



LUNDS
UNIVERSITET

Institutionen för psykologi

Kandidatuppsats

**Människan och den moderna teknologin: en studie om
individers föreställningar om ChatGPT och deras
korrelation med attityder**

**Man and the modern technology: a study of individual's
conceptions of ChatGPT and their correlation with
attitudes**

Martina Lysdahl & Hanna Agering Wiahl

Kandidatuppsats VT 23

Handledare: Jean-Christophe Rohner

Examinator: Camilo Sáenz-Moncaleano

Abstract

ChatGPT is the latest addition in AI technology, a conversational model created to answer questions and produce text. Although ChatGPT is receiving a lot of attention and has become an increasingly common part of people's everyday life, previous psychological research on this feature is limited. Therefore, it was considered interesting to delve deeper into this socially relevant topic. The study chose to investigate what an individual's conceptions about ChatGPT are, and how these correlate with the individual's attitudes towards ChatGPT. The aim was to create a broad and descriptive picture of the subject, which can form the basis for future research. Furthermore, the study was based on five constructs of conceptions; transparency, justice & fairness, non-maleficence, responsibility, and privacy. The collection of data was done through a digital survey that was answered by people in Sweden over the age of 18. Consequently, a total of 122 individuals participated in the study. The results showed that the participants on average had positive conceptions concerning justice & fairness, non-maleficence and responsibility, but neutral conceptions regarding transparency and privacy. The data analysis also showed significant positive correlations between transparency and attitude, justice & fairness and attitude, non-maleficence and attitude, as well as privacy and attitude. However, no relationship was found between responsibility and attitude. To conclude, the study constitutes a contribution to increased knowledge of psychological processes related to ChatGPT, and further research is encouraged.

Keywords: ChatGPT, attitudes, conceptions, transparency, justice & fairness, non-maleficence, responsibility, privacy

Sammanfattning

ChatGPT är det senaste tillskottet inom AI-teknik, en konversationsmodell skapad för att svara på frågor och producera text. Trots att ChatGPT är mycket uppmärksammat och har blivit en allt vanligare del av människors vardag, är tidigare psykologisk forskning kring denna funktion begränsad. Därför ansågs det intressant att fördjupa sig inom detta samhällsaktuella ämne. Studien valde att undersöka vad individer har för föreställningar kring ChatGPT, och hur dessa korrelerar med individernas attityder till ChatGPT. Syftet var att skapa en bred och deskriptiv bild kring ämnet, som kan ligga till grund för framtida forskning. Undersökningen utgick från fem områden av föreställningar; transparens, rättvisa, godhet, ansvar samt integritet. Datainsamlingen gjordes genom en digital enkätundersökning som besvarades av personer i Sverige över 18 år. Totalt deltog 122 respondenter i studien. Resultatet visade att deltagarna i snitt hade positiva föreställningar om rättvisa, godhet och ansvar, men neutrala föreställningar om transparens och integritet. Dataanalysen visade även signifikanta positiva korrelationer mellan transparens och attityd, rättvisa och attityd, godhet och attityd samt integritet och attityd. Inget samband påvisades mellan ansvar och attityd. Studien utgör ett bidrag till ökad kunskap om psykologiska processer relaterade till ChatGPT, och vidare forskning uppmuntras.

Nyckelord: ChatGPT, attityder, föreställningar, transparens, rättvisa, godhet, ansvar, integritet

Tack!

Vi vill rikta ett stort tack till alla som har deltagit i undersökningen och bidragit med värdefull information som har gjort studien möjlig. Slutligen vill vi tacka vår handledare Jean-Christophe Rohner för ett otroligt engagemang, kloka råd och bra stöd genom hela processen. Din tid har varit ovärderlig.

Människan och den moderna teknologin: en studie om individers föreställningar om ChatGPT och deras korrelation med attityder

Denna enkätstudie ämnar att undersöka sambandet mellan människors föreställningar om, och attityder till ChatGPT. AI (artificiell intelligens) har under de senaste åren blivit en allt större del av människors vardag och utvecklas ständigt i rask takt. Ett av de senaste tillskotten inom AI är ChatGPT, en konversationsmodell designad för att kunna svara på en stor mängd frågor, generera kod och producera text (Tamkin, Brundage, Clark & Ganguli, 2021). Den senaste versionen är ChatGPT-4, vilken släpptes i mars 2023. Denna klarar till skillnad från tidigare versioner av mer komplexa scenarier, och genererar svar som bättre efterliknar mänsklig respons på akademiska frågor. Skaparna OpenAI har bland annat rapporterat att ChatGPT-4 kan placera sig bland de tio procent bäst presterande på ett simulerat test för yrkesexamen i juridik (OpenAI, 2023). I och med ChatGPT:s ökande popularitet har användandet av denna funktion skapat stor debatt (Svenska Dagbladet, 2023; Tidningen Näringslivet, 2023). Kan ChatGPT användas till negativa ändamål som att fuska på ett prov? Kommer den att ersätta människors jobb? Eller är funktionen något positivt som kan bidra till ny kunskap och effektivitet?

Då ChatGPT är en av de senaste AI innovationerna på marknaden, är tillgången till vetenskapliga artiklar kring denna begränsad. Detta till skillnad från tillgången till artiklar rörande AI-teknik i generell befattning. Målet med denna undersökning är därför att skapa en bredare bild, snarare än djup, kring vad människor har för föreställningar om ChatGPT samt hur dessa föreställningar korrelerar med attityderna till funktionen. Syftet är att bidra till ny kunskap inom psykologi kring området AI, och genom valet av ChatGPT kunna bidra med en grund för vidare forskning. Syftet att skapa en omfattande förståelse för fenomenet ligger till grund för valet av en heterogen målgrupp. Därav ämnar denna undersökning att generera deskriptiv kunskap om ett samhällsrelevant ämne.

Utifrån studiens syfte utformades forskningsfrågan för undersökningen: vad har individer för föreställningar kring ChatGPT och hur korrelerar dessa föreställningar med deras attityder till ChatGPT?

Teoretisk bakgrund

AI-verktyg har blivit desto mer framträdande i samhället, och ChatGPT är ett av de verktyg som uppmärksammats mest. Tidigare forskning har gjorts rörande attityder till AI. Kelly och kollegor (2023) genomförde en metaanalys bestående av 60 studier för att undersöka vilka attityder användare har kring AI, hur mycket de litar på AI, samt hur villiga de är att använda tekniken. Resultatet visade att uppfattad användbarhet, attityder, tillit och

hur enkel funktionen uppfattades vara att använda var positivt korrelerad till villigheten att använda AI. Viktigast för att förstå accepterandet av AI teknik var tillit och attityder, likväl sociala normer och social påverkan. De fann även att användarnas kultur påverkade huruvida man accepterade eller avfärdade AI. Exempelvis motsatte sig kristna AI som källa till utlärnning av den kristna tron (Kelly et al., 2023).

Ytterligare har den tidigare psykologiska forskningen som existerar rörande ChatGPT lagt stor vikt vid att undersöka människors attityder. Denna forskning har främst fokuserat på användningen av ChatGPT i undervisningen, en av de mest diskuterade frågorna inom ChatGPT-debatten. Flertalet studier visar en ambivalent bild där både positiva och negativa attityder målas upp. Iqbal, Ahmed och Azhar (2022) undersökte exempelvis lärares attityder till ChatGPT på universitet. De fann övervägande negativa attityder hos lärarna, men menade samtidigt att lärarna även såg potentiella fördelar med användandet av funktionen. En annan kvalitativ studie undersökte människors åsikter om ChatGPT i undervisning via den sociala plattformen Twitter. Resultatet visade en i snitt positiv attityd till frågan, samtidigt som frågor om bland annat kompetensutveckling och akademisk integritet lyftes som problem (Li, Ma, Fan, Lee, Yu & Hemphill, 2023). Det finns sedermera en överensstämmelse i studierna om att tjänsten bör användas med mer varsamhet, samt att det krävs mer utbildning om, och anpassning av funktionen om den ska brukas i utbildningssyfte (Iqbal et al., 2022; Li et al., 2023).

Denna undersökning ämnar att utöka kunskapen om AI genom att ta reda på vad individer har för föreställningar till ChatGPT och hur dessa förhåller sig till individernas attityder till funktionen. Då tidigare forskning om ChatGPT har fokuserat på attityder, och i stor utsträckning kopplat till utbildning, fyller denna studie kunskapsluckor genom att studera människors föreställningar och dess relation till attityder, utifrån ett bredare perspektiv.

Utifrån studiens forskningsfråga har en teoretisk ram med flera variabler skapats för att analysera och förklara de möjliga svaren. Studien undersöker således huruvida attityder korrelerar med föreställningar om transparens (transparency): huruvida personen förstår processen bakom ChatGPT, rättvisa (justice & fairness): om deltagaren anser funktionen vara rättvis, godhet (non-maleficence): huruvida individen anser intentionerna med ChatGPT vara goda, ansvar (responsibility): om deltagaren upplever att ansvar tas, samt integritet (privacy): om personen uppfattar att dess integritet skyddas.

Attityd

Studiens syfte är att undersöka attityder till ChatGPT i relation till föreställningar om ChatGPT. En *attityd* kan förklaras som en utvärdering på en dimension mellan positiv och

negativ kring ett specifikt objekt. En attityd består sedermera av tre komponenter. Den första komponenten är emotion, vilket rör hur mycket man ogillar eller gillar det specifika objektet. Den andra komponenten är kognitioner, alltså tankar som kan kopplas till objektet och därmed förstärka ens känslor kring det. Detta är exempelvis minnen. Den sista komponenten är beteende. Här bedöms en attityd till objektet vara huruvida personen väljer att undvika objektet eller inte. Därför är individens attityd vanligtvis sammanhängande med hur hen betar sig (Gilovich, Keltner, Chen & Nisbett, 2018).

