



AI-PULSEN RAPPORT 10 — JUNI 2026

Den osynliga handen som skriver

Så har AI förändrat svenska jobbannonser — en stilometrisk analys av 228 000 annonser från Platsbanken, november 2021 till april 2026

Mats Lindholm
Lindholm Co AB · Helsingborg
ai-pulsen.com · mats@lindholmco.se

1. Sammanfattning

Sedan ChatGPT lanserades i november 2022 har svenska jobbannonser genomgått ett stilistiskt skifte som är synligt redan i råstatistik och som följer en tidslinje som korrelerar med AI-teknikens genombrott. Den här rapporten redovisar tre fingeravtryck som tillsammans beskriver det skiftet, och dokumenterar dem med data från både före och efter ChatGPT-eran.

För det första: tankstrecket — det långa strecket som binder ihop satser — har gått från att vara nästintill frånvarande i svenska jobbannonser till att synas i en stor andel av dem. Frekvensen per tusen ord har ökat med 847 procent mellan första halvåret 2023 och första halvåret 2026. Vår nya pre-ChatGPT-baseline (nov 2021 – okt 2022) visar att ingen motsvarande ökning ägde rum före AI-vågens fäste — siffrorna är stabila genom hela perioden.

För det andra: punktlistorna har minskat. Den klassiska rekryterar-stilen med korta bullet-points har gradvis ersatts av flytande text. Mellan pre-ChatGPT och 2023 minskade frekvensen med 29 procent, och mellan 2023 och 2026 ytterligare 25 procent. Det är en story om en stilförändring som påbörjades redan innan den breda AI-vågen — och accelererade när AI tog över utkastskrivandet.

För det tredje: meningarna har blivit både längre och mer varierade i längd. Medianmeningen har växt med 14 procent och spridningen i meningenslängd med 31 procent. Det senare är intressant eftersom AI-text vanligtvis har *jämnare* meningenslängd än mänsklig text — och den troligaste förklaringen är att texten är hybrid: AI skriver utkast som människor sedan redigerar.

Vid sidan av dessa tre strukturella fingeravtryck har vi också observerat ett fjärde, mer flyktigt mönster: lexikala AI-floskler — ord som "dynamisk", "proaktiv" och "skräddarsy" — toppade kring årsskiftet 2024–2025 och har sedan börjat minska igen. Det är ett mönster som antyder att marknaden har lärt sig identifiera vissa AI-typiska ord och börjat undvika dem.

Tagna tillsammans berättar dessa fyra mönster en story om mognad, inte invasion. Svenska arbetsgivare har börjat använda AI som skrivverktyg och är nu inne i en fas där de uppenbara fingeravtrycken raderas, medan de djupare strukturella förändringarna består.

Analysen omfattar 228 193 jobbannonser från Platsbanken över 54 månader, stratifierat över alla nio SSKY-huvudgrupper. Statistiska tester är genomförda på ungefär 25 000–52 000 annonser per period. Vi använder Welch's t-test för signifikans, Cohen's d och procentuell förändring för effektstorlek, med medvetenhet om att Cohen's d underestimerar effekten för markörer där väldigt få texter innehåller markören över huvud taget.

Markör	Pre-ChatGPT	Baseline 2023	2025–26	Förändring
Tankstreck per 1000 ord	0,009	0,007	0,070	+847%
Punktlistor per 1000 ord	6,88	4,88	3,65	-47% (totalt)
Medianmeningslängd (ord)	16,5	16,0	18,2	+14%
Spridning meningenslängd	10,0	9,8	12,9	+31%

Tabell 1.1 — Ankarsiffror för rapportens fyra huvudfynd. Förändringskolumnen visar pre-ChatGPT → 2025–26 om annat ej anges.

2. Bakgrund och frågeställning

Diskussionen om hur man identifierar AI-genererad text har pågått i tre riktningar sedan ChatGPT lanserades.

Den första är detekteringsverktygen — produkter som GPTZero, Originality.AI och Turnitin AI som lovar att klassificera en enskild text som AI-skriven eller mänsklig. De har i praktiken visat sig vara opålitliga. Falskt-positiva träffar är vanliga, framförallt på text skriven av icke-modersmålstalare, och varje ny generation av språkmodeller gör de tidigare detektorerna sämre.

Den andra riktningen är vattenstämplar, alltså att språkmodellens leverantör avsiktligt bygger in spårbara mönster i utdata. Det fungerar i teorin men ingen större leverantör har implementerat det på ett sätt som täcker den breda användningen.

Den tredje riktningen, och den vi följer i den här rapporten, är populationsstilometri. Istället för att fråga *är den här texten AI-skriven* frågar vi *har språket i den här populationen av texter förändrats på sätt som korrelerar med AI-användning*. Det är en svagare fråga i en mening — vi kan inte peka ut enskilda annonser — men en starkare i en annan: vi behöver ingen ground truth, ingen klassificerare, och vi behöver inte hantera den katastrofala falskt-positiva-problematiken på individnivå. Vi mäter rörelser i en stor population, och rörelserna är antingen där eller inte.

Den specifika frågan vi ställer är: kan vi identifiera mätbara stilistiska skift i svenska jobbannonser som korrelerar i tid med AI-genombrottet, och om så är fallet, vad säger de skiften om hur arbetsgivare använder AI som skrivverktyg?

