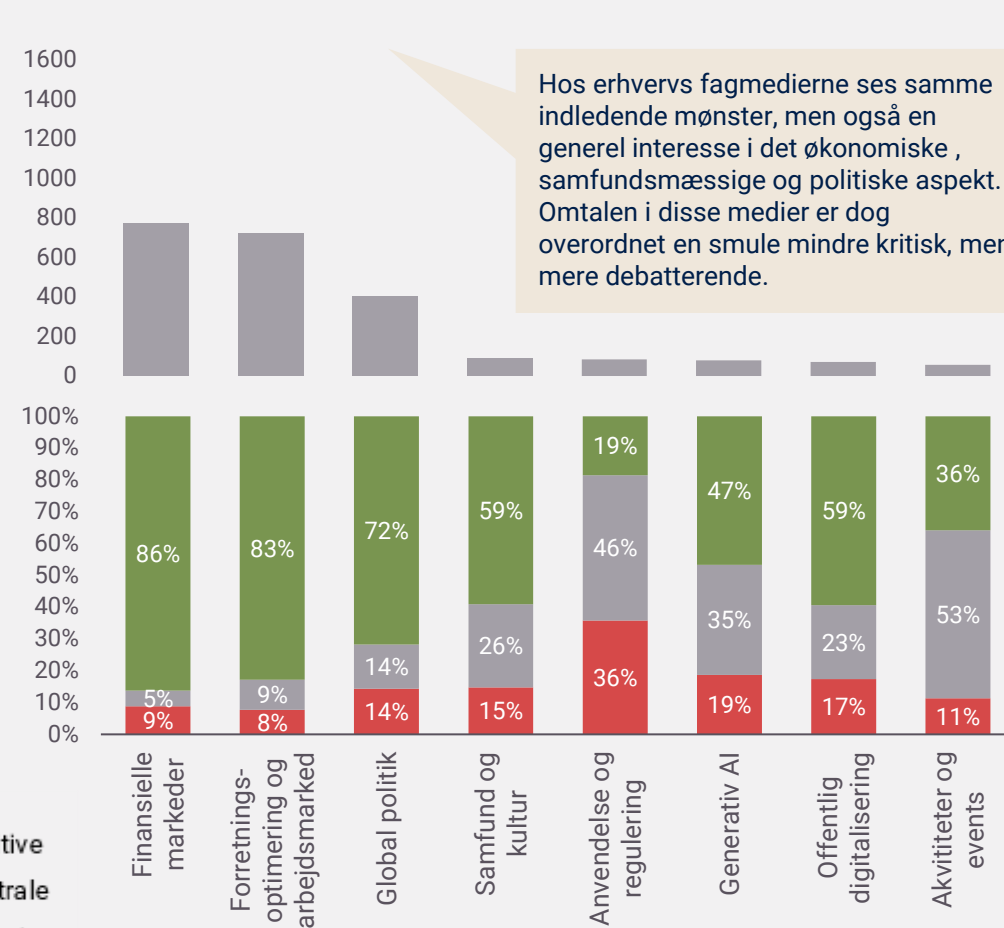


Fagmedier: Emnefordeling

IT-Fagmedier – top 8 emner og tonefordeling i %



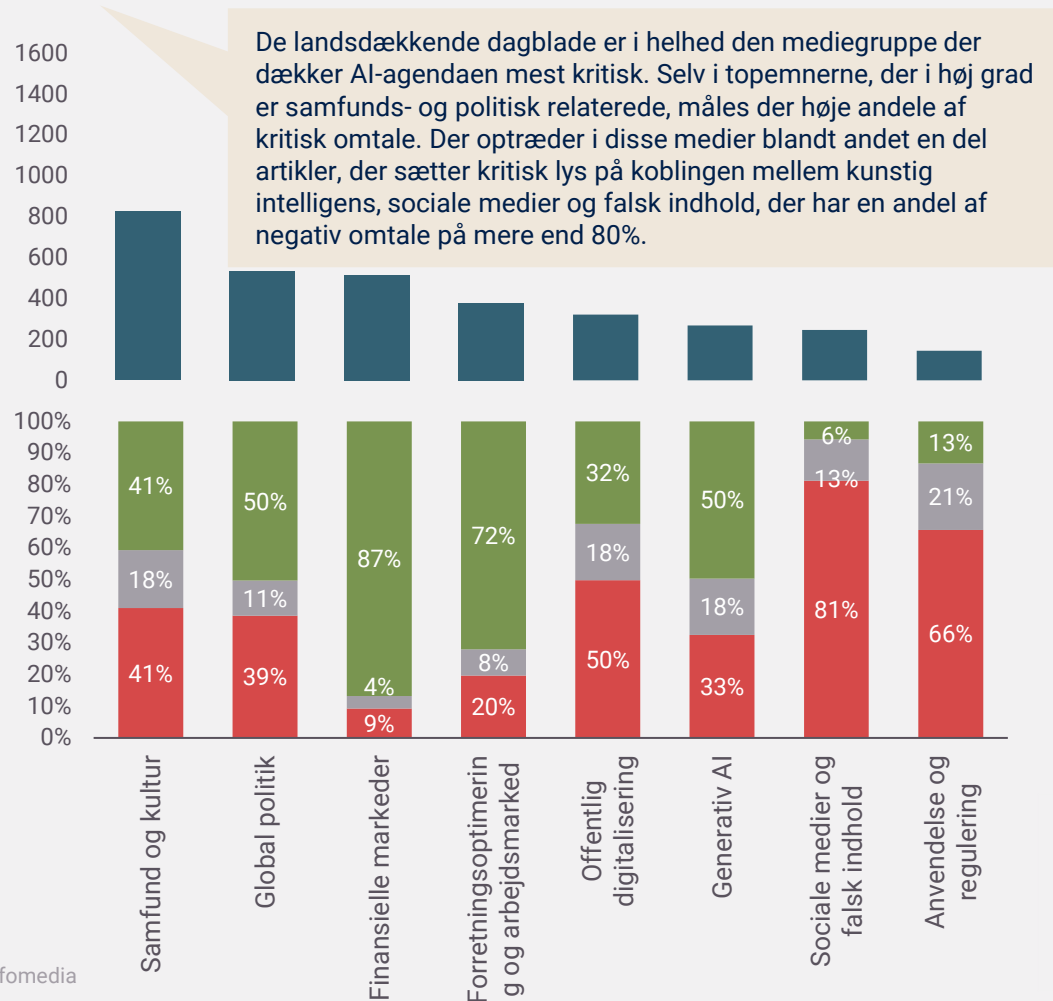
Erhvervs fagmedier – top 8 emner og tonefordeling i %



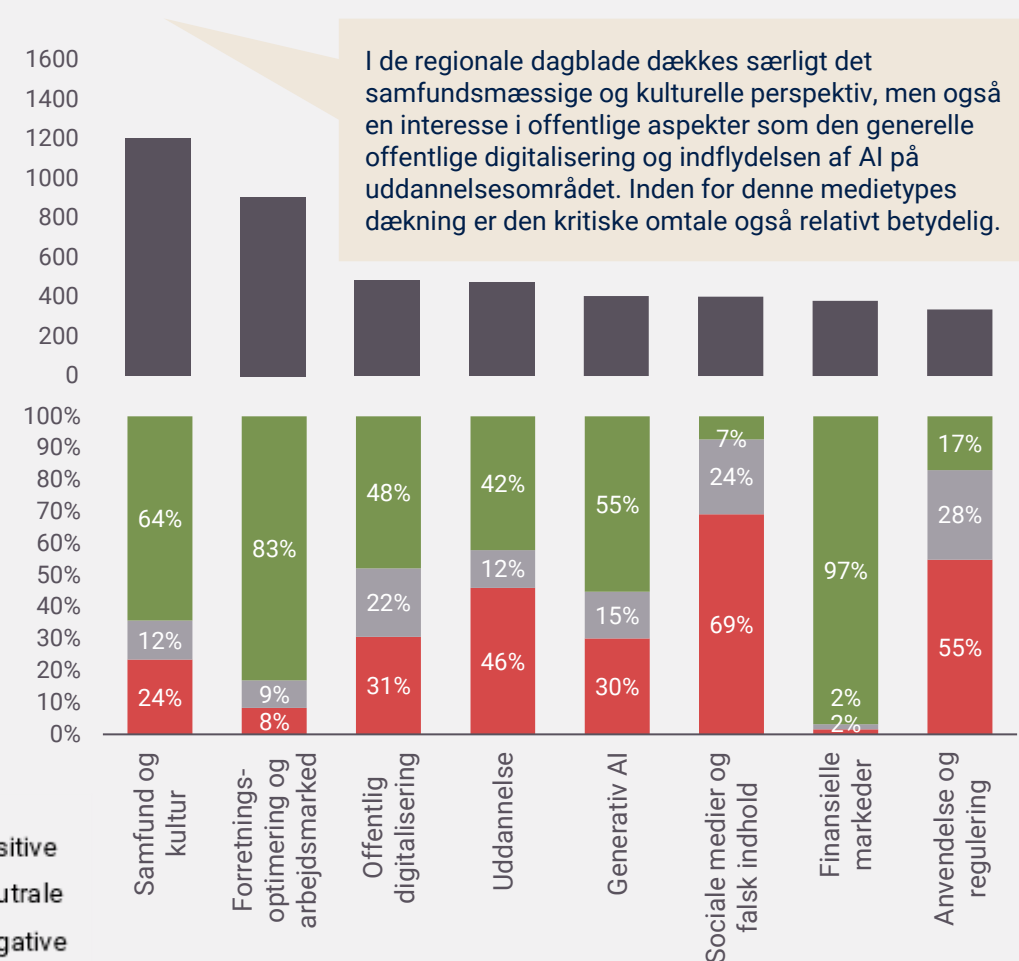


Dagblade: Emnefordeling

Landsdækkende dagblade – top 8 emner og tonefordeling i %



Regionale dagblade – top 8 emner og tonefordeling i %



NÆVNTE AKTØRER

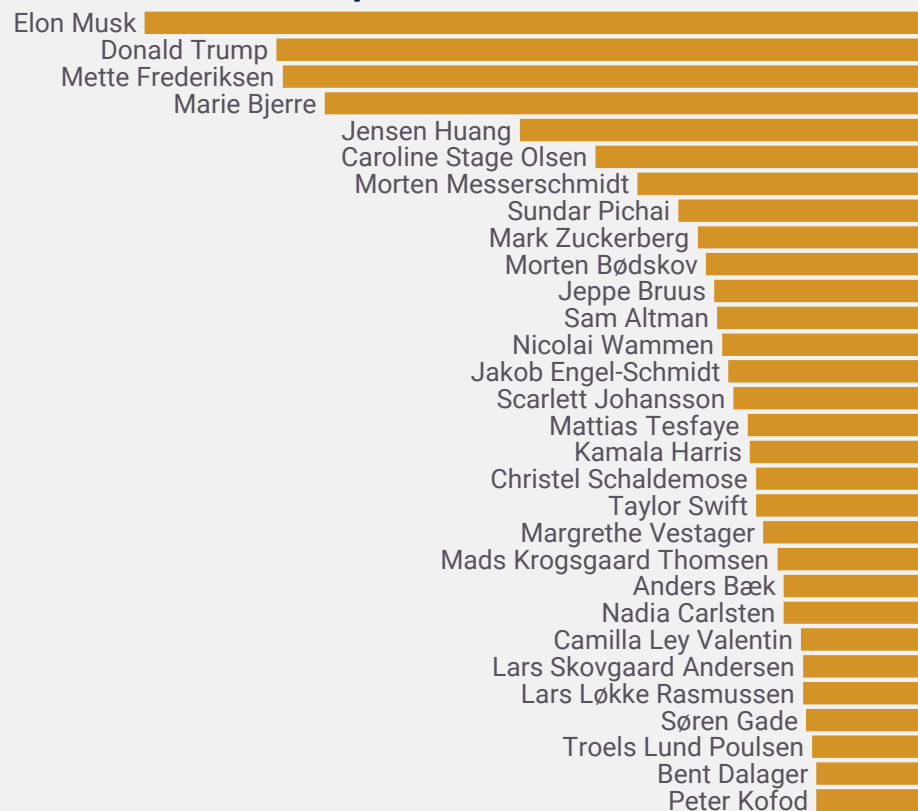




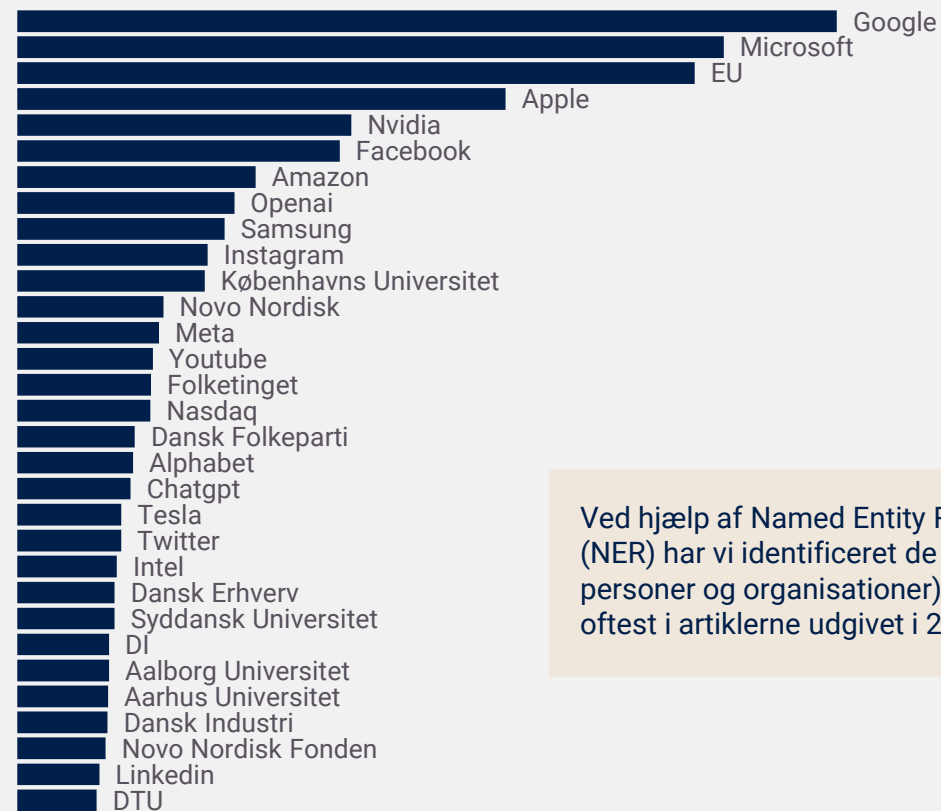
AI-debatten kredser om teknologiledere og politiske skikkelser

AI-debatten omfatter både globale techledere som Elon Musk og Sundar Pichai samt danske politikere som Mette Frederiksen. Blandt de nævnte organisationer dominerer store teknologivirksomheder som Google og Microsoft sammen med politiske og forskningsrelaterede aktører som EU og Københavns Universitet.