Föreställningar

Utöver attityder är föreställningar en central komponent i undersökningen. En *föreställning* är en uppfattning av, eller oviss kunskap om, ett fenomenets innebörd. Enligt James Higginbotham (1998) bör en föreställning skiljas från individens koncept (ett objekt, fenomen eller händelse) och dess medvetna åsikt och syn på vad för betydelse konceptet har. Exempel på ett koncept är en stol, gaffel eller ord. Han menar däremot att ens förståelse av konceptet bestäms av den föreställning individen har, likt en hypotes för konceptets betydelse. Denna hypotes kan således vara en del av den fullständiga informationen eller en missförståelse. Higginbotham hävdade även att om individens föreställning kring ett koncept är bristfällig kommer detta att resultera i en felaktig tillämpning av konceptet eller uttryckas i form av kunskapsfel. Har en person exempelvis föreställningen att en gaffel används för att konsumera soppa istället för att användas till fast mat, kommer individen att tillämpa gaffeln på ett felaktigt sätt, och således uppvisa okunnighet om det konceptet. Detta kan emellertid korrigeras, och således kan en korrekt föreställning jämföras med kunskap (Ezcurdia, 1998; Higginbotham, 1998).

I denna studie undersöker vi hur människors attityder relaterar till deras föreställningar om ChatGPT. Vi mäter föreställningar inom fem områden: (1) transparens, (2) rättvisa, (3) godhet, (4) ansvar, och (5) integritet, vilka framtogs av Jobin, Lenca och Vayena (2019) då de undersökte hur etiken inom artificiell intelligens diskuteras globalt. Dessa kommer att utgöra den teoretiska grunden för undersökandet och utvärderingen av studiedeltagarnas föreställningar.

Transparens

Transparens är det konstrukt av AI som är mest diskuterat. Denna innefattar hur transparent AI är gällande dess tolkningsbarhet och förklaringsbarhet. Den rör frågor om huruvida processen och innehållet av AI går att förstå och hur transparent den informationen anses vara (Jobin et al., 2019). Behovet av transparens kan förklaras av den psykologiska teorin *need for cognition*, vilken berör individens behov att engagera sig i, förstå och

undersöka information och kognitiv aktivitet. Need for cognition existerar på en skala från låg till hög, där en högre nivå innebär ett större behov av problemlösning och bearbetning av information, och större uppskattning för tänkande (Cacioppo & Petty, 1982). Need for cognition påverkar även hur säker man är i sina attityder. Enligt *the thoughtfulness heuristic* blir attityder säkrare när informationen i fråga bearbetats mer omfattande. Då individer med högre need for cognition bearbetar information mer djupgående menar heuristiken att dessa individers attityder stärks (Barden & Petty, 2008).

Processing fluency theory, även kallad *cognitive fluency theory*, är en ytterligare psykologisk teori som beskriver hur enkelt människor kan bearbeta den information de tar in, det vill säga hur transparent informationen är. Teorin menar att ju enklare informationen går att bearbeta, desto större är tendensen att individen får en positiv inställning till fenomenet eller tror den vara korrekt, så kallad *hedonic fluency model*. Hedonic fluency model menar att enkel bearbetad information skapar en selektivt positiv affekt (Winkielman & Cacioppo, 2001).

Utifrån denna modell bör det kunna prediceras att lägre uppfattad transparens istället skapar motsatt effekt. Således är svårbearbetad information mer benäget att skapa en negativ attityd till fenomenet i fråga. Kopplat till transparens och attityd till ChatGPT är det utifrån dessa teorier möjligt att deltagare med lägre need for cognition har svårare att förstå processen bakom ChatGPT (låg transparens) och därmed kommer ha en mer negativ attityd till ChatGPT än de deltagare som har högre need for cognition och förståelse för funktionen.

Rättvisa

Det andra området av föreställningar, *rättvisa*, innehåller termer av jämlikhet och hur mycket partiskhet som existerar inom AI. Den understryker vikten av att bidra med och bearbeta data som är inkluderande mot alla människor, korrekt och icke diskriminerande (Jobin et al., 2019). I samhället existerar både deskriptiva normer, hur vi människor ska vara, och preskriptiva normer, hur vi bör vara i specifika situationer (Gilovich et al., 2018). Många av dessa normer antyder att människor ska vara rättvisa och opartiska, vilket i sitt begrepp innefattar att undvika konsekvenser som medför orättfärdighet (Fehr & Schmidt, 1999). Schachter (1951) argumenterade att människor som går emot gruppens koder och normer blir mindre omtäckta och riskerar även att uteslutas från gruppen. Enligt *social norm theory* ses det inte som socialt accepterat att gå emot normer, och att människor därmed ogillar sådant som går emot den existerande normen (Schneider & Gruman, 2016).

Om en individ har en föreställning om att ett visst fenomen på något vis går emot normen för rättvisa och opartiskhet kan detta i samstämmande med social norm theory tyda på

att individen med större sannolikhet kommer att ha en negativ attityd till fenomenet än om de anser denna norm vara följd. Om deltagarna i denna studie har föreställningar om att ChatGPT inte är rättvis kommer de utifrån detta ha en mer negativ attityd till ChatGPT. Om respondenterna emellertid anser att ChatGPT är rättvis och opartisk, och därmed följer normen, bör attityderna uppvisas mer positiva.

Godhet

Jobin och kollegors (2019) tredje konstrukt, *godhet*, innefattar termer om säkerhet och trygghet, samt att AI inte ska vara till skada för någon. Det handlar om att AI-teknikerna inte ska missbrukas till syften som kan påverka användaren i fråga eller andra användare negativt, exempelvis genom hackning (Jobin et al., 2019). Föreställningar kopplade till att inte göra sig själv eller andra skada rör diskussionen om prosocialt beteende och altruism. *Prosocialt beteende* är ett typ av beteende som främjar människan som grupp snarare än människan som individ. Ett sådant prosocialt beteende är *altruism*, som ämnar att maximera andra människors fördelar utan att överväga sina egna möjliga vinster eller förluster av att genomföra akten (Thye & Lawler, 2009). Altruism argumenteras att vara en naturlig fallenhet hos människor, en evolutionär funktion som kan ses i spädbarn så unga som fjorton månader gamla (Warneken & Tomasello, 2011). Det finns sedermera flera anledningar till varför människor beter sig altruistiskt. En av dessa motivationsfaktorer är empati. Empati innebär emotionell respons som framkallas genom andra människors upplevda nöd. Dessa typer av känslor innefattar bland andra medkänsla och sympati för andra än sig själv (Thye & Lawler, 2009).

Utifrån dessa naturliga fallenheter kan antagandet göras att människor som upplever att ett prosocialt beteende efterlevs kommer att erfara mer positiva attityder än om detta beteende anses brytas mot. I förhållande till forskningsfrågan för studien skulle deltagare som anser att ChatGPT skapats och används i gott syfte med större sannolikhet ha positiva attityder till ChatGPT, än de deltagare som upplever att ChatGPT gör skada.

Ansvar

Det fjärde konstruktet för föreställningar om AI, *ansvar*, handlar om ansvarstagandet för AI. Här innefattas att fastställa hur ansvar och rättslig skyldighet tillskrivs, då det vanligtvis är flertalet aktörer inblandade. Ytterligare ska underliggande orsaker och processer som kan leda till potentiell skada uppmärksammas. Detta innefattar både skaparnas ansvar för hur systemet används och att användarna använder det ansvarsfullt (Jobin et al., 2019).

Enligt Folkman och Lazarus (1988) kan ett upplevt potentiellt hot för en individ leda till mer negativa emotioner, såsom rädsla och ilska. En *emotion* kan beskrivas som en positiv eller negativ uppfattning av ett objekt eller situation, vilken resulterar i ett närmande

alternativt undvikande av det objektet eller situationen (Gilovich et al., 2018; Cabanac, 2002). Emotioner är en av de tre komponenter som utgör attityder. Den emotion som uppstår influerar attityden man har till objektet, och således är emotion en prediktor av attityd (Gilovich et al., 2018; Haddock & Zanna, 1999).

Med dessa författare och studieresultat som stöd, kan det antas att något som potentiellt kan ha personliga, negativa konsekvenser, kommer att värderas som ett hot av individen. Hotet skapar en negativ bedömning och kommer således att väcka mer negativ emotion hos personen. Den negativa emotionen kommer i sin tur forma den attityd man har till objektet eller situationen i en negativ riktning. Om en person skulle anse att ansvar inte tas av andra och att konsekvenserna för detta kan komma att skada individen själv, kommer detta upplevda hot leda till negativa emotioner och därmed negativa attityder. Bedöms något inte vara ett hot är sannolikheten i kontrast större att individen har positiva emotioner och således positiva attityder till objektet eller fenomenet i fråga. Vid applicering av denna härledning på studien skulle deltagare som upplever att ingen tar ansvar för hur ChatGPT används, ett system som potentiellt kan ha negativa konsekvenser, uppfatta systemet som ett hot, och därmed uppleva negativa emotioner och attityder till funktionen.

Integritet

Den femte och sista delen av föreställningar, *integritet*, diskuterar att användares integritet ses som en rättighet som måste skyddas och upprätthållas. Detta kopplas ofta samman med dataskydd och datasäkerhet. Här diskuteras också skapandet eller anpassningen av lagar och regler för att passa utvecklingen av AI (Jobin et al., 2019). Integritet definieras allmänt som “rätt att få sin personliga egenart och inre sfär respekterad och att inte utsättas för personligen störande ingrepp”. En individs integritet kan kränkas både fysiskt och psykiskt genom våld, diskriminering och tvång (Nationalencyklopedin, u.å, *Integritet*). Denna studie kommer specifikt att utgå från integritet som en persons säkerhet av privat information och upplevd kontroll av distribueringen och behandlingen av personliga uppgifter.