Jobbannonser är en bra textgenre för det här syftet av tre skäl. För det första är de standardiserade — varje annons har ungefär samma kommunikativa funktion, vilket gör att stilistiska skift inte kan förklaras med att texternas syfte förändrats. För det andra är de offentliga och tillgängliga via Platsbankens API. För det tredje är de skrivna av många olika författare över hela arbetsmarknaden, vilket gör att de fångar populationens beteende snarare än enskilda stilisters val.

3. Metod

3.1 Datakälla och sample

Underlaget är 228 193 jobbannonser hämtade från Platsbankens API (Jobtech) under perioden november 2021 till april 2026, totalt 54 månader. Annonserna är stratifierade på SSYK 2012 huvudgrupp och månad, med upp till 500 annonser per kombination för att undvika att stora arbetsgivare eller volym-mässigt dominerande månader skulle snedvrída resultaten.

För statistiska tester använder vi fyra tidsperioder:

Pre-ChatGPT: november 2021 till oktober 2022 ($n \approx 51\,850$). Tolv hela månader före ChatGPT-lanseringen. Denna period hämtades i efterhand från Jobtechs Historical Ads-dataset.

Baseline: januari till juni 2023 ($n \approx 25\,010$). De första sex hela månaderna efter ChatGPT-lanseringen.

Peak: september 2024 till februari 2025 ($n \approx 26\,800$). Den period då det aggregerade lexikala indexet når sitt högsta värde.

Recent: november 2025 till april 2026 ($n \approx 25\,938$). Rapportens slutgiltiga jämförelsepunkt.

3.2 Markörer

Vi mäter tre kategorier av stilistiska drag.

Lexikala markörer (12 ord och uttryck): "dynamisk", "proaktiv", "omfattande", "skräddarsy", "robust", "navigera", "möjliggör", "utforska", "holistisk", "mångsidig", "mångfacetterad", "gedigen". Dessa är ord som i den internationella och svenska diskussionen har identifierats som AI-doftande, antingen för att språkmodeller överanvänder dem eller för att de tillhör den affärsspråkliga repertoar som modellerna lärt sig att producera.

Strukturella markörer (3 stycken): tankstreck (em-dash), konstruktionen "inte bara X utan Y", och punktlister. Dessa fångar inte ord utan textens struktur — hur meningar binds ihop, hur information är arrangerad.

Meningsdrag (2): genomsnittlig meningslängd och standardavvikelse i meningslängd. Den första mäter hur långa meningar är, den andra hur mycket de varierar.

Utöver dessa enskilda markörer konstruerar vi också ett **aggregerat lexikalt index** — medelvärdet av z-score-normaliserade frekvenser för alla tolv lexikala markörer, normaliserat mot 2023-baseline. Detta ger en sammanvägd kurva för "AI-doftande ordval" som en helhet.

3.3 Statistiska tester och effektmått

För varje markör jämför vi alla perioder parvis med Welch's t-test och Cohen's d. Vi rapporterar också procentuell förändring i medelvärde.

Cohen's d är det vanligaste effektmåttet och fungerar bra för de flesta av våra markörer. Men det har en svaghet som påverkar vår rapportering: för markörer där den absoluta merparten av observationerna är noll — alltså glesa markörer där bara en liten andel annonser innehåller markören över huvud taget — underestimerar Cohen's d systematiskt effekten. Tankstreck är ett tydligt exempel: medelvärdet i baseline är 0,007 per tusen ord, vilket återspeglar att tankstreck förekommer i mindre än en procent av annonserna. När frekvensen senare stiger till 0,070 är det en niofaldig ökning i medelvärde, men eftersom standardavvikelsen samtidigt är hög blir Cohen's d bara 0,08 — i klassisk tolkning "ingen effekt".

För glesa markörer rapporterar vi därför primärt procentuell förändring i medelvärde kompletterat med p-värdet från Welch's t-test. Tankstreckets ökning är statistiskt extremt stark ($p < 10^{-20}$ med $n \approx 25\,000$ per period) trots att Cohen's d är lågt.

En annan begränsning är att procentuell förändring inte är meningsfull när baselinens medelvärde är nära noll eller negativt. För det aggregerade lexikala indexet, som per konstruktion centreras kring noll i 2023, blir procentuell förändring beräkningsmässigt instabil. Vi rapporterar därför endast Cohen's d och p-värde för det indexet, inte procent.

3.4 Vad vi inte kan visa

Det är värt att vara explicit om vad analysen *inte* kan säga.

Vi kan inte säga att en enskild annons är AI-skriven. Stilometri av det här slaget är ett populationsmått, inte en klassificerare.

Vi kan inte fastställa kausalitet. Vi observerar att stilistiska markörer rör sig samtidigt som AI-tekniken sprider sig, men vi har inga randomiserade experiment. Alternativa förklaringar — synkroniserade uppgraderingar av rekryteringssystem (ATS), branschvis rotation i samplet, generella förändringar i affärsspråk drivna av andra faktorer — kan i princip förklara delar av rörelserna. Att flera oberoende markörgrupper rör sig samtidigt och i riktningar som matchar känd AI-stil, och att pre-ChatGPT-baselinen är stabil för de tydligaste markörerna, gör dessa alternativa förklaringar mindre troliga, men inte uteslutna.

