



**JMG – INSTITUTIONEN FÖR
JOURNALISTIK, MEDIER OCH
KOMMUNIKATION**

MELLAN NYTTA OCH MOTARBETAD MÄNSKLIGHET

En kvalitativ intervjustudie av målgruppen
millennials användning och upplevelse av AI-
verktyget ChatGPT i vardagen

Av Emelie Andersson

Uppsats/Examensarbete:	15 hp
Program och/eller kurs:	Medie- och kommunikationsvetenskap, fördjupningskurs
Nivå:	Grundnivå
Termin/år:	Ht 2025
Handledare:	Jenny Wiik
Kursansvarig:	Malin Svenningsson

Förord

Jag vill rikta ett särskilt tack till mina respondenter för er medverkan och generositet i att dela med er av tankar och erfarenheter. Jag vill även tacka min handledare Jenny Wiik för vägledning och stöd med att komma till insikter under arbetets gång.

Abstract

Uppsats/Examensarbete:	15 hp
Program och/eller kurs:	Medie- och kommunikationsvetenskap, fördjupningskurs
Nivå:	Grundnivå
Termin/år:	Ht 2025
Handledare:	Jenny Wiik
Kursansvarig:	Malin Svenningsson
Sidantal:	69
Antal ord:	19292
Nyckelord:	ChatGPT, AI-chattbotar, millennials, Uses and Gratifications, Computers Are Social Actors (CASA), The Uncanny Valley, Human-Computer-Interaction, Human-AI-Interaction, kvalitativa intervjuer

Syfte: Att fördjupa förståelsen för hur målgruppen millennials använder och upplever AI-verktyget ChatGPT i vardagen.

Teori: Uses and Gratifications, Computers Are Social Actors (CASA) och The Uncanny Valley.

Metod: Kvalitativa intervjuer, semistrukturerade.

Material: Fem kvalitativa intervjuer i målgruppen millennials.

Resultat: Resultatet visar att nytto-baserade gratifikationer utgjorde den viktigaste motivationen för målgruppen att använda ChatGPT i vardagen. Dessa var *tidsbesparande*, *bearbetning av befintligt material*, *informationssökande* och *kreativitet*. Näst viktigast var teknologiska gratifikationer som *bekvämlighet*, *användarkontroll*, *anpassning* och *nyhet*, följt av den nöjesbaserade gratifikationen *utforska fritidsintressen* och den sociala gratifikationen *tolka och simulera sociala interaktioner*. Användningen av ChatGPT var förenad med flera problem och risker så som falsk eller ytlig information och en försämrad kognitiv och kreativ förmåga. Resultatet visade att ChatGPT i viss mån upplevdes och behandlades som en *social aktör* genom

användandet av vissa sociala regler och placering i mänskliga kategorier. ChatGPT uppfattades inte kunna ge känslomässigt stöd i någon betydande grad vilket även var en funktion som respondenterna tog avstånd från. ChatGPT upplevdes som högst människolik vilket var kopplat till frustration, irritation och vissa obehagskänslor. Respondenterna föredrog en tydligt robotliknande kommunikation från ChatGPT. Sammantaget användes ChatGPT i första hand som ett verktyg för att utföra praktiska uppgifter i vardagen, framför allt inom arbete och studier, och respondenterna upprätthöll en tydlig gräns mellan människa och maskin genom att göra sig medvetna om sina egna reaktioner och motarbeta människoliknande kommunikation från ChatGPT.

Executive summary

AI-chatbots such as ChatGPT has rapidly become an integrated part of people's everyday lives and the number of active users is increasing both globally and in a Swedish context. AI-chatbots are different from previous media technologies in their interactive design and humanlike communication. While AI-chatbots are known for facilitating many tasks in work life, studies and leisure activities, questions are being raised about AI-chatbots' potential to replace human social interactions and creativity, and experts are warning about blindly trusting AI-chatbots in providing information and making decisions. Research has defined *millennials* as a generation expected to be highly affected by the development of AI-chatbots while also having a role in shaping these technologies. The purpose of this study is to examine millennials' uses and experiences of ChatGPT in their everyday lives. Through the theoretical lens of *Uses and Gratifications* the study attempts to answer the first research question "*What gratifications motivates millennials use of ChatGPT in their everyday lives?*". The study also moves beyond the field of media and communication by applying theories such as *Computers Are Social Actors (CASA)* and *The Uncanny Valley* which originate from the research fields of Human-Computer-Interaction (HCI) and Human-AI-Interaction (HAI). Through this approach, the study seeks to understand the experiences of ChatGPT in relation to its humanlike and interactive properties and answer the second research question; "*How do millennials perceive and manage the boundary between human and machine in their interaction with ChatGPT?*". Through qualitative semi structured interviews, this study aims to address a research gap in a Swedish context with a focus on the everyday uses and experiences of ChatGPT. Most previous studies consist of quantitative methods, focusing on specific life contexts with participants mainly from Asia or the USA.

The results show that millennials primarily use ChatGPT for practical tasks motivated by *utilitarian gratifications* with the specific gratifications *time saving, processing existing material, information seeking and creativity*. *Technological gratifications* arising from ChatGPT's specific affordances are also considered important with gratifications such as *convenience, user control, user profiling and novelty*. *Hedonic gratifications* are seen as a less central use identifying the gratification *exploring leisure interests*. *Social gratifications* are found to be the least influential with participants taking a clear stance toward ChatGPT being used for social companionship. One social gratification was discovered: *interpreting and*

simulating social interactions. The findings support previous research identifying utilitarian gratifications as the most important, while attributing somewhat greater importance to technological gratifications than previously reported and less significance to hedonic and social gratifications. The findings also largely support previous research showing that people treat and perceive media technologies according to social rules like politeness and sometimes apply human categories to them such as gender, ethnicity and personality with ChatGP often perceived to be male, white and have a submissive, nice and pleasing personality that could encourage dangerous decisions. The study strongly contradicts previous research claiming that sharing personal information to ChatGPT can result in the same kind of emotional support as to another human. In line with previous research this study found that people generally experience ChatGPT as strongly humanlike which sometimes could result in feelings of creepiness connected to *The Uncanny Valley theory*, especially regarding false information from ChatGPT. Unfulfilled expectations of humanlike behavior were, contradictory to previous research, not connected to feelings of creepiness but rather to amusement. The study showed a clear preference for a robotlike and mechanical communication style from ChatGPT which aligns with previous research on how people prefer to interact with robots. All this indicates a strong separation between human and machine in the interaction with ChatGPT. While the millennials in this study express a largely unproblematic use of ChatGPT in regard to themselves they raise concerns about more vulnerable groups and societal risks such as false information, collection of data, environmental impacts and a potential decline in personal cognitive and creative abilities.

Innehållsförteckning

1 Inledning	1
1.1 Introduktion	1
1.2 Syfte och frågeställningar	2
2 Bakgrund	3
2.1 Vad är ChatGPT?	3
2.2 Varför Millennials?	4
2.3 Forskningsöversikt	5
2.3.1 Inomvetenskaplig relevans och forskningslucka	5
2.3.2 Motiv till användningen av AI-chattbotar	5
2.3.3 Upplevelsen av interaktionen med AI-chattbotar	7
3 Teori	9
3.1 Uses and gratifications	9
3.1.1 Teorins utveckling	9
3.1.2 Gratifikationer i en AI-kontext	11
3.2 Computers Are Social Actors (CASA)	12
3.2.1 Teorins utveckling	12
3.2.2 CASA-teorin i en AI-kontext	13
3.3 The Uncanny Valley	14
3.3.1 Teorins utveckling	14
3.3.2 The Uncanny Valley i en ChatGPT-kontext	15
4 Metod	17
4.1 Kvalitativ metodansats och semistrukturerade intervjuer	17
4.2 Utformning av intervjuguide	18
4.3 Urval och avgränsningar	18
4.4 Respondentöversikt	19
4.5 Genomförande av intervjuer	20
4.6 Bearbetning och analys av intervjuer	21
4.7 Reflektion kring studiens metodologiska kvalitet	22
5 Resultat och Analys	25
5.1 Vilka gratifikationer motiverar målgruppen millennials användning av ChatGPT i vardagen?	25
5.1.1 Nyttobaserade gratifikationer	25
5.1.2 Teknologiskt baserade gratifikationer	35
5.1.3 Nöjesbaserade gratifikationer	40
5.1.4 Sociala gratifikationer	42
5.1.5 Slutsats	44

5.2 Hur upplever och hanterar millennials gränsen mellan människa och maskin i interaktionen med ChatGPT?	46
5.2.1 Användande av sociala regler.....	46
5.2.2 Placering i mänskliga kategorier	50
5.2.3 Personligt delande och känslomässigt stöd	53
5.2.4 Upplevd människolikhet.....	55
5.2.5 Obehagskänslor	56
5.2.6 Föredragen kommunikationsstil	59
5.2.7 Slutsats	60
6 Diskussion	62
6.1 Reflektion kring resultatet	62
6.1.1 Övåntade upptäckter.....	63
6.2 Reflektion kring arbetet med studien	64
6.3 Förslag på vidare forskning	65
7 Referenser	66
Bilaga 1	70

1 Inledning

1.1 Introduktion

Användningen av generativa AI-verktyg har ökat markant i Sverige under år 2025 (Statistiska Centralbyrån, 2025). Enligt Statista (2025a) använder 21 procent dagligen AI-verktyg inom studier, arbete eller på fritiden. Det överlägset mest populära AI-verktyget i Sverige är ChatGPT som används av drygt var tredje svensk (Internetstiftelsen, u.å.) och globalt har ChatGPT omkring 700 miljoner aktiva användare (OpenAI, 2025a). Majoriteten av AI-användare ställer numera frågor till AI-verktyg i stället för att googla (Internetstiftelsen, u.å.). Förutom informationssökning används AI-verktyg till allt från generering av text, bild, kod och ljud till vardagsplanering. AI-verktyg har även visat sig kunna fungera som en läkare, psykolog, teknisk supporter, diskussionspartner eller ett socialt sällskap. Utvecklingen och användningen accelererar i ett snabbt tempo och påverkar våra vanor och vårt sätt att leva. Inom medie-och samhällsdebatten lyfts frågor som AI-verktygens förmåga att ersätta sociala relationer och mänsklig kreativitet (SVT, 2025a) och experter varnar för att ett intensivt användande av AI-chattbotar kan utlösa så kallad "AI-psykos" hos sårbara individer där en överdriven tillit till AI-verktyg kan leda till beslut som är farliga för individen (SVT, 2025b). Andra delar av debatten rör sårbarheten för falsk information och manipulation (Sundar & Liao, 2023: 173), integritetsrisker med AI-chattbotarnas datainsamling (Pang m.fl., 2025: 16) samt klimatpåverkan där den globala AI-användningen uppskattas motsvara samma mängd vattenkonsumtion som hela Danmark och en prompt till ChatGPT kräver tio gånger mer elektricitet än en googling (UNEP, 2025). Mot denna bakgrund är det relevant att undersöka vad människor gör med AI-chattbotar, vad som motiverar användningen och hur interaktionen mellan människor och AI upplevs. Det är dessutom ett fenomen som är i sin tidiga utveckling och därmed ett forskningsämne som är relativt nytt och outforskat.

Denna studie fokuserar på *millennials* användning av ChatGPT, en målgrupp som förväntas påverkas av AI-verktygens utveckling i hög grad och även bidra till utformningen av dessa (Savin m.fl., 2024: 225). Genom teorin *Uses and Gratifications* (Ruggiero, 2000; Sundar & Limperos, 2013) undersöks målgruppens motiv till att använda ChatGPT i vardagen. Forskningen har hittills visat att användningen främst motiveras av nyttorelaterade aspekter

men att även nöje, teknologiska förutsättningar och sociala aspekter har betydelse (Xie m.fl., 2024: 613). ChatGPT skiljer sig från tidigare medieteknologier i och med att användare inte själva behöver leta information från olika källor utan kan ha en dialogformad kommunikation med ett verktyg som tillgodoser deras behov på ett personligt och tillmötesgående sätt. Människor har en inneboende tendens till *antropomorfism* vilket innebär att spontant tillskriva icke-mänskliga objekt mänskliga egenskaper, så som att höra röster i vinden eller se människoansikten i naturformationer (Guthrie, 2025). Hur upplever människor interaktionen med en medieteknologi som i hög grad kommunicerar som en människa och vad har det för betydelse för hur verktyget används? För att fånga dessa aspekter tar den här studien ett kliv utanför det medie-och kommunikationsvetenskapliga fältet och kompletterar med teorier som *Computers Are Social Actors* (Nass m.fl., 1994: 72) och *The Uncanny Valley* (Mori, 1970/2012: 98), teorier som tillhör forskningsområdena Human-Computer-Interaction och Human-AI-Interaction. Forskningen inom dessa områden visar att människor tenderar att uppfatta och behandla AI-chattbotar som *sociala aktörer* (Xu m.fl., 2022: 1) men att en för hög människolikhet kan framkalla obehagskänslor (Hyun Baek & Kim, 2023: 10). Denna studie bidrar med ökad kunskap och fördjupad förståelse för svenska millennials vardagliga användning och upplevelse av ChatGPT, såväl på fritiden som i arbete och studier då tidigare forskning främst har fokuserat på specifika användningsområden och genomförts med deltagare från USA eller asiatiska länder.

1.2 Syfte och frågeställningar

Syftet med denna studie är att öka kunskapen om målgruppen millennials användning och upplevelse av AI-verktyget ChatGPT i vardagen samt att förstå vad verktyget fyller för funktion för målgruppen. Frågeställningarna som presenteras nedan har växt fram och preciserats utifrån teori och tidigare forskning.

1. Vilka gratifikationer motiverar målgruppen millennials användning av ChatGPT i vardagen?
2. Hur upplever och hanterar millennials gränsen mellan människa och maskin i interaktionen med ChatGPT?

2 Bakgrund

2.1 Vad är ChatGPT?

ChatGPT lanserades av det privata företaget OpenAI den 30 november år 2022 och är en AI-agent som har tränats på en omfattande mängd information på internet (OpenAI, 2022).

Träningsdatan har samlats in via användares konversationer, mänskliga AI-tränare, forskare eller samarbeten med tredje part (OpenAI, 2025b). ChatGPT har lärt sig hur ord och andra tecken är placerade i olika sammanhang och kan därför förutsäga det mest sannolika svaret. Enligt OpenAIs beskrivning kan ChatGPT, utifrån användares skriftliga eller muntliga instruktioner, vanligen kallat *promptar*, bland annat hjälpa till med att söka och sammanfatta information, skriva texter, skapa bilder, generera och felsöka kod, utforska idéer, automatisera repetitiva uppgifter och analysera data. ChatGPT filtrerar bort oönskad information så som hatpropaganda, vuxeninnehåll och personuppgifter som inte rör kända personer. Den senaste gratisversion av ChatGPT heter GPT-5.1 och innehåller uppdateringar i form av ett varmare, följsammare och mer personligt anpassat språk (OpenAI, 2025c). Förutom gratisversionen finns även flera betalversioner av ChatGPT som erbjuder utökade och förbättrade funktioner till privatpersoner såväl som företag. ChatGPT är tillgängligt för alla med internetuppkoppling och kan idag betraktas som en djupt integrerad del av människors digitala liv, både privat som inom arbetsliv och studier (Statista, 2025b).

Trots fördelar med verktyget finns flera problem och risker som har påtalats av forskare så väl som av OpenAI själva. OpenAI (2022) förklarar att ChatGPT inte kan avgöra vad som är sant eftersom ChatGPT endast genererar det mest sannolika svaret utifrån datan som den har tränats på. Därför händer det ibland att ChatGPT ger felaktiga och osammanhängande svar. Sundar och Liao (2023: 173) understryker denna tendens genom att påvisa hur ChatGPT vid instruktioner om att definiera en teoretisk modell gav ett felaktigt, men högst trovärdigt, svar ett flertal gånger trots upprepade tillrättavisningar. De menar att ChatGPT utmärker sig från tidigare generativa språkmodeller då den har tränats på ett omfattande material och specifika uppgifter vilket har resulterat i en hög kompetens och ett högst verklighetstroget mänskligt språk. Detta riskerar att lura användare att hålla ChatGPTs svar som sanna utan att förhålla sig källkritiskt. Motoki m.fl. (2024: 3) påtalar att ChatGPT reproducerar *bias*, systematisk

partiskhet, kopplat till politisk orientering, religion, kön och etnicitet. Enligt dem kan detta bero på att ChatGPT baserar sina svar på de perspektiv som är vanligast i träningsdatan, att utvecklarna eventuellt reproducerar sina egna utgångspunkter, eller att algoritmerna förstärker redan existerande bias i datamaterialet (Motoki m.fl., 2024: 20). Vissa forskare menar att ChatGPTs genomslag har lett till negativa sociala konsekvenser i människors vardag. Millard m.fl. (2024: 1765) har funnit att användningen av AI-chattbotar kan minska de sociala interaktionerna med kollegor på arbetsplatsen, särskilt för yrkesgrupper som spenderar mycket tid framför datorn, exempelvis statistiker och programmerare. Enklare frågor som tidigare ställdes till erfarna kollegor riktas i allt högre grad till ChatGPT vilket leder till att den naturliga sociala interaktionen och det interpersonella stödet på arbetsplatsen ofta går förlorade. Detta kan även leda till att nyanställda inte får chans att utveckla viktiga sociala färdigheter. Millard m.fl. (2024: 1765) påtalar att denna tendens sannolikt förekommer även i andra arbetsgrupper och sammanhang.