Hvilke personer er nævnt i debatten?



Hvilke organisationer/virksomheder er nævnt i debatten?



Ved hjælp af Named Entity Recognition (NER) har vi identificeret de enheder (her personer og organisationer) som optræder oftest i artiklerne udgivet i 2024.

PERSONER



Citatanalyse: Hvem sætter ord på dagsordenen?

På de kommende sider følger en citatanalyse, der undersøger, hvem der sætter ord på AI-dagsordenen i medierne. For at skabe overblik, er de citerede personer blevet kortlagt og inddelt i seks overordnede grupper, for at muliggøre analyse af deres forskellige fokusområder og perspektiver. Disse grupperinger refereres fremadrettet til som '**sektorer**'. Grupperingerne er defineret som en del af opdraget til analysen for at sikre et fælles analytisk udgangspunkt.



Erhvervsfolk

Ledelsesprofiler, stiftere, direktører og andre aktører fra private virksomheder og erhvervsliv.



Politikere

Folkevalgte politikere og regeringsledere på nationalt og internationalt niveau, herunder også ministre, parlamentarikere, borgmestre og statsledere.



Forskere

Professorer, lektorer, ph.d.-forskere og andre personligheder tilknyttet universiteter eller forskningsinstitutioner.



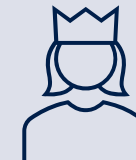
Interesse-organisationer

Ledere og repræsentanter fra brancheforeninger, NGO'er, fagforeninger og andre organisationer, der varetager kollektive interesser for specifikke grupper eller samfundsområder.



Offentlige aktører

Ledere og specialister fra myndigheder, styrelser og offentlige institutioner med ansvar for regulering, drift og rådgivning.



Kendisser

Kulturfigurer, debattører, forfattere, kunstnere og andre med bred offentlig gennemslagskraft.

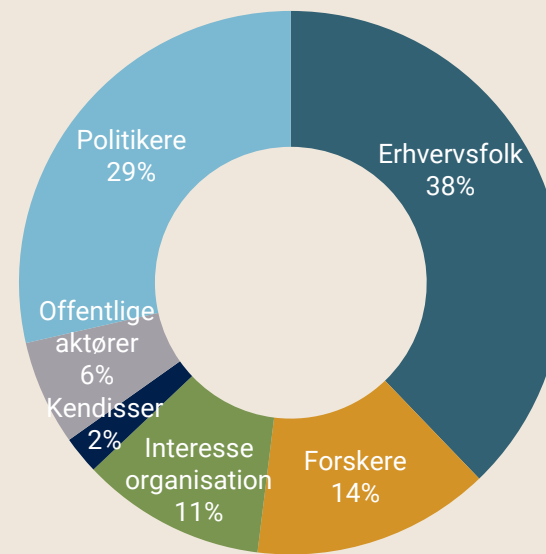
Erhvervslivets stemmer præger AI-debatten i medierne – men de er ikke alene om det



Top 20 citerede personer



Fordeling af citerede personer på sektorer



Blandt de personer i omtalen, der er citeret mindst 10 gange, skiller erhvervslivets aktører sig særligt ud med en andel på 38% af de samlede citeringer.

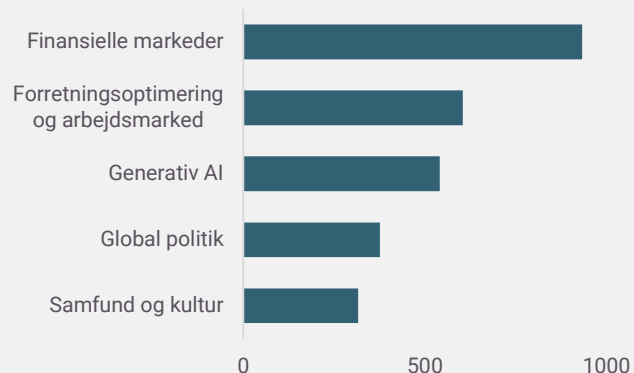
Personer fra den politiske scene følger dog tæt efter med en andel på 29%. Herunder ser vi blandt andet både Marie Bjerre og Mette Frederiksen på top 1 og 2, når vi anskuer toplistens på personniveau.



Debatten formes af erhverv, politik og forskning – men med vidt forskellige fokusområder

Erhvervsfolk ser AI gennem en økonomisk linse, mens politikere og interesseorganisationer fokuserer på uddannelse, digitalisering og regulering. Forskere dykker ned i sundhedsteknologi og er den eneste gruppe, hvor kriminalitet er et helt centralt tema. Samtidig er bekymringen for misinformation og falsk indhold gældende på tværs af 'sektorer'.

Erhvervsfolk



Politikere



Forskere



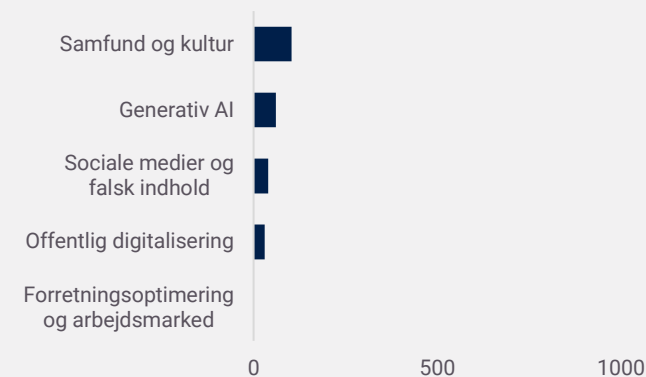
Interesseorganisationer



Offentlig aktører



Kendisser



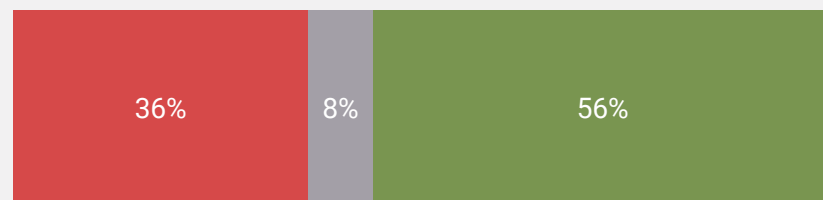


Personerne er tæt relaterede til den negative omtale

Selvom sentiment ikke er møntet på specifikke personer og deres citater, er det alligevel interessant at anskue andelen af henholdsvis positiv, neutral og negativ omtale for artiklerne hvor personer citeres, til sammenligning med omtalen, hvor personcitater ikke indgår. Her ses en markant forskel:

I omtalen, hvor personer er citeret, udgør den negative andel faktisk mere end en tredjedel, sammenlignet med knap 20% af omtalen uden personcitater. Dette kan tyde på, at personer ofte bruges som kilder til at italesætte bekymringer, debattere og sætte fokus på de mere kontroversielle aspekter af AI.

Overordnet tonefordeling i omtalen **med** personcitater



Overordnet tonefordeling i omtalen **uden** personcitater



■ Negative ■ Neutrale ■ Positive

Når personcitater indgår i den **negative** omtale handler det oftest om:

Uddannelse er det emne, der oftest omtales i artikler med personcitater, når vi ser isoleret på den negative dækning. Et centralt tema i denne samtale er 'misinformation' – og dermed den udbredte bekymring for, hvordan teknologier påvirker spredningen af usand eller vildledende information.





Eksempler på kontekst af de negative omtaler inden for de seks sektorer

Forskere

Lektor ved IT-Universitetet **Luca Rossi** påpeger, at falske profiler på sociale medier – de såkaldte troldefabrikker – kan være en effektiv og billig måde at lave politisk kommunikation på. Udtalelsen kommer på baggrund af en sag hos partiet Sverigedemokraterna.

Offentlige aktører

Skattevæsenet bruger kunstig intelligens til at bearbejde danskernes personlige oplysninger. Juridisk direktør i Skattestyrelsen, **Katrine Ledam Rasmussen**, fortæller, at styrelsen kun offentliggør "overordnede oplysninger" om styrelsens kontrol.

Kendisser

Jim Lyngvild har med hjælp fra kunstig intelligens skabt nye billeder af kong Frederik, og de skaber debat. "Det jeg gør, har kunstnere gjort i hundredvis af år. Man maler dem jo altid lidt smukkere, tyndere, sundere end de er, så dette er bare en videreførelse af den tradition", siger han.

Negative vinklinger

Politikere

Falske videoer, der er blevet til ved hjælp af kunstig intelligens, optager den politiske scene. **Mette Frederiksen** udtaler, at såkaldte deepfake-videoer kan underminere tilliden til institutionerne og politikerne i Danmark.

Interesseorganisationer

Organisationerne Danske Forlag og Rettighedsalliancen advarer om, at brugere, der uploader kunstneres materiale til chatbots risikerer at krænke ophavsretten. Direktør for Rettighedsalliancen, **Maria Fredenslund**, siger, at uploading kan sammenlignes med tyveri overbragt til en hælercentral.

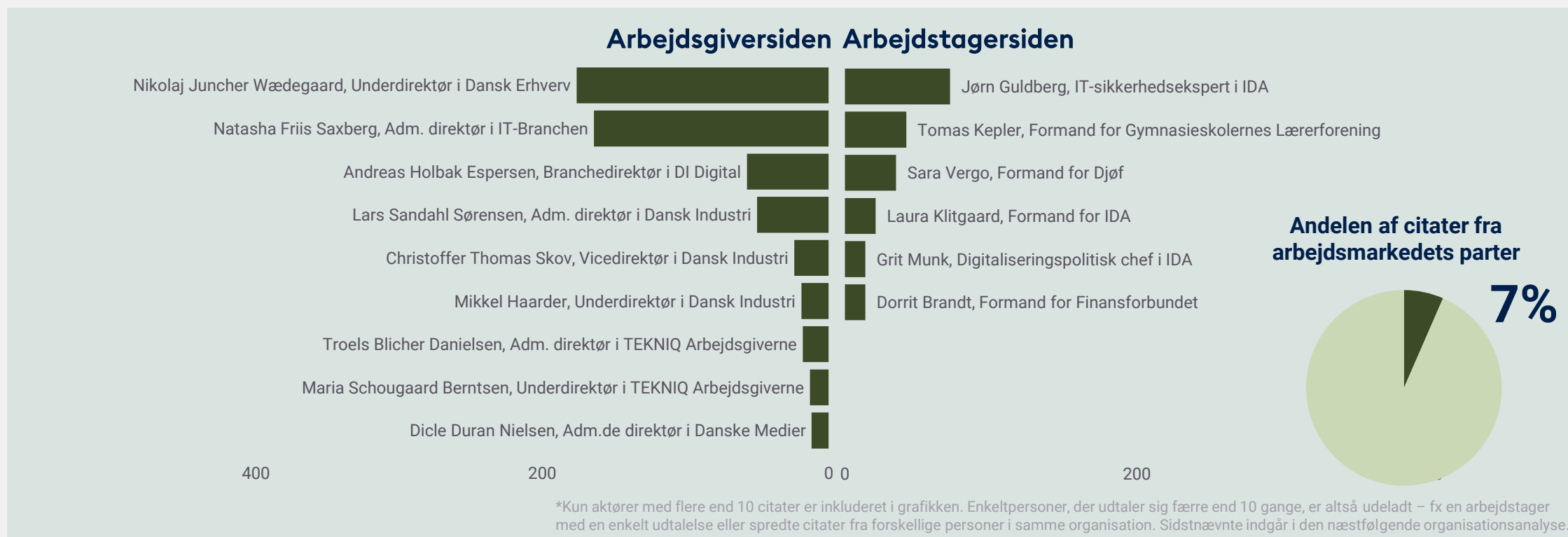
Erhvervsfolk

Arrangørerne af OL i Paris forventer en større cybertrussel end nogensinde før. Som forberedelse har man hyret 'etiske hackere' og brugt kunstig intelligens til at stressteste systemerne. Generaldirektør for det franske informationssikkerhedsagentur, **Vincent Strubel**, understreger, at der vil være angreb de ikke vil kunne stoppe.