Vi har inte data per arbetsgivare i tillräcklig kvalitet för att svara på om tankstreck-ökningen drivs av stora företag eller är jämnt fördelad. Det är en intressant uppföljningsfråga.

SSYK-huvudgrupp 6 (Lantbruk, skogsbruk) har $n = 1010$ i baseline, mot 3000 för övriga grupper. Slutsatser specifikt för SSYK 6 ska därför tolkas med försiktighet.

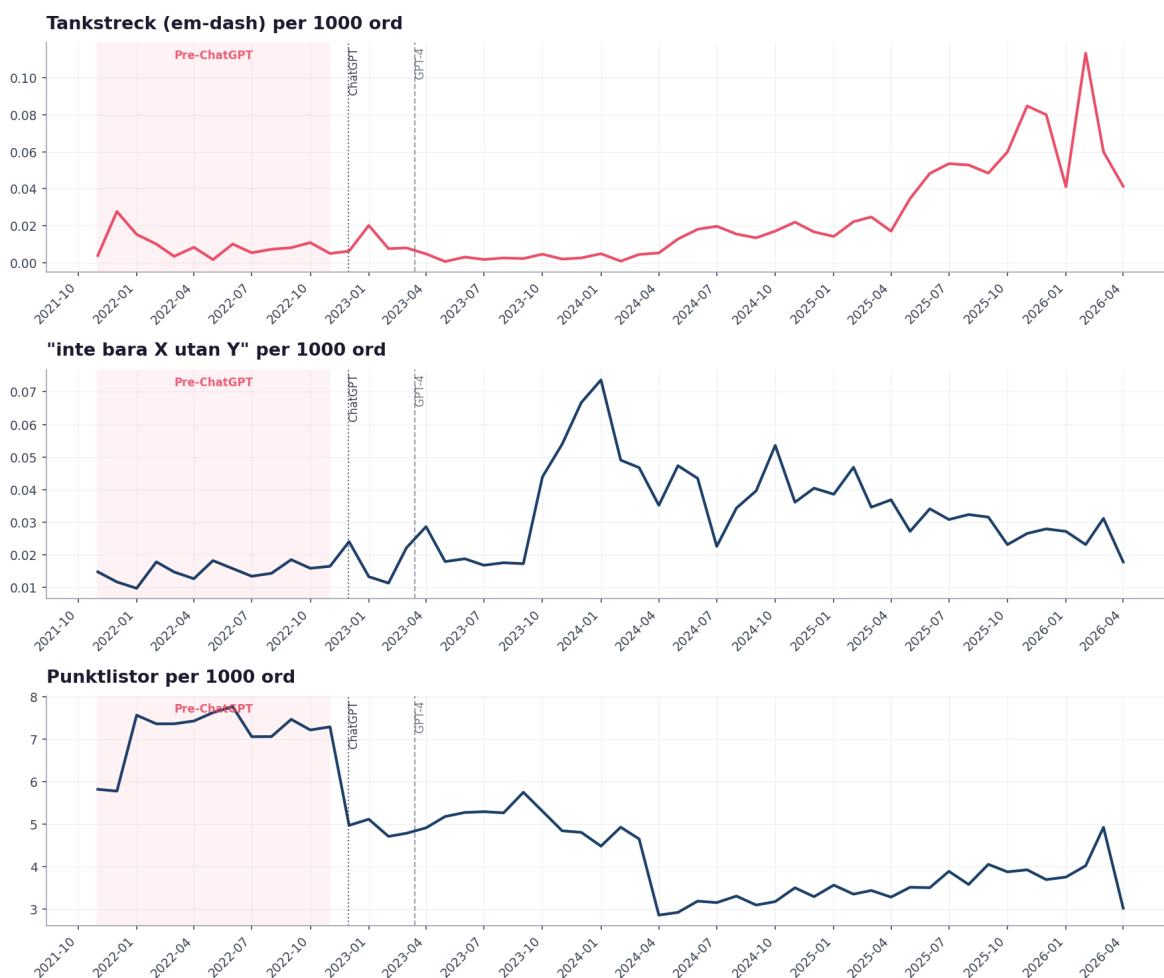
4. Tre strukturella fingeravtryck

4.1 Tankstrecket — det tydligaste fingeravtrycket

Tankstrecket har en speciell ställning i den internationella diskussionen om AI-skriven text. På engelska har det länge använts som ett stilistiskt grepp för att binda ihop satser, och stora språkmodeller som tränats på enorma mängder engelsk text har plockat upp vanan. När samma modeller skriver på svenska tar de med sig tankstrecket — som dock används mycket sparsamt i traditionell svenska. Resultatet är att en svensk text full av tankstreck sticker ut som ovanlig och, för den uppmärksamma läsaren, AI-doftande.

I vår nya pre-ChatGPT-baseline, november 2021 till oktober 2022, förekom tankstreck i svenska jobbbannonser med en genomsnittsfrekvens på 0,009 per tusen ord. Under perioden januari till juni 2023 var frekvensen 0,007. Skillnaden mellan pre och baseline är inte statistiskt signifikant ($p = 0,42$) — frekvensen är väsentligen platt. Tre år senare, november 2025 till april 2026, är frekvensen 0,070 — en ökning på 847 procent från baseline ($p < 10^{-20}$).

Pre-ChatGPT-perioden bekräftar att tankstrecksökningen inte är del av en parallell digital trend. Inget motsvarande mönster finns före ChatGPT-eran — vi observerar en helt ny stilförändring.