En teori som kan anknytas till aspekten om integritet är *self determination theory*, vilken beskriver hur självbestämmande påverkar människors motivation. Teorin påstår att det finns tre typer av motivation; intern, extern och amotivation. Centralt för teorin är den interna motivationen som anses vara den högsta formen för motivation då agerande genom denna baseras på egenintresse för aktiviteten i fråga. Således påverkar den inre motivationen människors välbefinnande och personliga utveckling positivt. Extern motivation innebär i kontrast att yttre faktorer påverkar ett agerande, samt amotivation att personen agerar passivt eller helt saknar agerande (Deci & Ryan, 1980). Self determination theory består sedermera

av tre behov som bör uppfyllas för att kunna känna inre motivation och välbefinnande; behov för kompetens, behov för samhörighet, samt behov för autonomi. Ju mer dessa uppfylls desto större inre motivation anses där finnas som underlag till ens agerande. Behovet för autonomi är mest applicerbar på termer som integritet och privatliv, då det rör människans behov av att ha kontroll över sin egen vilja och vara fri till att ta egna beslut. När man agerar utifrån sin interna motivation känner man sig varken tvingad eller kontrollerad av yttre påverkan från andra. Detta hotas när en upplever att man inte har kontroll över en situation eller ett beslut (Stone, Deci & Ryan, 2009).

Utifrån self-determination theory och behovet för autonomi är en möjlig slutledning att en upplevd brist av autonomi, och därav en förlorad känsla av kontroll, kan leda till en upplevd känsla av hjälplöshet. Detta kan i sin tur leda till en mer negativ attityd gentemot den eller det som kränker individens integritet. I relation till undersökandet av sambandet mellan integritet och attityd till ChatGPT skulle respondenter som upplever låg autonomi och kontroll över hur ChatGPT behandlar deras privata information ha mer negativ attityd till tjänsten, i motsättning till de deltagare som anser att ChatGPT behandlar sekretessfrågor tillförlitligt.

Forskningsfrågor

Utifrån den teoretiska diskussionen ovan vill denna studien undersöka sambandet mellan föreställningar om och attityder till ChatGPT, med utgångspunkt i de fem konstrukt av föreställningar. Studien ämnar även att undersöka medelvärden för varje konstrukt, för att således få en bild av hur människor uppfattar ChatGPT, och huruvida de upplever funktionen vara positiv eller negativ. Undersökningen vill slutligen ta reda på om och hur attityd korrelerar med transparens, rättvisa, godhet, ansvar och integritet.

Metod

Deltagare

Studiens målgrupp var enbart avgränsad till personer över 18 år och tog därmed emot svar från en blandad population av människor. Detta eftersom studiens syfte var att skapa en bred och deskriptiv bild av ämnet. Urvalet inkluderade såväl personer som inte haft och personer som haft kännedom om ChatGPT sedan tidigare. För att komma i kontakt med deltagare valde vi att göra ett bekvämlighetsurval där en internetsurvey distribuerades genom de sociala medierna Facebook, LinkedIn och Instagram. Detta urval var fördelaktigt då enkäten på en begränsad tid kunde nå ut till en stor mängd människor. Sedermera användes ett snöbollsurval då deltagarna uppmuntrades till att dela vidare surveyn till valfri person och krets. Detta för att återigen effektivisera insamlingen av data.

Totalt deltog 122 personer i studien. Av dessa identifierade sig 44 deltagare (36.1%) som män, 76 (62.3%) som kvinnor, och två ville ej ange (1.6%). Majoriteten av respondenterna, totalt 63 personer, var i åldersspannet 18-24 år (51.6%), följt av 35 deltagare i åldern 25-34 (28.7%) och 13 deltagare i åldern 35-44 (10.7%). Resterande 11 personer uppgav sig vara i något av åldersspannen mellan 45 och 65 år eller äldre. Den huvudsakliga sysselsättningen för de deltagande uppmättes vara 65% studerande (80 deltagare), 29.5% arbetande (36 deltagare), samt 3.3% pensionerade (fyra deltagare). Resterande 1.6% (2 deltagare) uppgav att deras huvudsakliga sysselsättning var "annat".

Sammanlagt hade 80.3% av respondenterna (98 deltagare) kunskap om vad ChatGPT var sedan innan. Endast 6.6% av deltagarna (åtta deltagare) hade ingen tidigare kunskap om funktionen och 13.1% hade till viss del kunskap om vad Chat GPT var sedan innan. I enlighet med svaren om tidigare kunskap hade 73.8% av individerna använt ChatGPT mer än fem gånger tidigare. Återstående 26.2% av respondenterna hade aldrig använt tjänsten tidigare. Totalt svarade 77.9% av deltagarna att de hade kunnat tänka sig att använda ChatGPT i framtiden.

Material och procedur

Då syftet med undersökningen var att få en bred, deskriptiv bild av individers föreställningar och attityder till ChatGPT, valde vi en kvantitativ ansats där datagenereringen samlades in genom en internetbaserad survey. Detta för att i enlighet med studiens syfte kunna värva en större mängd deltagare från en större population, på ett effektivt vis. Vidare formulerade vi internetsurveyn genom enkätverktyget Sunet Survey & Report. Enkäten bestod av fem delmoment; en inledande informativ del, en del som berörde föreställningar, en del rörande attityder, en del rörande användning, samt en avslutande demografisk del. Tillsammans syftade dessa till att besvara undersökningens forskningsfrågor.

Delmoment 1: Information

Vi valde att inleda surveyen med ett informerande stycke som rörde vad ChatGPT är, för att informera deltagare som inte hade kännedom om vad funktionen var sedan innan. Syftet att undersöka en bred populations föreställningar och attityder resulterade i valet att inkludera både individer med tidigare kunskap om ChatGPT och individer som saknade denna kännedom. Krav på tidigare användning och kännedom ansågs kunna bli en begränsning för att få in en stor mängd data. Vidare bedömde vi att förkunskaper om ChatGPT inte var ett krav för att kunna skapa sig föreställningar och attityder utifrån den inledande beskrivningen. Informationen ämnade att vara deskriptiv och objektiv i så stor utsträckning som möjligt för att därav inte riskera att påverka deltagarnas attityd kring ämnet och således studiens validitet.

Vår beskrivning av ChatGPT löd “ChatGPT är ett av de senaste tillskotten av AI (artificiell intelligens) och är en konversationsfunktion designad till att kunna svara på en stor mängd frågor och följdfrågor. Den interagerar likt en människa. Den kan konstruera allt från uppsatser till affärsplaner och generera kod” (se Appendix 1.1). Deltagarna informerades även om syftet med undersökningen, deras anonymitet och andra etiska aspekter innan de fick konfirmera samtycke till deltagande i studien.

Därpå presenterades respondenten med totalt 24 påståenden, vars svarsalternativ utformades enligt en likert skala. Denna sträckte sig från 1 (håller inte alls med) till 5 (håller helt med), där 3 var neutralt. En central del av enkätens utformning var att definiera och formulera dessa påståenden tydligt, på ett sätt som överensstämde med konstrukten och tydligt reflekterade människors föreställningar respektive attityder till ChatGPT. Detta för att återspegla det som efterfrågades i forskningsfrågorna, för att sålunda få svar på det som ämnades att mätas och nå hög validitet samt reliabilitet i studien.

Delmoment 2: Föreställningar

Tjugo av de påståenden som presenterades för deltagaren belyste deltagarens föreställningar kring ChatGPT. Dessa baserades på Jobin och kollegors (2019) fem konstrukt relaterade till AI, som utgjorde den teoretiska bakgrunden i rapporten. Således delades människors föreställningar in i fem delar, där vi utformade fyra påståenden för varje område. Av dessa fyra påståenden var hälften vända. Detta för att skapa mer reflektion över antagandena och undvika risk för helt höga alternativt helt låga svar, och därmed ett skevt resultat.

Vid utformandet av enkätfrågorna till det första området av föreställningar, transparens, låg fokus på transparens vid processen kring hur ChatGPT tänker och hur svaren genereras. Deltagarna fick således ta ställning till påståenden som “Jag förstår vad det är som gör att vissa typer av svar genereras i ChatGPT” och “Jag förstår inte hur ChatGPT fungerar” (Se Appendix 2.2 och 2.4), vilka mäter föreställningarna till konstruktet. Deltagarnas föreställningar kring rättvisa mättes genom påståenden som fokuserade på rättvisa och opartiskhet hos ChatGPT. Exempel på påståenden som deltagarna fick ta del av var “ChatGPT uttrycker fördomar i sina svar” och “ChatGPT ger information som behandlar människor rättvist” (se Appendix 3.4 och 3.1). För föreställningar kring godhet konstruerade vi påståenden som betonade deltagarnas uppfattning kring huruvida man ser ChatGPT skada människor. Exempelvis “Jag tror att en typisk användare har intentionen att använda ChatGPT för ett gott syfte” och “Jag tror inte att skaparnas avsikter med ChatGPT är goda” (se Appendix 4.3 och 4.2) behandlades. För utformandet av det fjärde konstruktet, ansvar,

formulerade vi ställningstaganden som täckte in föreställningar om var ansvaret för användande och konsekvenser anses ligga. “Skaparna bär ansvaret för eventuella etiska problem vid användandet av ChatGPT” och “Det är inte användarens ansvar att se till att ChatGPT används i gott syfte” (se Appendix 5.2 och 5.4) var två av de fyra påståenden som deltagarna fick skatta på. Slutligen fick deltagarna besvara påståenden som mätte föreställningar om det femte området, integritet. Dessa berörde föreställningar om hur ChatGPT förhåller sig till integritet och sekretessfrågor. Påståenden som deltagarna fick ta ställning till var exempelvis “Min information är säker när jag ställer frågor till ChatGPT” och “Jag tror att frågor som jag ställer till ChatGPT syns för andra användare” (se Appendix 6.1 och 6.2).

Delmoment 3: Attityder

Konsekvent med studiens frågeställning presenterades deltagarna även med fyra ställningstaganden som berörde deras attityd till ChatGPT. Dessa ställdes i formatet av gillar/ogillar-påståenden och löd exempelvis “Jag gillar ChatGPT” och “Jag tycker att ChatGPT är en dålig tjänst” (se Appendix 7.1 och 7.4), för att kunna tyda huruvida deltagarens attityd var positiv eller negativ.

Delmoment 4: Användning

Den fjärde delen i surveyen syftade till att ta reda på respondenternas tidigare och planerade framtida användning. Frågor likt “Hur många gånger under det senaste halvåret har du använt ChatGPT?” (se Appendix 8.2) och “Hade du kunnat tänka dig att använda ChatGPT i framtiden?” (se Appendix 9.1) inkluderades. Detta för att tolka hur deltagarna förhöll sig till användandet av ChatGPT vid genomförandet av enkäten.