Arbejdsmarkedets parter er begge til stede, men arbejdsgiversiden kommer oftest til orde

Omkring 7 % af alle personcitater i medieomtalen kommer fra arbejdsmarkedets parter, herunder citater fra personer fra både arbejdsgiver- og brancheorganisationer samt fagbevægelsen. Selvom begge sider deltager i debatten, er arbejdsgiversiden klart dominerende med 533 citater mod 198 fra arbejdstagersiden – svarende til en fordeling på hhv. 73 % og 27 %. Nicolaj Juncher Wædegaard, underdirektør i Dansk Erhverv, er den mest citerede fra arbejdsgiversiden og taler især om cybersikkerhed og behovet for offentligt-privat samarbejde. Natasha Friis Saxberg, adm. direktør i IT-Branchen, er dog også en central stemme og efterlyser klare målsætninger og deadlines i regeringens AI-strategi, særligt med fokus på SMV'er og den offentlige sektor. På arbejdstagersiden advarer Jørn Guldborg, IT-sikkerhedsekspert i IDA, mod, hvordan IT-kriminelle bruger AI til phishing, mens Sara Vergo, Formand for Djøf, ser AI som et nyttigt redskab til komplekse opgaver, men fremhæver behovet for datasikkerhed og pålidelige algoritmer. Laura Klitgaard, Formand for IDA, kritiserer virksomheder for manglende retningslinjer for AI-brug og advarer mod risikoen for utilsigtet datadeling.



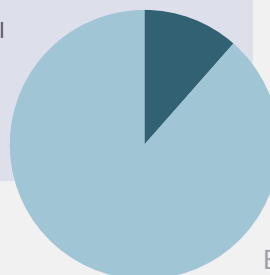


Forskeromtale i dækning af kunstig intelligens

Top 20 citerede* danske forskere



Andelen af citater fra danske forskere **11%**



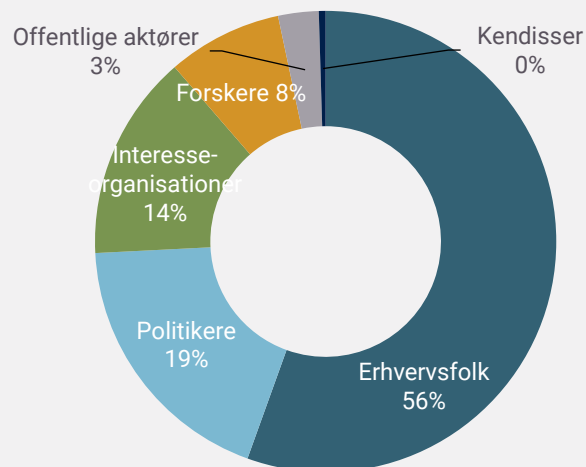
Danske forskere dækker omkring 11% af alle citater i mediedækningen af kunstig intelligens i 2024. Særligt emnet 'Sundhedsteknologi' har forskernes opmærksomhed, som blandt andet rummer historier om, hvordan teknologien bruges til at **løse opgaver inden for kræftbehandling, smitteopsporing samt overvågning af biodiversitet**. Derudover skal kunstig intelligens bruges til administrative opgaver som at **besvare patientbeskeder**. Foruden at kunne spare menneskelige ressourcer, vil kunstig intelligens også kunne spare samfundet for flere milliarder kroner, understreger forskerne.



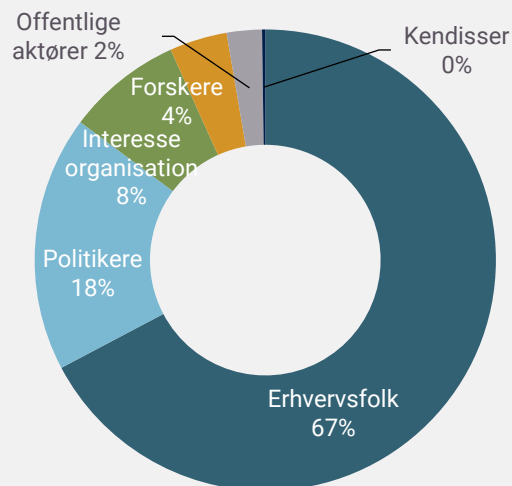


De brede medier citerer forskere oftere end nichemedierne

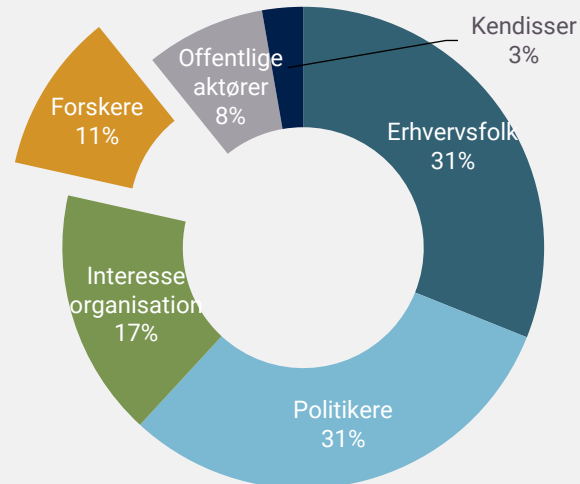
IT fagmedier



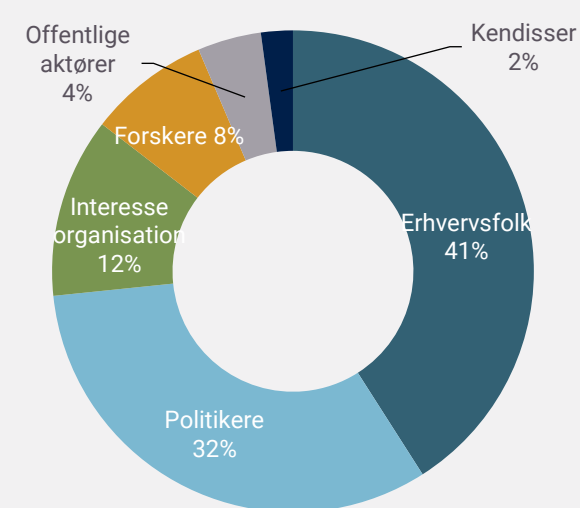
Erhvervs fagmedier



Landsdækkende dagblade



Regionale og lokale dagblade



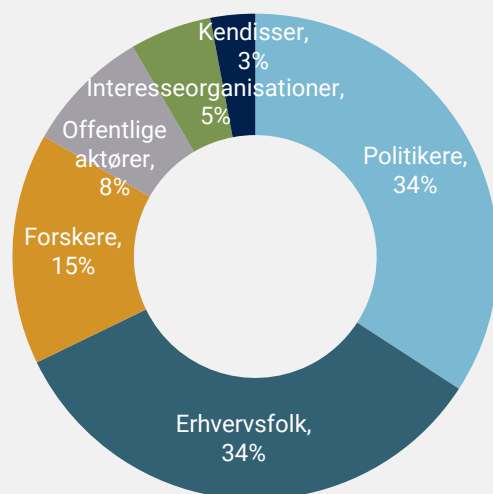
Forskere citeres sjældent i nichemedier, men langt mere i brede medier, hvor de ofte bruges som eksperter. De dækker en bred vifte af fagområder, herunder sundhed, maskinlæring, digital transformation, klinisk kunstig intelligens, sundhedsøkonomi, digitalisering og dataetik. Særligt forskere inden for dataetik skiller sig ud, da de udelukkende nævnes i brede medier og ikke i nichemedierne. Dette tyder på en forskel i, hvordan AI-debatten føres på tværs af medietyper. I nichemedierne er fokus fremadrettet – drevet af teknologiens *muligheder* og hvordan vi kan anvende den. Til gengæld er de brede medier ikke kun optagede af, hvad der er teknisk muligt, men også af de etiske og samfundsmæssige konsekvenser – altså ikke blot om vi kan, men om vi bør og hvordan.

Hvem har serveretten?

I de artikler, hvor der citeres mere end én **person**, har vi identificeret, hvem der *først* citeres – altså hvem der får den såkaldte *serveret*. Dette er relevant, fordi førsteciterede ofte fungerer som den primære kilde og dermed sætter tonen og vinklingen for omtalen.

Fra dette perspektiv bliver det tydeligt, at udtalelser fra det politiske segment vægtes lige så højt som dem fra erhvervslivet. Et anden interessant indsigts er, at interesseorganisationernes stemmer fylder væsentligt mindre her end i den rene optælling af citater (5% vs. 11%). Dette indikerer, at deres udtalelser i højere grad fungerer som støtteargumenter og sjældnere optræder som centrale eller bærende udsagn i medieomtalen om AI. Forskerne får derimod en pænere andel og tager netop tredjepladsen fra aktørerne fra interesseorganisationerne.

Antal serveretter fordelt på 'sektorer'



Antal serveretter – top 25 personer



ORGANISATIONER



Organisationsanalyse: Hvilke organisationer indgår i omtalen?

I modsætning til citatanalysen, der fokuserer på, hvilke personer der sætter ord på dagsordenen, undersøger organisationsanalysen på de næstfølgende slides, hvilke organisationer der omtales og i hvilken sammenhæng de er benævnt. For at skabe overblik, er organisationerne også inddelt i deres egne overordnede grupper, der ligeledes refereres til som '**sektorer**'. Grupperingerne er defineret som en del af opdraget til analysen for at sikre et fælles analytisk udgangspunkt.



Virksomheder

Private danske og internationale organisationer, der opererer kommercielt – fra store koncerner til mindre selskaber på tværs af brancher.



Politiske partier

Partiorganisationer med tilhørende strukturer, både nationalt og internationalt, som repræsenterer politiske programmer og deltager i lovgivningsarbejde.



Forskningsinstitutioner

Institutioner og enheder, der arbejder med vidensproduktion, analyse eller innovation – herunder blandt andet universiteter, forskningscentre og tænketanke.



Interesseorganisationer

Organisationer der repræsenterer interesser for bestemte grupper eller formål, herunder blandt andet erhvervs- og brancheorganisationer, fagforeninger og NGO'er.



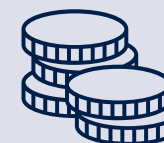
Lovgivere

Formelle politiske organer med lovgivende beføjelser, som eksempelvis parlamenter, råd eller forsamlinger, der fastsætter love og regler.



Myndigheder

Offentlige institutioner og organer med ansvar for regulering, tilsyn, administration eller service – både nationale og internationale enheder.



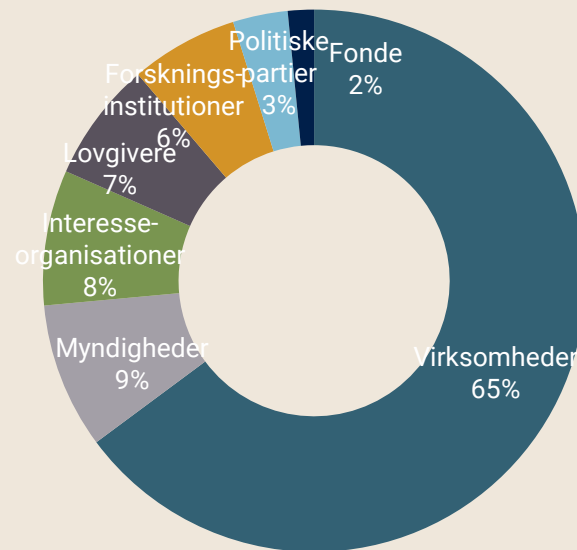
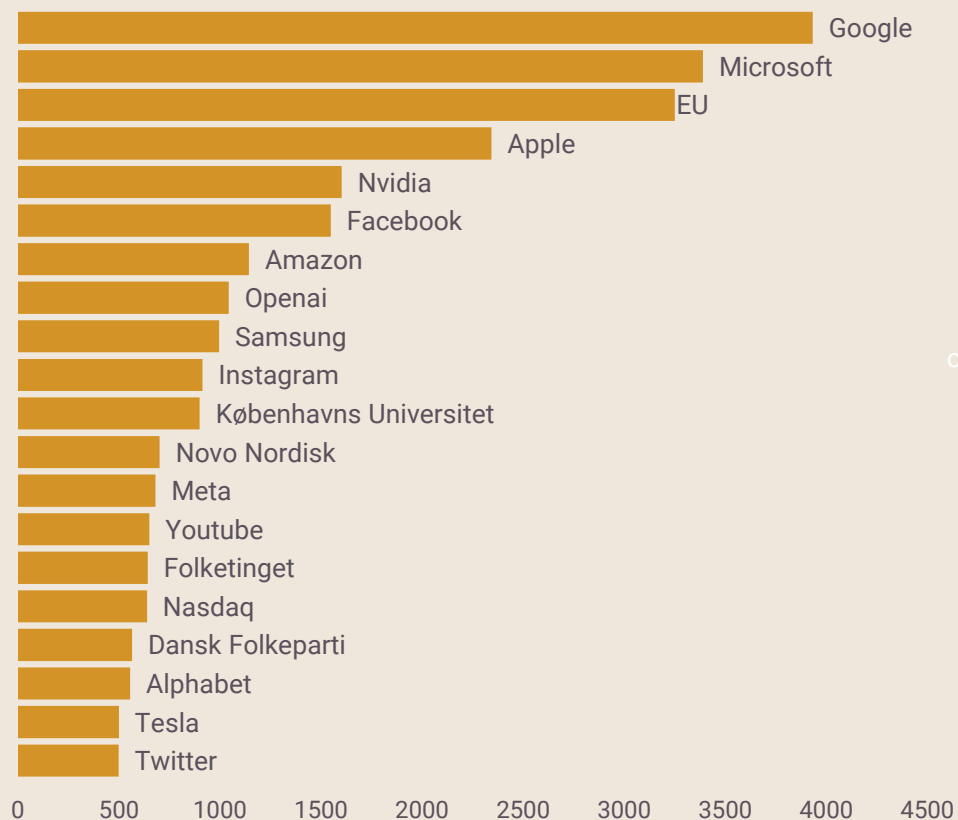
Fonde

Organisationer, der yder finansiel støtte til projekter, forskning eller samfundsinitiativer, herunder blandt andet erhvervsfonde, almennyttige fonde og private stiftelser.