Figur 4.1 — Tre strukturella markörer över tid. Tankstreck (överst) är platt och nära noll under pre-ChatGPT-perioden och 2023, börjar krypa uppåt under 2024, och tar sedan ett kraftigt språng under hösten 2025. "Inte bara X utan Y" (mitten) visar peak-and-decline med topp jan 2024. Punktlister (nederst) hade två tydliga steg ned: ett kring årsskiftet 2022/23 och ett under våren 2024.

Tidslinjen är värd att stanna vid. Den breda accelerationen startar inte direkt efter GPT-4 i mars 2023 utan senare, från andra halvan av 2024 och framåt. Kurvan ser ut som en hockeystick: planar och nära noll under hela pre-perioden och 2023, börjar krypa uppåt under 2024, och tar sedan ett kraftigt språng under hösten 2025. Den fördröjda starten antyder att det inte är själva tillgången till AI-verktyg som driver fenomenet utan när användningen blir tillräckligt utbredd för att synas i populationsdata.

Den långsamma starten säger också något viktigt om hur AI används. Tankstrecket är inte något den medvetna AI-användaren *valt* att lägga till — det är något som *inte tas bort*. Den klassiska invändningen mot stilometriska AI-spår är att den som vill kan skriva om utkastet innan publicering. Att tankstreck-trenden ändå växer fram visar att en stor del av användarna inte gör det.

4.2 Punktlisans nedgång — bort från det skumbara

Den klassiska jobbannonsen är byggd för att skummas. Listpunkter, korta meningar, tydliga rubriker. Den stilen passar både rekryterarens behov av att signalera struktur och den arbetssökandes behov av att snabbt sortera bort jobb som inte passar.

Den stilen har börjat lösas upp — och här har pre-ChatGPT-perioden gett oss en viktig nyans. Frekvensen av punktlisar per tusen ord var 6,88 under november 2021 till oktober 2022. Under januari till juni 2023 hade den sjunkit till 4,88, en minskning med 29 procent ($p < 10^{-132}$). I den aktuella perioden 2025–2026 är frekvensen 3,65, ytterligare 25 procent lägre. Den totala minskningen mellan pre-ChatGPT och idag är nästan 50 procent.

Här är historien mer komplicerad än för tankstrecket. Punktlisar minskade redan innan AI-vågens fäste, och vi kan inte med säkerhet säga om hela trenden är AI-driven. Två möjliga förklaringar konkurrerar:

Hypotes A: Punktlisar minskar generellt i svensk affärskommunikation av andra skäl — kanske mobilt läsande, kanske copywriting-trender. AI-vågen accelererade en pågående trend men startade den inte.

Hypotes B: ChatGPT lanserades 30 november 2022. Under januari till juni 2023 — vår "baseline" — hade tidiga adopters redan börjat experimentera. Pre-till-baseline-minskningen är då också AI-driven, bara i en tidigare fas.

Vi kan inte falsifiera någon av dessa hypoteser med tillgängliga data. Vad vi däremot kan visa är att förändringen är dramatisk, kontinuerlig och har två tydliga brytpunkter: en runt årsskiftet 2022/23 (samtidigt med ChatGPT-lanseringen) och en under våren 2024 (troligen med nästa generations modeller som GPT-4o).

Förklaringen till nedgången är förmodligen att stora språkmodeller, när de ombeds skriva en jobbannons, levererar något som liknar en *uppsats* snarare än en *checklista*. Resultatet är flytande, resonerande text. När arbetsgivare börjar köra annonsutkast genom AI utan att efterredigera tillbaka in i bullet-form, försvinner punktlisarna.

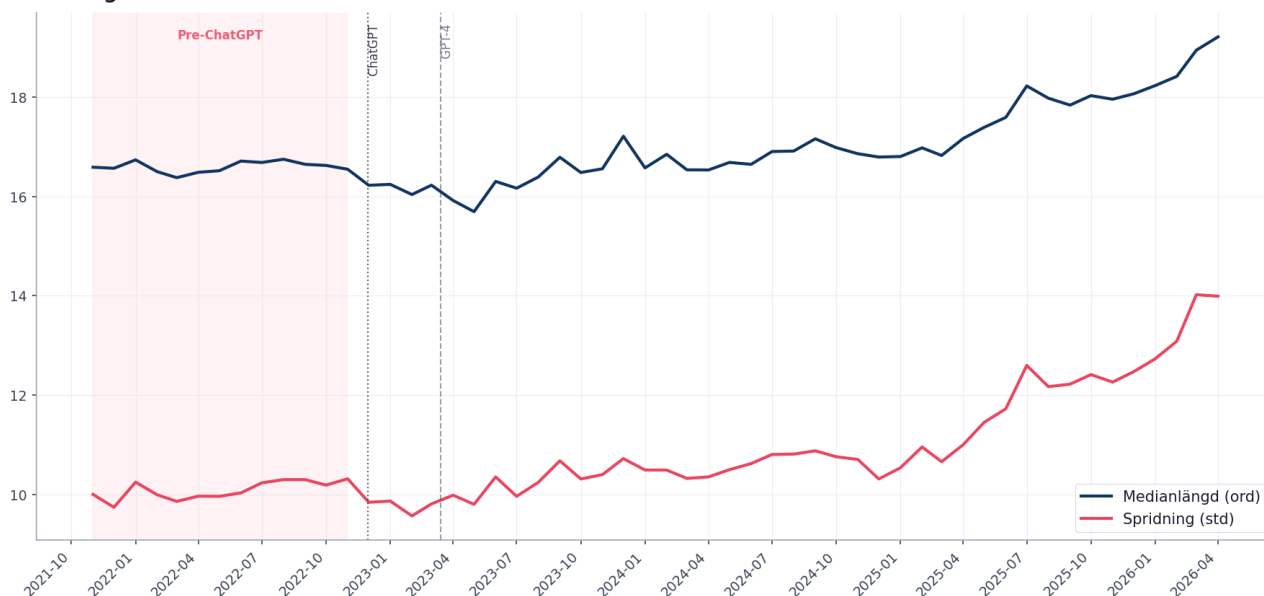
Det här är en stilförändring som påverkar mer än bara hur texten ser ut. Punktlisar signalerar att information är *sorterad* — att någon har bestämt vad som är viktigast och listat det. Sammanhängande prosa signalerar något annat: rollen framställs som en helhet, en berättelse om vad tjänsten innebär snarare än en avbockningslista. För arbetssökande som söker brett betyder det att kostnaden för att läsa varje annons har gått upp.