2.2 Varför Millennials?

Generationer är en lins som ofta används inom forskning för att mäta och analysera hur individer med olika erfarenheter under livscykeln upplever fenomen i omvärlden (Dimock, 2019). Denna studie fokuserar på individer födda mellan åren 1981-1996, även kallade *millennials* eller *generation Y*. Schulz m.fl. (2019: 3-4) framför att millennials är en av de mest undersökta generationerna i medie-och kommunikationsvetenskaplig forskning. De har växt upp under det tidiga 2000-talet och är den första generationen som har vuxit upp med digitala medieteknologier under deras formativa ungdomsår. Millennials medieanvändning präglas av en hög digital kunnighet och en hög digital medieanvändning. Något som utmärker millennials i relation till yngre generationer är att de ofta har ett minne av tiden före internet och digitala medier. Till skillnad från yngre generationer har millennials tidigt i livet behövt anpassa sig till digitala mediers inträde i samhället (Dimock, 2019). De har en tendens att konsumera medier på multipla plattformar och en förmåga att växla mellan digitala och traditionella medier på ett flexibelt sätt då de är bekväma i båda dessa världar (Schulz m.fl., 2019: 3-4). Vidare har millennials generellt en hög acceptans för nya medieteknologier och deras beteende på internet motsvarar i hög grad genomsnittsbefolkningens (Gupta m.fl., 2025: Schulz m.fl., 2019: 21). Millennials är även den generation som, tillsammans med den yngre *generation Z*, förutspås kommer att påverkas mest av implementeringen av AI-verktyg i

arbetsliv och studier samt sannolikt även kommer vara delaktiga i utformningen av dessa (Savin m.fl., 2024: 225)

2.3 Forskningsöversikt

2.3.1 Inomvetenskaplig relevans och forskningslucka

Människors användning av AI-chattbotar är ett relativt ungt men växande forskningsområde. Studier inom medie- och kommunikationsvetenskap kombinerar ofta teorin om *Uses and gratifications* med mer tekniskt orienterade teorier samt forskningsområden som systemvetenskap, informationssystem och kognitionspsykologi. Dessa studier genomförs ofta inom specifika sammanhang, exempelvis utbildning (Lee m.fl., 2025; Stöhr m.fl., 2024), hälsa (Esmaeilzadeh m.fl., 2025) eller fritid (Li m.fl., 2025). Upplevelsen av interaktionen med AI-verktyg är även ett etablerat forskningsområde inom Human-AI Interaction (HAI) med rötter i Human-Computer Interaction (HCI) som undersöker hur människor uppfattar och interagerar med medieteknologier.

Denna studie syftar till att tillföra medie-och kommunikationsfältet kunskap kring människors vardagliga och helhetliga användning av ChatGPT då detta tidigare främst har undersökts i specifika sammanhang. Studien fyller även en metodologisk kunskapslucka då forskningen hittills främst har använt kvantitativa metoder så som experiment, enkätundersökningar och innehållsanalyser. Genom en kvalitativ metodansats och semistrukturerade intervjuer bidrar denna studie med en fördjupad förståelse för hur människor använder och upplever AI-chattbotar. Studien bidrar även med ett svenskt perspektiv då flesta tidigare studier har genomförts med deltagare från USA eller asiatiska länder, samt en ökad kunskap om målgruppen millennials.

2.3.2 Motiv till användningen av AI-chattbotar

Utifrån forskning inom teorin *Uses and gratifications* finns det en enighet om att användningen av AI-chattbotar främst motiveras av nyttogratifikationer. Xie m.fl. (2024: 613-618) genomförde en metaanalys av 12 studier i olika sammanhang så som finans, smarta hem, försäljning, hälso-och sjukvård, resor och vardagliga syften där de fann att nyttobaserade

gratifikationer hade störst påverkan på användartillfredställelsen, särskilt utifrån informationsbehov. Nyttan har även identifierats som en motivation i icke-akuta medicinska ärenden kopplats till relevans i informationen och tidsbesparing (Esmaeilzadeh m.fl., 2025: 1), en ökad effektivitet inom arbetsliv och företag samt för att stimulera till kreativitet (Lin & Ng, 2025: 10731-10733). I fritidssammanhang kan nyttan kopplas till en fördjupning inom hobbyer (Li m.fl., 2025: 13). AI-chattbotar har även visat sig kunna förbättra effektiviteten och språkbruket för svenska studenter (Stöhr m.fl., 2024: 5).

Flera studier pekar även på att nöjesbaserade gratifikationer kan motivera användningen av AI-chattbotar. Xie m.fl. (2024: 619) identifierar nöjesgratifikationer så som sökandet efter underhållning som den näst starkaste drivkraften och även inom utbildning identifieras nöje som en viktig motivationsfaktor (Lee m.fl., 2025: 10). Upplevt nöje kopplas också till en positiv användarattityd, långvarig användning av AI-chattbotar (Pang m.fl., 2025: 4) samt positiva emotionella upplevelser och ökat engagemang i sökande efter hälsorelaterad information (Esmaeilzadeh m.fl., 2025: 9).

Flera studier visar även att gratifikationer kopplade till AI-chattbotars teknologiska egenskaperna har stor betydelse för användningen, exempelvis genom att förbättra användarupplevelsen och öka användningsbenägenheten (Xie m.fl., 2024: 618). Gratifikationer som *bekvämlighet*, *användarkontroll* och *användaranpassning* har identifierats som viktiga (Chen m.fl., 2024: 726), liksom *nyhet* vilket grundar sig i en nyfikenhet och ett utforskande av tekniken i sig själv (Lee m.fl., 2025: 9). Pang m.fl. (2025: 15) utmanar tidigare studier som framhållit nyttan som viktigast då de har funnit att teknologiska egenskaper så som verktygets interaktiva design är viktigare för användarmotivationen än den upplevda kvaliteten på informationen.

En fråga där forskningen är mer oenig är i vilken utsträckning sociala gratifikationer motiverar användningen av AI-chattbotar. Enligt Xie m.fl. (2024: 619) kan AI-chattbotar framkalla en upplevelse av social närvaro och en känsla av att man pratar med en verklig person vilket har visat sig leda till en ökad användartillfredställelse och användningsmotivation. AI-chattbotar kan även användas till att tolka och simulera interaktioner med människor i ens närhet och fungera som rådgivare kring känslor och

relationer (Lin & Ng, 2025: 10732-10733). Vissa forskare är dock skeptiska till den sociala funktionens betydelse, exempelvis Pang m.fl. (2025: 16) som endast funnit ett svagt samband mellan sociala gratifikationer och fortsatt benägenhet att använda AI-chattbotar.

För millennials har nytto-baserade faktorer som upplevd effektivitet och tillförlitlighet och transparens i informationen visat sig vara viktigast för användartillfredsställelse men även lekfullhet och nöje i användningen har betydelse (Lubbe m.fl., 2025). I en studie med israeliska deltagare framkommer att millennials är den generation som har mest positiv inställning till AI-verktyg på skalan dystopi-utopi, med en något mer utopisk inställning. Detta kopplas till deras omfattande användning av digitala medieteknologier både privat och i arbetslivet vilket kan öka acceptansen för nya medieteknologier (Sabag-Ben Porat, 2025: 11-13).

Flera studier belyser även hur negativa upplevelser kan minska motivationen att använda AI-chattbotar. Studenterna i Lee m.fl. (2025: 15) studie upplevde exempelvis ytlighet, felaktigheter och brist på djup i svaren samt försämrat kreativt tänkande och känslan av att fuska. Pang m.fl. (2025: 16) påtalar en paradox kring den personlig integriteten. Användare tycks uppskatta den bekvämlighet som AI-chattboten erbjuder efter att ha tillförsetts med personlig information samtidigt som de oroar sig över hur informationen om dem kan användas i framtiden. Detta resulterade i att användningen anpassades för att reducera oron men ledde inte till ett avslutat användande. Forskning visar även att en överdriven tillit till ChatGPT kan skada den egna kreativiteten och autonomin samt minska engagemanget för fritidsaktiviteter ute i det verkliga livet (Li m.fl., 2025: 14).

2.3.3 Upplevelsen av interaktionen med AI-chattbotar

Det råder en enighet inom forskningen om att människor tenderar att tillskriva AI-chattbotar mänskliga kategorier och använda mänskliga regler för kommunikation med dem (Wong & Kim, 2023: 6; Xu m.fl., 2022: 1; Ho m.fl., 2018: 726). Denna tendens att behandla AI-chattbotar som *sociala aktörer* har visat sig vara ett resultat av omedvetna och automatiserade processer snarare än medvetet resonande. Avseende kategoriseringar uppfattas ChatGPT i betydligt högre grad som manlig och tillskrivs oftare manliga namn (Wong & Kim, 2023: 6). Graden av sociala signaler påverkar huruvida medieteknologier behandlas som social aktörer

(Xu m.fl., 2022: 1). AI-chattbotar har visat sig framkalla känslan av en hög social närvaro, ungefär på samma nivå som smarta högtalare vilket leder till liknande sociala responser. AI-chattbotar har även visats kunna fungera som känslomässigt stöd för människor genom delande av personlig information (Ho m.fl., 2018: 726). Vissa studier ifrågasätter dock denna funktion, exempelvis Pang m.fl. (2025: 16) som endast fann ett svagt stöd för sociala faktorerens betydelse, något som kan tyda på en motsägelse mellan AI-utvecklarens strävan efter att utveckla så människolika AI-chattbotar som möjligt och människors faktiska upplevelse av dessa verktyg.

Flera studier visar att en för hög människolikhet hos artificiell intelligens kan framkalla känslor av obehag (Mori, 1970/2012: 98). För ChatGPT kan sådana känslor uppstå när verktyget uppvisar människoliknande social kommunikation på ett imperfekt sätt som avslöjar dess icke-mänskliga natur (Hyun Baek & Kim, 2023: 10) eller när tekniska brister i systemet leder till osammanhängande svar (Rapp m.fl., 2025: 14). Sådana misslyckanden i kommunikationen kan skapa osäkerhet kring AI-verktygets natur och en känsla av förlust av kontroll. Fjellman och Starud (2025: 58) har funnit att äldre och oerfarna svenska AI-chattbotanvändare ofta upplever en stark människolikhet som misstänksam och obehaglig, särskilt i personliga och emotionella samtalsämnen, och att de föredrar en mer robotliknande kommunikation. Magano m.fl. (2025: 8) har dock funnit att millennials värdesätter en balans mellan effektivitet och relationell trygghet, vilket tyder på att en viss mänsklighet i kommunikationen ändå kan uppskattas av målgruppen.

3 Teori

Nedan presenteras de teorier som fungerar som analysram för studien. Med hjälp av teorin om *Uses and gratifications* undersöks den första frågeställningen ”Vilka gratifikationer motiverar målgruppen millennials användning av ChatGPT i vardagen?”. Genom teorin *Computers Are Social Actors (CASA)* som beskriver hur medieteknologier kan förstås som sociala aktörer samt teorin *The Uncanny Valley* som behandlar obehagskänslor till följd av en stark människolikhet hos AI-verktyg undersöks den andra frågeställningen ”Hur upplever och hanterar millennials gränsen mellan människa och maskin i interaktionen med ChatGPT?”. Dessa teorier vävas sedan samman i studiens analys-och resultat samt diskussion.

3.1 Uses and gratifications

3.1.1 Teorins utveckling

Teorin om *Uses and gratifications* (som hädanefter benämns U&G) intresserar sig för hur och varför människor använder medier (Ruggiero, 2000: 3). Teorin utvecklades under 1940-talet som en subtradition av effektforskningen. Under 1940-och 1950-talet visade flera studier, exempelvis Lazarsfeld m.fl. (1948 refererad i Ruggiero, 2000: 5), att människor inte var så lättpåverkade av massmediers budskap som man tidigare föreställt sig och publiken började betraktas som mer aktiv och målmedveten i sina medieval. Den tidiga U&G-forskningen mötte dock kritik för att bortse från sociala och psykologiska orsaker bakom medieanvändning, förlita sig på självrapportering, vara okritisk till mediers dysfunktionalitet för individen och samhället samt för att bortse från mediers inneboende egenskaper (Ruggiero, 2000: 5).

Under 1960- och 1970-talen kartlades flera sociala och psykologiska faktorer bakom medieanvändning. Palmgreen och Rayburn (1979: 177) beskrev medieanvändning som ett samspel mellan psykologiska behov, individuella egenskaper och sociala förutsättningar, medan Katz m.fl. (1973: 166) visade hur medier tillgodosåg behov som information, emotionella upplevelser, status och sociala relationer. Under 1980- och 1990-talen började publikens aktiva roll ifrågasättas. Rubin (1981: 155) identifierade flera gratifikationer av tv-

tittande, såsom *tidsfördriv*, *sällskap*, *underhållning*, *information* och *avslappning*, där graden av aktivitet varierade. Forskare började även intressera sig för hur människor kunde utveckla medieberoenden (Ruggiero, 2000: 9). Rubin (1993: 99–100) skiljer mellan *instrumentell* medieanvändning, exempelvis informationssökning som präglas av hög aktivitet och selektivitet, och *ritualiserad* användning, exempelvis underhållning eller tidsfördriv som är mer vanemässig och mindre aktiv, där den senare i högre grad kopplas till utveckling av medieberoende.

Under en lång tid fokuserade U&G-forskning på *gratifications sought*, eftersträvade gratifikationer, utan att ta hänsyn till vilka gratifikationer som faktiskt uppnåddes. Palmgreen och Rayburn (1984: 537) utvecklade förståelsen för sambandet mellan *gratifications sought* och *gratifications obtained*. De fann att en matchning mellan eftersträvade och uppnådda gratifikationer ofta ledde till en förstärkning av användningen men om de eftersträvade gratifikationerna däremot inte uppnåddes kunde detta leda till en minskad eller avslutad användning (Palmgreen & Rayburn, 1984: 556).

Papacharissi och Rubin (2000: 186) har identifierat följande gratifikationer för internetbaserade medier; *informationssökande*, *interpersonell nytta*, *tidsfördriv*, *bekvämlighet* och *underhållning*. Sundar och Limperos (2013: 508) har sammanställt forskning kring medieanvändning mellan åren 1940-2011 och finner att flera av gratifikationerna för äldre medier även motiverade användningen av nya digitala medier. Deras kartläggning identifierar följande gratifikationskategorier; *sociala gratifikationer*, *information*, *emotionella gratifikationer*, *tillflykt*, *tävling*, *samhörighet*, *underhållning*, *social status*, *tidsrelaterade gratifikationer*, *bekvämlighet* och *unika gratifikationer*. Sundar och Limperos (2013: 504) påtalar dock att internetbaserade medier inte kan undersökas enligt samma modeller som traditionella medier då internet medför helt nya förutsättningar och suddar ut gränsen mellan sändare och mottagare. De menar att mediernas *affordances*, ett begrepp som myntades av Gibson (1977, refererad i Sundar och Limperos, 2013: 505), är viktiga att ta hänsyn till då de kan skapa nya gratifikationer. De definierar *Interactivity* som en viktig affordance hos digitala medier vilket avser möjligheten för användaren att göra ändringar och kontrollera medieinnehållet i realtid. Sedan möjligheten till sådan interaktivitet introducerades har detta blivit något som människor förväntar sig.

3.1.2 Gratifikationer i en AI-kontext

Denna studie kommer i resultat-och analysdelen att fokusera på de fyra övergripande gratifikationsdimensionerna som ofta används i samband med forskning kring AI-chattbotar och som först definierades av Gan och Li (2018) i relation till digitala medier (Xie m.fl., 2024: 613-614). Dessa är *nyttobaserade gratifikationer*, *nöjesbaserade gratifikationer*, *teknologiskt baserade gratifikationer*, och *sociala gratifikationer*.

Nyttobaserade gratifikationer, som har visat sig utgöra en stark motivation till att använda AI-chattbotar kopplar Xie m.fl. (2024: 613-614) framför allt till *informationsbehov*. Här har den upplevda kvaliteten på informationen så som noggrannhet, tydlighet och relevans en stor betydelse vilket även hänger ihop med *tidssparande* (Esmaeilzadeh m.fl., 2025: 1). Nyttan kan även kopplas till *effektivitet* inom arbetsliv, företag och fritid samt till *kreativitet* då AI-chattbotar kan hjälpa användare skapa skämt, musik och konst (Lin och Ng, 2025: 10731-10733) samt förbättra språkbruket inom studier (Stöhr m.fl., 2024: 5).