Virksomheder, særligt tech-giganterne, indgår oftest i omtalen

Top 20 organisationer der indgår i omtalen



Fordeling på 'sektorer'

På organisationsniveau er virksomhederne de dominerende aktører med over halvdelen af alle organisationsbenævnelser i medieomtalen.

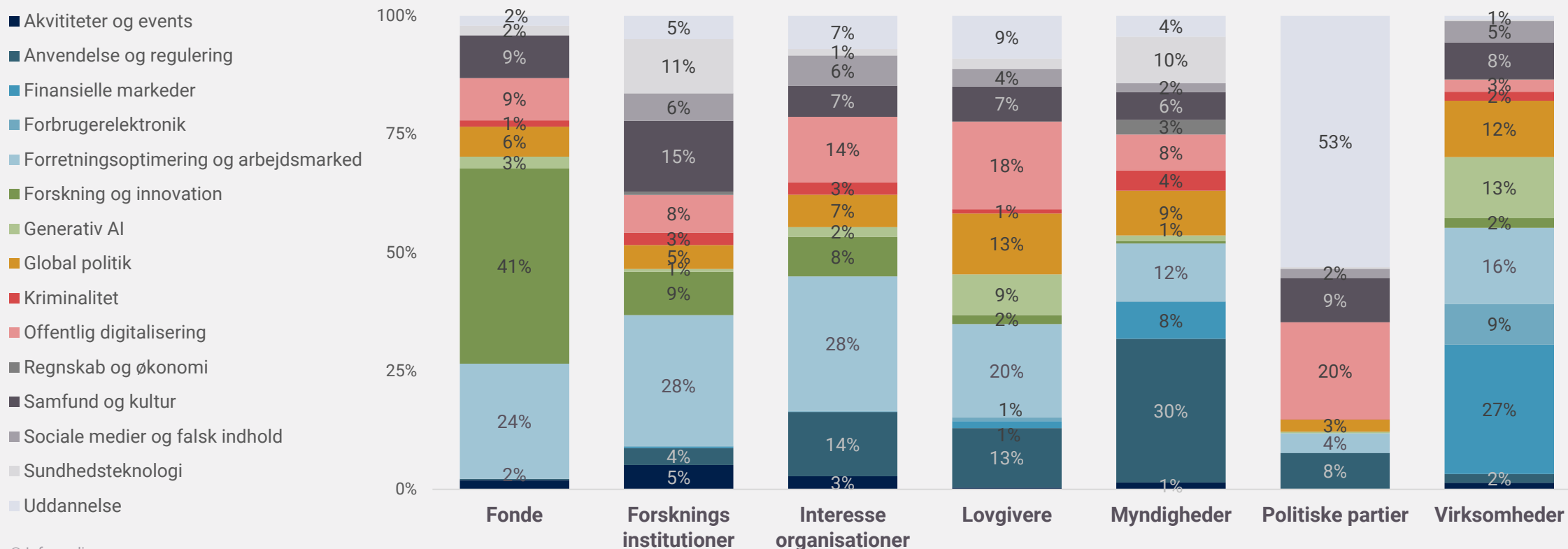
Især de større teknologivirksomheder omtales betydeligt, hvilket blandt andet understreges af Google og Microsoft i top 1 og 2 som mest omtalte organisationer.

Anskuet fra den nye inddeling er det interessant at se, hvordan det i højere grad er lovgivere og myndigheder, frem for faktiske politiske partier der indgår i omtalen på organisationsniveauet.



Stor diversitet i emnefordelingen i artikler hvor organisationer indgår

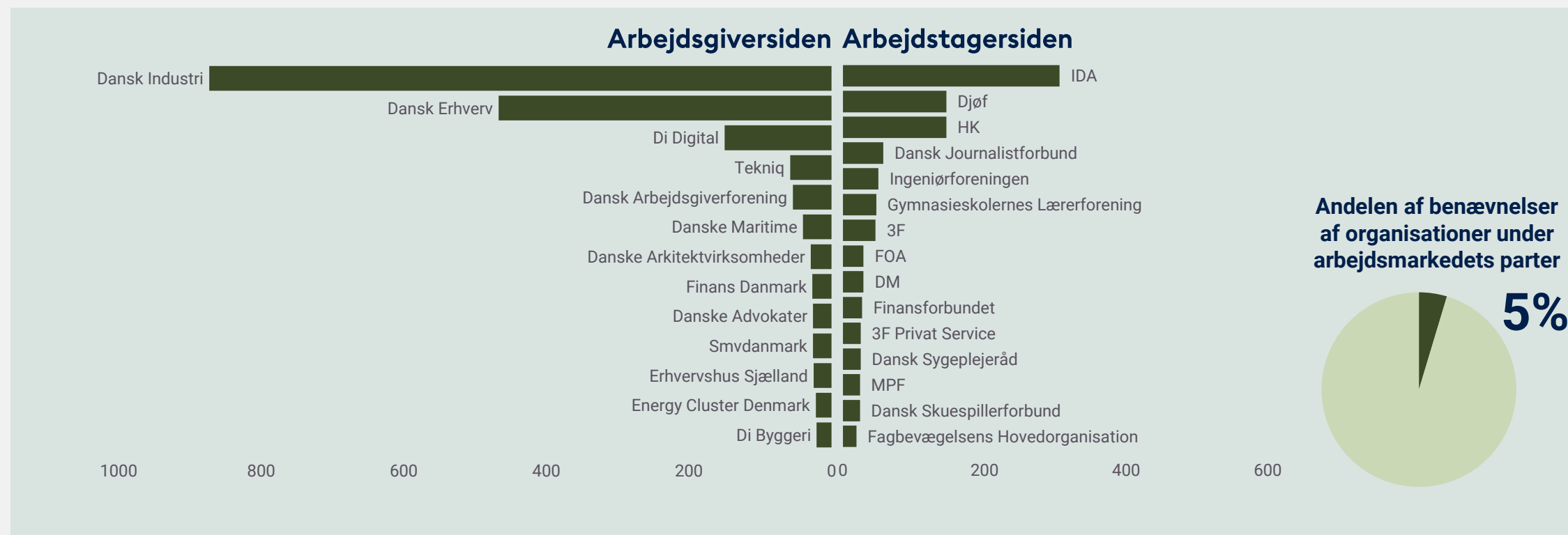
De syv organisationssektorer spænder bredt, hvad angår emnefordeling, og der er ganske få emner, som slet ikke er repræsenteret inden for de individuelle sektorer. Virksomhederne dækker 65% af alle organisationsbenævnelserne, og dette sker især indenfor emner som Finansielle markeder samt Forretningsoptimering og arbejdsmarked. Særligt sidstnævnte går igen inden for sektorerne forskningsinstitutioner, interesseorganisationer, lovgivere og fonde, hvilket understreger hvor vidtrækkende potentialet for kunstig intelligens opfattes. Emnet Anvendelse og regulering er ikke overraskende stærkt repræsenteret blandt lovgivere, myndigheder og interesseorganisationer. Dog er det værd at bemærke, at samme emne fylder ganske lidt hos de politiske partier (8%), som til gengæld er udpræget optaget af emnet Uddannelse (53%). En af de store historier hos de politiske partier knytter sig til Dansk Folkepartis deepfake-video af Mette Frederiksen, som affødte en stor diskussion om, hvordan politikere bør omgås brugen af kunstig intelligens.





Arbejdsgiversiden dominerer også på organisationsniveau

Fra organisationsperspektivet udgør omtalen af arbejdsmarkedets parter cirka 5% af de samlede organisationshenvisninger, hvilket inkluderer både arbejdsgiver- og brancheorganisationer samt fagbevægelsen. På trods af, at vi til forskel fra citatanalysen nu både ser HK, FOA, 3F og en længere række af øvrige enheder fra fagbevægelsen komme i spil, er arbejdsgiversiden dog fortsat dominerende i det brede billede med 1.904 benævnelser mod 1.075 fra arbejdstagersiden. På arbejdsgiversiden topper Dansk Industri med mere end 800 benævnelser. På arbejdstager siden topper IDA listen med 306 benævnelser. Da organisationsanalysen ikke fokuserer på individuelle personcitater, men i stedet på benævnelser, tegner der sig et markant anderledes billede: her tæller alle omtaler af en organisation med – uanset hvem der udtaler sig. Det giver et bredere og mere samlet billede af organisationernes synlighed, fordi målingen ikke afhænger af profilerede enkeltpersoner, men af den overordnede medietilstedeværelse på tværs af organisationens mange stemmer. Derudover medregnes i dette perspektiv også artikler, som organisationerne selv har udgivet – eksempelvis når flere aktører går sammen om at formidle et fælles budskab.

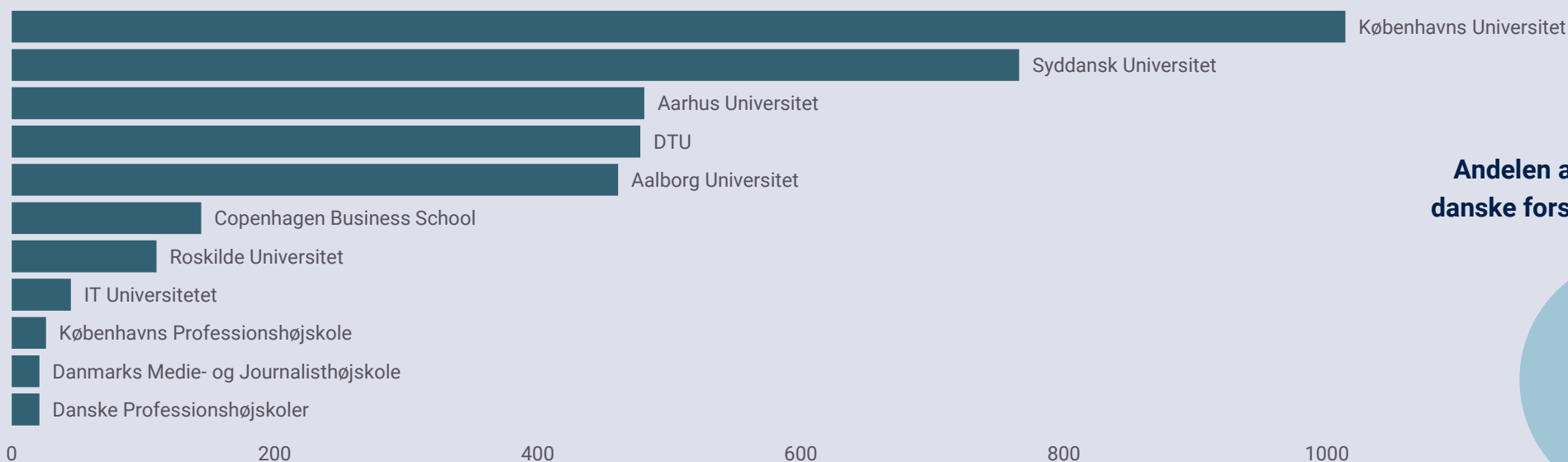




Forskningsinstitutioner får begrænset omtale

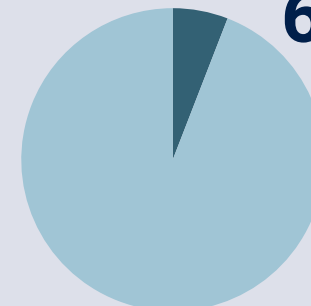
Danske forskningsinstitutioner udgør 6% af det samlede antal benævnelser blandt organisationerne. Særligt de store universiteter som Københavns og Syddansk Universitet bidrager til dette. Her handler en af de store historier om, hvordan et forskerhold fra KU forsøger at afkode dyrs kommunikation ved hjælp af AI. Samtidig er det værd at bemærke, at særligt teknologiske orienterede universiteter som ITU og DTU udgør en mindre andel. Mens ITU navnlig bliver omtalt i forbindelse med svindelnumre omkring Black Friday, så optræder DTU i flere artikler, som beskriver seneste udviklinger af ny teknologi, herunder udrulningen af Danmarks første AI supercomputer, udvikling af ny røntgenteknologi og investeringer i rumteknologi. Ud over uddannelsesinstitutionerne ses også en række øvrige forskningsenheder benævnt. Danish e-Infrastructure Consortium nævnes blandt andet i sammenhæng med Danmarks deltagelse i udviklingen af en ny europæisk supercomputer og en AI Factory, der forventes klar i 2027. Dansk Sprognævn nævnes derimod blandt andet i forbindelse med at "AI" er blevet optaget som opslagsord i deres digitale ordbog 'Nye ord i dansk' – en opdatering, der understreger hvordan teknologien også har udbredt sig i sproget.

Universiteter mv.