Delmoment 5: Demografi

Enkäten avslutades med tre demografiska frågor om tillhörandes kön, ålder och huvudsakliga sysselsättning (se Appendix #10). Deltagarna fick även möjligheten att fritt kommentera åsikter kring studien innan enkäten skickades in. Internetsurveyen låg öppen i två veckor innan den stängdes för att kunna analyseras vidare.

Etiska aspekter

Vi har i undersökningen tagit hänsyn till flera etiska aspekter. Vi utformade studien i enlighet med Lag (2003:460) om etikprövning av forskning som avser människor. Syftet med lagen är att skydda den enskilda människan och upprätthålla respekten för människovärdet vid genomförande av forskning (Sveriges Riksdag, 2003). Vidare var enkäten transparent med studiens syfte och vad som ämnades undersökas. Deltagarna tillgavs även information om att studien var frivillig och att svaren förblev anonyma. Sedermera informerades även att

möjligheten fanns att kunna stänga ner och avsluta enkäten när helst deltagaren ville. För att delta i undersökningen krävdes inledningsvis samtycke till deltagandet och bekräftelse att deltagaren var 18 år eller äldre. Kontaktuppgifter inkluderades även i den inledande informationsdelen, för att ge möjlighet till deltagarna att kunna kontakta oss vid frågor eller eventuella otydligheter beträffande studien.

Studien hade inte i syfte att påverka respondenterna på något sätt och att delta medförde ingen risk för att personerna kunde komma till skada fysiskt eller psykiskt. Ytterligare behandlade inte studien något känsligt ämne. Informationen som samlades in kunde inte spåras tillbaka till deltagarna, varken av oss författare eller utomstående och resultatet presenteras enbart på gruppnivå. Svaren som genererades var anonyma och således även det resultat som framställs i Jamovi och slutligen i forskningsrapporten.

Dataanalys

Efter insamling av enkätdata analyserades materialet först i Microsoft Excel och sedan överfördes data till analysverktyget Jamovi för att beräkna svaren och få fram ett slutgiltigt resultat. Inledande krävdes en sammanslagning av de fyra påståendena för varje konstrukt; transparens, rättvisa, godhet, ansvar, integritet och attityd. Här vände vi poängen för alla vända påståenden till positiva värden, för att därav göra det möjligt att kalkylera respondenternas svar på samma skala. Därefter adderades varje individs poäng för de fyra påståenden för varje konstrukt, och dividerades sedan på fyra. Således beräknades ett medelvärde ut för varje deltagare, för att kunna genomföra vidare analys. Anta exempelvis att en deltagare svarar 1 på båda icke-vända påståenden för konstruktet integritet (se Appendix 6.1 och 6.3). För det vända påståendet "Jag tror att frågor som jag ställer till ChatGPT syns för andra användare" anger deltagaren 3 (se Appendix 6.2), samt värdet 4 på påståendet "Jag tror inte att ChatGPT följer lagar som behandlar privat information" (se Appendix 6.4). För att vända tillbaka poängen för dessa vända påståenden tar vi det maximala värdet på skalan (5) adderat med ett (det totala värdet sex). Vi adderar med ett för att det inte ska vara möjligt att skatta 0 samt för att få korrekt motsvarande skalor när vi går vidare i beräkningen. Fortsättningsvis subtraherar vi värdet för vardera vända påstående, i detta fall 3 och 4, från sex. Således får deltagaren ut värdet 3 för påstående två, och värdet 2 för påstående fyra, vilka motsvarar icke-vända värden. Det sammanslagna värdet för respondenten blir efter vändning sju ($1+3+1+2$). Detta divideras därefter med antalet påståenden för konstruktet integritet, fyra, vilket resulterar i ett medelvärde på $M= 1.75$. Vi utförde slutligen en manuell kontroll av varje konstrukt för att bekräfta beräkningen för varje deltagares medelvärde.

Det andra steget för dataanalysen var att omvandla värdena för varje variabel till standardiserade z-poäng, för att identifiera och eliminera eventuella outliers i datan som riskerade att påverka resultaten. Varje individuell deltagare analyserades för varje variabel, och värden större än +3 samt värden mindre än -3 eliminerades från analysen. Detta gjorde vi då $z > +3$ respektive $z < -3$ anses vara lågfrekvent men viktigt att analysera (Kaliyaperumal, Arumugam & Kuppusamy, 2015). Sannolikheten beräknades vara $P(x < -z \text{ eller } x > +z) = 0.0026998$. I undersökningen med cirka 120 deltagare beräknades således sannolikheten att cirka 0.3 personer kunde påvisa sådana extremvärden, en siffra som ligger nära 0. Totalt eliminerades fyra outliers från datan; två outliers från variabeln rättvisa (1.64%), en outlier från variabeln godhet (0.82%), samt två outliers från variabeln attityd (1.64%).

Efter eliminering av identifierade outliers analyserade vi medelvärden och standardavvikelser för samtliga konstrukt. För vidare analys genomfördes kontrollerande av antaganden för linjäritet genom scatterplot, samt normalfördelning genom normalitetstest (Shapiro-Wilk). Ambitionen för studien var ursprungligen att genomföra korrelationsanalyser samt multipel regression för att undersöka hur stor unik del varje konstrukt kunde förklara av modellen (attityd). Normalitets- samt linjäritetstestet visade att datan bröt mot båda antaganden, och därav var multipel regression inte möjlig att genomföra med Jamovi. Följaktligen utfördes istället icke-parametriska versioner av korrelationstest och one sample t-test, som presenteras vidare i resultatdelen. Det genomfördes även ett parametriskt one sample t-test för att styrka resultatet från det icke-parametriska t-testet.

Resultat

I följande avsnitt presenteras studiens resultat. Detta är uppdelat i tre delar; en inledande tabell bestående av deskriptiv statistik, ett Student's one sample t-test och ett Wilcoxon one sample signed rank test, samt en avslutande korrelationsanalys.

Deskriptiv analys

För att möjliggöra att besvara hur människor uppfattar ChatGPT och huruvida funktionen upplevs positivt eller negativt framtogs deskriptiv statistik som visas i tabell 1. I denna tabell redovisas medelvärdet och standardavvikelsen för samtliga deltagare i alla fem konstrukt, samt attityd. Den visar även det minsta respektive största värdet som återfanns för varje konstrukt. För att undersöka huruvida medelvärdena för konstrukten i tabell 1 var signifikant skilda från nollhypotesen, i detta fallet det neutrala värdet 3 ($H_a \mu \neq 3$), och om där var en mer positiv eller negativ värdering av konstrukten kopplade till ChatGPT, gjordes slutligen one sample t-test. Ett Student's one sample t-test utfördes först för att få fram signifikans och effektstorlek för varje variabel. Då antagandet för normalfördelning inte

uppfylldes utfördes sedan ett icke-parametriskt Wilcoxon one sample signed rank test för att kontrollera att signifikanserna stämde. Wilcoxon test är ett svagare test som utgör en större risk för typ två fel, innebärande att det kan visa falska signifikanser, och därför utfördes först ett parametriskt t-test. Resultaten för dessa test visas i tabell 2 nedan.

Resultatet visar att deltagarna i studien i snitt hade positiva föreställningar om de fem områdena som mättes rörande ChatGPT. Konstruktet transparens urskiljs i tabell 1 och 2 inte vara signifikant skilt från 3, vilket förklarar att försökspersonerna hade neutrala föreställningar om att ChatGPT är transparent. Ytterligare visar tabell 1 ett svagt positivt medelvärde för konstruktet rättvisa, och tabell 2 visar att föreställningarna är signifikant skilda från neutralvärdet 3, vilket betyder att respondenterna ansåg funktionen vara rättvis i svaren som ges. Vidare redogör tabell 2 att rättvisa har en liten effekt, då värdena ligger närmare 3. Observationen att transparens och rättvisa har snarlika medelvärden, medan enbart rättvisa visar signifikans, kan förklaras med att standardavvikelsen i tabell 1 visar på en mindre spridning för rättvisa. Detta innebär att deltagarna svarade mer enhetligt i jämförelse med transparens där respondenterna svarade både högre och lägre (se Minimum och Maximum i tabell 1).

Ett högt positivt medelvärde kan sedermera urskiljas för konstruktet godhet, och tabell 2 visar även att godhet är statistiskt signifikant ($p < 0.05$), vilket tyder på att det är signifikant skilt från 3 och att nollhypotesen därav kan förkastas. Tabell 2 visar även att godhet har störst effekt, vilket betyder att föreställningarna om godhet var mer positiva än de andra konstrukten, då effekten är längst från värdet 3. Således ansåg deltagarna i större utsträckning att skaparna samt användarna av ChatGPT har goda syften för användandet av funktionen.

En svag positiv föreställning påvisas vidare genom medelvärdet för konstruktet ansvar i tabell 1, vilket bekräftas av signifikansen i tabell 2, innebärande att deltagarna hade föreställningar om att ansvar tas av skapare och användare kring konsekvenser av deras användande av tjänsten. Tabell 2 demonstrerar sedermera att konstruktet ansvar har en liten effekt. Genom tabell 1 kan det även tydas att det lägsta värdet som uppmättes för ansvar var 2.00, och det högsta värdet var 4.50. Detta resulterar i en lägre standardavvikelse, vilket innebär en mindre spridning av svaren.

Endast medelvärdet för integritet uppmäts vara helt neutralt. Därtill är integritet inte signifikant skilt från neutralvärdet 3. Resultatet visar därför att försökspersonerna hade neutrala föreställningar om att deras integritet är skyddad när de använder tjänsten, det vill säga att deltagarna såg ChatGPT:s hantering av sekretessfrågor som varken positiv eller negativ.

Tabell 1 visar slutligen att respondenterna i snitt hade en positiv attityd mot funktionen. Attityd urskiljs även vara statistiskt signifikant i tabell 2, och genom båda tabeller kan det urskiljas att attityd har en stor effekt och att denna skillnad är positiv. Således fanns positiva attityder till ChatGPT hos undersökningsgruppen.