Även *nöjesbaserade gratifikationer* har identifierats som viktiga i relation till AI-chattbotar utifrån sökandet efter underhållning (Xie m.fl., 2024: 619; Lee m.fl., 2025: 10). Esmaeilzadeh m.fl. (2025: 9) menar att AI-chattbotar kan upplevas som underhållande utifrån den emotionella påverkan och det engagemang som skapas genom interaktionen. Pang m.fl. (2025: 4) har även funnit att användningen av AI-chattbotar kan leda till en positiv distraktion och en förbättring av humöret. *Kreativitet*, som nämndes under nyttogrifikationer, kan även relateras till nöjet med att skapa någonting som inte nödvändigtvis kommer att användas i ett specifikt syfte (Lin & Ng, 2025: 10733).

Teknologiskt baserade gratifikationer kan även utgöra en motivation till att använda AI-chattbotar (Xie m.fl., 2024: 619; Pang m.fl., 2025: 15). Chen m.fl. (2024: 719) definierar *Interpassivitet* som en AI-specifik affordance som bygger på kombinationen av *interaktivitet* och *automatisering*. Automatiseringen möjliggör överlåtandet av tidskrävande och repetitiva uppgifter till AI-verktyget samtidigt som användare genom interaktionen kan styra det genererade innehållet utefter individuella preferenser och önskad ansträngningsgrad. *Bekvämlighet*, *användarkontroll* och *användaranpassning* har identifierats som viktiga teknologiska gratifikationer för AI-chattbotar (Chen m.fl., 2024: 726). Medan

användarkontroll avser möjligheten att aktivt anpassa och göra inställningar i mediet avser användaranpassning mediets förmåga att på egen hand förstå och anpassa sig till användares önskemål, baserat på exempelvis konversationshistorik. En annan teknologisk gratifikation för AI-chattbotar är *nyhet* vilket grundar sig i en nyfikenhet och ett utforskande av tekniken i sig själv utifrån att den upplevs som innovativ och spännande (Lee m.fl., 2025: 9).

Sociala gratifikationer bygger framför allt på en uppfattning av en social närvaro hos AI-chattbotar där människor kan uppleva en form av sällskap och en känsla av att man pratar med en verklig person (Xie m.fl, 2024: 615). AI-chattbotar har även visat sig användas för att *tolka och simulera sociala interaktioner* samt som rådgivare kring känslor och sociala relationer (Lin & Ng, 2025: 10733).

3.2 Computers Are Social Actors (CASA)

3.2.1 Teorins utveckling

Nass m.fl. (1994: 72) lade grunden till det teoretiska ramverket *Computers Are Social Actors* (CASA), som beskriver hur interaktionen mellan människor och datorer kan förstås som ett socialt samspel där datorer betraktas och behandlas som sociala aktörer, likvärdiga människor. Teorin har sedan använts för att förstå även andra medieteknologier. Utifrån fem experimentstudier kunde de påvisa att datorer som interagerade med människor genom att exempelvis ge beröm eller kritik, framkallade social respons från människor. De fann att behandlandet av datorerna som mänskliga kommunikationspartners var automatiska responser, inte responser grundade på deltagarnas okunskap om datorns natur. Det framkommer att människor omedvetet applicerar sociala regler i interaktionen med datorer och tillskriver dem mänskliga kategorier (Nass & Moon, 2000: 82–83).

Användande av sociala regler

Nass och Moon (2000: 99) framför att *artighet* och *ömsesidig hjälpsamhet* är sociala regler som ofta appliceras i interaktionen med datorer och hänvisar till Grice (1967) som menar att dessa är vanliga och allmängiltiga regler för mänsklig interaktion och därför triggas lättare. Nass och Moon (2000: 88) genomförde experiment som visade att deltagare gav överdrivet

positiva omdömen om datorns prestation när de trodde att de utvärderade samma dator, vilket de kopplar till sociala regler kring artighet. I experiment utförda av Fogg och Nass (1997, refererad i Nass & Moon, 2000: 88) framkom även att deltagare som först hade fått bra hjälp av en dator var mer benägna att hjälpa datorn med gentjänster vilket tyder på upprätthållande av regler kring ömsesidig hjälpsamhet gentemot datorer. Likaså var deltagarna mer benägna att hämnas på en dator som tidigare hjälpt dem på ett dåligt sätt.

Placerande i mänskliga kategorier

Nass och Moon (2000: 84) uppger med stöd i Bem (1981) att *kön* har visat sig vara en av de mest betydelsefulla sociala kategorierna för människor. Utifrån kunskap om att dominant och självsäkert beteende från män generellt mottas mer positivt än från kvinnor samt att män och kvinnor antas ha kunskaper om olika ämnesområden genomfördes experiment med manligt och kvinnligt kodade röstmeddelanden av Green m.fl. (1997, återgivna i Nass & Moon, 2000: 84-86). Dessa påvisade att människor generellt uppfattar en kvinnlig utvärderingsröst som mindre vänlig och att en manlig röst uppfattas som mer kompetent. Den manliga rösten uppfattades även som mer kunnig inom teknologiområdet och den kvinnliga som mer kunnig kring relationer. Nass och Moon (2000: 86) framför med stöd i experiment utförda av Ibister m.fl. (in press) att datorer även placerades i kategorier utifrån etnicitet. Datorn uppfattades som mer tillförlitlig och intelligent om den signalerade samma etniska tillhörighet som deltagarna själva. Vidare belyser Nass och Moon (2000: 91-92) med stöd i experiment utförda av Nass m.fl. (1995) att föreställningar om datorns personlighet påverkade hur människor uppfattade och värderade intelligens hos datorerna där dominanta personlighetsdrag generellt värderades högre än undergivna.

3.2.2 CASA-teorin i en AI-kontext

Resultatet och analysen för den andra frågeställningen kring gränsen mellan människa och maskin kommer utifrån CASA-teorin att fokusera på *sociala regler* och *mänskliga kategoriseringar* samt på *delande av personlig information och känslomässigt stöd* vilket presenteras i detta avsnitt.

Sociala regler och mänskliga kategoriseringar

Xu m.fl. (2022: 1) har utvecklat CASA-teorin genom experiment där människor har fått interagera med 14 olika medieteknologier, från böcker till AI-chattbotar och röstassistenter. De konstaterar att teknologiers design och graden av sociala signaler påverkar i vilken utsträckning människor upplever och behandlar dem som sociala aktörer, mätt utifrån upplevd social närvaro, tillit och användning av sociala regler (Xu m.fl., 2022: 7-10). AI-chattbotar uppvisade en hög grad av sociala signaler, på liknande nivå som smarta högtalare, vilket ledde till liknande social respons. Wong och Kim (2023: 6–17) visar genom experiment att människor, när de könskategoriserar ChatGPT, oftare tillskriver den en manlig identitet och ett manligt namn. Detta kan förstås som ett resultat av könsstereotyper kopplade till manlighet och kompetens, medan värme och emotionellt stöd istället associerades med en kvinnlig identitet.

Delande av personlig information och känslomässigt stöd

Ho m.fl. (2018: 726) har stärkt stödet för att AI-chattbotar betraktas som sociala aktörer genom att påvisa i experimentstudier hur delande av personlig information till en chattbot kan ha positiva psykologiska, emotionella och relationella effekter. Människor upplevde generellt fler positiva effekter när de delade med sig av emotionell jämfört med faktabaserad information, oavsett om de trodde att de pratade med en AI-chattbot eller med en människa. Slutsatsen var att delande av personlig information med en chattbot, under rätt förutsättningar, kan anses ha liknande positiva effekter som delande av personlig information till en annan människa (Ho m.fl., 2018: 712).

3.3 The Uncanny Valley

3.3.1 Teorins utveckling

Begreppet *The Uncanny Valley* kan översättas till ”den kusliga dalen” och myntades av robotforskaren Masahiro Mori på 1970-talet (Mori, 1970/2012: 98). Liknelsen med en dal kan förstås som en metafor för robotutvecklarens strävan efter att skapa så människolika robotar som möjligt. Efter att en mycket hög människolikhet hade uppnåtts märktes plötsligt en effekt i att människors dragning till robotar minskade drastiskt, med andra ord föll ner i en dal. The

Uncanny Valley kan förstås som den övre gränsen för de positiva effekterna av antropomorfism (Dubois-Sage m.fl., 2023: 19-20). En alldeles för stark människolikhet hos ett icke-mänskligt objekt kan upplevas som obehaglig och påverka interaktionen negativt, bland annat genom att minska tilliten. Människor applicerar förväntningar om ett mänskligt beteende eller utseende hos roboten och när roboten avviker från detta uppstår ett obehag som kan kopplas till *kategoriosäkerhet*, människor blir osäkra på hur de ska förstå och kategorisera roboten (Dubois-Sage m.fl., 2023: 19-20). Denna obehagskänsla triggas lättare när människor interagerar med robotar som har ett människoliknande ansikte och en människoliknande kroppsstorlek. Med utgångspunkt i denna kategoriosäkerhet har människor visat sig föredra en robot som uppvisar en måttlig grad av människolikhet och mer mekaniska drag.

3.3.2 The Uncanny Valley i en ChatGPT-kontext

Medan CASA-teorin används för att förstå hur gränsen mellan människa och maskin kan suddas ut genom människors tendens att behandla AI-chattbotar som sociala aktörer används teorin om *The Uncanny Valley* för att förstå hur gränsen mellan människa och maskin kan tydliggöras och förstärkas. Utifrån denna teori bygger resultatet och analysen i den andra frågeställningen på följande teman; *upplevd människolikhet*, *obehagskänslor* och *föredragen kommunikationsstil* hos AI-chattbotar.

Hyun Baek och Kim (2023: 10) har funnit att uppvisandet av människoliknande social interaktion hos ChatGPT kan framkalla känslor av obehag hos människor som kan förklaras av The Uncanny Valley. AI-verktyg som uppvisar människoliknande sociala förmågor kan upplevas som obehagliga när de gör det på ett imperfekt sätt som avslöjar att dess icke-mänskliga natur. Detta kan kopplas till en sänkt motivation att fortsätta använda AI-verktyget. Rapp m.fl. (2025: 1) har undersökt hur The Uncanny Valley-effekten kan uppstå när ChatGPT genererar ”nonsensical hallucinations”, osammanhängande svar till följd av tekniska systemfel som inte framstår som meningsfulla utifrån användarens promptar. Sådana misstag innebar avvikelser från ett mänskligt beteende och resulterade i en upplevelse av ChatGPT som främmande och obekant eller som en mänsklig aktör med onda avsikter vilket sammanföll med en mer generell rädsla för artificiell intelligens. Även självständigheten som människor upplever att ChatGPT besitter när den genererar sådana osammanhängande svar

upplevs som särskilt obehaglig då det antyder att ChatGPT har en egen vilja, en vilja som dessutom inte är möjlig för människor att genomskåda.

4 Metod

4.1 Kvalitativ metodansats och semistrukturerade intervjuer

Baserat på syftet att bidra med en fördjupad kunskap och förståelse kring millennials användning och hantering av ChatGPT i vardagen utgår denna studie från en kvalitativ forskningsansats vilket präglas av en strävan efter att förstå människors upplevelser och fånga nyanser och mening i dessa (Ekström & Johansson, 2019: 101). Till skillnad från kvantitativ forskning som använder standardiserade analysverktyg som är mer fränkopplade från forskaren förlitar sig kvalitativa studier i hög grad på forskaren själv som analysverktyg för att tolka det empiriska materialet (Esaiasson m.fl., 2017: 25-26). Detta ställer högre krav på transparens kring tolkningarna och användningen av de teoretiska analysverktygen. Inom forskningsprocessen brukar man skilja mellan *deduktion* och *induktion* (Kvale & Brinkman, 2014: 238-239). Deduktiv forskning kan beskrivas som teoridriven där forskaren testar hur väl den valda teorin kan förklara de empiriska observationerna medan induktion tar utgångspunkt i empirin och därefter applicerar teorier för att förklara observerade mönster. Denna studie ligger något närmare det deduktiva angreppssättet då de teoretiska utgångspunkterna fanns på plats innan insamlingen av materialet började och till stor del har styrt vilka frågor som har ställts till empirin. Studien har dock även induktiva inslag då frågorna har lämnats relativt öppna för att kunna fånga nya mönster och insikter under intervjuerna. Ekström och Johansson (2019: 101) framför att forskning sällan är fullständigt deduktiv eller induktiv utan ofta en kombination av de båda.

Kvalitativ forskningsintervju är särskilt lämplig som metod när man vill förstå hur människor själva uppfattar, beskriver och tolkar sin värld (Esaiasson m.fl., 2017: 262-263). Denna studie bygger på *semistrukturerade intervjuer*, en intervjuform som präglas av en flexibilitet och öppenhet för det som respondenterna själva lyfter fram som viktigt samtidigt som det finns en tematiskt strukturerad frågemall som ligger till grund för intervjuerna. Ordningen på frågor och följdfrågor anpassas till intervjusituationen samtidigt som intervjuguidens struktur säkerställer en genomgående koppling till de teoretiska utgångspunkterna.

4.2 Utformning av intervjuguide

Intervjuguiden inleds med några bakgrundsfrågor om respondenternas sysselsättning, motiv till att delta i intervjun och övergripande erfarenhet av ChatGPT för att fånga individuella förutsättningar som kunde vara relevanta. Intervjuguiden har sedan strukturerats utifrån de två frågeställningarna och dess teoretiska analysramar. Frågorna delades in i en mängd underteman inom respektive teori. De slutgiltiga intervjufrågorna utgör *operationaliseringen* av den teoretiska analysramen vilket innebär översättningen av abstrakta teoretiska begrepp till empiriska indikatorer (Kvale & Brinkman, 2014: 56). Det är avgörande att de frågor som ställs faktiskt fångar det som studien avser att mäta och det är därför viktigt med transparens, se Bilaga 1 för en mer detaljerad redogörelse av hur de teoretiska begreppen har operationaliserats. Intervjuguiden reviderades under processens gång efter lärdomar kring vilka frågor som fungerade väl och vilka som behövde formuleras om eller tas bort.

4.3 Urval och avgränsningar

Urvalet av respondenter har begränsats till målgruppen *millennials*, bland annat på grund av att det är en generation som förväntas påverkas av och bidra till utformningen av AI-verktyg i hög grad (Savin m.fl., 2024: 225). De har även en hög digital kunnighet, hög acceptans för nya medieteknologier samt en unik position av att ha växt upp med digitala medier i en ung ålder och samtidigt ha ett minne av tiden innan digitala mediers genomslag (Schulz m.fl., 2019: 95; Gupta m.fl., 2025; Dimock, 2019). Förhoppningen är att detta ger de en förmåga att reflektera över hur digitala medierevolutioner, vilket både internet och AI-teknologi kan betraktas som, kan påverka allt från vanor, sociala relationer och samhället i stort. Studien begränsades till aktiva ChatGPT-användare för att respondenterna skulle kunna bidra med insikter kring hur ChatGPT kan användas och integreras i vardagen på ett relevant sätt. Aktiv användning definierades som minst flera gånger i veckan. Både respondenter som använde gratisversionen och betalversionen inkluderades i studien. Hur fördelningen ser ut framkommer i tabellen i *Respondentöversikt*. Studien begränsades även till personer som obehindrat kunde medverka på svenska eftersom intervjusituationen är en språklig interaktion där nyanser och språkspecifika uttryck har betydelse för att förstå meningen i det som förmedlas (Kvale & Brinkman, 2014: 264).

Urvalet av respondenter var *strategiskt* då urvalsgruppen valdes ut ifrån kriterier som ansågs särskilt relevanta för det studerade ämnet (Kvale & Brinkman, 2014: 158). För att hitta respondenter vände jag mig först till personer i min omgivning som tillhörde målgruppen millennials, stämde av om de var aktiva ChatGPT-användare och om de kunde tänka sig att ställa upp på en intervju, vad Esaiasson m.fl. (2017: 189) benämner som ett *bekvämlighetsurval*. Här valdes två respondenter som jag endast var ytligt bekant med för att motverka att respondenterna skulle anpassa sig själva i svaren på grund av relationen. Tre respondenter rekryterades även genom inlägg på sociala medier, så kallat *självselektionsurval* (Esaiasson m.fl., 2017: 190). Ett sådant urval medför dock risken att personerna som tackar ja söker sig mer aktivt till intervjun på grund av en särskild insatthet eller intresse för intervjuämnet vilket kan påverka studiens resultat. En variation i ålder och kön eftersträvades för att få en så bred representation som möjligt inom målgruppen, något som uppnåddes relativt väl. För en tydligare överblick, se tabellen i *Respondentöversikt*.

Denna studie har avgränsats till AI-chattboten ChatGPT eftersom ChatGPT är det överlägset största AI-verktyget i Sverige (Internetstiftelsen, u.å.). Avgränsningen innebär också en möjlighet att fokusera på de specifika förutsättningar och villkor som gäller för just ChatGPT då funktionerna och reglerna hos olika AI-verktyg kan skilja sig åt. Vidare fokuserar studien på den *vardagliga* användningen av ChatGPT för att fånga den övergripande funktionen som verktyget fyller i människors vardag. I vardagen inkluderas fritid, jobb, studier och allt däremellan. Valet grundar sig i en forskningslucka kring den vardagliga användningen och på en uppfattning om att användningen inom olika livsområden kan vara svåra att separera från varandra i en intervjusituation. Även här uppnåddes en variation mellan respondenter som arbetade, var arbetssökande och studerade vilket medför en variation av erfarenheter och användningsområden.