Andelen af benævnelser af danske forskningsinstitutioner

6%

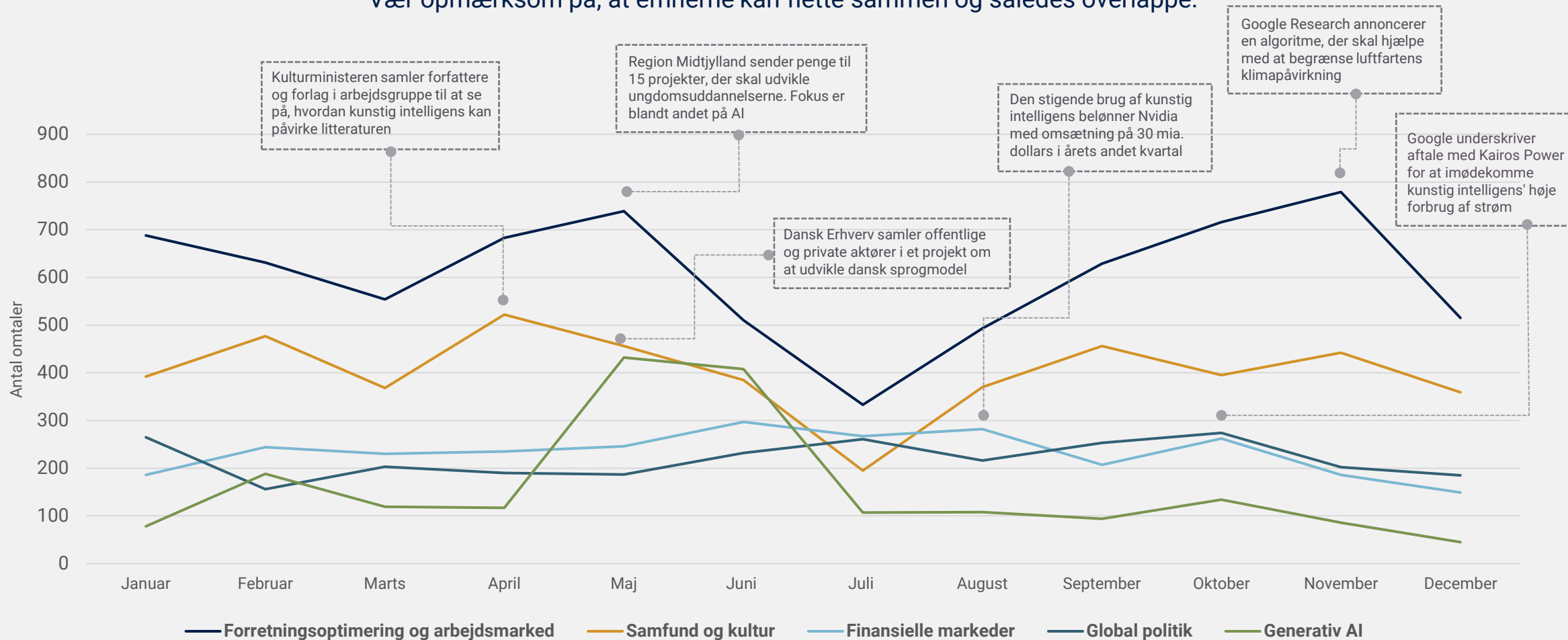


TOP 5 EMNER



Hvad og hvem driver omtalen inden for de mest markante emner

På de kommende sider dykkes ned i de fem største identificerede emner, for at se, hvad og hvem, der driver disse emner. Vær opmærksom på, at emnerne kan flette sammen og således overlappe.



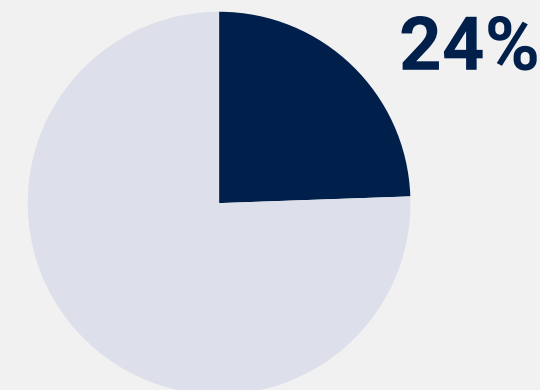


Forretningsoptimering og arbejdsmarked

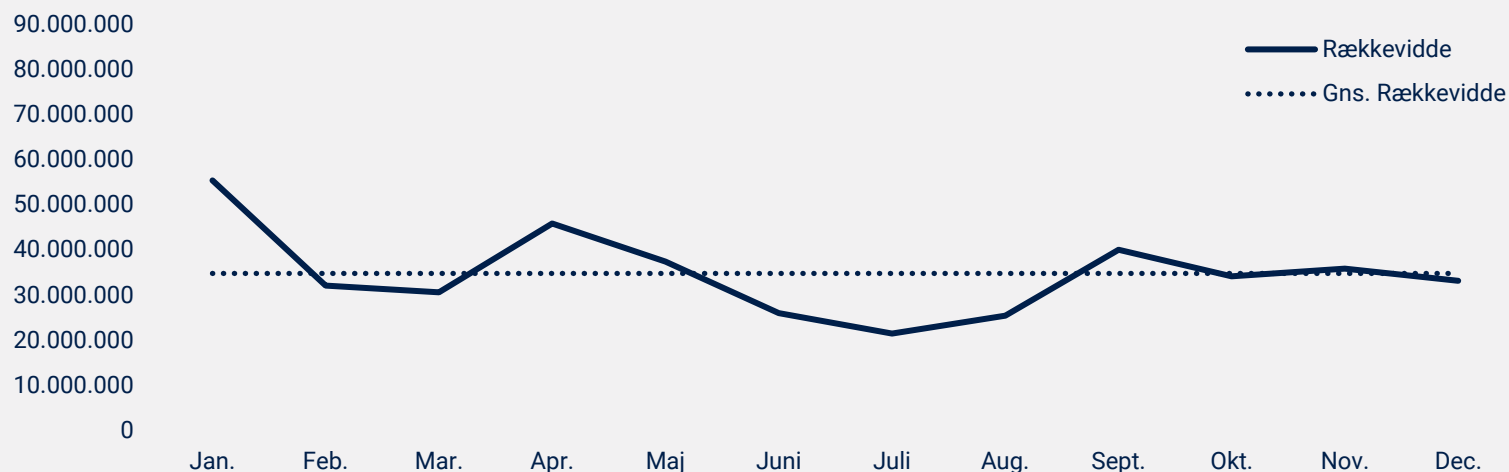
Forretningsoptimering og arbejdsmarked er det helt store emne i snakken om kunstig intelligens i de danske medier. Emnets **7.220 artikler** dækker lige godt en fjerdedel af den samlede omtale, og når den **tredjehøjeste samlede potentielle rækkevidde** på tværs af alle emner i 2024. Eksponeringen af emnet fordeler sig på tværs af alle fire mediegrupper, men er særlig udpræget i **IT-fagmedier og regionale og lokale dagblade**. Samtalen inden for dette emne er i høj grad bundet op på erhvervslivet og særligt de muligheder moderne teknologi bringer med sig i relation til automatisering, optimering og effektivisering af arbejdsgange.

I den del af emnets omtale, hvor der indgår personcitater, er der naturligt en klar **overvægt af udtalelser fra aktører i Erhvervslivet**. Ser vi på antal individuelle citeringer ser billedet dog lidt anderledes ud. Svend Larsen, chef for Forsvarets Efterretningstjeneste (placeret under den offentlige sektor), topper listen med 67 citater, og udtaler blandt andet i forbindelse med efterretningstjenestens teknologiske transformation, at der gennemgås en grundlæggende ændring i arbejdsmetoder, hvor kunstig intelligens, machine learning og nye platforme rummer et enormt udviklingspotentiale i kampen mod terrorisme og spionage. På de øvrige toppladser finder vi også aktører fra interesseorganisationer, som Natasha Friis Saxberg, CEO for Danish ICT Industry Association, og Andreas Holbak Espersen, branchedirektør i DI Digital. Mette Kaagaard, CEO for Microsoft Danmark og Island, er den mest citerede erhvervsaktør, mens Europaminister Marie Bjerre er den mest citerede politiske figur.

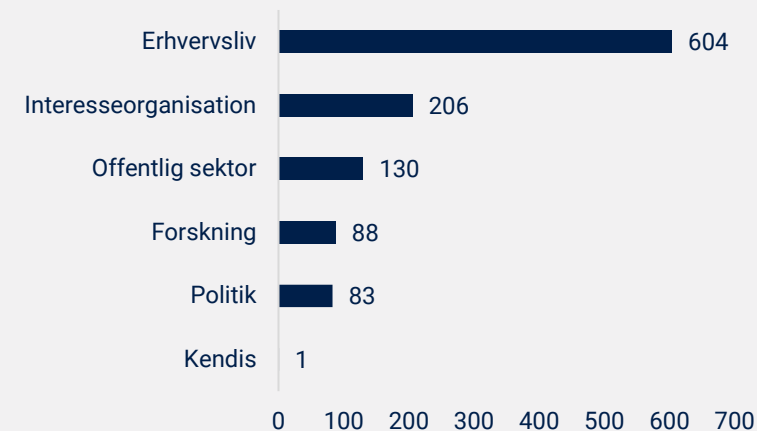
Emnets andel af omtalen



Rækkevidde over tid



Personkategorier – antal citater

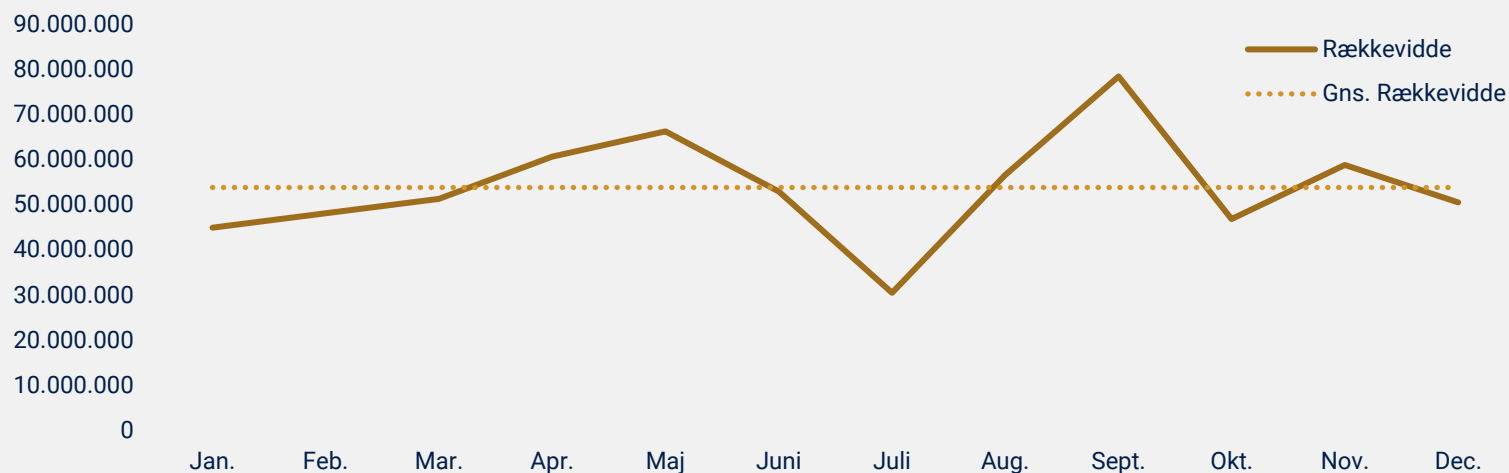


Samfund og kultur

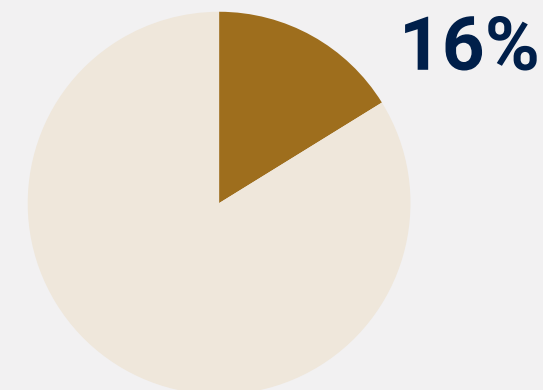
AI agendaens næststørste emne rummer den brede snak om samfund og kultur, og dækker samlet set **4.817 artikler**. Her dækkes alt fra AI's rolle inden for kunst, sport og kulturevents til den bredere samfundsmæssige indflydelse, teknologien potentielt rummer. Emnet fik bred eksponering og nåede **den højeste samlede potentielle rækkevidde på tværs af alle emner**. Artiklerne, der falder inden for Samfund og kultur, blev særligt udgivet i **lokale og regionale samt landsdækkende dagblade** med topmedier som **Politiken, Politiken.dk, Kristeligt Dagblad og Sn.dk**.

Også **citater fra erhvervslivet topper** i denne del af omtalen (36%), dog i **langt højere grad suppleret af politiske aktører** (27%). På trods af, at den samlede optælling læner sig mod erhvervslivet, er de mest citerede personer i omtalen dog TV-personlighed Jim Lyngvild og forfatter Johan Harstad begge med 39 citater. Jim Lyngvild udtaler sig blandt andet i forbindelse med udgivelsen af sin nye bog, hvor han fortæller, at det er en fornøjelse at arbejde med kulturarven og bringe gamle sagnvæsener til live med moderne teknologi som kunstig intelligens – et værktøj der, ifølge ham, gør det muligt at visualisere den nordiske fantasiarv på en ny og dragende måde. Johan Harstad udtaler sig blandt andet i en personlig sag om identitetstyveri og undrer sig over, om det måske kunne være en AI-model, der står bag – en bemærkning, der afspejler en voksende bekymring for kunstig intelligens' rolle i misbrug af litterært indhold.