Tabell 1

Deskriptiv statistik för samtliga variabler

	Medelvärde	Standardavvikelse	Minimum	Maximum
Transparens	3.10	0.799	1.25	5.00
Rättvisa	3.11	0.574	1.75	4.75
Godhet	3.86	0.745	1.75	5.00
Ansvar	3.17	0.540	2.00	4.50
Integritet	3.00	0.724	1.25	5.00
Attityd	3.92	0.858	1.25	5.00

Tabell 2

Student's one sample t-test och Wilcoxon one sample signed rank test för samtliga variabler

	T-värde	Signifikans	Effektstorlek	W-värde	Signifikans
Transparens	1.3873	0.168	0.12560	3261	0.178
Rättvisa	2.1068	0.037	0.19232	1846	0.046
Godhet	12.6898	< .001	1.15362	5268	< .001
Ansvar	3.4789	< .001	0.31497	3459	0.001
Integritet	-0.0625	0.950	-0.00566	2667	0.838
Attityd	11.8038	< .001	1.07750	5445	< .001

$H_a \mu \neq 3$

Korrelationsanalys

För att besvara frågeställningen om sambandet mellan föreställningar och attityder till ChatGPT togs sedermera korrelationer fram genom Spearman's Rho, som visas i tabell 3 nedan. Detta icke-parametriska mått användes istället för Pearson's r då en kontroll

genomfördes för antaganden för korrelation, vilket påvisade att datan bröt mot antagandet för linjäritet. Resultatet i tabell 3 nedan visar att föreställningarna för transparens, rättvisa, godhet och integritet korrelerar svagt till måttligt positivt med attityd. Detta innebär att ju högre transparens deltagarna upplevde att ChatGPT har, desto positivare attityder, och ju mer rättvist deltagarna föreställde sig att ChatGPT är, desto positivare attityder. Det innebär även att ju högre grad av goda intentioner respondenterna trodde att användarna och skaparna har med ChatGPT, desto positivare attityder till funktionen, och ju högre skydd av deras integritet deltagarna upplevde att ChatGPT har, desto positivare attityder hade de. Denna korrelation gäller även för negativa föreställningar om konstrukten och negativa attityder, innebärande att ju lägre uppmätta värden på konstrukten desto mer negativa attityder hade de till ChatGPT. I samband med resultaten framtagna i tabell 1 och 2 kan vi emellertid se att deltagarnas föreställningar och attityder var övervägande positiva.

Vidare var föreställningarna om godhet starkast korrelerade med attityd följt av rättvisa. Vidare mättes samtliga nämndas signifikans vara $p < .001$, vilket visar en mindre än 0.1 procents chans att resultatet uppstått av en slump. Detta är lägre än det utsatta gränsvärdet för signifikans (0.05), och således ett signifikant resultat. Ansvar påvisade den svagaste positiva korrelationen av alla konstrukt. Här mättes signifikansen $p > .05$, ett signifikansvärde som beskriver en ≈ 70 procents chans att detta resultat beror på slumpen. Således visar resultatet inget samband mellan föreställningar om ansvar och attityd rörande ChatGPT.

Tabell 3

Spearman korrelationer mellan attityd och föreställningar

	Spearman's rho	Signifikans
Transparens	0.369	< .001
Rättvisa	0.424	< .001
Godhet	0.460	< .001
Ansvar	0.036	0.698
Integritet	0.374	< .001

Diskussion

I följande avsnitt diskuteras studiens resultat utifrån de teorier som utgjort grunden för undersökningen. Vi resonerar även kring studiens möjliga svagheter och styrkor, samt ger slutligen förslag till framtida forskning inom området.

Inledningsvis kan det konstateras att samtliga uppmätta medelvärden låg nära neutralvärdet 3. En möjlig förklaring till detta är att deltagarna har neutrala föreställningar kring de olika konstrukten gällande ChatGPT. Emellertid kan det även tyda på att många av de deltagande, trots vetskapen om vad ChatGPT är, inte upplever sig ha tillräckligt ingående kunskap för att ha bildat sig starka föreställningar kring ämnet, och således inte visste hur de skulle svara.

Transparens

En del av studiens frågeställning inkluderade att undersöka deltagarnas föreställningar om ChatGPT. En av föreställningarna som undersöktes var de tillhörande konstruktet transparens. Medelvärdet mättes inte vara signifikant skilt från 3 och därav beräknas försökspersonernas föreställningar om transparens i snitt vara neutrala. Resonemang kring detta resultat kan vara att trots att många av respondenterna i studien är medvetna om vad ChatGPT är, vet de inte hur tjänsten fungerar och hur informationen den genererar tas fram, och därmed har neutrala föreställningar kring området. Det är vidare förståeligt att transparens inte uppmättes mer positivt då ChatGPT är en matematiskt komplex tjänst, och därför är svår att förstå sig på om individen inte är intresserad eller påläst om den tekniska grunden till funktionen.

Den andra delen av frågeställningen berörde hur föreställningarna om transparens korrelerar med attityder. Resultatet visade en signifikant och svag positiv korrelation mellan dessa variabler, vilket innebär att ju högre upplevd transparens desto mer positiva attityder. Detta hade kunnat förklaras med att de deltagare som förstår processen bakom ChatGPT möjligen har högre need for cognition, och därför ett större behov av att förstå sig på funktionen (Cacioppo & Petty, 1982). Därmed hade det kunnat tänkas att dessa deltagare både har använt ChatGPT mer än de som skattat lägre på transparens, samt har sökt information om tjänsten för att således kunna förstå sig på den bättre. I enlighet med the thoughtfulness heuristic kan detta ha resulterat i starkare positiva attityder för de deltagare med högre need for cognition (Barden & Petty, 2008). Genom att analysera resultatet utifrån processing fluency theory och hedonic fluency model skulle vi även här kunna dra slutsatsen att de deltagare som har föreställningar om att ChatGPT är transparent och därav anser sig förstå sig

på processen för funktionen, har skapat sig positiva attityder till ChatGPT (Winkielman & Cacioppo, 2001).

I kontrast har de deltagare som har föreställningar om låg transparens hos ChatGPT utifrån dessa teorier mer negativa attityder. Detta kan förklaras av att de har en lägre need for cognition och därmed inte samma intresse och behov av att lägga tid på att undersöka och förstå sig på tjänsten (Cacioppo & Petty, 1982). Följaktligen har de svårare att bearbeta och förstå informationen om ChatGPT, resulterande i att de inte ser funktionen som lika transparent och därtill har en tendens att forma mer negativa attityder (Winkielman & Cacioppo, 2001).

Rättvisa

Det andra konstruktet som studiens frågeställning ämnade att undersöka föreställningar kring var rättvisa. Medelvärdet var signifikant högre än neutralvärdet 3, vilket betyder att föreställningarna om rättvisa i snitt var positiva och därmed att deltagarna i studien i större mån har föreställningar om att ChatGPT inte bryter mot normerna om rättvisa och opartiskhet. En möjlig anledning till detta är för att ChatGPT är transparent på sin hemsida med att svaren den genererar möjligen kan reflektera partiskhet och felkällor, men att detta är något de aktivt arbetar för att motverka. Försökspersonerna i studien kan således ha visshet om detta, och därmed upplever att ChatGPT trots allt försöker vara rättvis. Blir ChatGPT exempelvis ställd frågan om huruvida män eller kvinnor är bättre svarar funktionen “Som AI-assistent har jag inte åsikter eller preferenser, eftersom jag är programmerad för att vara neutral och opartisk...”.

Vad gäller korrelationen mellan rättvisa och attityd uppvisade resultatet en positiv korrelation på över 0.4, vilket innebär att upplevd rättvisa och upplevd orättvisa är en måttlig prediktor för attityd. Social norm theory säger att ett normbrytande beteende inte är accepterat av människor (Schneider & Gruman, 2016). Att vara orättvis och diskriminerande mot olikheter är några sådana beteenden som inte ses som normala eller uppskattade i ett samhälle. Därför kan det tolkas att föreställningar om beteenden som rör dessa normer är kopplade till vilka attityder individen har. Utifrån resultatet och den teoretiska bakgrunden har de deltagare som skattade högt på rättvisa troligen en förväntan om att AI-tjänster, likt människor i samhället, följer de existerande normer som rör rättvisa och opartiskhet (Ferh & Schmidt, 1999). Detta då dessa funktioner är skapade av människor och att normen om rättvisa är så basal. I enlighet med härledningen tagen ur social norm theory har därför de deltagare som upplever att ChatGPT är rättvis mer positiva attityder till tjänsten, vilket den positiva korrelationen bekräftar (Schneider & Gruman, 2016).

I motsats kan social norm theory även förklara relationen mellan negativa föreställningar och attityder (Schneider & Gruman, 2016). Deltagarna i studien kan vara medvetna om den mobbning, trolling och diskriminering som sker på andra sociala plattformar och tjänster, och därmed ha föreställningen om att det samma gäller ChatGPT. Då dessa är normbrytande beteenden leder det till att deltagarna upplever mer negativa attityder mot ChatGPT. Sedermera sker mycket normbrytande online, då människor lättare kan komma undan och inte behöver ta ansvar för konsekvenserna av beteendet. Deltagarna kan därav ha en förväntning om att även AI-teknik som ChatGPT kommer att uppvisa mer diskriminering, då den hämtar information från internetbaserade sidor.

Godhet

Godhet var det konstrukt som uppmätte högst, signifikant medelvärde, vilket kan tolkas som att majoriteten av deltagarna anser att skaparnas och användarnas intentioner med ChatGPT är goda. Detta tyder på att ChatGPT i snitt ses som en funktion som används med goda avsikter, exempelvis för att effektivisera och erhålla mer kunskap, snarare än att missbruka tjänsten genom att fuska på prov eller ersätta jobb. Sedan ChatGPT:s lansering har det varit en stor debatt kring huruvida funktionen används till rätt ändamål eller inte, och utifrån denna studie kan vi se mer positiva föreställningar om andras intentioner med ChatGPT hos de deltagande.