4.4 Respondentöversikt

Nedan presenteras en översikt av respondenterna utifrån faktorer som har bedömts vara relevanta att redovisa. Läsaren kan vid läsningen av citaten därmed gå tillbaka till respondentöversikten för att få ytterligare informationen om respondenten. Samtliga respondenter är bosatta i Göteborg.

Respondent 1	Kvinna	1996	Gratisversionen
Respondent 2	Kvinna	1984	Betalversion
Respondent 3	Man	1985	Gratisversionen
Respondent 4	Kvinna	1992	Gratisversionen
Respondent 5	Man	1992	Betalversion

4.5 Genomförande av intervjuer

Intervjuerna genomfördes mellan 12 -16 december år 2025. Samtliga genomfördes fysiskt för att kunna ta hänsyn till sådant som uttrycktes genom gester och kroppsspråk (Kvale & Brinkman, 2014: 190). Respondenterna fick själva möjlighet att välja plats för intervjun, förutsatt att det var en tyst plats då intervjun skulle kunna spelas in. Att ge respondenterna kontroll över platsen var ett sätt att försöka tona ner den maktobalans som Kvale och Brinkman (2014: 51) menar oundvikligen finns i en intervjusituation där intervjuaren är den som styr samtalet och har tolkningsföreträde över det som har sagts. Alla intervjuer utom en genomfördes i intervjuarens, mitt, hem och den resterande genomfördes i ett grupprum på ett bibliotek. Totalt genomfördes fem intervjuer där varje intervju tog ungefär en timme. Antalet intervjuer avgjordes av vad Kvale och Brinkman (2014: 167-168) benämner *teoretisk mättnad*, alltså när de tankegångar och mönster som framträder i intervjusvaren upprepar sig och inte upplevs leda till nya insikter. När fem intervjuer hade genomfört upplevdes en tillräckligt god mättnad ha uppnåtts. Kvale och Brinkman (2014: 168) belyser att nya mönster visserligen alltid kan uppstå ur fler intervjuer men här var jag även tvungen att förhålla mig till tidsbegränsningen. Trots det relativt få antalet intervjuer upplevdes intervjuerna som uttömmande i både tid och information då respondenterna uppfattades som generösa med att dela med sig att sina erfarenheter, tankar och känslor på ett relativt obehindrat sätt.

Intervjuerna spelades in på mobiltelefon vilket respondenterna gav sitt samtycke till. Respondenterna informerades även om vad studien skulle användas till, att deras medverkan är anonym, att de själva väljer vad de vill berätta och att de när som helst har rätt att avbryta intervjun eller dra tillbaka sin medverkan enligt de forskningsetiska principerna om

information, samtycke och behandling av personuppgifter (Ekström & Johansson 2019: 115-116; Vetenskapsrådet, 2024: 62-70). Innan intervjun informerades respondenterna om studiens övergripande syfte, att undersöka målgruppen millennials användning och upplevelse av ChatGPT i vardagen. De informerades däremot inte om de specifika frågeställningarna och teoretiska utgångspunkterna i syfte att inte påverka deras svar i en viss riktning.

Kvale och Brinkman (2014: 46) belyser att kvalitativa intervjuer utöver deskriptiva faktauppgifter även strävar efter att fånga *meningen* i det som sägs. Intervjuaren behöver vara uppmärksam på hur intervjupersonen uttrycker sig och vad som kan utläsas mellan raderna. Detta hanterades exempelvis genom att sända tillbaka budskapet för att få tolkningen bekräftad eller genom att inta ett medvetet naivt förhållningssätt för att få respondenterna att utveckla sådant som framstod som självklart, hjälpsamma strategier enligt Kvale och Brinkman (2014: 47-48). Intervjun behövde även anpassas till respondenternas sätt att kommunicera. Vissa gav mer uttömmande svar och behövde ibland styras tillbaka till temat medan andra svarade mer kortfattat vilket krävde fler och tydligare följdfrågor.

4.6 Bearbetning och analys av intervjuer

Intervjuerna transkriberades i nära anslutning till intervjutillfället för att hålla intervjuerna färska i minnet och förhindra att tolkningarna förändrades med tiden. Kvale och Brinkman (2014: 217) framför att transkribering inte är en objektiv återgivning utan ett aktivt tolkande och kräver en mängd beslut kring hur och vad i den talade och kroppsliga kommunikationen som ska återges i skrift. Jag valde att transkribera på en relativt hög detaljnivå och inkludera ljud som ”Hmm”, skratt, gester och pauser samt markera när ett ord betonades då allt detta kan ha betydelse för att förstå det som kommuniceras (Ekström & Johansson, 2019: 120). Graden av detaljnivå behöver avgöras från fall till fall och utifrån studiens syfte. Under intervjuernas gång blev det tydligt att ämnet berörde erfarenheter, tankar och känslor som ofta vara svåra att sätta fingret på och där respondenterna ofta resonerade sig fram till ett svar. Därav ansågs det relevant att fånga inte bara vad som sades utan även *hur* det sades. En alltför hög detaljnivå, exempelvis pausers längd, har dock undvikits för att citaten ska vara läsbara. Tabellen nedan visar en översikt av de symboler som används och vad de betyder.

Paus	...
Avbrutet citat	[...] eller [han/hon fortsätter]
Betoningar på ett ord	Understruket <u>ord</u>
Skratt eller annat förtydligande	[skratt]

Genom en detaljerad transkribering stärks transparensen eftersom läsaren har tillgång till mer information, vilket kan ha betydelse för bedömningen av tolkningen i analysen. Den detaljerade transkriberingen gjorde även att inspelningarna endast behövde lyssnas igenom vid ett tillfälle då jag enkelt kunde gå tillbaka i det transkriberade materialet och förstå sammanhanget och nyanserna i talet. Vissa partier lyssnades dock igenom flera gånger på grund av snabbt prat och svårigheter att höra vad som sades.

Det initiala analysarbetet påbörjades redan under transkriberingen då citat eller tankegångar hos respondenterna som var framträdande markerades och färgkodades utifrån teoretiska teman. Efter att alla intervjuer var transkriberade genomfördes sedan en systematisk färgkodning och sortering av allt intervjumaterial som rörde studiens frågeställningar och teman. På så sätt säkerställdes att samma frågor ställdes till allt intervjumaterial. Under detta arbete trädde mönster fram ur helhetsmaterialet som inte hade uppmärksammats under transkriberingen och den inledande analysen.

4.7 Reflektion kring studiens metodologiska kvalitet

För att en studie ska hålla god vetenskaplig kvalitet behöver studien ha en hög *reliabilitet*, tillförlitlighet, och *validitet*, giltighet (Ekström & Johansson, 2019: 13). *Reliabilitet* kan beskrivas som frånvaron av slumpmässiga eller osystematiska fel (Esaiasson m.fl., 2017: 64), exempelvis att inspelningarna och transkriberingarna av intervjuerna är genomförda på ett korrekt sätt och att intervjupersonerna har gett ärliga svar (Ekström & Johansson, 2019: 13). Intervjuerna har spelats in i tysta miljöer för att möjliggöra så god ljudupptagning möjligt samt transkriberats på en hög detaljnivå för att möjliggöra en verklighetstrogen återgivning. Upplevelsen var att respondenterna var öppna och ärliga i sina svar vilket stärker tillförlitligheten i resultatet. *Validitet* innebär att studien mäter det som den avser att mäta, vilket framför allt möjliggörs genom en god överensstämmelse mellan den teoretiska analysramen och de empiriska indikatorerna samt frånvaron av systematiska fel (Esaiasson

m.fl., 2017: 59). Vid intervjuer är det även viktigt att frågorna är möjliga att besvara med metoden som har valts. Här tydliggjordes utmaningen med självrapportering och jag behövde reflektera kring i vilken grad intervjupersonerna själva var medvetna om vad som låg till grund för deras användningar och upplevelser av ChatGPT. Detta upplevdes som särskilt utmanande i den andra frågeställningen där CASA-teorin tydligt har påvisat att människors upplevelse och bemötande av medieteknologier styrs av omedvetna processer. Detta försökte hanteras genom att ställa frågor som uppmärksammade respondenterna på omedvetna reaktioner hos de själva samt genom att vara uppmärksam på eventuella motsägelser i svaren. Något annat som har betydelse för studiens validitet är huruvida studiens resultat går att generalisera till ett större sammanhang. I kvalitativ forskning handlar det i stället för statistiska generaliseringar om *analytiska*, eller *teoretiska*, *generaliseringar* där forskaren utifrån ett mindre antal studerade fall strävar efter att kunna förklara hur något hänger ihop utifrån mönster baserat på teoretiska modeller och begrepp (Esaiasson m.fl., 2017: 159). Genom en hög transparens kring de val som har gjorts kring studiens design och hur arbetsprocessen har gått till är förhoppningen att läsaren ska kunna granska och bedöma giltigheten i resultatet och att studien ska kunna replikeras av andra forskare och i andra sammanhang.

Något annat som påverkar studiens kvalitet är forskarens förmåga att inta ett *självreflexivt förhållningssätt* vilket innebär att forskaren är öppen med och kritisk till sin egen förförståelse samt vidtar åtgärder för att inte låta denna styra resultatet i en viss riktning (Ekström & Johansson, 2019: 15). Forskning är sällan värderingsfri då forskarens initiala intresse för ämnet ofta grundar sig i egna erfarenheter och uppfattningar (Esaiasson m.fl., 2017: 26). Mitt ursprungliga intresse för forskningsfrågan uppstod efter att jag märkte att min egen ChatGPT-användning började innefatta allt fler områden av vardagen och att jag ibland upplevde att jag behandlade ChatGPT som mänsklig, något som jag upplevde som problematiskt. Dessa tankar förstärktes av att jag tog del av samhällsdebatten och nyhetsrapporteringen kring AI-verktygens inverkan på våra liv. Denna studie är skriven med en kritisk blick och med ett fokus på riskerna som kommer med en allt större integrering av AI-verktyg i våra liv men det innebär inte att fördelarna förnekas. För att förhålla mig kritisk till min egen förförståelse har jag försökt inta ett nyfiket och öppet förhållningssätt, i hög grad ställa öppna och icke-ledande frågor samt ställa följdfrågor för att säkerställa att tolkningen fångar respondentens

upplevelser och inte är en reflektion av mina egna. Jag har även försökt vara transparent kring sammanhangen som citaten är hämtade ur och hur jag har kommit fram till de tolkningar som jag har gjort.

5 Resultat och Analys

Resultatet och analysen presenteras uppdelat på studiens två frågeställningar där teori och tidigare forskning vävs in för att tolka resultatet löpande.

5.1 Vilka gratifikationer motiverar målgruppen millennials användning av ChatGPT i vardagen?

Resultatet inleds med en kort presentation av respondenternas övergripande användning av ChatGPT i vardagen. Inom arbetet användes ChatGPT främst till datorbaserade uppgifter medan det var ovanligare att använda ChatGPT i arbetsuppgifter som rörde direktkontakt med människor. Samtliga respondenter som studerade eller tidigare hade studerat använde ChatGPT i studierna. Fritidsanvändningen varierade där ChatGPT ibland användes för att utforska fritidsintressen medan vissa inte ansåg att ChatGPT fyllde någon viktig funktion i deras fritid. Användningsfrekvensen varierade mellan tre gånger i veckan, daglig användning och många gånger per dag.

Resultatet presenteras utifrån de fyra gratifikationsdimensionerna som har identifierats som mest relevanta för användningen av AI-chattbotar (Xie m.fl., 2024: 613-614). Inom varje dimension presenteras de specifika gratifikationer som har visat sig motivera respondenternas användning av ChatGPT. Dessa sammanfaller ofta med, men är inte begränsade till, gratifikationer som har identifierats inom teori och tidigare forskning. Många av gratifikationerna rör sig på gränsen mellan olika gratifikationsdimensioner vilket har försökts tydliggöras. Såväl gratifikationsdimensionerna som de specifika gratifikationerna presenteras i inbördes ordning baserat på hur viktiga de har bedömts vara. Även funderingar kring nackdelar och risker med användningen presenteras då dessa på olika sätt kan minska användningsmotivationen.

5.1.1 Nyttobaserade gratifikationer

Utifrån den samlade bilden var det tydligt att ChatGPT framför allt användes för att den på olika sätt var till nytta för respondenternas i deras vardag. Gratifikationerna som

identifierades här var *tidsbesparande, bearbetning av befintligt material, informationssökande och kreativt skapande*.

Tidsbesparande

Den viktigaste anledningen att använda ChatGPT utifrån nyttoperspektivet var att det sparade respondenterna tid i vardagen. Detta blev tydligt inte minst när respondenterna tillfrågades hur det hade påverkat deras liv om ChatGPT försvann. Flera respondenter uttryckte att det hade varit jobbigt eftersom de hade blivit mycket långsammare på jobbet eller i studierna. En respondent berättar att hon använder ChatGPT mycket i sitt arbete som matematiker där hon programmerar i olika programmeringsspråk. Där hjälper ChatGPT henne att översätta ett programmeringsspråk till ett annat, en svår, repetitiv och tidskrävande uppgift. Hon tillfrågas hur det hade påverkat henne om ChatGPT försvann.

”Eh, då hade det påverkat min fritid inte så mycket. Eh, men det hade påverkat mitt jobb, jag hade blivit mycket långsammare”

– Respondent 2

Tidsbesparande är en gratifikation som forskningen har definierat som viktig för flera medieformer (Sundar och Limperos, 2013: 508) samt för AI-chattbotar specifikt (Esmaeilzadeh m.fl., 2025: 1) och som bland annat kopplas till effektivitet i arbetslivet (Lin & Ng, 2025: 10731- 10733) vilket respondenterna ger uttryck för. Det kopplas av respondenterna även till känslan av att vara beroende av ChatGPT vilket upplevs som problematiskt.

”Ja det får konsekvenser för mig om det försvinner, för då behöver jag lägga mer tid på saker som jag inte vill lägga mer tid på. Och jag behöver hitta fakta på ett annat sätt, så att ofördelaktigt är jag beroende utav det”

– Respondent 3

Ett beroende av medieteknologier har tidigare ofta kopplats samman med mer *ritualiserade användningar* som exempelvis tv-tittande för tidsfördriv (Rubin, 1993: 99-100). Här framkommer dock att ett beroende av ChatGPT även kan uppstå ur en mer *instrumentell*

användning, som att söka fakta och hitta information. Tidsbesparandet upplevs även som värdefullt eftersom det ger respondenterna mer tid över till annat i vardagen.

”Ah men det kommer ta en tiondel av tiden med ChatGPT och då räknar jag bara att jag kanske behöver en timme i stället för fem, på en uppgift. Och, ja, det var det. Då kan jag spendera fyra timmar på någonting annat [...]”

– Respondent 3

Tidsbesparande relateras även till att spara andra människors tid i arbetslivet. Nedanstående respondent som arbetar med programmering och automatisering beskriver en sådan situation.

”[...] att fråga någon som är jätteduktig på någonting men som inte har tiden eller möjligheten att vara pedagogisk och förklara och liksom, för någon som inte alls förstår. Och det är alltid det här att... [suckar] man känner sig jobbig kanske inför den typen av människor som kan mer och så känner man, okej jag har fått tillräckligt mycket men nu måste jag själv sitta och pussla till jättemycket och så behöver man spendera jättemycket tid på just det”

– Respondent 5

Att personer som arbetar inom datorbaserade yrken vänder sig till ChatGPT i stället för att fråga mer erfarna kollegor är något som Millard m.fl. (2024: 1765) konstaterar har blivit allt vanligare. Det kan delvis kopplas till upplevelsen att spara tid men också, som uttrycks i citatet, för att slippa känna sig jobbig. Respondenten fortsätter med att berätta att han upplever det som positivt att man kan ställa enkla sakfrågor till ChatGPT och fokusera på mer givande samtalsämnen med kollegor. Millard m.fl. (2024: 1765) varnar dock för att detta förlitande på AI-chattbotar kan leda till uteblivet kollegialt stöd och att nyanställda inte ges en chans att utveckla sociala färdigheter i arbetslivet.

Hur mycket tid som faktiskt sparas på att använda ChatGPT är också något som ifrågasätts då man behöver lägga mycket tid på att dubbelkolla källor eftersom ChatGPT ofta upplevs ge information som inte stämmer och som inte kan användas. En respondent beskriver denna problematik i hennes användning av ChatGPT i studierna. Hon får frågan om hon ändå anser

att hon sparar tid på att använda ChatGPT med hänsyn till tiden som går till att granska informationen.

”Nej, jag gör nog inte det [skrattar]... eller jag gör ju det för att jag slipper hela den här tanken på hur jag ska strukturera så jag kan ju ändå kopiera hela strukturen som jag har fått ut. Mycket information kan jag använda... jag sparar nog inte jättemycket tid men lite, tillräckligt för att jag ska fortsätta [...]”