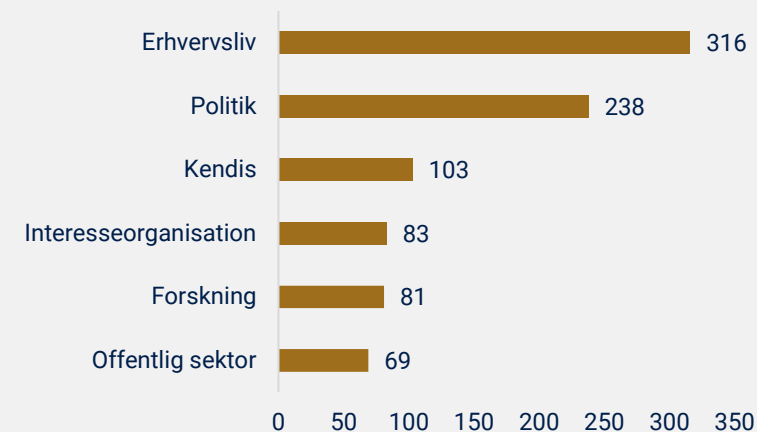
Rækkevidde over tid



Emnets andel af omtalen



Personkategorier – antal citater

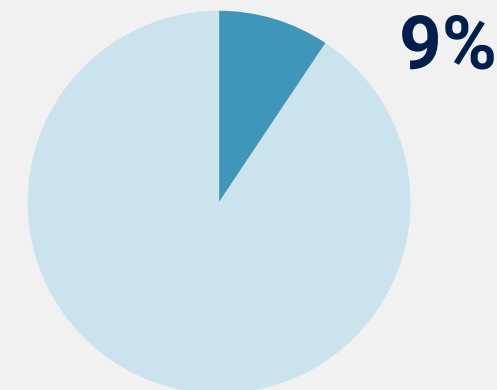


Finansielle markeder

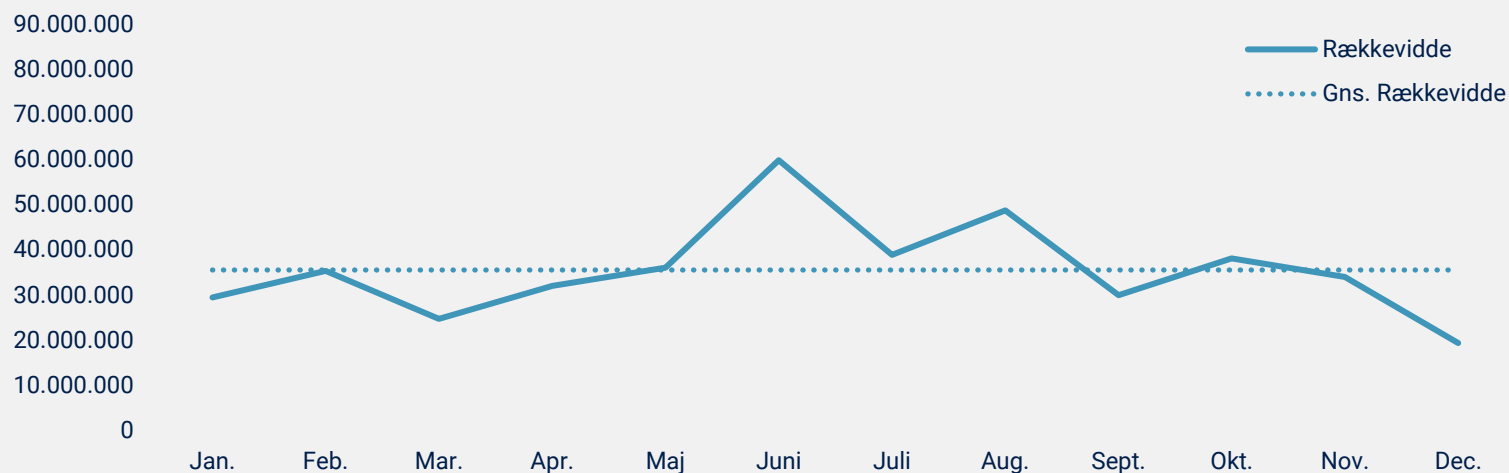
På en tredjeplads i antal omtaler ligger emnet Finansielle markeder, der med sine **2.790 artikler** dækker lige knapt 10% af AI-omtalen i danske medier i 2024. Inden for dette emne ser vi **et rigtig tungt fokus på økonomidelen af erhvervslivet** og den moderne teknologis indvirkning herpå – herunder et særligt fokus på de helt store techgiganter's finansielle eksplosioner efter udrulningen af avancerede AI-modeller, som har ført til markante stigninger i aktiekurser, øgede investeringer og en intensiveret global konkurrence om AI-dominans.

Som et naturligt led heraf, er det derfor også **erhvervslivets repræsentanter, der dominerer i den citerede omtale**: På førstepladsen Jensen Huang, CEO i Nvidia, med 168 citeringer, på anden pladsen Sundar Pichai, CEO i Alphabet Inc., med 101 citater og på tredjepladsen Lars Skovgaard Andersen, Investerings strateg i Danske Bank, med 98 citater. Jensen Huang udtalte blandt andet, at accelereret computerkraft og generativ kunstig intelligens har nået et vendepunkt, og at efterspørgslen efter AI er eksploderet globalt, hvilket har haft en stor indvirkning på de finansielle markeder og Nvidia's ekstreme økonomiske vækst. Eksposeringen af emnet var stor og opnåede **den næsthøjeste samlede potentielle rækkevidde** på tværs af de 15 emner. Topmedierne inkluderede blandt andet **Børsen.dk, NPInvestor.dk, Sydinvest.dk og Euroinvestor.dk**

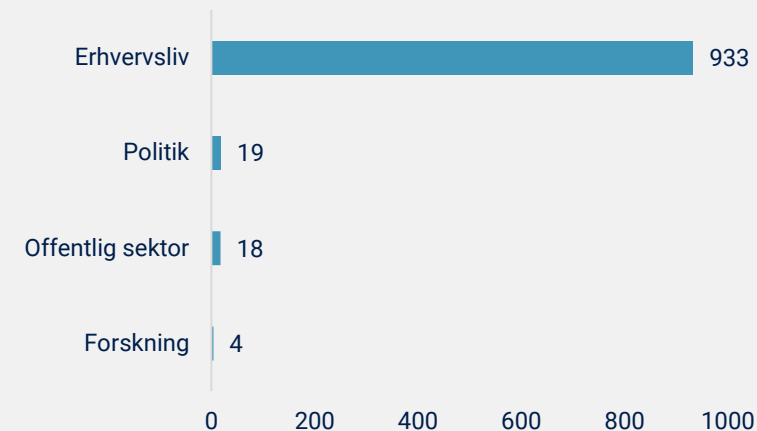
Emnets andel af omtalen



Rækkevidde over tid



Personkategorier – antal citater

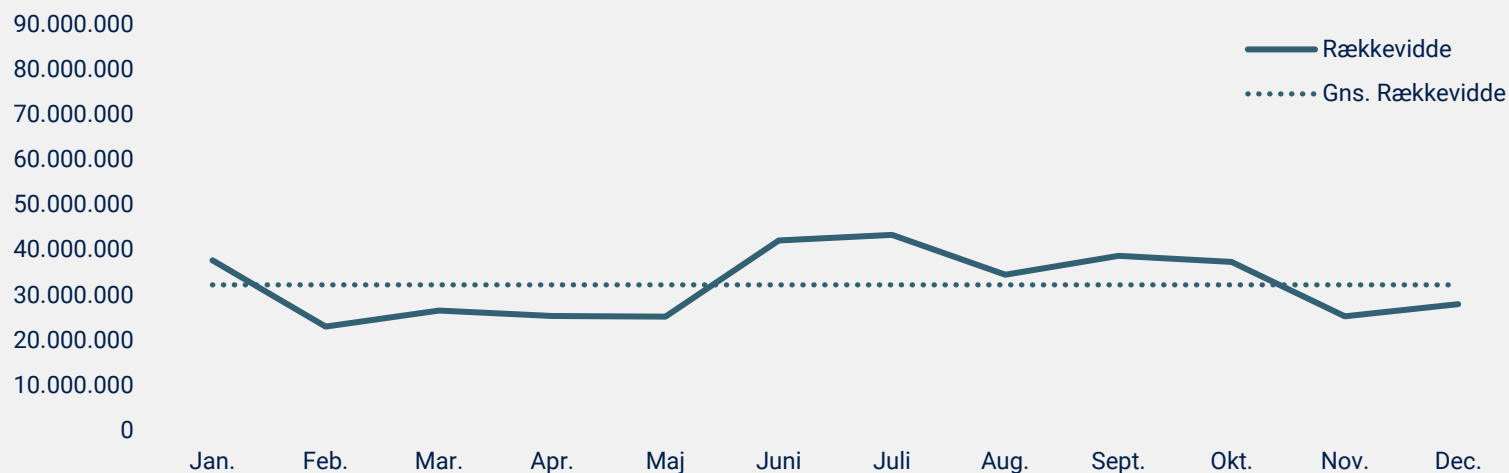


Global politik

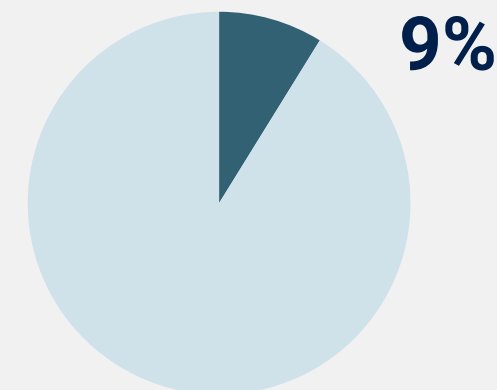
Emnet Global politik genererede i alt **2.624 artikler** i danske medier i 2024 svarende til lige under 10% af den samlede omtale for året. Modsat mange af de øvrige emner **fordelte omtalen af dette emne sig relativt jævnt på tværs af de fire mediegrupper**, dog med en mindre overvægt af udgivelser i landsdækkende medier. Samtalen om AI inden for den globalt politiske agenda trækker i mange retninger men handler især om den geopolitiske konkurrence mellem stormagter som USA, Kina og EU, hvor AI-teknologi, chipproduktion og energi spiller centrale roller. **Der er fokus på, hvordan regulering, investeringer og teknologisk dominans påvirker magtbalancen globalt, og hvordan AI's voksende energiforbrug rejser spørgsmål om klima og sikkerhed.**

Natasha Friis Saxberg, CEO i IT-Branchen (placeret under interesseorganisation), var den mest citerede aktør i omtalen med 52 citater, efterfulgt af præsident Donald Trump og næstformand og præsident for Microsoft Brad Smith med 44 citater hver (placeret under hhv. politik og erhvervsliv). Natasha Friis Saxberg peger på, at Europas AI-regulering som AI-Act'en kan blive en styrkeposition i den globale konkurrence mod USA og Kina, men samtidig understreger hun behovet for at kommercialisere europæisk forskning og skabe stærke alternativer til tech-giganterne. Hun beskriver derudover et paradoks i AI-udviklingen, hvor teknologien er moden nok til at løse store problemer, men samfundet stadig mangler at følge med kulturelt og etisk – derfor er det væsentligt, at branchen både fremhæver AI's potentialer og tager ansvar for de rigtige samtaler om konsekvenserne.

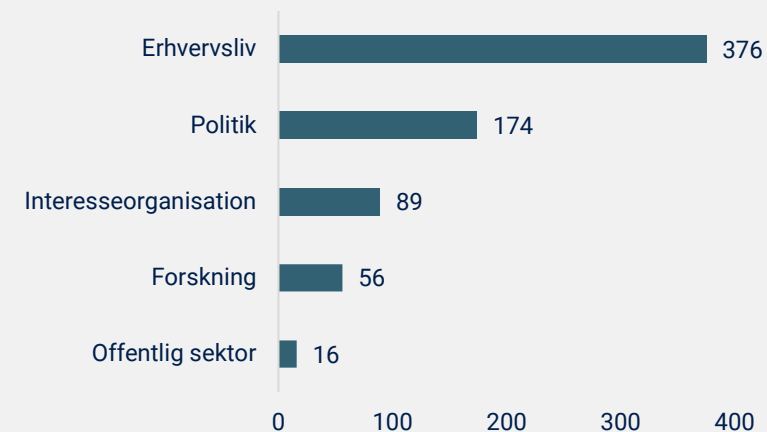
Rækkevidde over tid



Emnets andel af omtalen



Personkategorier – antal citater

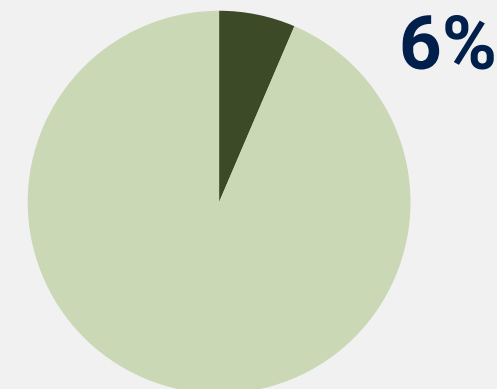


Generativ AI

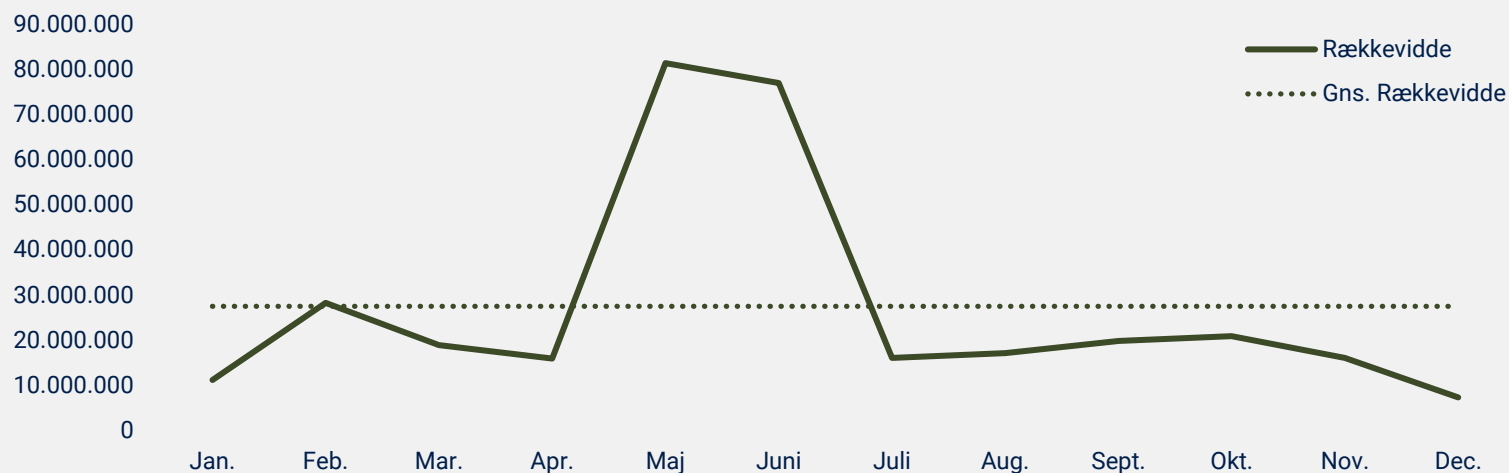
Emnernes femteplads er Generativ AI, der samlet set oppebærer **1.916 artikler**. Emnet er selvsagt **højt eksponeret i særligt IT-fagmedierne** med topudgivere som **computerworld.dk, mobilside.dk, børsen.dk og itwatch.dk**, og også her, er det særligt erhvervslivets repræsentanter, der citeres. Sam Altman, CEO i OpenAI, indtager førstepladsen med 121 citater, efterfulgt af Sundar Pichai, CEO i Alphabet Inc., der blev citeret i emnets artikler 63 gange. Sam Altman forsvarer blandt andet OpenAI's arbejde med sikkerhed i generativ AI, efter kritik af virksomhedens manglende sikkerhedsforanstaltninger. Han fremhæver, at OpenAI har lagt "et stort arbejde" i at sikre, at deres AI-modeller, som ChatGPT, bruges forsvarligt. I samme åndedrag opfordrer han udviklere til at udnytte den aktuelle AI-udvikling, da det er en særlig tid for innovation – et budskab, der kombinerer både optimisme for AI's potentiale og anerkendelse af nødvendigheden af ansvarlig udvikling.