4.3 Meningarna — längre och mer varierade

Den tredje strukturella förändringen är subtilare och i ett avseende oväntad. Den genomsnittliga meningenslängden i svenska jobbannonser har ökat från 16,5 ord under pre-ChatGPT-perioden, till 16,0 under baseline 2023, till 18,2 i den aktuella perioden — en ökning på 14 procent mellan baseline och recent (p i praktiken noll). Den ökningen är inte oväntad i sig; AI gör det enkelt att skriva mer text, och annonsen växer ut.

Det oväntade är spridningen i meningenslängd. Standardavvikelsen — ett mått på hur mycket meningarna varierar i längd — låg på 10,0 under pre-ChatGPT, 9,8 under baseline, och har stigit till 12,9 idag — alltså med 31 procent. Det är motsatsen till vad man skulle förvänta sig. Stora språkmodeller skriver normalt med jämnare meningenslängd än människor; modellerna producerar en jämnare rytm, närmare medelvärdet, mindre extremer.

Meningsstruktur över tid



Figur 4.3 — Meningsstruktur över tid. Båda kurvorna är platta under hela pre-ChatGPT-perioden och 2023, börjar gradvis stiga från 2024 och tar fart från 2025. Spridningen (röd) accelererar tydligast under det senaste året.

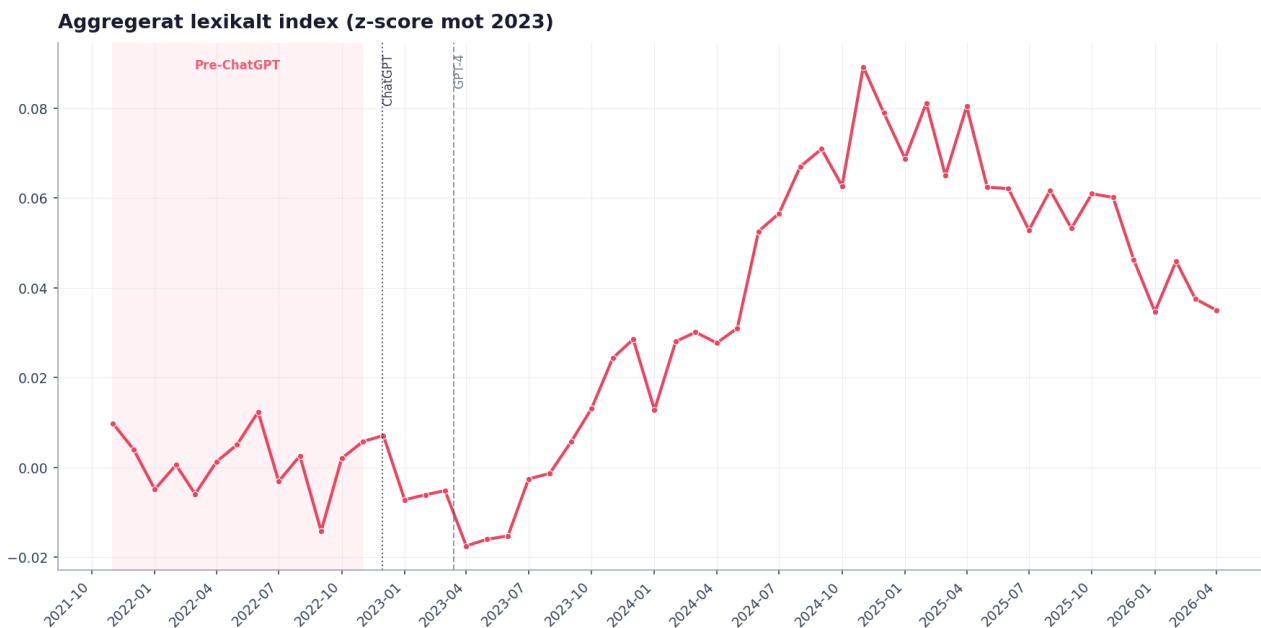
Att svenska jobbannonser visar ökad spridning är därför en indikator på något specifikt: texten är inte ren AI utan *hybrid*. Människor tar AI-utkast och redigerar dem, kortar vissa meningar, splittar andra, lägger till egna formuleringar. Det redigerade resultatet får större spridning än både ren maskingenererad text och ren mänsklig text, eftersom det är en sammanvävning av två olika rytmer.