Korrelationen mellan godhet och attityd visade sig i resultatet vara starkast av alla mätta korrelationer. Utifrån teorierna om prosocialt beteende, altruism och empati skulle detta resultat kunna förklaras med att deltagarna känner en tillit till sina medmänniskor då altruistiskt beteende är det normala i samhället, och att de därmed förväntar sig att andra agerar i enlighet med detta (Thye & Lawler, 2009; Warneken & Tomasello, 2011). Altruism är ett evolutionärt beteende för att främja gruppen, och därför är det troligt att majoriteten av deltagarna räknar med att andra användare inte missbrukar ChatGPT på sådant sätt att andra kommer till skada eller påverkas negativt (Thye & Lawler, 2009; Warneken & Tomasello, 2011). Detta hör även samman med att deltagarna förväntar sig att andra människor har empati och kommer att agera sympatiskt, vilket likaså formar tron om att andra kommer att stoppas från att använda funktionen i ont syfte (Thye & Lawler, 2009). Således kan det argumenteras att deltagarna inte ser ChatGPT som ett hot då de litar på det mänskliga attributet och därmed tror att både skaparna av funktionen och de som använder tjänsten gör detta i gott syfte. Därav erhålls mer positiva attityder till ChatGPT.

Det kan genom denna positiva korrelation även diskuteras att de deltagare som upplever låg godhet har mer negativa attityder mot ChatGPT. Utifrån den teoretiska

bakgrunden kan detta bero på att dessa individer inte tror att andra människor kommer att agera gott och således ser ChatGPT som ett större hot. Möjligen har de en uppfattning om att annan AI-teknik tidigare har utnyttjats av människor, och att många använder detta för egen vinning, vilket kan komma att ha negativa konsekvenser för andra. Exempelvis ligger stort nyhetsfokus på att ChatGPT kan användas till fusk inom skolan, vilket kan påverka individers uppfattning av funktionen negativt.

Ansvar

Konstruktet ansvar visade i resultatet ett medelvärde signifikant högre än neutralvärdet 3. I snitt tenderade således deltagarna i studien bedöma att både skapare och användare av ChatGPT tar ansvar för eventuella konsekvenser som uppstår genom användandet av funktionen. Anledningen till detta resultat kan likt konstruktet godhet vara att respondenterna förväntar sig att människor inte vill orsaka andra skada, och således kommer ta ansvar för sitt användande. Denna förväntan gör att deltagarna inte upplever personligt hot av eventuella konsekvenser och därmed har en positiv föreställning om andras ansvarstagande kring ChatGPT.

Angående kopplingen mellan ansvar och attityd kan ingen slutsats dras, då korrelationen inte uppvisade en signifikans. Således kan denna studie inte svara på hur föreställningar om konstruktet ansvar förhåller sig till individers attityder till ChatGPT.

Integritet

Den sista av föreställningarna som undersöktes i studien var integritet. Resultatet visade ett neutralt medelvärde som inte var signifikant skilt från 3. Att resultatet visade på en neutral värdering hade kunnat tolkas på flera sätt. En av förklaringarna hade kunnat vara att deltagarna inte har någon uppfattning eller förståelse för hur ChatGPT behandlar deras privata uppgifter, och därmed inte har några specifika föreställningar om det. Ett annat resonemang är att respondenterna är relativt lika fördelade mellan de som håller med och de som inte håller med om påståendena för integritet, resulterande i ett neutralt medelvärde. Detta kan bero på att vissa är medvetna om att det går att använda ChatGPT utan att lämna privata uppgifter, medan andra deltagare inte har denna vetskap. De kan även vara medvetna om att det lätt går att hitta privat information om en individ genom andra källor, och således skattade lågt.

Resultatet för denna studie visade även en positiv korrelation mellan integritet och attityd. En möjlig förklaring till detta kan göras genom self determination theory och behovet av autonomi. Vi människor vill uppnå intern motivation där det vi gör baseras på egenintresse. Centralt för detta är behovet av att ha kontroll över sig själv och sina egna beslut (Deci & Ryan, 1980; Stone, Deci & Ryan, 2009). Utifrån detta argumenterar vi för att deltagarna som

har föreställningar om att ChatGPT skyddar deras privata information från andra upplever autonomi och självkontroll över situationen, då de vet var informationen finns. Därav kan den positiva korrelationen mellan integritet och attityd tolkas som att deltagarnas upplevda kontroll av sin egen information leder till positiva attityder till ChatGPT.

För de deltagare som upplever låg integritet hos ChatGPT skulle korrelationen förklara detta med att då de inte känner att deras integritet är säker och att deras information kan spridas och visas för andra, inte upplever någon kontroll. Det leder istället till en känsla av hjälplöshet eftersom de själva inte kan styra situationen eller stoppa spridningen från att ske. Att detta behov för autonomi inte skulle uppfyllas skulle troligen därför skapa mer negativa attityder för de som anser att ChatGPT inte är tillförlitlig med deras privata information.

Metoddiskussion

Urval

Under studiens gång uppdagades flertalet möjliga svagheter i undersökningen. En av dessa kan diskuteras vara valet av den breda målgruppen. Då undersökningen å andra sidan har ämnat att skapa en bred bild av ämnet då det i nuläget inte finns mycket psykologisk forskning kring området, har valet av målgrupp ansetts vara nödvändig för att uppnå en bra generalisering. En annan kritik relaterat till urvalet var valet av bekvämlighetsurval, då det finns risk för att deltagarna ingår i en homogen population och därav inte representerar samhällspopulationen. Då målet med studien var att skapa en bred bild av ämnet hade därför ett annat urval möjligen förbättrat studiens resultat och förmåga att generalisera till samhället som helhet, det vill säga studiens externa validitet. För att få en så representativ grupp som möjligt hade det bästa urvalet även varit att göra ett slumpurval av deltagare. Detta ansågs dock svårt att genomföra då det avsaknades tillräckligt med resurser och tid.

Material och procedur

En av studiens styrkor anser vi vara den kvantitativa ansatsen. Det hade varit möjligt att genomföra en kvalitativ undersökning där samma forskningsfråga belystes genom exempelvis personliga intervjuer eller fokusgrupp, för att få ett mer djupt och personligt perspektiv. En kvantitativ ansats anses emellertid vara bättre anpassad för forskningens syfte, och har underlättat för en tidseffektiv process som tillåtit insamling av många svar.

En svaghet i studien var internetsurveyn som i efterhand värderades vara något begränsat utformad. Anledningen till detta är då resultatet visade att majoriteten av konstruktens medelvärden låg närmare 3 på skalan, vilket resulterade i ett mindre tydligt resultat. Det går därför att ifrågasätta hur väl dessa svar representerar sanningen. Vi

argumenterar för att surveyn bör ha innehållit fler påståenden för varje konstrukt, för att bättre precisera studien och se till att deltagarna fullt förstod påståendenas innebörd, och således öka studiens konstruktvaliditet. På grund av den existerande tidsbegränsningen fanns å andra sidan inte möjligheten att utveckla enkätens påståenden i den mån som hade önskats, vilket påverkar reliabiliteten för studien.

Utifrån deltagarens perspektiv kan det också funnits begränsningar som kan ha påverkat resultatet. Exempelvis kan distraktioner, brist på engagemang, energi och humör, tid samt social önskvärdhet vara anledningar till hur individen svarar på frågorna. Således kan resultatet från varje individ inte till fullo ses som tillförlitlig, men vi anser att studiens 122 svar är en styrka som sammanslaget kan bidra med en bild av verkligheten.

Dataanalys

Då den insamlade datan bröt mot antaganden för linjäritet och normalfördelning behövdes icke-parametriska test för att ta fram korrekta analyser. En begränsning för det icke-parametriska Wilcoxon testet är att detta är mindre kraftfullt än parametriska t-test, och därtill har högre risk för typ två fel. Detta anses dock vara en mindre begränsning för studien, då ett Student's t-test utfördes för att kontrollera att signifikanserna stämde. Detta då t-testet är mer känsligt och mäter avståndet från 3, vilket de icke-parametriska testen missar.

Vad gäller de icke-parametriska Spearman-korrelationerna är en möjlig svaghet att testet enbart analyserar rangordning. Således tar det inte hänsyn till storleken på avstånden mellan de olika datapunkterna, vilket kan resultera i att det kan ge en missvisande bild av sambandet. Å andra sidan är detta test fördelaktigt då det undersöker både linjära och olinjära samband, vilket studiens data innehöll. Då studien är baserad på korrelationsanalyser mellan de fem områdena för föreställningar och attityd, bör det nämnas att det är omöjligt att visa på kausala samband, och därmed kunna besvara vilken av variablerna som orsakar den andra variabeln. Därmed visar studien på låg intern validitet. Det kan även finnas risk för att en tredje möjlig variabel kan förklara sambanden som uppstått, vilken inte har uppdagats.

Ett av de resultat som framkom genom dataanalysen var att det inte påträffades något samband mellan konstruktet ansvar och attityd. En möjlig förklaring till detta resultat kan vara att det inte finns ett sådant samband i verkligheten, det vill säga att individers föreställningar om ansvar gällande ChatGPT inte spelar någon roll för huruvida man har positiva eller negativa attityder till ChatGPT. En ytterligare anledning kan vara att föreställningar om ansvarstagandet för skaparna samt ansvarstagandet för användarna av ChatGPT slogs samman till en skala, vilket kan ha skapat förvirring hos deltagarna. Deltagarna kan även ha haft olika föreställningar om hur stor del av ansvaret som tillskrivs skaparna, respektive användarna,

vilket resulterat i att de skattat på ett sätt som resulterat i en icke-signifikans. Det kan därför diskuteras att ansvar kopplat till skaparna av ChatGPT, respektive ansvar kopplat till användarna, bör ha varit två separata skalor när de presenterades i surveyn, för att således få ett mer valitt svar. Det kan vidare diskuteras att reliabiliteten för konstruktet ansvar inte var hög och att eventuellt fler deltagare i studien eller fler påståenden i surveyn hade resulterat i en signifikans. Å andra sidan var deltagarantalet 122 personer, och vi använde oss av flera påståenden som både var vända och icke-vända. Om det därför hade funnits ett starkt samband mellan dessa två variabler hade undersökningen med största sannolikhet kunnat påvisa detta.