Omtalen om emnet er tilsyneladende i højere grad drevet af 'sensationer' og peaker dermed særligt både i antal og rækkevidde som nye teknologier, funktioner eller kontroverser opdages eller præsenteres. Et eksempel på sidstnævnte ses blandt andet i juni hvor datamyndigheder lagde pres på tech-organisationer som Meta i relation til samtykke og GDPR.

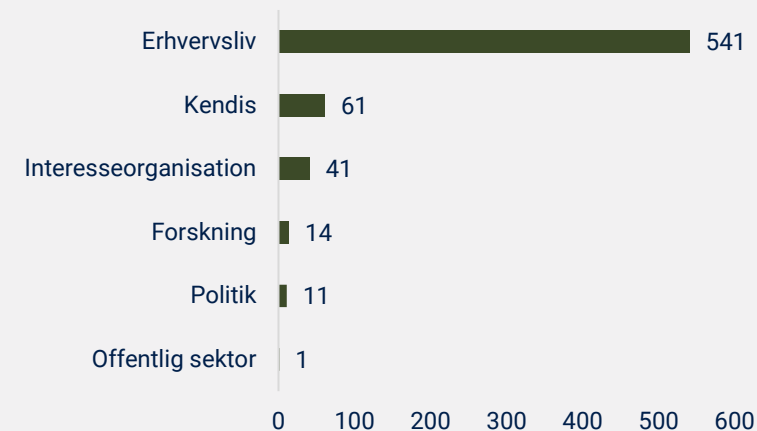
Emnets andel af omtalen



Rækkevidde over tid



Personkategorier – antal citater



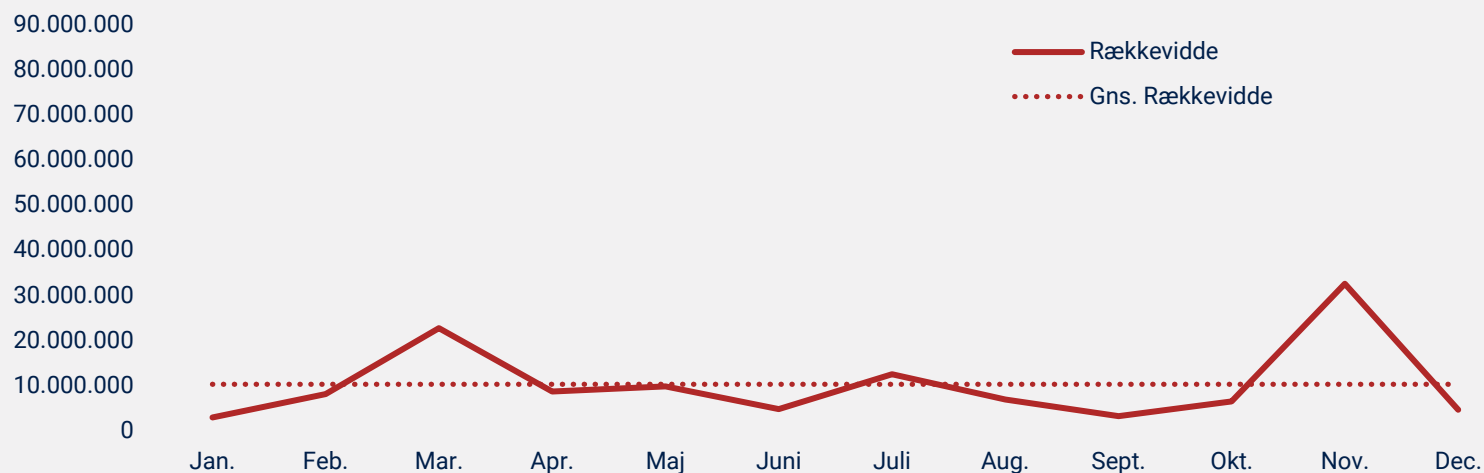
KRIMINALITET

Kriminalitet

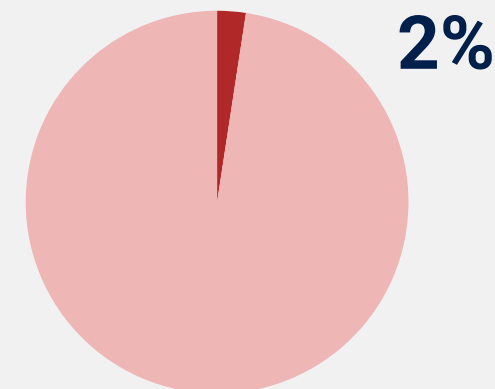
Omtalen af emnet Kriminalitet dækker med **718 artikler** godt 2% af omtalen af AI i danske medier i 2024. Emnets artikler **handler i høj grad om, hvordan kunstig intelligens bruges af svindlere til at skabe mere sofistikerede svindelnumre**, blandt andet ved at efterligne stemmer og manipulere med data. Samtidig beskrives AI dog også som **et værktøj for virksomheder og myndigheder til at bekæmpe netop kriminaliteten**, hvor teknologien fungerer som en form for "Sherlock Holmes" i kampen mod blandt andet svindel. Emnets samlede potentielle rækkevidde placerer sig i den lavere ende, hvilket indikerer, at mediernes advarsler og opråb om AI-kriminalitet kun fylder beskedent sammenlignet med de mere fremadskuende perspektiver på teknologien.

Ud over aktører fra erhvervslivet ser vi dog også citeringer fra forskningsverdenen i toppen i kriminalitetsomtalen. En af aktørerne under denne kategori er blandt andet Carsten Schürmann, professor ved IT-Universitetet i København, der forklarer, at svindlere udnytter travle perioder som Black Friday, fordi sandsynligheden for, at folk klikker på falske links, er større, når der er meget online aktivitet. Han påpeger, at kunstig intelligens gør svindelangreb langt mere målrettede, da AI-systemer kan samle data fra eksempelvis sociale medier og tilpasse e-mails, så de virker mere troværdige. En anden topaktør her er Jørn Guldberg, IT-sikkerhedsekspert ved IDA (placeret under interesseorganisation), der advarer om, at it-kriminelle bruger kunstig intelligens til at gøre phishing-angreb mere overbevisende, især i perioder som ved offentliggørelsen af årsopgørelser, hvor folk er ekstra sårbare.

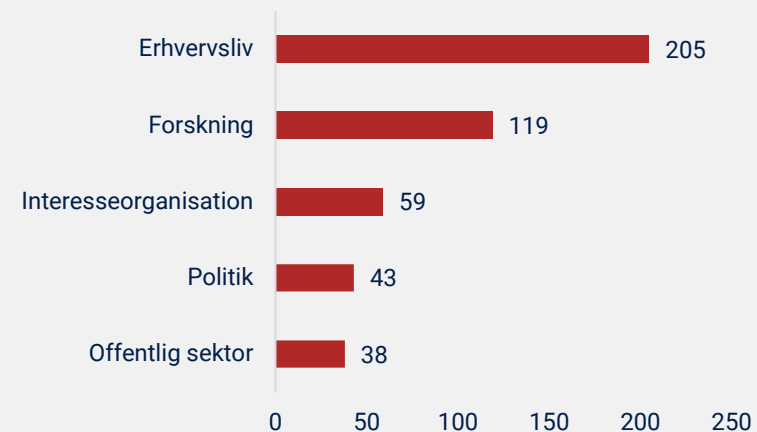
Rækkevidde over tid



Emnets andel af omtalen



Personkategorier – antal citater



Hyppigste ord i overskrifter og artikeltekster

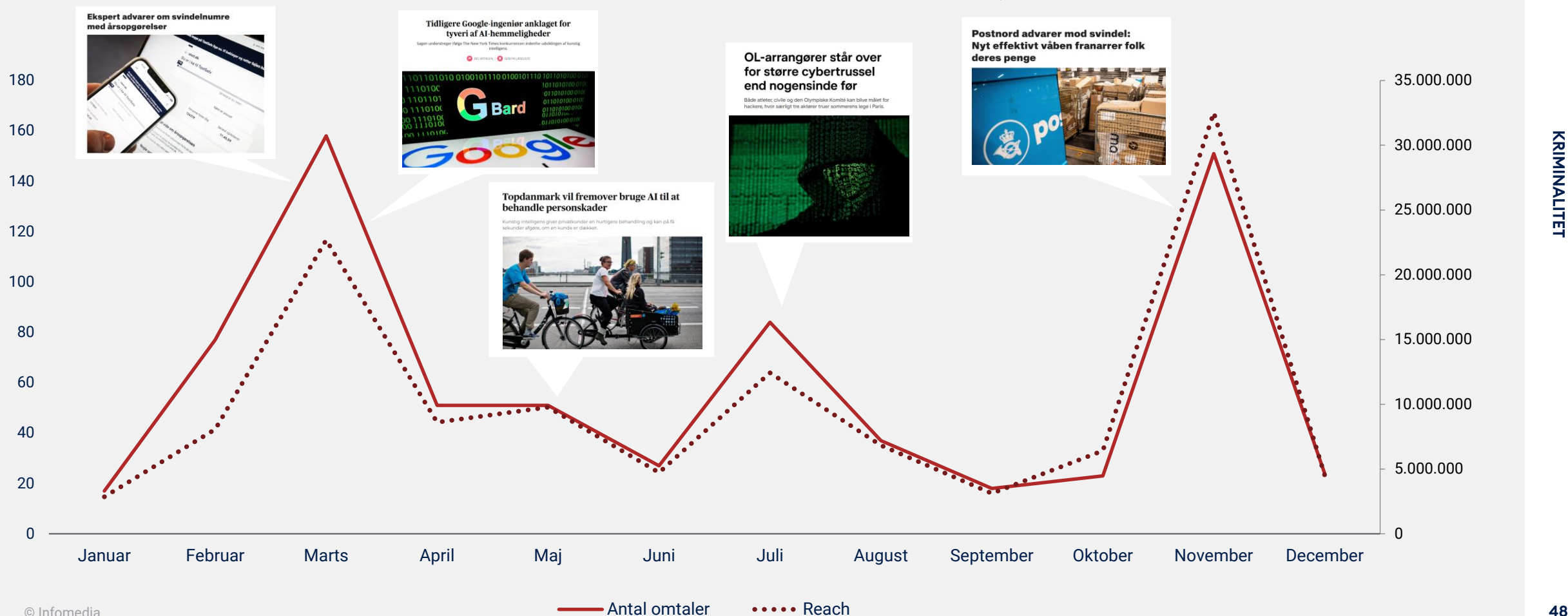


	OVERSKRIFT	OMTALER	REACH
1	PostNord advarer om at svindlere udnytter Black Friday	31	5.543.883
2	Ekspert advarer om svindelnumre ved årsopgørelser	29	4.251.021
3	AI er svindlernes nye våben til Black Friday	22	1.291.463
4	Tidligere Google-ingeniør anklaget for tyveri af AI-hemmeligheder	21	1.858.439
5	Hidtil uset cybertrussel hænger over OL	17	1.190.954



Cybertrusler og svindelnumre – medierne som vagthund

Særligt i ugerne omkring marts, juli og november ses en markant stigning i opmærksomheden på kriminalitet relateret til kunstig intelligens. Her dækker medierne blandt andet sager om svindel i forbindelse med årsopgørelser og Black Friday og cybertrusler op mod OL i Paris – og indtager i den sammenhæng rollen som samfundets oplysende og advarende stemme.