Det är också det här fyndet som är svårast att städa bort. Tankstreck kan en uppmärksam redaktör söka och ersätta. Punktlister kan medvetet återinföras. Men spridningen i meningslängd kommer in genom själva redigeringsprocessen och försvinner bara om redigeringen är så omfattande att texten i praktiken är helt omskriven. Tendensen är därmed sannolikt mer permanent än de andra två.

5. Lexikala floskler — toppen som passerade

Vid sidan av de tre strukturella fingeravtrycken har vi observerat ett fjärde mönster av annorlunda karaktär: lexikala AI-floskler som först ökade kraftigt och sedan började minska. Det mönstret är intressant inte i sig självt utan för vad det säger om marknadens medvetenhet.

Det tydligaste enskilda exemplet är ordet "dynamisk". I pre-ChatGPT-perioden förekom det med en frekvens på 0,063 per tusen ord. Under baseline 2023 var frekvensen 0,059 — alltså ungefär samma som före ChatGPT ($p = 0,18$, ingen signifikant förändring). Sedan tog kurvan fart. Under 2024 sköt frekvensen upp och toppade kring årsskiftet 2024–2025 på 0,28 — alltså en fyrdubbling. Därefter började kurvan vända nedåt. I den aktuella perioden, november 2025 till april 2026, är frekvensen 0,15. Den ligger fortfarande dubbelt så högt som baseline, men har minskat med över en tredjedel från toppen.



Figur 5.1 — Aggregerat lexikalt index (z-score normaliserat mot 2023). Indexet är platt och nära noll genom hela pre-ChatGPT-perioden och 2023, accelererar under 2024 och toppar i november 2024. Sedan följer en gradvis nedgång under 2025–2026.

Samma mönster, med olika styrka, syns för flera av våra lexikala markörer: "proaktiv", "omfattande", "skraddarsy", "utforska". Det aggregerade lexikala indexet toppar i november 2024 och har sedan dess en svag men tydlig nedåtgående trend.

Vad innebär det här mönstret? Den troligaste förklaringen är att marknaden har lärt sig att identifiera vissa AI-typiska ord och börjat undvika dem. Under 2024 och 2025 har diskussionen om AI-floskler — "slop"-ord, "AI-doftande", listor på "ord som avslöjar att texten är skriven av ChatGPT" — spridits brett i sociala medier, HR-bloggar och allmän diskussion. Rekryterare och copywriters har börjat redigera bort de mest uppenbara markörerna från utkast som genererats av AI.

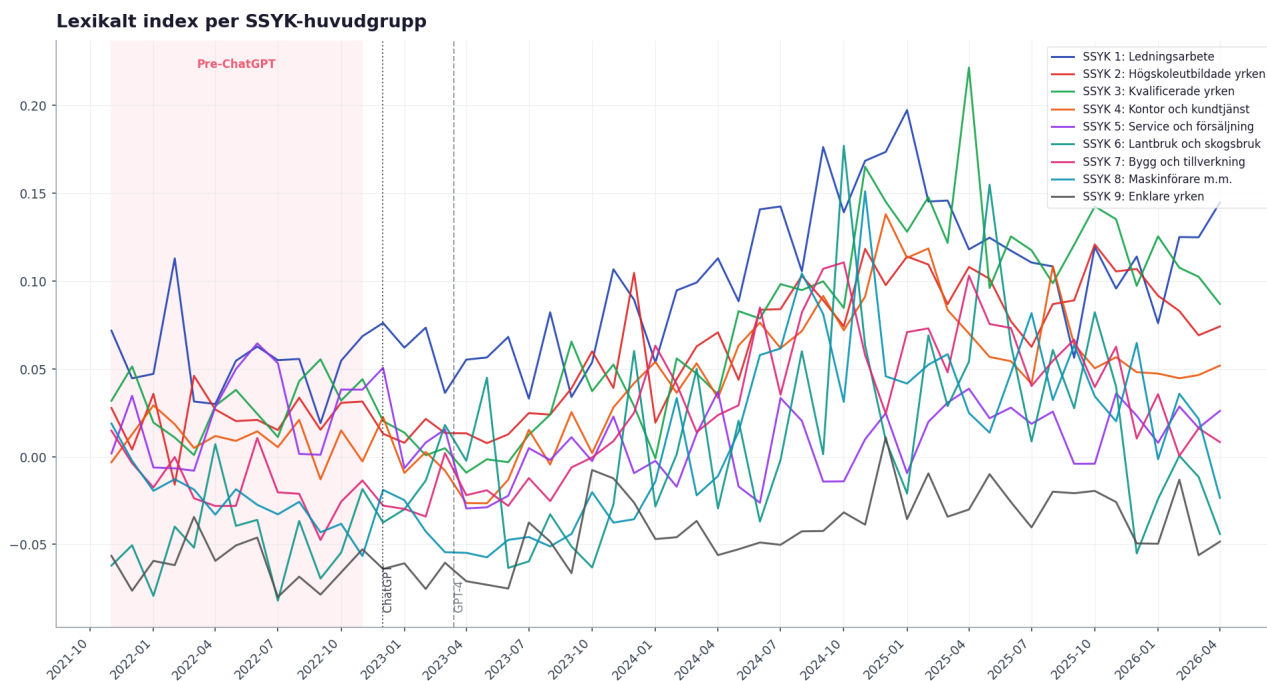
Det är en intressant kontrast till de strukturella markörerna i avsnitt 4. Tankstreck, punktlistor och meningsspridning fortsätter att förändras eller har stabiliserat sig på en ny nivå, medan de lexikala flosklerna har börjat backa. Skillnaden ligger sannolikt i hur synliga markörerna är för en mänsklig redaktör som läser igenom ett AI-utkast. Ordet "dynamisk" är lätt att se och plocka bort. Tankstreck är lätt att se men kräver en search-and-replace, något som inte alla gör. Punktlistor kräver aktiv återstrukturering. Och spridningen i meningslängd är en följd av själva redigeringsarbetet — den ökar *just därför att* texten redigeras.