– Respondent 1

Enligt Palmgreen och Rayburn (1984: 556) leder ouppfyllda förväntningar av medier ofta till en avslutad eller minskad användning. Här framkommer det dock att användningen av ChatGPT upprätthålls även när *gratifications sought*, eftersträvade gratifikationer, och *gratifications obtained*, uppnådda gratifikationer, inte helt matchar. Det noteras även att respondenterna lägger ett stort ansvar på sig själva att ge ChatGPT tydliga och tillräckligt omfattande instruktioner för att den ska kunna hjälpa de med en uppgift och faktiskt spara dem tid. En respondent beskriver att ChatGPT ibland fastnar på ordvalen och inte klarar av att ge ett relevant svar.

”Då stänger jag bara ner och börjar om på nytt. Vilket i sig kan vara frustrerande när man har lagt ner mycket tid på det men, men, det är vad det är, promptar man inte rätt så får man inte rätt svar”

– Respondent 3

Att man ibland behöver stänga ner chatten och nollställa ChatGPT är något som återkommer under intervjuerna. Det är vanligt att ge ChatGPT tre eller fyra försök att lösa en uppgift innan man ger upp och letar information på något annat sätt. Tidsbesparande framstår sammantaget som en viktig anledning till att använda ChatGPT men kommer också med ett stort eget ansvar och resulterar ibland i att man i stället förlorar tid. Strävan efter att spara tid medför också vissa risker så som uteblivna sociala interaktioner på arbetsplatsen.

Bearbeta befintligt material

Ett annat viktigt motiv till att använda ChatGPT var möjligheten att bearbeta befintligt material så som att sammanfatta, granska, felsöka och förbättra texter, kod eller annat material. Detta upplevdes vara mer givande än att be ChatGPT skapa nytt innehåll från grunden då respondenterna upplever att det är svårt att lita på information. Genom att låta ChatGPT arbeta med ett material som respondenterna själva har bedömt som trovärdigt kan de dubbelkolla att informationen stämmer och på så sätt ha stor nytta av ChatGPT.

”Alltså faktamässiga saker som fel plats, fel årtal, det litar jag inte på. Men om jag refererar den till en sida, den gör en avläsning av nätsidan, den skriver sin del, sen dubbelkollar jag ju, stämmer detta verkligen på sidan. Sen läser jag det på sidan där den har hittat det. Stämmer det där? Ja det stämmer. Då vet jag ju, det är korrekt [...]”

– Respondent 3

Att granska och förbättra språkliga formuleringar är en uppgift som ChatGPT uppfattas vara särskilt bra på. Flera av respondenterna berättar att de använder ChatGPT för att strukturera och göra sina egna texter mer flytande och tydliga.

”Så jag kanske börjar ett mail och sen så undrar jag liksom ah men, hur kan jag skriva det här kortare? För att jag kanske hade massa idéer om, ah men det här är vad jag bör skriva och så får jag liksom ’Du kan formulera det lite mindre’”

– Respondent 5

En annan respondent tillfrågas om vad som är den viktigaste funktionen med ChatGPT och hon lyfter den språkliga förmågan vilket hon framför allt har nytta av i studierna.

”Struktur, grammatik” [hon fortsätter] ”Mmm, och typ highlighta viktig information i stora texter”

– Respondent 1

Att bearbeta befintligt material är en ny gratifikation som har upptäckts i denna studie och som kan förstås som specifik för ChatGPT och potentiellt andra AI-chattbotar. Detta är en möjlighet som inte har funnits innan denna typ av AI-verktyg introducerades och som verkar utgöra en viktig motivation till att använda ChatGPT i arbetet och studierna.

Informationssökande

Ytterligare en viktig motivation kopplat till nyttan är *informationssökande* vilket är en gratifikation som har identifierats för flera medier, bland annat tv (Rubin, 1981:155), internetbaserade medier (Papacharissi & Rubin, 2000: 186) och även AI-chattbotar (Xie m.fl., 2024: 613-614). En av respondenterna uppger hur hon använde ChatGPT för att lära sig mer om sina arbetsuppgifter i början av ett nytt jobb.

” [...] jag jobbade som projektledare inom kaffebranschen, och jag är inte själv från kaffebranschen, så jag använde det liksom för att, eh, hitta jättemycket information om människor och redskap och historia och sådär, bara för att catch up till mina kollegor”

– Respondent 1

Noggrannheten, tydligheten och relevansen i informationen har visat sig ha en avgörande betydelse för den upplevda nyttan med att använda AI-chattbotar (Xie m.fl., 2024: 613-614). ChatGPT upplevs vara till stor nytta när man vill hitta relativt enkel och saklig information.

”Mmm... den är bra på att vara väldigt specifik och tydlig med enkla saker. Alltså typ om det är något ord som jag inte förstår eller om det är något ordspråk som den ska förklara, då gör den det väldigt konkret”

– Respondent 4

ChatGPT används dock även ibland för att förstå och lära sig utföra uppgifter som uppfattas som svårare och som man inte har så mycket kunskap om sedan tidigare. Nedanstående respondent beskriver hur han har fått hjälp i sin roll som ordförande i en förening som han är aktiv inom på fritiden.

”[...] men framför allt kring avtal och hur man designar ett avtal och hur det utformas för det sker väldigt mycket kontraktsskrivningar med olika events som våra medlemmar skapar och då behöver jag ju kunna förstå dem, och då tog jag hjälp av ChatGPT”

– Respondent 3

Användningen av ChatGPT i informationssyfte tycks präglas av det som Rubin (1993: 99-100) definierar som en *instrumentell användning* vilket kännetecknas av en hög grad av aktivitet, uppmärksamhet och selektivitet.

”[...] på jobbet så är det ju väldigt viktigt att det blir rätt och då lägger jag, men det är väl flera timmar per dag kanske, för att jag vet att det kommer bita mig i röven sen, om det inte blev rätt”

– Respondent 2

Användningen av ChatGPT för informationssyften verkar präglas av medvetna val snarare än en vana, något som också är kännetecknande för instrumentella användningar (Rubin, 1993: 99-100). Det betraktas oftast inte som det enda sättet att hitta information och respondenterna beskriver genomgående en hög medvetenhet om vad för slags information ChatGPT kan erbjuda och vad den inte klarar av.

”[...] jag tror inte jag använder det slentrianmässigt till allting... det tror jag inte. För jag ser det inte som att det är... Jag vet att vissa vänner ser det som att, det är mitt allt och den har alla svaren, och det håller jag verkligen inte med om utan det är bara, man kan använda det som ett sätt att ta reda på någonting och få ett ChatGPT-svar, men det är ju inte... det står ju inte över allt annat, så, så det beror helt på”

– Respondent 4

Samtliga respondenter påtalar risken med att lita blint på informationen från ChatGPT då det ofta finns felaktigheter och brister i svaren. Respondenten nedan beskriver ett tillfälle där detta blev tydligt.

”Mmm, jag var med om det alltså bara förra veckan för jag stavade fel på ett namn, ganska grovt. Sen så genererade den jättemycket information för den här personen som inte fanns” [hon fortsätter] ”Ja, och det var, det såg ju liksom helt korrekt ut”

– Respondent 1

Att ChatGPT har en tendens att generera påhittade svar utifrån vad som verkar rimligt när den inte klarar av att hitta det rätta svaret är något som har påtalats av Sundar och Liao (2023: 173) och som belyser behovet av att förhålla sig källkritiskt, särskilt då det påhittade resultatet, som citatet ovan visar, ofta ser helt korrekt ut. Denna brist på kvalitet i informationen har för vissa respondenter lett till ett minskat användande av ChatGPT.

”Mmm, det har lett till att jag använder det mycket mindre. För att jag litat inte på det och jag känner att jag faktiskt blir lite dummare av att faktiskt inte läsa fakta själv och kolla i böcker och... ah, men alltså lära mig hitta saker”

– Respondent 1

Detta är ett exempel på när *gratifications sought* och *gratifications obtained* inte matchar och kan leda till ett minskat användande (Palmgreen & Rayburn, 1984: 556). Transparensen och tillförlitligheten i informationen har visat sig vara särskilt viktigt för målgruppen millennials användning av AI-verktyg (Lubbe, 2025: 1) vilket kan förklara varför detta är något som kan leda till ett minskat användande. En respondent uttrycker en annan problematik med informationen från ChatGPT.

”Det är väl mainstream, massmedia, och det som är i linje med... de främsta politiska agendorna, de största”

– Respondent 4

Motoki m.fl. (2024: 3) har kunnat påvisa att innehållet från ChatGPT reproducerar återkommande politiska bias vilket bland annat kan bero på att ChatGPT eventuellt förstärker

redan existerande bias i materialet som den har tränats på. Sammanfattningsvis är informationssökning ett vanligt användningsområde men upplevs också som problematiskt då det ofta inte går att lita på informationen utifrån upplevda felaktigheter och politiska bias samt är förenat med en försämrade förmåga att hitta information på egen hand.

Kreativitet

Ett annat motiv till att använda ChatGPT som ibland upplevdes vara till nytta i vardagen var att stimulera till kreativitet och kreativt skapande. Lin och Ng (2025: 10731- 10733) har identifierat *kreativitet* som en gratifikation utifrån möjligheten att få hjälp av AI-chattbotar med att skapa skämt, musik, konst och recept. En respondent berättar att de arbetar mycket med storytelling i hennes utbildning som naturguide och beskriver en situation när ChatGPT var till hjälp.

”[...] alltså ibland så gör den saker som jag kanske inte hade tänkt, alltså drar olika kopplingar mellan arter och träd och ah, men filosofi och historia och så där. Drar massa kopplingar som jag kanske inte hade gjort. Och så blir det väldigt kul och så ser det dumt ut men sen kanske jag ändå använder det för att det... det hjälper ju också mig att väcka en sån reaktion hos mina klasskompisar, att chocka dem in till att komma ihåg information. Så ja det är kul att se både det som blir helt galet och fel men det utmanar också mig att se galet och fel som något bra”

– Respondent 1

En annan respondent berättar att hon har använt ChatGPT på fritiden när hon deltog i lagtävlingar i sällskapsspel.

”[...] jag ska va med i en lagtävling och då chattade vi igår och så var det ingen som kom på ett namn och så använde jag ChatGPT för att få idéer. Och det var väl bra, eller så här”

– Respondent 2

Hon fortsätter med att berätta att ChatGPT behövde många försök på sig för att hitta ett namn som hon kunde använda.

”Ja men den hittade på, den gav mig en miljon förslag och så sen så tog jag någon som var rimlig. Så att det är väl på... på bekostnad av den egna kreativiteten”

– Respondent 2

Denna tanke om ChatGPT som ett hot mot den egna kreativiteten är något som återkommer i intervjuerna och som även är något som har framkommit i forskningen. ChatGPT kan exempelvis hämma den kreativa förmågan hos studenter och bidra till en känsla av att fuska (Lee m.fl., 2025:15). En alltför hög tillit till ChatGPTs kreativa förmåga har även kunnat kopplas till en försämring av den egna autonomin och minska engagemanget för fritidsaktiviteter ute i det verkliga livet (Li m.fl., 2025: 14). En respondent beskriver att han är noga med att begränsa sin användning av ChatGPT just utifrån den risken.

”[...] jag vill ju inte använda ChatGPT om jag inte måste för jag tycker, ett AI-verktyg som ChatGPT hämmar min kreativitet. Och jag vill ju inte hämma min kreativitet som person utan det är därför jag ju bara använder den för de här administrativa delarna i mitt liv, för att helt enkelt ge mig tid till att leva ut min kreativitet på andra, med den övriga tiden”

– Respondent 3

En annan problematik med att använda ChatGPT som nämns av två respondenter, inte bara gällande kreativt skapande utan för all typ av generering av innehåll, är ChatGPTs klimatpåverkan.

”[...] att den här servern eller vad det är det är, att den kräver så otroligt mycket energi, att det går åt otroligt mycket vatten som bara dunstar bort då till exempel. Det är också vattenbrist typ överallt eh, och att varje meddelande vi skriver är så,

en liter vatten eller någonting, och då känns det så jävla dumt att be den att skriva en dikt om typ ekar [...]”

– Respondent 1

Användningen av ChatGPT i kreativa syften kan alltså ibland vara givande för att stimulera till nya och oväntade tankar men ofta upplevs ChatGPTs kreativa förmåga som otillfredsställande och kopplas till en försämring av den egna kreativiteten.

5.1.2 Teknologiskt baserade gratifikationer

Gratifikationer som har uppstått till följd av verktygets teknologiska *affordances*, handlingsmöjligheter, bedömdes vara den näst viktigaste motivationen till att använda ChatGPT. Här identifierades gratifikationerna *bekvämlighet*, *användarkontroll*, *användaranpassning* och *nyhet*.

Bekvämlighet

Något som respondenterna återkommande beskriver som viktigt är att ChatGPT är bekvämt, smidigt och enkelt att använda, exempelvis genom att ta över repetitiva uppgifter.

”[...] alltså att jag använder den för att jag tycker om att reflektera och den hjälper mig att reflektera utan att såhär, behöva skriva för mycket ord”

– Respondent 5

Bekvämlighet är en gratifikation som har identifierats av Chen m.fl. (2024: 726) som ett resultat av AI-chattbotars teknologiska affordance *interpassivitet* som är en kombination av *interaktivitet* och *automatisering*. Bekvämlighet kan framför allt förstås utifrån automatiseringen då ChatGPT kan minimera graden av ansträngning och tankeverksamhet som krävs för att utföra en uppgift (Chen m.fl., 2024: 726).

”Och den är bra på att tyda halvdåligt formulerade saker, alltså att tolka det. Så om jag skriver väldigt fort och slarvigt, ungefär någonting sånt här, som jag menar, då kan den ändå göra det begripligt”

– Respondent 4

Bekvämligheten kan även förstås utifrån möjligheten att använda ChatGPT till att arbeta i andra program, vilket ofta kan vara svårt och tidskrävande.

”[...] Och att jag kan liksom ta ner, ta ner Excelfilen, lägga in den i ChatGPT och ställa frågor. Och där är den väldigt, väldigt bra, fram tills typ kommando 10 och då så måste du börja betala för att få mer den dagen. Men det uppskattar jag, för det är verkligen, det blir aldrig fel då”

– Respondent 1

Det uppfattas också som smidigt att kunna utföra många olika typer av uppgifter med hjälp av ChatGPT. Respondenten nedan beskriver hur det var innan ChatGPT kom och hur ChatGPT har förändrats hans behov av andra teknologiska hjälpmedel.

”[...] en app för att räkna ut någonting, en app för att göra en semesterplanering, en app för att... du vet någonting annat. Och de typerna av småsakerna känner ju inte jag att jag har velat betala 50 kr för varje månad för någonting. Så nu känner jag att, ah okej, om jag har de behoven så kan jag i alla fall använda det, med ChatGPT. Så jag känner att mina behov, om några, har liksom helt försvunnit från att köpa andra typer av ah, subscriptions”

– Respondent 5

Bekvämligheten som möjliggörs genom ChatGPT upplevs även som kognitivt avlastande, i detta fall på ett positivt sätt.

”Det, det kortar ner min...[skrattar] det låter lite dumt, men det kortar ner mitt behov utav att tänka”

– Respondent 3

Detta kan dock även upplevas som negativt då det kan leda till att man slutar tänka helt och hållet. Nedanstående respondent beskriver hur hon har ändrat uppfattning och strategi för sin ChatGPT-användning med tiden utifrån denna risk.

” [...] alltså jag började använda det som ett verktyg och sen blev det att jag använde det istället för att tänka. Istället för att jag skulle liksom själv slänga in all information så bad jag den att lösa saker åt mig och nu igen så försöker jag väl att göra hela jobbet själv och sen så få hjälp med struktur [...]”

– Respondent 1

En viktig aspekt av bekvämlighet är att verktyget är enkelt att använda (Chen m.fl., 2024: 724). ChatGPT uppfattas generellt som enkelt att börja med men det upplevs som svårt att vidareutveckla sina användningskunskaper på egen hand.

”Det är både väldigt enkelt, alltså det är väldigt enkelt att börja använda det men jag tycker inte det är så enkelt att använda det rätt. Alltså det finns liksom inget direkt stöd i hur man ger bra prompts eller... ah, men hur man kan använda det för olika saker utan det är mycket, du måste liksom lösa det lite själv”

– Respondent 1

Användarkontroll

Medan bekvämlighet härstammar från de automatiserade aspekterna hos AI-chattbotar grundar sig *användarkontroll* istället på de interaktiva förutsättningarna för användare att aktivt styra verktyget utifrån sina egna preferenser (Chen m.fl., 2024: 726). En del av användarkontrollen består av hur användare har möjlighet att hantera chatthistoriken med ChatGPT vilket medför en känsla av kontroll.

”[...] du har en lista på gamla chattar, du kan gå igenom, du kan ta bort dem, du kan byta namn på dem, du kan arkivera dem”

– Respondent 3

Flera respondenter berättar att de har anpassat hur ChatGPT kommunicerar med dem, antingen genom promptar eller genom inställningar i verktyget. Det var vanligt att ställa in ChatGPT på att ha en saklig och kortfattad kommunikationsstil.