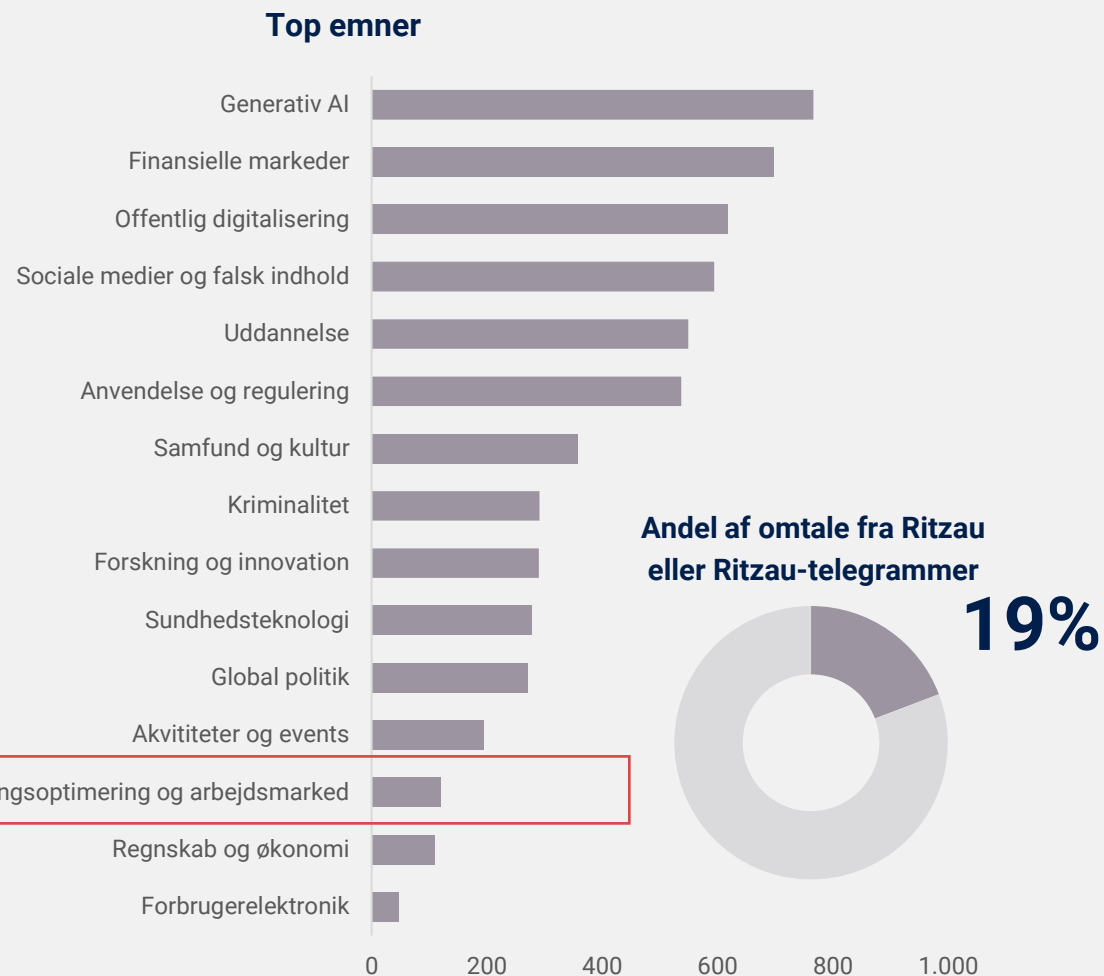
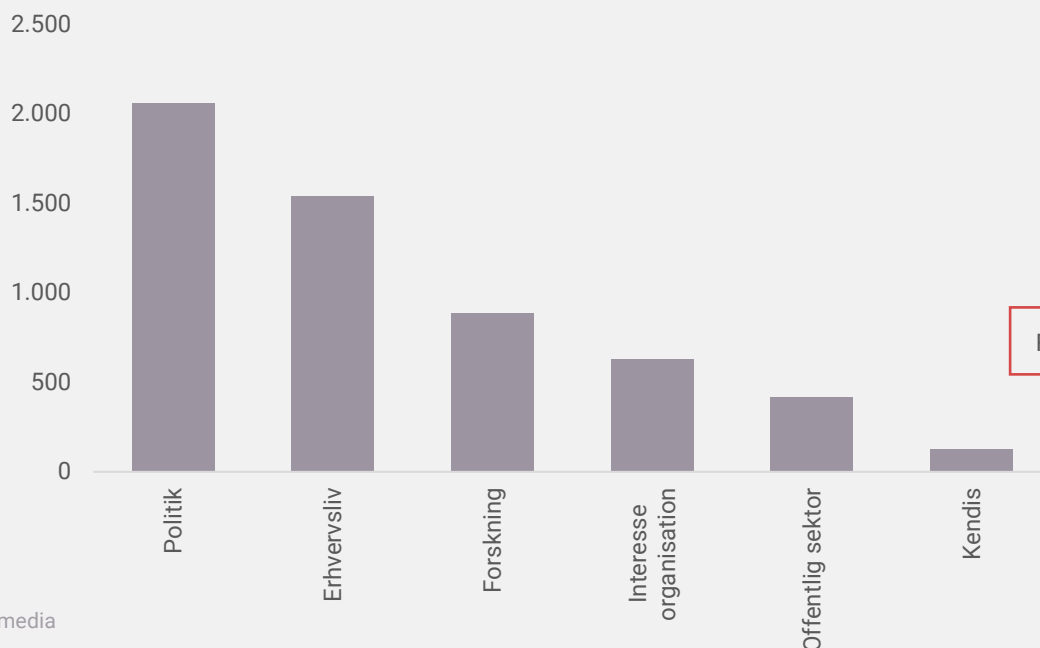


RITZAU

Ritzau skubber AI-agendaen en smule væk fra erhvervslivets dagsorden

Ritzaus dækning inden for AI agendaen lægger i højere grad vægt på generativ teknologi, regulering og falsk indhold, hvilket kan bidrage til en mere kritisk og politisk præget dagsorden i mediebilledet. Sammenlignet med den generelle mediedækning, hvor erhverv, arbejdsmarked og samfund fylder mest, er de erhvervsrettede perspektiver underrepræsenteret i artiklerne med reference til Ritzau. Det kan betyde, at offentligheden i højere grad eksponeres for teknologiens risici frem for muligheder, fra netop denne del af mediebilledet. Dermed påvirker Ritzau i nogen grad den overordnede opfattelse af AI i en mere forsigtig retning. På trods af, at aktører fra Erhvervslivet citeres næstmest ud af personkategorierne, vinder det politiske perspektiv dog frem og forrest her, og også repræsentanter fra forskningsverdenen følger pænt trop.

Personkategorier – antal omtaler



TESER



Teser

→ Den redaktionelle medieomtale som omhandler kunstig intelligens har en klar positiv bias



Det samlede billede viser tydeligt, hvordan omtalen af kunstig intelligens i danske medier i 2024 har en markant positiv bias. Hele 64 % af dækningen har en positiv tone, og langt størstedelen af de identificerede temaer bærer præg af optimisme. Fokus ligger i høj grad på de progressive muligheder, som teknologien tilbyder – både i et langsigtet perspektiv og gennem konkrete resultater, der allerede har manifesteret sig på tværs af brancher, sektorer og landegrænser. En interessant observation er, at medierne i høj grad selv fungerer som drivkraft for denne positive vinkling. Analysen viser, at dækning uden citater fra eksterne aktører er mere positiv i tonen sammenlignet med artikler, hvor kilder fra de forskellige sektorer kommer til orde. Når talspersoner inddrages, sker det typisk for at italesætte bekymringer, nuancere billedet eller skabe debat – snarere end for at forstærke det positive narrativ. Aktørerne trækker dermed den samlede tone en anelse ned, mens medierne selv tenderer mod at fremhæve teknologiens muligheder og potentiale.

→ Det er erhvervslivets repræsentanter, som sætter dagsordenen for debatten om kunstig intelligens – i særdeleshed udenlandske virksomheder



Debatten om kunstig intelligens i danske medier styres i høj grad af repræsentanter fra erhvervslivet – særligt de internationale tech-giganter, men også de danske. Det er dog i overvejende grad udenlandske virksomheder, der sætter retningen og præger narrativet, både gennem citater og via omtale af deres teknologiske landvindinger. Disse aktører har en central rolle i at definere diskussionen om AI's muligheder og risici, og deres tilstedeværelse i mediedækningen skaber en global ramme for den nationale debat. Denne dominans betyder samtidig, at danske perspektiver og stemmer har en lidt mindre fremtrædende plads i samtalen om kunstig intelligens. Det er især de udenlandske virksomheder, der får lov til at sætte dagsordenen for udviklingen og skabe forventninger til teknologiens fremtidige potentiale. Dermed bliver AI-debatten i Danmark i relativt høj grad formet af internationale interesser, hvilket potentielt kan udfordre balancen mellem globale trends og lokale behov.

→ Forskere spiller en relativt lille rolle i debatten om kunstig intelligens



Repræsentanter fra forskningsverdenen spiller en relativt lille rolle i AI debatten og står for omtrent 14% af citaterne i artiklerne om kunstig intelligens i danske medier i 2024. Forskere citeres sjældent i nichemedier, men langt mere i brede medier, hvor de ofte trækkes på som eksperter, hvorfor de faktisk får serveretten i hele 15% af de citerede omtaler. Dette betyder at forskernes stemme, selvom den fylder relativt lidt i den samlede omtale, alligevel spiller en vigtig rolle i at nuancere og kvalificere dækningen i de bredere medier. Deres input bruges til at belyse teknologiske muligheder, risici og samfundsmæssige konsekvenser på et mere overordnet plan. Dermed fungerer de som en slags modvægt til erhvervslivets markante tilstedeværelse i debatten, selvom de ikke dominerer kvantitativt. Erhvervsmedierne er den af de fire medietyper, der sjældnest inkluderer citater fra forskere (4%).

Teser

→ Politikere spiller en relativt lille rolle i debatten om kunstig intelligens



De politiske aktører er bestemt ikke usynlige i debatten om kunstig intelligens i danske medier og udgør en samlet andel af alle citater på lige godt 30% mod erhvervslivets 38%. Det placerer politikerne som den næstmest citerede gruppe, hvilket vidner om en væsentlig rolle i diskussionerne om AI, selvom erhvervslivet stadig dominerer. Denne relativt høje repræsentation understreger, at politiske dagsordener, regulering og etiske overvejelser altså har en markant plads i debatten. Blandt politikerne er det især de danske stemmer, der præger billedet, med Marie Bjerre og Mette Frederiksen i front. Internationale politikere som Kamala Harris er lidt mindre synlige i den danske kontekst. Politikerne agerer altså som toneangivende i den regulative samtale, mens de overlader teknologiudviklingen og de fremadskuende perspektiver til erhvervslivet. I relation til serveretten understreges politikernes vægtning yderligere, da de er kvantitativt ligestillede med erhvervslivet og begge får serveret i 34% af de citerede artikler.

→ Repræsentanter for fagbevægelsen fylder meget lidt i debatten om kunstig intelligens sammenlignet med erhvervslivets repræsentanter



Det kan fra analysen konkluderes, at arbejdsmarkedets parter blot holder omkring 7% af alle citater i omtalen om AI i danske medier i 2024. **Herunder bekræftes det, at dominansen er på arbejdsgiversiden (10.444 citerede artikler) og fagbevægelsen, der repræsenterer arbejdstagersiden, altså er forsvindende lidt til stede (731 citerede artikler).** Indenfor fagbevægelsen er antallet af forskellige aktører der citeres også minimalt, og er i mere end halvdelen af tilfældene drevet af diverse aktører fra IDA. Herudover citeres enkelte aktører fra Djøf, Gymnasieskolernes Lærerforening og Finansforbundet, hvilket altså betyder et fravær af udtalelser fra personer fra arbejdstagerorganisationer såsom 3F, FOA, FH, HK og lignende.



Begrebsafklaring

Datagrundlag

Analysen bygger på **29.749** substantielle omtaler af kunstig intelligens (AI) i danske redaktionelle medier på både print og web i perioden 01.01.2024–31.12.2024. Radio og TV kilder er ikke inkluderet i analysen, ligesom omtaler af sponsorater er frasorteret.

Rækkevidde

Reach eller rækkevidde er summen af potentielle læsere af de enkelte omtaler. Det vil sige, at alle de enkelte omtalers individuelle potentielle reach lægges sammen til ét samlet reach. Der er derfor *ikke* tale om antallet af individuelle unikke læsere, men derimod summen af de potentielle eksponeringer.

Sentiment

For hver artikel inkluderet i analysen er der anvendt AI til at generere et automatisk sentiment baseret på mængden af ord i hver artikel der 'naturligt' opfattes som henholdsvis positive eller negative. Sentiment bygger på brugen af henholdsvis positive og negative ord i artiklen som helhed, og er ikke nødvendigvis møntet på en specifik sætning om det pågældende AI-relaterede ord.

Emner

Ved hjælp af *Latent Dirichlet Allocation (LDA)*, en algoritme til emne-modellering, har vi identificeret 15 overordnede emner i mediedækningen. Algoritmen analyserer ordmønstre i teksten og grupperer ord, der ofte optræder sammen, hvilket afslører skjulte temaer. Disse temaer er ikke foruddefinerede, men bliver opdaget af modellen baseret på tekstens struktur.

Organisationer og Personer

Analysen trækker også på metoden *Named Entity Recognition (NER)* til at identificere og klassificere navngivne *enheder* i tekstdata. Med NER er der i analysen fremsøgt både *organisationer*, og *personer*, der går igen på tværs af omtalen, for at kortlægge og kvantificere deres tilstedeværelse og relationer i mediebilledet inden for agendaen om AI. På baggrund af disse resultater er hver organisation og person (kun for personer med mere end 10 udtalelser) manuelt blevet mappet til en overordnet **sektor**, som repræsenterer dem som afsender. Resultatet af det efterlader os med syv overordnede sektorer inden for organisationerne og seks sektorer inden for personer. Det er tilstræbt at definere nogle sammenlignelige sektorer på tværs af de to grupper, men være opmærksom på, at der vil være forskelle at spore. Grupperingerne i sektorer er defineret som en del af opdraget til analysen for at sikre et fælles analytisk udgangspunkt.



Kontakt



Marie Liljegren Gam

Analyst

+45 60 51 31 31

marie.l.gam@infomedia.dk



Majbrit Krogh

Senior Advisor

+45 53 71 05 80

mak@infomedia.dk



Mathias Bæk Kortegaard

Nordic Program Manager

+45 28 83 28 97

mbk@infomedia.dk