Sammantaget tyder mönstret på att svenska arbetsgivare är i fas två av AI-adoptionen. Den första fasen var att börja använda verktygen. Den andra fasen är att lära sig dölja att man gör det. De synliga fingeravtrycken raderas, de osynliga består.

6. SSYK-gradient — en existerande klyfta som vidgats

Hur fördelar sig den stilistiska förändringen mellan olika typer av jobb? Från SSYK 1 (Ledningsarbete) till SSYK 9 (Enklare yrken)? Svaret är att förändringen är ojämn, men inte på det enkla sätt man kanske skulle gissa.

Den första observationen är att det fanns en stilistisk klyfta mellan yrkesgrupper redan *innan* AI-vågen fick fäste. I pre-ChatGPT-perioden låg SSYK 1 (Ledningsarbete) redan på ett aggregerat lexikalt index nära +0,06 medan SSYK 9 (Enklare yrken) låg på -0,07. Skillnaden mellan toppen och botten i samplet var alltså redan från start cirka 0,13 enheter på vår z-score-skala. Annonser för ledningsroller använde mer av den "affärsspråkliga" vokabulär som vi mäter, annonser för enklare yrken använde mindre.



Figur 6.1 — Lexikalt index per SSYK-huvudgrupp. Klyftan mellan SSYK 1 (Ledningsarbete, mörkblå) och SSYK 9 (Enklare yrken, grå) fanns redan under pre-ChatGPT-perioden och har sedan vidgats under 2023–2025.

Den andra observationen är att klyftan vidgats. Under 2023 till 2025 stiger SSYK 1, 2 och 3 brant — alltså Ledningsarbete, Högskoleutbildade yrken och övriga kvalificerade yrken. SSYK 9 stiger marginellt. Vid toppen, omkring januari 2025, ligger SSYK 1 på +0,22 och SSYK 9 på -0,02. Klyftan har gått från 0,13 till 0,24 — nästan en fördubbling — på två år.

Den tredje observationen är att klyftan har börjat smalna något under 2025 och 2026. Det är samma peak-and-decline-mönster vi såg på aggregerad nivå, men det går olika fort för olika SSYK-grupper. Akademikeryrken och kvalificerade yrken har lämnat sin topp och rör sig nedåt — de var snabba att adoptera AI och är nu snabba att redigera bort de mest uppenbara markörerna. Enklare yrken och servicearbete fortsätter att stiga långsamt — där pågår fortfarande adoptionsfasen. I april 2026 är klyftan mellan topp och botten ungefär 0,22 enheter, något smalare än vid toppen men fortfarande tydligt bredare än vid pre-ChatGPT.

Vad innebär det här mönstret? Vi tycker att det är värt att vara försiktig med tolkningen och rakt på sak med vad vi *inte* påstår. Vi påstår inte att AI har "skapat en klassklyfta i jobbannonserspråk". Klyftan fanns innan. Det vi däremot kan visa är att AI-skrivverktyg har förstärkt en existerande språklig stratifiering — fram till en topp under 2024–2025, varefter den högre delen av kurvan börjat backa medan den lägre fortfarande stiger.

Den troligaste förklaringen handlar om vem som faktiskt skriver annonsen och i vilket sammanhang. Annonser för ledningsroller och kvalificerade tjänster skrivs ofta av specialiserade rekryterare eller på HR-avdelningar med tillgång till — och vana vid — moderna kontorsverktyg, inklusive AI. Annonser för servicejobb och enklare yrken skrivs oftare direkt av arbetsgivaren själv, ibland av butikschefen eller restaurangägaren, och i den miljön har AI-adoptionen kommit senare. Det är inte ett mått på "klass" i sig utan ett mått på hur olika delar av arbetsmarknaden integrerar nya skrivverktyg i sina rutiner.

7. Diskussion

Vad vi har visat

Populationen av svenska jobbbannonser har genomgått mätbara stilistiska skift sedan ChatGPT lanserades. Skiften följer en tidslinje som korrelerar med AI-teknikens spridning, och de är konsistenta över oberoende markörgrupper — strukturella, lexikala och meningsbaserade. Det är inte ett enskilt mått som flyttar sig, det är hela det stilistiska landskapet.