”[...] man kan säga åt den att, man kan styra lite över personligheten vilket är ganska skönt. Så jag har sagt åt den att inte va så trevlig”

– Respondent 2

En respondent beskriver hur han i hög grad har nyttjat möjligheten att anpassa ChatGPT till sina preferenser.

”Och jag har, tror jag... 80 minnen om mig, som handlar just om, liksom mycket om tydlighet och alltså formuleringar generellt sätt. Typ att jag föredrar att du inte använder de här orden. Och så har jag typ en ban-lista [skrattar] på 80 ord som den inte får använda sig av. Öh, och det är sådana här floskler [...]” [han fortsätter] ”[...] Det är typ så här 'Här jobbar vi med effektivitet', 'Vi kan tillsammans'”

– Respondent 5

Användaranpassning

En annan betydelsefull gratifikation var *användaranpassning* vilket avser AI-chattbotars förmåga att förstå och anpassa sig efter användarens preferenser utan att användaren aktivt behöver be om det eller ändra i inställningar (Chen m.fl., 2024: 726). Genom algoritmer som kan analysera användarmönster och chatthistorik kan ChatGPT självständigt anpassa exempelvis kommunikationsstilen. En respondent beskriver att ChatGPT är bra på att anpassa sig till hennes kunskapsnivå.

”[...] För jag skulle nog säga att jag inte är så teknisk överlag, så att få en tjänst som kan dumma ner svåra tekniska saker är väldigt värdefullt”

– Respondent 1

ChatGPT kan även spegla användarens konversationsstil utefter hur användaren brukar kommunicera i olika sammanhang, en funktion som kan vara till nytta när man behöver hålla en viss språklig ton i arbetet.

”Ja men ChatGPT vill jag ju ska utforma en text som är... som är jag men ändå den professionella sidan utav mig, så att eh, det är inte, det är inte den kramgoa sidan utav mig utan det är mer den... kanske lätt distanserade men tydliga ramar-sidan [...]”

– Respondent 3

ChatGPTs förmåga att minnas och anpassa sig efter användares mönster och tidigare preferenser beskrivs dock ofta som problematiskt. Respondenterna berättar att ChatGPT har lätt att snöa in på saker som man tidigare har nämnt och har svårt att ställa om sig när detta väl har hänt.

”[...] Och så sa jag ’jag gillar inte de här färgerna’, ’men är du säker? Du har ju sagt att du gillar dem’ och så bara nötte den in på det igen. Och även när jag sa att den skulle börja om på nytt i samma chatt så kunde den inte det på nytt för den bara hittade det gamla hela tiden”

– Respondent 3

Då detta beskrivs som ett återkommande problem tolkas användaranpassning inte som en av de viktigaste teknologiska gratifikationerna hos ChatGPT. Det uppfattas som mer givande att själv kunna styra vad ChatGPT lägger på minnet utifrån gratifikationen *användarkontroll*.

Nyhet

En annan teknologisk gratifikation med ChatGPT var att utforska tekniken just på grund av att den är ny och spännande (Lee m.fl., 2025: 9). Medan de ovanstående teknologiska gratifikationerna framför allt resulterade i en nytta och en ökad effektivitet tolkas detta lekfulla utforskande av tekniken som något som ger respondenterna underhållning i vardagen. Den har dock placerats under teknologiska gratifikationer snarare än nöjesbaserade då utforskandet av tekniken tolkas som kärnan i användningen och nöjet mer som en effekt. Respondenterna uttrycker att det är roligt att följa ChatGPTs utveckling och se vad den klarar av, vad den inte klarar av, hur den reagerar på olika instruktioner och hur långt man kan pusha

dess gränser. Att generera bilder var något som verkade hänga ihop med denna typ av utforskande, då dessa bilder sällan skulle användas till något.

”Jag har slutat med bilder tror jag, eller liksom, det är kul då och då och liksom testa hur långt har den kommit”

– Respondent 5

Utforskandet kan också handla om att testa ChatGPTs kunskaper.

”[...] ibland bara för att kolla, för det är intressant att se vad den säger om saker, om ämnen som man kanske är lite insatt i, bara för att se vad den svarar, för skojs”

– Respondent 4

En annan del av utforskandet handlar om interaktionen i sig, att testa hur ChatGPT reagerar när man kommunicerar med den på olika sätt. Respondenten berättar hur han har försökt testa ChatGPTs gränser utifrån en uppfattning om att ChatGPT alltid försöker vara trevlig och positiv.

”Jag har försökt att vara jätteelak mot ChatGPT, bara, det är när jag har lekt med det då” [han fortsätter] ”’Vad dum du är, du fattar inte’, [skrattar]. Nej [skrattar], det skulle jag inte göra. Jag testade ju det en gång och det var jätteroligt, för den blev sådär konflikthantering, ’Nu förstår jag att du är upprörd och frustrerad’”

– Respondent 3

5.1.3 Nöjesbaserade gratifikationer

Nöjesbaserade gratifikationer uppfattas som en sidofunktion av den helhetliga användningen av ChatGPT. Det beskrivs som ett plus i kanten men utgör för de flesta respondenter inte det huvudsakliga skälet till att använda verktyget i vardagen. Här identifierades gratifikationen *Utforska fritidsintressen*.

Utforska fritidsintressen

Att utforska fritidsintressen med hjälp av ChatGPT, har identifierats av Li m.fl. (2025: 13) som något som främst motiverades utifrån nyttan med verktyget. Nöjesdimensionen bedömdes dock här som något mer framträdande då användningen inte alltid behövde vara till nytta för att fylla en funktion för respondenterna. En respondent berättar att hon tycker att det är kul att skapa musik och att hon brukar använda ChatGPT för att göra låtar.

”[...] det är bara för skojs skull. Man kan spela upp dem. Om det är någon grej som har hänt så kan man skriva en låt om det genom att skicka in en prompt och så säger man vad det ska va för genre och så får man det”

– Respondent 2

I detta fall grundar sig skapandet av låtar i en slags underhållande lek med AI-verktyget. Lubbe m.fl. (2025: 1) har identifierats lekfullhet som viktigt för målgruppen *millennials* användning vilket respondenterna ger uttryck för. Samma respondent berättar, i likhet med andra, att nöjet är något som motiverar henne att använda ChatGPT på fritiden men däremot inte i arbetslivet.

”Eh nej men jag hade väl använt det, jag hade använt den även om det inte var kul, i jobbet. Men så här, på min fritid. Hade man inte kunnat göra roliga saker med den. Alltså säg att jag bara hade kunnat generera text och det är jag ointresserad av, och då hade jag inte använt den”

– Respondent 2

Underhållning verkar alltså främst vara kopplat till fritidsanvändningen och en mer *ritualiserad* användning, exempelvis för att man är uttråkad. AI-chattbotar kan även bidra med en positiv *distraktion* och en *förbättring av humöret* (Pang m.fl., 2025: 4) En annan respondent uttrycker att han använder ChatGPT mycket på fritiden för att utforska sitt språkintresse.

”Ehm, men privat så har jag ett språkintresse. Och då menar inte jag typ andra språk utan svenskan i sig. Jag tycker det är väldigt spännande, ah men hur man

formulerar sig och liknande. Och det är ett intresse jag har haft även när jag var liten. Men jag känner att det är väldigt spännande att utforska typ, ah men hur olika saker kan tolkas och uttryckas med hjälp utav ChatGPT och liksom hitta varianter av det, och då blir det... Det är som att jag sitter och forskar hemma, med det här verktyget. Och det är väldigt kul”

– Respondent 5

Han fortsätter med att berätta att detta både ger honom underhållning och är till nytta för honom på jobbet genom att han har förbättrat sin språkförståelse och sitt sätt att uttrycka sig. Medan respondenten som skapade låtar med ChatGPT gjorde en distinktion mellan nytta och nöje uttrycker denna respondent en sammansmältning mellan dessa dimensioner.

5.1.4 Sociala gratifikationer

Frågan om huruvida respondenterna tycker att ChatGPT fyller en social funktion i deras liv var en av de frågor som gav det tydligaste och mest bestämda svaret. Samtliga uppgav att det inte fyllde en social funktion och följdfrågor behövde ofta ställas för att komma åt deras uppfattning då frågan upplevdes som självklar för respondenterna. Respondenterna tog tydligt ställning emot att ChatGPT skulle kunna fungera som ett socialt sällskap vilket motsäger Xie m.fl. (2024: 619) som menar att AI-chattbotar har visats kunna framkalla en känsla av att prata med en verklig person. En social gratifikation identifierades dock; *Tolka och simulera sociala interaktioner*.

Tolka och simulera sociala interaktioner

Flera av respondenterna berättar att de vid enstaka tillfällen har använt ChatGPT för att tolka sociala interaktioner med andra människor, så som vänner, kollegor eller personer man dejtar. Att detta kan vara en motivation för att använda ChatGPT är något som även Lin och Ng (2025: 10732-10733) har funnit stöd för.

”Sen har jag också använt det till, för att, ah det här är ju lite pinsamt men, hur man känner. Hur man känner någonting eller förklara olika sociala situationer som

man känner att det är något som skaver med så vill man få det liksom, alltså få ord på det”

– Respondent 4

Att det beskrivs som pinsamt att använda ChatGPT i känslomässiga eller sociala syften kan förstås utifrån det övergripande mönstret som framkommit i intervjuerna, att ChatGPT först och främst betraktas och *ska* betraktas som ett verktyg som kan hjälpa en med praktiska uppgifter. Respondenten uttrycker vidare hon ibland även använder ChatGPT till att svara på långa sms som hon inte orkar svara på själv och att ChatGPT var oväntat bra på det. En annan respondent uttrycker att han kan använda ChatGPT till att förstå varför någon har misstolkat det han har skrivit.

”Jag kan fråga någon gång såklart att, ah men ’Vad skulle det här kunna bero på?’ liksom, men jag vill inte ha någon såhär, jag vill inte va bundis med den, utan den, den är mitt verktyg [skrattar]”

– Respondent 5

Denna gräns som upprätthålls mot att använda ChatGPT för sociala syften och betrakta den som en vän är något som återkommer i intervjuerna. Respondenten nedan uttrycker ett liknande avståndstagande och ombeds utveckla varför hon inte skulle vilja använda ChatGPT som ett socialt sällskap.

”[...] för att det inte är en vän, [skrattar]. Och eh, man kan väl så här ha den, jag kan sträcka mig till att ha den att resonera med eller såhär tänka högt, såhär, som ett bollplank... men ingenting som är mer liksom känslöstyr”

– Respondent 2

Uppfattningen om ChatGPTs förmåga att tolka sociala interaktioner skiljer sig en hel del mellan respondenterna. Medan vissa upplever det som hjälpsamt att låta ChatGPT tolka och förklara sociala situationer anser vissa att tolkningarna är ytliga, självklara och ibland konstiga.

”Hmm, jag provade för ett tag sen, men det var mest på skoj, alltså att lägga in, för jag var på dejtingapparna, och lägga in folks konversationer och profiler och be den analysera, och det var ju väldigt kul. Men... det var inte så mycket, det var ju mest som att få höra en kompis beskriva samma sak som jag ändå tänkte. Det var ju inte såhär ’Va, var det här en psykopat!?’ , ah men jag kunde se det, jag kunde läsa det ur meddelandena själv. Och ibland så sa den liksom bara, konstiga saker.

– Respondent 1

Medan det var relativt vanligt att låta ChatGPT försöka tolka sociala interaktioner var det ingen som använde ChatGPT som rådgivare kring dessa situationer utan respondenterna var tydliga med att de själva fattade beslut kring hur de skulle hantera sociala situationer. ChatGPT kunde på sin höjd bidra med en förståelse och ett nytt perspektiv. Förutom tolkning användes ChatGPT även ibland till att simulera konversationer för att träna sig själv på att bemöta andra människor, exempelvis arga kunder i arbetslivet.

”[...] jag har skapat den i jobbet då, en anpassad, man kan göra anpassade då som är specialiserade på uppgifter. Och då har jag gjort en som är, ah men simulera samtal. Så om man säger vad ämnet handlar om, och vem den ska signalera, och i det här fallet då, vad den är upprörd över”

– Respondent 5

5.1.5 Slutsats

Tabellen nedan ger en översikt över de gratifikationer som har identifierats i denna studie. Gratifikationerna presenteras i fallande ordning baserat på hur viktiga bedöms vara för respondenternas helhetliga ChatGPT-användning.

Nyttobaserade gratifikationer	Teknologiskt baserade gratifikationer	Nöjesbaserade gratifikationer	Sociala gratifikationer
<u>Tidsbesparande</u>	<u>Bekvämlighet</u>	Utforska fritidsintressen	Tolka och simulera sociala interaktioner
<u>Bearbeta befintlig information</u>	<u>Användarkontroll</u>		
<u>Informationssökande</u>	Användaranpassning		
Kreativitet	Nyhet		

*Nyttobaserade och teknologiskt baserade gratifikationer genererade flest gratifikationer och visade sig utgöra de starkaste motivationerna till att använda ChatGPT där de viktigaste har understrukits; tidsbesparande, bearbeta befintlig information, informationssökande, bekvämlighet och användarkontroll. De andra gratifikationerna bedömdes inte fylla en lika central funktion i den helhetliga ChatGPT-användningen. Nöjesbaserade gratifikationer och sociala gratifikationer tolkas som mindre viktiga och här identifierades endast en gratifikation vardera. De flesta gratifikationerna är mer eller mindre etablerade inom teorin om *Uses and gratifications* men denna studie bidrar även med en ny gratifikation som kan förstås som specifik för ChatGPT; bearbeta befintlig information. Stöhr m.fl. (2024: 5) har visserligen kopplat AI-chattbotar till en förbättring av språkbruket inom studier vilket kan förstås som en bearbetning av ett befintligt material men den här studien belyser funktionen ur ett mer övergripande perspektiv där användningen även innefattar granskning och bearbetning av kod och möjligheten för ChatGPT att bearbeta information från andra program. Sammantaget bekräftar studien tidigare forskning som har definierat nyttoaspekter som den viktigaste motivationen till att använda AI-chattbotar men höjer teknologiskt baserade gratifikationer till en stabil andraplats vilket motsäger Xie m.fl. (2024: 618) som har definierat nöjesgratifikationer som näst viktigast. Nöjesgratifikationer bedöms som*

tredje viktigast medan den minst viktiga dimensionen var sociala gratifikationer vilket stödjer vilket Pang m.fl. (2025: 16) slutsatser om sociala aspekters begränsade roll.

5.2 Hur upplever och hanterar millennials gränsen mellan människa och maskin i interaktionen med ChatGPT?

Resultatet och analysen av denna frågeställning presenteras utifrån följande teman; *användande av sociala regler, placering i mänskliga kategorier, personligt delande och känslomässigt stöd* vilket bygger på lärdomar från teorin om *Computers Are Social Actors (CASA)* samt utifrån *upplevd människolikhet, obehagskänslor och föredragen kommunikationsstil* vilket är centrala teman inom teorin om *The Uncanny Valley*.

5.2.1 Användande av sociala regler

Gemensamt för många av respondenterna var att använda de sociala regler som upplevdes som mest grundläggande i interaktionen med ChatGPT.

”...alltså ibland så skriver jag hej, 'Hej, jag behöver...', 'Tack', ehm, så liksom de mest basala men jag skulle liksom inte, jag skulle ju aldrig fråga den hur den mår. Som att den skulle vara en människa”

– Respondent 1

Detta går i linje med vad Nass och Moon (2000: 99) har kommit fram till kring upprätthållande av sociala regler kopplat till *artighet* vilket är vanligt förekommande regler i mänsklig kommunikation. Flera av respondenterna uppgav att de brukar inleda konversationer med ett ”Hej” och ibland säga ”Tack” när ChatGPT har hjälpt de på ett bra sätt. Likt Nass m.fl. (1994: 72) och flera forskare efter dem har funnit upprätthålls dessa sociala regler på grund av omedvetna och automatiska processer.

”...ja, ja alltså, jag tror det är bara för att det ligger i min natur att vara vänlig... och även om det här är en mekanik jag pratar med så är den ju ändå väldigt... promptad för att upplevas som mänsklig och trevlig tillbaka [...]”

– Respondent 3

Alla respondenter utom en beskrev att det kommer naturligt för de att vara trevliga, trots att de är medvetna om att de pratar med en maskin och inte behöver ta hänsyn till ChatGPTs känslor. En respondent beskriver hur användandet av sociala regler har förändrats över tid, från att ha varit en automatisk reaktion till att ha blivit ett medvetet val och ett aktivt ställningstagande.

”Det är ett medvetet val. I början hände det bara såklart, och sen så droppade jag det för att jag insåg att, nej det behöver jag ju inte skriva men sen så insåg jag då att, nej men jag vill nog ändå säga hej och tack. Så det började omedvetet, droppade bort omedvetet och sen så liksom, tog jag tillbaka det igen medvetet”

– Respondent 5

Här blir det tydligt att de sociala reglerna upprätthålls för ens egen skull, inte på grund av någon form av hänsyn till ChatGPT, i alla fall inte en medveten hänsyn. Respondenterna visar en medvetenhet om att det inte spelar någon roll om de är trevliga mot ChatGPT då det inte påverkar svaren som ChatGPT ger.