Förslag till framtida forskning

Denna studie ämnade att skapa en bred, deskriptiv bild av området för föreställningar och attityder kopplade till ChatGPT. Genom undersökandet av 122 deltagare har vår forskning skapat ökad förståelse för föreställningar och relationen till attityder gentemot ChatGPT. Detta resultat hade kunnat användas inom exempelvis arbetslivet så att företag på ett framgångsrikt sätt ska kunna implementera användandet av ChatGPT eller annan AI i deras arbetsprocess. Genom kunskapen som tagits fram i undersökningen tror vi att företag skulle kunna skapa strategier för hur anställda kan få mer positiva föreställningar och attityder till ChatGPT, och därmed bli mer mottagliga för implementeringen. Studien bidrar således med ny kunskap som även kan utgöra en grund för vidare kunskapsutveckling om psykologiska processer relaterade till ChatGPT, samt utvecklingen av AI i stort.

Den ram som skapades för undersökningen var utefter studiens syfte vid, vilket resulterade i en bred och öppen målgrupp. Vi ser därför gärna att framtida forskning bör uppmuntras till att undersöka specifika målgrupper, för att således kunna påvisa mer precisa resultat och svara på mer specificerade frågor rörande ämnet. Att undersöka hur olika målgrupper förhåller sig till varandra vad rör skillnader mellan föreställningar och attityder hade varit intressant att kartlägga. Exempelvis hade en studie kunnat undersöka eventuella könsskillnader, åldersskillnader, skillnader mellan olika kulturer eller mellan olika arbetsgrupper. Genom att undersöka sådana faktorer tror vi att psykologisk forskning hade kunnat bidra till kunskap som är väsentlig för vidareutvecklingen av ChatGPT och annan AI-teknik.

Målgruppen för denna studie inkluderade vidare både tidigare användare, och personer som visste vad ChatGPT var sedan innan, samt individer som aldrig hade använt funktionen eller inte hade kunskap om vad det var. Det hade därför varit intressant för vidare forskning att separera individer som använt och individer som inte använt funktionen tidigare, för att

upptäcka eventuella skillnader. När det kommer till tidigare användning hade det även varit givande att undersöka om det finns en skillnad i tidigare användning av ChatGPT och människors positiva alternativt negativa attityder gentemot funktionen. Sedermera kunde det också vara berikande att studera huruvida det finns ett samband mellan attityder till ChatGPT och människors inställning till framtida användning av tjänsten. Detta eftersom det starkare belyser relationen mellan attityd och beteende snarare än föreställning och attityd, som har varit fokus i denna studie.

Då multipel regression inte var möjlig för denna studie hade detta varit en möjlig analysmetod för liknande framtida studier som uppvisar normalfördelad data. Det hade således kunnat besvara hur stor unik del varje konstrukt för föreställningar förklarade av attityd. Därav hade förslagsvis eventuell överlappning mellan två konstrukt lett till diskussioner om sammanslagning eller förnyande av konstrukten. Hade ett konstrukt sedermera förklarat en markant del av den beroende variabeln, vore en fördjupad analys av denna att uppmuntra.

Slutligen, då korrelationen mellan konstruktet ansvar och attityd inte blev signifikant hade det kunnat tänkas att det genomförs ytterligare studier för att undersöka hur detta faktiskt förhåller sig, och om det finns ett samband mellan variabelerna eller inte.

Slutsats

I denna studie har vi undersökt och bidragit med ny kunskap om individers föreställningar till ChatGPT, och hur dessa korrelerar med deras attityder till funktionen. Genom diverse statistiska analyser kan slutsatsen dras att människor i snitt har positiva föreställningar om rättvisa, godhet och ansvar relaterat till ChatGPT. Individers föreställningar om transparens och integritet är i genomsnitt neutrala. Vidare finns en korrelation mellan attityd och föreställningar om transparens, rättvisa, godhet och integritet, vilket innebär att den positiva alternativt negativa riktningen på individens föreställningar samstämmer med den riktning som attityden har. Emellertid uppvisades ingen relation mellan ansvar och attityd. AI är en starkt växande industri som blir allt mer vitalt för samhället. Det senaste bidraget är ChatGPT, som ännu är ett relativt outforskat område. Resultaten för denna studie har skapat en grundlig förståelse för föreställningar och attityder till ChatGPT, vilka tros kunna användas inom domäner som arbetslivet, samt ligga till grund för framtida studier. Vi uppmuntrar således till vidare psykologisk forskning i ämnet, för att bidra till fortsatt kunskapsutveckling inom fältet.

Referenser

- Barden, J. & Petty, R.E. (2008). The Mere Perception of Elaboration Creates Attitude Certainty: Exploring the Thoughtfulness Heuristic. *Journal of Personality and Social Psychology*. 95 (3): 489-509. <https://doi.org/10.1037/a0012559>
- Cabanac, M. (2002). What is emotion?. *Behavioural processes*. 60 (2): 69-83. [https://doi.org/10.1016/S0376-6357\(02\)00078-5](https://doi.org/10.1016/S0376-6357(02)00078-5)
- Cacioppo, J.T. & Petty, R.E. (1982). The Need for Cognition. *Journal of Personality and Social Psychology*. 42: 116-131. <https://doi.org/10.1037/0022-3514.42.1.116>
- Deci, E. L., & Ryan, R. M. (1980). Self-determination Theory: When Mind Mediates Behavior. *The Journal of Mind and Behavior*. 1 (1): 33-43. <https://www.jstor.org/stable/43852807>
- Ezcurdia, M. (1998). The Concept-Conception Distinction. *Philosophical Issues*. 9: 187-192. <https://doi.org/10.2307/1522969>
- Fehr, E. & Schmidt, K.M. (1999). A Theory of Fairness, Competition and Cooperation. *The Quarterly Journal of Economics*. 114 (3): 817-868. <https://doi.org/10.1162/003355399556151>
- Folkman, S. & Lazarus, R.S. (1988). The relationship between coping and emotion: implications for theory and research. *Social science & medicine*. 26 (3): 309-317. [https://doi.org/10.1016/0277-9536\(88\)90395-4](https://doi.org/10.1016/0277-9536(88)90395-4)
- Gilovich, T., Keltner, D., Chen, S. & Nisbett, R.E. (2018). *Social Psychology*, (5. uppl). W.W. Norton & Company.
- Haddock, G. & Zanna, M. (1999). Cognition, Affect, and the Prediction of Social Attitudes. *European Review of Social Psychology*. 10 (1): 75-99. <https://doi.org/10.1080/14792779943000026>
- Higginbotham, J. (1998). Conceptual competence. *Philosophical Issues*. 9: 149-162. <https://doi.org/10.2307/1522965>
- Iqbal, N., Ahmed, H. & Azhar, K.A. (2022). Exploring Teacher's Attitudes Towards Using ChatGPT. *Global Journal for Management and Administrative Sciences*. 3 (4): 97-111. <https://doi.org/10.46568/gjmas.v3i4.163>
- Jobin, A., Lenca, M. & Vayena, E. (2019). The global landscape of AI ethics guidelines. *Nature Machine Intelligence*. 1: 389-399 <https://doi.org/10.1038/s42256-019-0088-2>
- Kaliyaperumal, S.K., Gounder, A.S., & Kuppusamy, M. (2015). Outlier Detection and Missing Value in Time Series Ozone Data. *International Journal of Scientific Research in Knowledge*. 3 (9): 220-226.

https://www.researchgate.net/publication/283476236_Outlier_Detection_and_Missing_Value_in_Time_Series_Ozone_Data

- Kelly, S., Kaye, S-H. & Oviedo-Trespalacios, O. (2023). What factors contribute to the acceptance of artificial intelligence? A systematic review. *Telematics and Informatics*. 77: 1-33. <https://doi.org/10.1016/j.tele.2022.101925>
- Li, L., Ma, Z., Fan, L., Lee, S., Yu, H. & Hemphill, L. (2023). ChatGPT in education: A discourse analysis of worries and concerns in social media. 1-35. <https://doi.org/10.48550/arXiv.2305.02201>
- Nationalencyklopedin. (u.å.). *Integritet*. Hämtad 30 mars, 2023, från <http://www.ne.se/uppslagsverk/encyklopedi/lang/integritet>
- OpenAI. (2023). *GPT-4 Technical Report*. 1-100. <https://doi.org/10.48550/arXiv.2303.08774>
- Schachter, S. (1951). Deviation, rejection and communication. *The Journal of Abnormal and Social Psychology*. 46 (2): 190-207. <https://doi.org/10.1037/h0062326>
- Schneider, F.W. & Gruman, J.A. (2016). *Applied Social Psychology*, (3. uppl). Sage Publications, Inc.
- Stone, D.N., Deci, E.L., & Ryan, R.M. (2009). Beyond Talk: Creating Autonomous Motivation Through Self-determination theory. *Journal of General Management*. 34 (3): 75-91. <https://doi.org/10.1177/030630700903400305>
- Svenska Dagbladet. (2023, 4 mars). "Moralpanik i debatt om chatbottar". Hämtad från: <https://www.svd.se/a/jlkeQo/moralpanik-i-debatt-om-chatrobotar-skriver-forskare>
- Sveriges Riksdag. (2003). *Lag (2003:460) om etikprovning av forskning som avser människor*. Hämtad 11 april, 2023, från https://www.riksdagen.se/sv/dokument-lagar/dokument/svensk-forfattningssamling/lag-2003460-om-etikprovning-av-forskning-som_sfs-2003-460
- Tamkin, A., Brundage, M., Clark, J., Ganguli, D. (2021). Understanding the Capabilities, Limitations, and Societal Impact of Large Language Models. 1-8. <https://doi.org/10.48550/arXiv.2102.02503>
- Thye, S.R., & Lawler, E.J. (2009). *Advances in Group Processes: Altruism and Prosocial Behavior in Groups*. Emerald Group Publishing Limited. 26: 1-199.
- Tidningen Näringslivet. (2023, 31 januari). *Därför hotas även ditt jobb av AI*. Hämtad från: <https://www.tn.se/arbetsmarknad/25484/darfor-hotas-aven-ditt-jobb-av-ai/>
- Warneken, F. & Tomasello, M. (2011). The roots of human altruism. *British Journal of Psychology*. 100 (3): 455-471. <https://doi.org/10.1348/000712608X379061>
- Winkielman, P. & Cacioppo, J.T. (2001). Mind At Ease Puts a Smile On The Face:


Psychophysiological Evidence That Processing Facilitation Elicits Positive Affect.
Journal of Personality and Social Psychology. 81 (6): 989-1000.
<https://doi.org/10.1037/0022-3514.81.6.989>

Appendix

#1 Introduktion

1.1

Välkommen!