Den starkaste enskilda indikatorn är frekvensen av tankstreck, som har niofaldigats. Pre-ChatGPT-baselinen bekräftar att denna ökning inte ägde rum före AI-vågen — frekvensen var stabil under hela 2021–2022. Den tydligaste strukturella förändringen är att punktlistor minskar till förmån för sammanhängande prosa, här med nyansen att minskningen påbörjades redan kring årsskiftet 2022/23 och accelererade under 2024. Och det subtilaste men kanske mest intressanta fyndet är att spridningen i meningslängd har ökat — ett tecken på hybridtext där människor redigerar AI-utkast snarare än på ren AI-genererad text.

Vad vi inte har visat

Vi har inte visat att enskilda annonser är AI-skrivna. Vi har inte etablerat kausalitet. Vi har inte fastställt vilka arbetsgivare eller branscher som driver utvecklingen — bara att den finns i populationen som helhet och att den fördelar sig olika över SSKYK-huvudgrupper.

Med den nya pre-ChatGPT-baselinen har vi däremot löst en av de större metodologiska svagheterna från tidigare versioner av denna analys. Vi kan nu visa att de tydligaste stilistiska markörerna inte är del av en parallell digital trend som råkar sammanfalla med AI-genombrottet — de är specifika för perioden efter ChatGPT.

Tre hypoteser om framtiden

1. Tankstreck kommer också att börja minska. Mönstret för de lexikala flosklerna — först kraftig ökning, sedan medvetet borttagande — kommer sannolikt att upprepas för tankstreck så snart medvetenheten om dem som AI-markör når en kritisk massa. Vi gissar att vi ser början på den vändningen någon gång under 2026 eller 2027.

2. Meningsstrukturen kommer fortsätta drifta. Spridning i meningslängd är svår att medvetet undvika, eftersom den uppstår just av redigeringsprocessen. Här förväntar vi oss en fortsatt långsam förändring snarare än en topp och nedgång.

3. SSKYK-klyftan kommer att smalna långsamt. När AI-verktygen blir mer demokratiserade — inbyggda i produkter som butikschefer och restaurangägare faktiskt använder — kommer den ovanliga klyftan mellan akademiker-yrken och enklare yrken att börja jämna ut sig. Det är en process som tar år, inte månader.

Implikationer

För arbetssökande: Synliga AI-markörer är inte längre en pålitlig signal om att en annons är AI-genererad. Att avstå från att söka jobb för att annonsen "ser AI-skriven ut" träffar fel — den absoluta majoriteten av annonser som passerar dagens uppmärksamhets-trösklar har gått igenom AI någon gång under sin tillblivelse. Den intressanta signalen är inte längre om AI varit inblandad utan om annonsen ger relevant och konkret information om rollen.

För rekryterare och arbetsgivare: Tydlig mänsklig röst och konkret beskrivning sticker ut mer än någonsin. När 9 av 10 annonser börjar låta likadant — flytande, resonerande, varierad meningslängd — så fångar den 10:e annonsen som har punktlistor, korta meningar och konkret information om vardagen i rollen mer uppmärksamhet, inte mindre.

För forskning om arbetsmarknad och språk: Traditionella stilometriska metoder behöver kompletteras med strukturella markörer för att fungera på textcorpus som producerats efter LLM-genombrottet. De lexikala markörer som tidigare användes för författarskapsattribut är mindre informativa nu eftersom de förändras snabbt i takt med att marknaden anpassar sig.

8. Datakällor, kod och reproduktion

Datakälla: Jobtech API (Platsbanken). För perioden från mars 2026 och framåt hämtas annonser nattligen via AI-Pulsens insamlingspipeline. För perioden november 2021 till oktober 2022 användes Jobtechs Historical Ads-dataset (data.jobtechdev.se), filtrerat till relevant tidsperiod och stratifierat med samma metod som det aktuella datasetet.

Sample: 228 193 annonser fördelade på 54 månader (november 2021 till april 2026) och 9 SSYK 2012 huvudgrupper (SSYK 0 / Militära yrken exkluderade). Stratifierad sampling med upp till 500 annonser per kombination av månad och SSYK för att undvika att enstaka stora arbetsgivare eller volym-mässigt dominerande månader skulle snedvrída resultaten.

Behandling: Texten har förbehandlats för segmentering i meningar och tokenisering. Lexikala markörer har räknats med ordbaserad matchning (case-insensitive). Strukturella markörer har räknats med regex. Alla frekvenser uttrycks som förekomster per 1000 ord.

Statistik: Welch's t-test (för ojämn varians), Cohen's d som effektmått, kompletterat med procentuell förändring i medelvärde. För glesa markörer rapporteras primärt procentuell förändring och p-värde — se metoddel 3.3 för diskussion.

Kod: Skripten som producerat statistiken och visualiseringarna är tillgängliga på begäran via mats@lindholmco.se. Vi planerar att publicera kärnskripten under en öppen licens när AI-Pulsens publikationsstruktur tillåter det.

Integritet: Rapporten har bearbetat enbart publik text från jobbannonser. Inga personuppgifter, kandidatdata eller interna arbetsgivardata har använts. Vi har inte publicerat rådata på grund av Platsbankens licensvillkor, men välkomnar verifiering med eget datatråg från samma källa.

Kontakt: mats@lindholmco.se. Mer om AI-Pulsen och tidigare rapporter på ai-pulsen.com.

Rapporten är framtagen av Mats Lindholm, Lindholm Co AB, Helsingborg. Publicerad juni 2026.