”Nej, alltså vad man än säger till den så gör den ändå det du säger till den, och så försöker den vara snäll och trevlig, för det är det den är programmerad till att göra”

– Respondent 3

I vissa fall finns dock en, om än skämtsam, bakomliggande tanke om att det kan vara bra att vara trevlig och artig mot ChatGPT i säkerhets skull då ens konversationshistorik sparas och det är svårt att veta hur den informationen kan användas i framtiden när AI-verktyg utvecklas.

”Jag tror kanske att det är mest för min egen skull, för att jag mår bra, men... ehm... ah... om den skulle få medvetande, [skrattar], då ska den inte efter mig!”
[hon fortsätter] ”För jag har sagt tack, och jag har googlat på kimchi! [Skrattar]”

– Respondent 1

En återkommande tanke hos respondenterna var även att vilja upprätthålla någon slags trevlighet mot ChatGPT utifrån en oro kring att en kommunikation helt utan sociala regler skulle kunna smitta av sig på hur man kommunicerar med andra människor.

”Ah men det är för att komma ihåg min egen mänsklighet. Så att om jag slutar att använda någon typ av mänsklighet tillbaka så kommer nog jag börja, kanske glömma säga hej och tack till kollegor”

– Respondent 5

Detta tydliggör att respondenterna, trots en hög medvetenhet om ChatGPTs artificiella natur, i någon mån ändå betraktar ChatGPT som en social aktör som de behöver förhålla sig till. Interaktionen upplevs som så pass människolik att det kommer naturligt för respondenterna att upprätthålla vissa grundläggande sociala regler och för att en osäkerhet ska väckas kring hur kommunikationen med ChatGPT kan påverka ens förmåga att kommunicera ute i det verkliga livet. Medan Nass och Moon (2000: 82-83) menar att sådana reaktioner grundar sig i ett obetänksamt tillbakafallande i mänskliga modeller för samtal tyder respondenternas beskrivningar på ett mer medvetet reflekterande kring de automatiska responser som interaktionen med ChatGPT väcker vilket resulterar i medvetna ställningstaganden kring hur interaktionen ska hanteras.

Det finns dock många situationer när de sociala reglerna bryts. Fogg och Nass (1997, refererad i Nass & Moon, 2000: 88) har funnit att människor är mer benägna att hjälpa datorer som först hade varit hjälpsamma mot dem. Detta var dock inget som verkade gälla i respondenternas interaktion med ChatGPT. All benägenhet att svara på förtydligande frågor kopplades till det egna informationsbehovet, inte till en skyldighet gentemot ChatGPT. De sociala regler som upprätthölls gällde artighet och modeller kring hur samtal brukar vara strukturerade. Medan det var relativt vanligt att säga ”Hej” och ”Tack” var det betydligt ovanligare att svara på följdfrågor när man var färdig med en uppgift. Inga av respondenterna sa ”Hejdå” när de var färdiga med konversationen.

”Nej jag lämnar det bara. Och ibland säger jag ’Ställ inte frågor’ om det är irriterande för oftast är det ganska dåliga följdfrågor, som jag inte vill ha.”

– Respondent 4

Medan de flesta inte hade några problem med att lämna frågor obesvarade uttryckte en respondent att han hade ställt in ChatGPT på att formulera frågorna som förslag istället då han upplevde det som känslomässigt jobbigt att behöva säga nej till ChatGPT.

”[...] alltså, jag upplever mig själv som taskig när jag inte svarar på en fråga, även om det kommer från den eller inte”

– Respondent 5

Respondenten beskriver ett högst medvetet försök att kontrollera sina egna sociala impulser vilket kan tolkas som ett sätt att motarbeta sin egen tendens att betrakta och behandla ChatGPT som en social aktör. Genom den teknologiskt baserade gratifikationen *användarkontroll* har användare möjlighet att eliminera beteenden hos ChatGPT som kan framkalla sådana reaktioner hos en själv, något som kan förstås som ett medvetet och starkt upprätthållande av gränsen mellan människa och maskin. Precis som att det var vanligt att tacka ChatGPT när man ansåg sig ha fått bra hjälp var det även relativt vanligt att vilja uttrycka missnöje när ChatGPT hade gjort ett dåligt jobb vilket kan förstås som ett sätt att bryta mot de sociala reglerna.

”Ehm... jag försöker hålla det sakligt men ibland blir man ju irriterad och den irritationen kan man ta ut på ChatGPT för att det händer ingenting, det är inte en person så då kan man göra det bara för att få ut... nåt”

– Respondent 4

Flera respondenter uttrycker en befrielse i att kunna ta ut sin frustration på ChatGPT utan att behöva ta konsekvenserna som man hade gjort om man uttryckte sig så till en verklig person. Det faktum att det upplevs som givande att rikta sådana negativa känslor till en ett maskinellt

verktyg som ChatGPT tyder dock på att ChatGPT på något plan ändå upplevs som en social aktör, annars hade ventileringen sannolikt inte hade haft någon effekt.

5.2.2 Placering i mänskliga kategorier

Detta tema avser placerandet i mänskliga kategorier utifrån kön, etnicitet och personlighet. Vad gäller tillskrivningen av könstillhörighet på ChatGPT var detta ett område där respondenternas uppfattningar till stor del skiljde sig åt. De flesta uppfattade inte att ChatGPT hade ett visst kön medan andra ansåg att ChatGPT var ”en supersnubbe!” (Respondent 1). Vissa var mer nyanserade och växlade mellan att tänka på ChatGPT som könlös eller som en man.

”Alltså, jag brukar inte tänka på det, eller jag brukar väl kanske prata om ’den’ eller ’han’... men jag tänker inte på det som en man egentligen... utan det är mer att, ah men så här vissa saker, så här, känns som att de har kön... som eller mer kanske som saker var förr, så här att båtar var ’hon’, och så vidare”

– Respondent 2

En annan respondent kopplar ChatGPTs könstillhörighet till vad som enligt henne är typiskt manliga egenskaper och beteenden.

”Men också typ en sån, eh... kille som försöker va lite så, lite skön. Som killgissar, och sen när man påpekar att någonting är fel så säger den inte ’Oj, vet du vad, jag vet inte, det blev fel’ utan det är så ’[imiterar mansröst] jaha, du tänker så. Nej men jag tänker ju på det här sättet va, då blir det rätt’, du vet. En sån som aldrig erkänner att de har fel [suckar]”

– Respondent 1

Trots splittrade uppfattningar visar respondenternas utsagor att ChatGPT i högre grad uppfattas som manlig än kvinnlig vilket stödjer Wong och Kims (2023: 6) slutsatser om att stereotyper kring manlighet och kvinnlighet påverkar hur AI-chattbotar som ChatGPT uppfattas. Medan deras studie kopplar tillskrivningen av manlighet till kompetens grundar sig

associationerna till manlighet här på negativa egenskaper som att ”killgissa”, alltså att låta självsäker och övertygande utan att veta svaret, och att inte kunna erkänna sina fel. Wong och Kims (2023: 16-17) resultat att ChatGPT oftare namngavs manliga än kvinnliga namn var inget som kunde upptäckas utifrån intervjuerna. I de få fall respondenterna hade namngivit ChatGPT var det ett könlöst, humoristiskt eller tekniskt präglat namn. En av respondenterna berättar att han har valt en kvinnoröst för röstfunktionen på ChatGPT.

”Jag har valt kvinnorösten. För att de här mansrösterna lät... inställsamma, glada mansröster låter... fel [skrattar]”

– Respondent 5

Han uttrycker vidare att kvinnorösten låter bättre för att den påminner om en receptionist. Dock refererar han inte till ChatGPT utifrån någon könstillhörighet. Utifrån de slutsatser som Nass och Moon (2000: 84-86) drar med stöd i Bem (1981) om att dominant och självsäkert beteende uppfattas som mer positivt när det kommer från män är det rimligt att även det motsatta även gäller för kvinnor, då en inställsam kvinnoröst här uppfattas som mer naturlig.

De flesta av respondenterna fick inte associationer till någon etnisk tillhörighet hos ChatGPT men de två som gjorde det upplevde att ChatGPT var vit och västerländsk. Det kopplades bland annat till liknande egenskaper som användes för att beskriva ChatGPT som man.

”Nej... alltså skulle den va någonting så tänker jag liksom att den skulle va en vit man. Den är väldigt så, ah men confidently wrong, ganska ofta”

– Respondent 2

Uppfattningen om ChatGPTs etniska tillhörighet grundade sig också i den kulturella kontext som ChatGPT hade utvecklats ur.

”Ah men faktiskt. Det har jag inte heller tänkt på men jag föreställer mig att det är en... ah som mig själv. Alltså vit, västerländsk. Men det är nog också för det är det den är framväxt på, där den är kommen, antar jag”

– Respondent 4

Ibister m.fl. (in press) studie pekar på att datorer uppfattas som mer tillförlitliga och intelligenta om de uppvisar samma etniska tillhörighet som de deltagarna själva (Nass & Moon, 2000: 86). I detta fall uppfattades den etniska samhörigheten dock som något negativt då samma respondent kopplade etniciteten till ”västerländskt hjärntvätter”.

Medan upplevelsen av kön och etnicitet var splittrad mellan respondenterna var alla respondenter överens om att ChatGPT hade en tydlig personlighet. Vanliga benämningar av dessa personlighetsdrag var undergiven, inställsam och kappvändare vilket beskrevs som negativt.

”... den är sån kappvändare också. Och det är någonting också oempatiskt över det, ah men alltså att men kanske först så ger den en, den är förstående och så säger den 'jag förstår' någonting, någonting, någonting... och så fort som man ställer liksom en följdfråga eller utmanar den lite grann så ändrar den sig och så säger den kanske någonting annat”

– Respondent 2

Mönstret stämmer överens med Nass m.fl. (1995) upptäckt att uppfattningen av undergivna personlighetsdrag hos medieteknologier leder till en lägre värdering och upplevd intelligens hos dessa (Nass & Moon, 2000: 91-92). Den inställsamhet som beskrivs kopplas av flera respondenter även till en fara med att använda ChatGPT för att fatta beslut.

”[...] om den råder mig att göra saker som är direkt skadliga för antingen min hälsa, jag kanske har hittat en ny så här... hippiediet, jag vet inte. Eller jag har hittat en liksom en farlig religion och så tycker den att liksom att det är klart att jag ska testa den här farliga dieten eller religionen eller göra mig av med min familj på något sätt eller... för att de begränsar mig eller [...]”

– Respondent 2

Respondenten berättar att hon har läst på internetsforumet Reddit hur ChatGPT kan uppmuntra människor till farliga idéer just eftersom den är programmerad till att vara

inställsam och positiv. Respondenterna beskriver även att ChatGPTs personlighet formas efter användaren själv.

”Beroende på vad du matar in, så får den ju den personligheten. För jag använder den ju i ett syfte att jag vill ha sakliga frågor besvarade, fakta besvarade, då får den ju den sakliga personligheten. När jag matade in att jag ville ha en soffa i mitt vardagsrum så fick jag ju en, en, stilikon istället [skrattar]”

– Respondent 3

Respondenterna framstår som medvetna om både de förprogrammerade och individuellt anpassade personlighetsdragen hos ChatGPT samt riskerna med dessa. Detta kan förstås som en reflektion kring gränsen mellan människa och maskin, där ChatGPTs personlighet inte ses som något naturligt utan förstås utifrån de teknologiska förutsättningarna.

5.2.3 Personligt delande och känslomässigt stöd

Frågan ”känner du att du kan få känslomässigt stöd av att dela med dig av personlig information till ChatGPT?” var, tillsammans med frågan om huruvida ChatGPT fyller en social funktion, den som fick allra tydligast och mest enstämmigt svar från respondenterna. Respondenterna tog avstånd från att använda ChatGPT för känslomässigt stöd i för hög grad, både utifrån en uppfattning om att det inte skulle vara givande och utifrån eventuella risker. Flera av respondenterna uttrycker att ChatGPT inte är tillräckligt utvecklad för att de skulle kunna uppleva något slags stöd genom att dela med sig av personliga saker till den.

”Mmm, nej... det är väl en sorts empati som är lärd. Den tar ju inte toner och liksom nyanser av saker. Om jag säger liksom ’jag är ledsen för att det här gick så’ och det blir ju så ’Oj, så tråkigt att höra’, och det känner jag ju ingen värme av. Eller typ såhär ’Vill du prata av dig?’, Nej, haha, den behöver liksom va mycket mer nyanserad för att jag skulle falla för det”

– Respondent 1

Uttrycket ”falla för det” antyder att ChatGPT upplevs ha en agenda att vilja få en att dela med sig av mer personlig information. En annan respondent uttrycker ett motstånd, inte bara kring

att använda ChatGPT för känslomässigt stöd själv utan även kring hur ChatGPT används av andra människor.

”Och detta är ju saker jag har kollat upp för att det är helt bisarrt hur folk kan använda ChatGPT till privat syfte. Och det är ju därför jag inte gör det, för det skulle vinkla mitt känslomässiga spår, mitt känslomässiga liv till, till så som ChatGPT ber mig att bete mig”

– Respondent 3

Detta avståndstagande motsäger Ho m.fl. (2018: 726) resultat om att människor interagerar på i stort sett samma sätt med AI-chattbotar som de gör med människor och upplever liknande positiva känslomässiga effekter av interaktionen. En annan anledning till att inte dela med sig av personlig information som återkommer är det faktum att ens interaktioner med ChatGPT sparas och ägs av ett privat företag.

”Och de kan ju ändra sina villkor hur de vill och sälja informationen hur de vill. Och även om de säger att de inte gör det kan de göra det. Och då... finns ju allt det som man någonsin har skrivit, och kan ju användas emot en”

– Respondent 4

Detta verkar dock inte vara den främsta anledningen till att inte använda ChatGPT för känslomässigt stöd då respondenterna i varierande grad ändå delar viss potentiellt personlig information om sig själva, så som hälsouppgifter eller politiska åsikter. Den viktigaste anledningen till att inte använda ChatGPT för känslomässigt stöd är att det inte skulle upplevas som givande utifrån ChatGPTs funktion eller kompetens. Vart gränsen för delande av personlig information dras varierar. Vissa håller det mycket sakligt medan andra drar gränsen vid att inte dela sådant som man skäms för inför sig själv eller sådant som man inte ens hade berättat för sin psykolog.

Trots respondenternas avståndstagande och skeptiska inställning till att använda ChatGPT i känslomässigt syfte uppger två respondenter att det kan ge någon form av stöd att få hjälp med att tolka och förstå sociala interaktioner som man funderar mycket kring.

”... det är ju inte känslomässigt som att så här, 'Jag behöver stöd' så, men det är mer bara som att när man kanske så här, ah men 'Hur skulle någon kunna tolka det här?' och så man bara 'Jaha'. Det är också så här för mig, skulle jag kalla det, emotionellt stöd. I stället för att jag fortsätter vara frustrerad på något som inte jag förstår. Så säger den 'Jo men det här kan faktiskt tolkas på det här sättet' och jag bara 'Ah okej då' [...]"

– Respondent 5

Denna användning tillhör som tidigare nämnt den sociala gratifikationen *tolka och simulera sociala interaktioner* men här framkommer det att ChatGPTs funktion i att hjälpa en att tolka interaktioner med andra människor, utöver en ökad förståelse, även kan resultera i upplevelsen av ett känslomässigt stöd. Det verkar alltså ändå finnas visst stöd för Ho m.fl. (2018: 726) upptäckt om att delande av personlig information med en AI-chattbot kan resultera i positiva psykologiska, emotionella och relationella effekter, dock i mycket begränsad utsträckning och endast i vissa specifika sammanhang.

5.2.4 Upplevd människolikhet

För att förstå hur gränsen mellan människa och maskin upplevs och hanteras i interaktionen med A-chattbotar är viktigt att förstå hur människolikt verktyget uppfattas. Detta avgörs bland annat av hur mycket sociala signaler verktyget sänder ut vilket kan skapa en uppfattning om en social närvaro hos verktyget (Xu m.fl., 2022:10). Graden av människolikhet har även en avgörande roll i huruvida känslor av obehag uppstår i interaktionen med artificiell intelligens samt vilken kommunikationsstil som människor föredrar hos robotar (Dubois-Sage m.fl., 2023: 19-20). ChatGPT beskrevs genomgående ha en relativt hög människolikhet utifrån förmågan att efterlikna ett mänskligt språk. Respondenten som tidigare har nämnts använda ChatGPT för att simulera sociala interaktioner med kunder i arbetet berättar att han tycker ChatGPT är duktig på att imitera mänsklig kommunikation.

” [...] Och den kan göra det väldigt bra, så att det låter som att man typ skriver med någon som är riktigt upprörd [skrattar], i det här fallet då”

– Respondent 5

Denna upplevelse av människolikhet kan ibland skapa en känsla av en social närvaro men respondenterna är tydliga med att de inte låter sig påverkas av detta då de hela tiden är medvetna om att det är en maskin de interagerar med. På frågan om upplevelsen av en social närvaro svarar en respondent:

”Hmm, ja alltså på sätt men jag väljer ju att liksom ignorera den lite grann, för att jag vet att den inte... det stämmer ju inte liksom”

– Respondent 1

5.2.5 Obehagskänslor

Utifrån intervjuerna framkommer ett mönster av att ett visst obehag kan uppstå till följd av en för hög människolikhet.