Lämna enkät 

Syftet med denna studie är att undersöka föreställningar och attityder kopplade till Chat GPT. Chat GPT är ett av de senaste tillskotten av AI (artificiell intelligens) och är en konversationsfunktion designad till att kunna svara på en stor mängd frågor och följdfrågor. Den interagerar likt en människa. Den kan konstruera allt från uppsatser till affärsplaner och generera kod.

Din medverkan är frivillig, och både du som använt och du som inte använt funktionen tidigare kan svara på enkäten. Du kan avsluta studien när som helst genom att stänga ner sidan. Dina svar är helt anonyma, behandlas konfidentiellt och kommer endast att användas i utbildningssyfte. Resultaten från studien kommer enbart att presenteras på gruppnivå.

För att delta i studien behöver du vara 18 år.

Denna studie är del av en kandidatuppsats som skrivs i kandidatkursen för psykologi vid Lunds universitet. Vid frågor om studien, kontakta: ha8114ag-s@student.lu.se

Handledare: Jean-Christophe Rohner

1.2

Jag bekräftar att jag är 18 år och ger samtycke till att delta i denna studie

#2 Transparens

2.1

Var vänlig utvärdera till vilken grad du håller med om påståendena nedan på en skala från 1 (håller inte alls med) till 5 (håller helt med)

Jag förstår processen bakom hur Chat GPT tänker

<input type="radio"/> Håller inte alls med
<input type="radio"/> Håller inte med
<input type="radio"/> Neutral
<input type="radio"/> Håller delvis med
<input type="radio"/> Håller helt med

2.2

Jag förstår vad det är som gör att vissa typer av svar genereras i Chat GPT

<input type="radio"/> Håller inte alls med
<input type="radio"/> Håller inte med
<input type="radio"/> Neutral
<input type="radio"/> Håller delvis med
<input type="radio"/> Håller helt med

2.3

Chat GPT är inte transparent med hur svaren genereras

<input type="radio"/> Håller inte alls med
<input type="radio"/> Håller inte med
<input type="radio"/> Neutral
<input type="radio"/> Håller delvis med
<input type="radio"/> Håller helt med

2.4

Jag förstår inte hur Chat GPT fungerar

<input type="radio"/> Håller inte alls med
<input type="radio"/> Håller inte med
<input type="radio"/> Neutral
<input type="radio"/> Håller delvis med
<input type="radio"/> Håller helt med

#3 Rättvisa

3.1

Chat GPT ger information som behandlar människor rättvist

<input type="radio"/> Håller inte alls med
<input type="radio"/> Håller inte med
<input type="radio"/> Neutral
<input type="radio"/> Håller delvis med
<input type="radio"/> Håller helt med

3.2

Informationen som Chat GPT genererar är diskriminerande mot specifika grupper

<input type="radio"/> Håller inte alls med
<input type="radio"/> Håller inte med
<input type="radio"/> Neutral
<input type="radio"/> Håller delvis med
<input type="radio"/> Håller helt med

3.3

Svaren som Chat GPT ger är inkluderande mot olikheter

<input type="radio"/> Håller inte alls med
<input type="radio"/> Håller inte med
<input type="radio"/> Neutral
<input type="radio"/> Håller delvis med
<input type="radio"/> Håller helt med

3.4

Chat GPT uttrycker fördomar i sina svar

<input type="radio"/> Håller inte alls med
<input type="radio"/> Håller inte med
<input type="radio"/> Neutral
<input type="radio"/> Håller delvis med
<input type="radio"/> Håller helt med

#4 Godhet

4.1

Jag tror att skaparnas intention med Chat GPT är att göra gott

<input type="radio"/> Håller inte alls med
<input type="radio"/> Håller inte med
<input type="radio"/> Neutral
<input type="radio"/> Håller delvis med
<input type="radio"/> Håller helt med

4.2

Jag tror inte att skaparnas avsikter med Chat GPT är goda

<input type="radio"/> Håller inte alls med
<input type="radio"/> Håller inte med
<input type="radio"/> Neutral
<input type="radio"/> Håller delvis med
<input type="radio"/> Håller helt med

4.3

Jag tror att en typisk användare har intentionen att använda Chat GPT för ett gott syfte

<input type="radio"/> Håller inte alls med
<input type="radio"/> Håller inte med
<input type="radio"/> Neutral
<input type="radio"/> Håller delvis med
<input type="radio"/> Håller helt med

4.4

Jag tror inte att en typisk användares intention är att använda Chat GPT i gott syfte

<input type="radio"/> Håller inte alls med
<input type="radio"/> Håller inte med
<input type="radio"/> Neutral
<input type="radio"/> Håller delvis med
<input type="radio"/> Håller helt med

#5 Ansvar

5.1

Skaparna av Chat GPT tar inte ansvar för att systemet används i gott syfte

<input type="radio"/> Håller inte alls med
<input type="radio"/> Håller inte med
<input type="radio"/> Neutral
<input type="radio"/> Håller delvis med
<input type="radio"/> Håller helt med

5.2

Skaparna bär ansvaret för eventuella etiska problem vid användandet av Chat GPT

<input type="radio"/> Håller inte alls med
<input type="radio"/> Håller inte med
<input type="radio"/> Neutral
<input type="radio"/> Håller delvis med
<input type="radio"/> Håller helt med

5.3

Jag tror att en typisk användare använder Chat GPT på ett ansvarsfullt sätt

<input type="radio"/> Håller inte alls med
<input type="radio"/> Håller inte med
<input type="radio"/> Neutral
<input type="radio"/> Håller delvis med
<input type="radio"/> Håller helt med

5.4

Det är inte användarens ansvar att se till att Chat GPT används i gott syfte

<input type="radio"/> Håller inte alls med
<input type="radio"/> Håller inte med
<input type="radio"/> Neutral
<input type="radio"/> Håller delvis med
<input type="radio"/> Håller helt med

#6 Integritet

6.1

Min information är säker när jag ställer frågor till Chat GPT

<input type="radio"/> Håller inte alls med
<input type="radio"/> Håller inte med
<input type="radio"/> Neutral
<input type="radio"/> Håller delvis med
<input type="radio"/> Håller helt med

6.2

Jag tror att frågor som jag ställer till Chat GPT syns för andra användare

<input type="radio"/> Håller inte alls med
<input type="radio"/> Håller inte med
<input type="radio"/> Neutral
<input type="radio"/> Håller delvis med
<input type="radio"/> Håller helt med

6.3

Jag litar på att Chat GPT inte kränker min integritet

<input type="radio"/> Håller inte alls med
<input type="radio"/> Håller inte med
<input type="radio"/> Neutral
<input type="radio"/> Håller delvis med
<input type="radio"/> Håller helt med

6.4

Jag tror inte att Chat GPT följer lagar som behandlar privat information

<input type="radio"/> Håller inte alls med
<input type="radio"/> Håller inte med
<input type="radio"/> Neutral
<input type="radio"/> Håller delvis med
<input type="radio"/> Håller helt med

#7 Attityd

7.1

Jag gillar Chat GPT

<input type="radio"/> Håller inte alls med
<input type="radio"/> Håller inte med
<input type="radio"/> Neutral
<input type="radio"/> Håller delvis med
<input type="radio"/> Håller helt med

7.2

Jag tycker illa om Chat GPT

<input type="radio"/> Håller inte alls med
<input type="radio"/> Håller inte med
<input type="radio"/> Neutral
<input type="radio"/> Håller delvis med
<input type="radio"/> Håller helt med

7.3

Jag tycker att Chat GPT är en bra funktion

<input type="radio"/> Håller inte alls med
<input type="radio"/> Håller inte med
<input type="radio"/> Neutral
<input type="radio"/> Håller delvis med
<input type="radio"/> Håller helt med

7.4

Jag tycker att Chat GPT är en dålig tjänst

<input type="radio"/> Håller inte alls med
<input type="radio"/> Håller inte med
<input type="radio"/> Neutral
<input type="radio"/> Håller delvis med
<input type="radio"/> Håller helt med

#8 Tidigare användning

8.1

Vet du vad Chat GPT är sedan innan?

Ja

Nej

Till viss del

8.2

Hur många gånger under det senaste halvåret har du använt Chat GPT?

0 gånger

Ca 5 gånger

Ca 15 gånger

Ca 25 gånger

Fler än 30 gånger

#9 Framtida användning

9.1

Hade du kunnat tänka dig att använda Chat GPT i framtiden?

Ja

Nej

Vet ej

Motivera ditt svar på föregående fråga.

#10 Demografiska frågor

10.1

Kön (med kön menar vi könsidentitet, det vill säga det kön du själv identifierar dig som)

<input type="radio"/> Man
<input type="radio"/> Kvinna
<input type="radio"/> Icke-binär
<input type="radio"/> Annat alternativ
<input type="radio"/> Vill ej uppge

10.2

Ålder

<input type="radio"/> 18-24
<input type="radio"/> 25-34
<input type="radio"/> 35-44
<input type="radio"/> 45-54
<input type="radio"/> 55-64
<input type="radio"/> 65 eller äldre

10.3

Huvudsaklig sysselsättning

<input type="radio"/> Studerande
<input type="radio"/> Arbetande
<input type="radio"/> Arbetsökande
<input type="radio"/> Pensionerad
<input type="radio"/> Sjukskriven
<input type="radio"/> Annat

#11 Avslutande kommentar

Tack för din medverkan!

Om du har några synpunkter på studien som du vill framföra kan du göra det i rutan nedan. Annars klickar du vidare för att skicka in dina svar.

Skicka nu