”Farligt duktig, farligt duktig är den. Eftersom, om du... Mänskligt blir ju känslor, tankar och funderingar. Ger du den känslor, tankar och funderingar som du vill ha svar på eller du uttrycker 'Idag känner jag mig såhär', 'Jag mår såhär, varför gör jag det?' då speglar den jättebra. Den är fruktansvärt bra på spegling, läskigt bra på spegling. Så den blir ju mer mänsklig ju mänskligare du är mot den, upplever jag”

– Respondent 3

Respondenternas beskrivningar bekräftar till viss del teorin om *The Uncanny Valley* som förklarar hur en alldeles för stark människolikhet påverkar interaktionen med artificiell intelligens negativt bland annat genom att minska tilliten (Dubois-Sage m.fl., 2023: 19-20). Den höga människolikheten kopplas även till en oro över att låta sig manipuleras av verktygets förmåga att övertyga en att lita på informationen. Denna oro

var inte bara kopplad till en själv utan främst till andra grupper som uppfattades som särskilt utsatta.

”[...] för det har pratats väldigt mycket om det på nyheterna det senaste att den, att den ljuger ihop grejer. Ehm... och det är ju väldigt obehagligt bara i sig liksom. Ja men speciellt för de yngre som använder det här och aldrig lärt sig källkritik. Och med de här deepfaksen och fakeade bilder och så här. Ja... man kan ju inte lita på någonting längre. Och det är väldigt, väldigt obehagligt”

– Respondent 1

En annan respondent uttrycker en obehagskänsla när han berättar om ett tillfälle då ChatGPT hade gett honom fel svar på en fråga flera gånger och fortsatte insistera på att svaret var rätt, med små modifikationer och förtydliganden som inte heller de stämde, samtidigt som den höll en trevlig människoliknande ton.

”Men då är det ju lite så, den är ju trevlig och det är ju så man egentligen skulle betett sig som en människa om man faktiskt hade rätt svar. Men eftersom den inte har rätt svar så blir det så missvisande också. Alltså, det känns nästan som att den lurar en i den stunden, alltså som att den aktivt vill lura en. Och det är inte kul. Och då blir det så här, det här sociala runt omkring, det är väldigt läsk... inte läskigt men fel”

– Respondent 5

Den människoliknande kommunikationen verkar alltså upplevas som särskilt obehaglig i samband med att ChatGPT ger felaktig information vilket innebär att tilliten till verktyget minskar. Respondenten uttrycker att det kändes som att ChatGPT aktivt ville lura honom vilket ligger i linje med Rapp m.fl. (2025: 14) upptäckt att AI-verktyg upplevs som särskilt hotfulla när de uppfattas ha en egen agenda. Medan ChatGPTs kompetens att uttrycka sig som en människa och förmå användare att lita på information som inte alltid stämmer upplevdes som obehaglig var känslan ofta den motsatta när förväntningarna kring människolikhet bröts.

Att vara rolig och dra skämt var ett område som ChatGPT ofta uppfattades misslyckas med vilket upplevdes som roligt.

”Jag tycker det är väldigt kul, för att det blir så krystat. Men jag tycker ju oftast inte det är så här ’Åhhå, vilken kul snubbe det här var!’ utan det är så ’Okej...’”

– Respondent 1

Även ”nonsensical hallucinations”, osammanhängande svar på grund av systemfel i ChatGPT, vilket Rapp m.fl. (2025: 1) har kopplat till en känsla av obehag till följd av brutna förväntningar om människolikhet, upplevdes som underhållande eller neutralt snarare än obehagligt. En respondent berättar om när han fick svaret ”Analysis” efter att ha gett ChatGPT en uppgift.

”Jo men då kände jag bara så här, den har gått sönder! [Skrattar]. Det var inget konstigt alls, det var så här, den har gått sönder, då har den fått för mycket att göra”

– Respondent 5

Att respondenterna inte upplever det som obehagligt när förväntningar om människolikhet bryts skulle eventuellt kunna förklaras av att ChatGPT inte uppvisar en tillräckligt hög grad av människolikhet för att framkalla dessa känslor. Dubois-Sage m.fl. (2023: 20) har funnit att upplevelsen av obehag lättare triggas av robotar med människolika ansikten och en människolik kroppsstorlek. ChatGPT har visserligen en högst mänsklig kommunikationsförmåga men ligger visuellt långt ifrån ett mänskligt utseende, då verktyget endast består av en chattruta på en skärm. En respondent uttrycker dock ett mildt obehag när ChatGPT bryter mot förväntningar om människolikhet, exempelvis när den inte klarar av att skapa roliga skämt.

”Nej, jag bara, ah okej, du är jättecringeig, nu vill jag bort [skrattar]”

– Respondent 3

Att vilja bort och att uppleva ChatGPTs skämt som ”cringe”, alltså pinsamt, skulle kunna förstås som en känsla av att något är fel och onaturligt vilket här verkar upplevas som negativt.

5.2.6 Föredragen kommunikationsstil

Under intervjuerna framkom att samtliga respondenter klart föredrog en mer robotliknande kommunikation utan överdrivna trevligheter eller försök till personifiering eller humor. En av respondenterna berättar att det viktiga är att få svar på sina frågor och att mänskliga uttryck är onödiga.

”Eh... ah men den, den behöver inte mänskliga... jag vill ha svar på mina frågor. Eh, och sen behöver den inte lägga in mänskliga uttryck, för sakens skull. Men jag vill gärna ha liksom så här ord och inte... askig, eller nåt sånt data... jag vet inte, ettor och nollor”

– Respondent 2

Att människor tycks föredra att interagera med artificiell intelligens som har en låg eller måttlig människolikhet är något som Dubois-Sage m.fl. (2023: 20) har konstaterat. Preferenserna för hur robotliknande kommunikationen anses bör vara varierar mellan respondenterna där vissa framför allt uppfattar en för människolik kommunikation som onödig medan andra uppfattar det som direkt störande.

”Och ibland tillskriver den mig känslor och det stör mig otroligt mycket. ’Jag förstår att du är frustrerad’. För det första, det gör den inte, och för det andra, det är jag inte [skrattar]”

– Respondent 4

I citatet går det att utläsa att respondenten inte anser att ChatGPT bör syssla med att tolka mänskliga känslor på eget initiativ, dels för att den är en maskin som inte har förmåga att förstå känslor, dels för att hon upplever att den har tolkat hennes känsla fel. I de flesta fall uppstår inte obehagskänslor av en sådan kommunikation utan det leder framför allt till att respondenterna blir trötta, irriterade och stänger ner ChatGPT. Det

finns dock tillfällen då en för människolik kommunikationsstil kopplas till risker som man vill undvika.

”Ah men jag känner lite grann att jag blir, alltså i början var det bara kul, att liksom förstå att, aha den kan göra det här. Men sen tycker jag inte om det här, liksom psykologiska. Att det får den att kännas mer trevlig och det kan leda till den här falska tryggheten att jag litar mer på den än vad jag bör göra [...]”

– Respondent 5

Att det kan upplevas som obehagligt när ChatGPT ger falsk information på ett trevligt och mänskligt sätt framkom i temat *Obehagskänslor*. Här blir det dock tydligt att detta är något som även påverkar upplevelsen av kommunikationen generellt. Flera respondenter lyfter att det känns som att ChatGPT vill manipulera en när den kommunicerar på ett för mänskligt sätt. Respondenten ovan har försökt hantera detta genom att ställa in ChatGPTs sätt att kommunicera, något som han har gemensamt med flera andra respondenter.

”[...] jag har liksom snarare dämpat genom de här instruktionerna här då, så att den inte är så glättig. Eh, för det kan den vara för mycket utav. Så min är lite, nästan lite robotaktig typ att den bara så här, skriver man typ ’Hej, jag mår dåligt idag’ så säger den bara... ’Noterat’ [skrattar]. Alltså, jag har gjort den jättehård”

– Respondent 5

5.2.7 Slutsats

Sammanfattningsvis visade resultatet att respondenterna upprätthöll en stark gräns mellan människa och maskin i interaktionen med ChatGPT. Resultatet motsäger i hög grad Ho m.fl. (2018: 726) slutsatser om att personligt delande till AI-chattbotar kan resultera i liknande känslomässigt stöd som delande som till en annan människa då detta var något målgruppen tog starkt avstånd från och upplevde som pinsamt, farligt eller helt enkelt inte givande utifrån ChatGPTs bristande kompetens. ChatGPT betraktades och behandlades till viss del som en *social aktör* genom ett upprätthållande av de mest

grundläggande sociala reglerna, tillskrivning av vissa mänskliga kategorier så som man, vit, västerländsk och en undergiven, trevlig och inställsam personlighet vilket till viss del stödjer teorin om *Computers Are Social Actors* (Nass m.fl., 1994: 72).

Respondenterna uppvisade dock genomgående en hög medvetenhet om dessa reaktioner hos sig själva som de aktivt försökte motarbeta vilket är något som inte hittills har framkommit i forskningen. Samtliga föredrog en nästan helt robotlik kommunikationsstil vilket stödjer Dubois-Sage m.fl. (2023: 20) slutsatser och kan förstås utifrån en strävan efter att upprätthålla en gräns gentemot ChatGPT och inte behandla den som en människa. I de fall obehagskänslor uppstod handlade det främst om hur ett starkt människolikt språk kunde lura en att lita på verktyget mer än vad man borde och inte om obehag kopplat till brutna förväntningar som tidigare forskning har funnit (Hyun Baek & Kim, 2023: 10; Rapp m.fl., 2025: 1). Detta upplevdes istället som underhållande.

6 Diskussion

6.1 Reflektion kring resultatet

Denna studie har påvisat att ChatGPT är en djupt integrerad del av målgruppen millennials vardag, framför allt inom arbetsliv och studier där ChatGPT i hög grad betraktas som ett uppgiftbaserat verktyg med en nyttodrivnen och målmedveten användning. Fritiden framstår som ett underordnat användningsområde som är mer ritualiserat och nöjesdrivet. ChatGPTs integrering i arbetsliv och studier verkar ha förändrat millennials vanor i grunden då de beskriver att det hade varit jobbigt om verktyget försvann eftersom de då hade blivit mycket långsammare och mindre effektiva i sina professionella liv. Studien stärker den samlade bilden inom forskningen om att ChatGPT främst används på grund av den upplevda nyttan (Xie m.fl., 2024: 613-614). Studien belyser dock att nyttan ofta framstår som paradoxal då målgruppen konstant behöver förhålla sig till felaktigheter och andra brister och risker med informationen så som ytlighet och politiska bias. Användningen präglas även av en oro kring den personliga integriteten kopplat till datainsamling, försämring av den egna kognitiva och kreativa förmågan samt en medvetenhet om ChatGPTs påverkan på klimatet. Allt detta medför att användningen ofta upplevs kosta mer tid och energi än vad den ger. Ett stort ansvar läggs även på individen att använda verktyget på rätt sätt för att få ut relevant och användbart innehåll.

Vidare präglas målgruppens interaktion med ChatGPT av ett ständigt motarbetande av den förprogrammerade mänskliga kommunikationen, en mänsklighet som upplevs som onödig, frustrerande eller rent av farlig då den kan lura en att lita mer på verktyget än vad man borde. Studien visar hur målgruppen på ett omfattande och högst medvetet sätt försöker kontrollera sina egna sociala instinkter gentemot ChatGPT och begränsa ChatGPTs möjligheter att kommunicera på ett människoliknande sätt för att inte tappa greppet om att man kommunicerar med en maskin. Målgruppen uttrycker en oro över riskerna som kommer med att använda ChatGPT som till exempel en vän, psykolog eller för att fatta beslut. Deras egen användning beskrivs som relativt oriskabel utifrån en hög medvetenhet men en oro uttrycks för andra mer sårbara grupper som yngre, vilka beskrivs som mer utsatta för falsk information och påverkan.

Användningen av ChatGPT väcker av samtliga dessa anledningar ofta stor frustration. Målgruppen är i en kamp mot en teknik som de samtidigt inte vill vara utan. Ibland leder missnöjet till ett minskat användande men allt som oftast präglas interaktionen med ChatGPT av upprepade försök och ett outtröttligt tålamod. Detta utmanar Palmgreen och Rayburns (1984: 537) slutsatser om att ej uppfyllda förväntningar på ett medium resulterar i ett minskat eller avslutat användande. Målgruppen tycks inte betrakta det som ett tänkbart alternativ att överge ChatGPT och helt återgå till andra medieteknologier. Detta belyser hur djupt integrerad ChatGPT har blivit i människors liv. Användningen har, trots fokuset på praktiska och nyttorelaterade uppgifter, ändå i viss mån blivit ritualiserad då den präglas av vanor och har integrerats på ett naturligt sätt i målgruppens vardagsrutiner, något som enligt Rubin (1993: 99-100) ofta hänger ihop med ett medieberoende. En anledning till att användningen fortgår trots brister och risker med verktyget kan vara de teknologiska handlingsmöjligheterna som ChatGPT erbjuder i form av bekvämlighet och kontroll (Chen m.fl., 2024: 719). Detta tycks vara något som målgruppen uppskattar och har kommit att vänja sig vid. Avlastningen från behovet av att tänka upplevs ibland som värdefullt utifrån en ökad effektivitet samtidigt som ChatGPT upplevs försämra den egna kreativiteten och förmågan att hitta information på andra sätt. Studien visar även en motsägelse mellan målgruppens starka ställningstagande mot att använda ChatGPT i sociala syften och det faktum att ChatGPT håller på att ersätta allt fler sociala interaktioner i arbetslivet, något som Millard m.fl. (2024: 1765) har varnat för.

6.1.1 Öväntade upptäckter

Målgruppen millennials har i en israelisk studie pekats ut som den generation som är mest positivt inställd till AI-verktyg då de har visat sig ha en något mer utopisk än dystopisk inställning (Sabag-Ben Porats, 2025: 11-13). Den här studien ifrågasätter till viss del detta då riskerna som millennials i denna studie målar upp med ChatGPT beskrivs som övervägande i relation till vinsterna, i alla fall på en samhällsnivå. Om detta beror på kulturella skillnader mellan svenska och israeliska deltagare eller om mönstret håller i sig vid en jämförelse mellan svenska generationer är svårt spekulera kring. Utifrån Magano m.fl. (2025: 8) resultat att millennials uppskattar en viss relationell trygghet i kommunikationen var det förvånande att millennials i denna studie föredrar en så starkt robotliknande kommunikation. Något annat som förvånade var hur vanligt det var att använda sociala regler i interaktionen med ChatGPT samtidigt som denna starka gräns mellan människa och maskin upprätthölls. Det vore rimligt

att tro att denna gränsdragning hade underlättat för respondenterna att bortse från de sociala impulserna gentemot ChatGPT. Tendensen att ändå behandla ChatGPT som en social aktör understryker ytterligare Nass m.fl. (1994: 72) teori om medieteknologiers likställdhet med människor när det kommer till att framkalla automatiska sociala responser. En annan oväntad upptäckt var den återkommande tanken på att ens sätt att kommunicera med ChatGPT skulle kunna påverka hur man kommunicerar med andra människor. Detta var inte något som respondenterna tillfrågades om utan uppkom spontant under intervjuerna. Det är inte heller är ett ämne som har lyfts i tidigare forskning. Utifrån debatten i media om riskerna med AI där det ofta talas om hur ChatGPT kan användas som en psykolog eller vän var det även förvånande att målgruppen hade en så pass begränsad användning av ChatGPT för sociala och känslomässiga syften. Potentiella orsaker till detta och andra aspekter som kan ha påverkat resultatet diskuteras i kommande avsnitt.

6.2 Reflektion kring arbetet med studien

Då slutsatserna bygger på intervjusvar från fem respondenter, en relativt liten urvalsgrupp, är det viktigt att respondenternas personliga förutsättningar fångar variationer på ett sätt som möjliggör en *teoretisk generalisering* (Esaiasson, 2017: 159). Något som kan ha påverkat resultatet utifrån urvalet var att flera av respondenterna var mycket insatta i ChatGPT och hade en omfattande erfarenhet och kunskap av verktyget från arbetslivet, exempelvis inom programmering eller kommunikation, som utifrån min förförståelse upplevdes som högre än genomsnittspersonen inom målgruppen. Det är möjligt att denna höga medvetenhet kring ChatGPTs tekniska uppbyggnad och funktion kan ha resulterat i ett starkare motstånd mot att använda verktyget för sociala och emotionella syften vilket till viss del kan ligga till grund för det starka upprätthållandet av gränsen mellan människa och maskin. Något annat som kan ha påverkat användningsmotivationen och upplevelsen av verktyget var att vissa respondenter hade gratisversionen medan andra hade tillgång till någon av betalversionerna, antingen genom arbetet eller för att de hade valt att betala privat. De olika versionerna har olika kvalitet och funktioner vilket eventuellt kan ha medfört att respondenterna med betalversioner var mer tillfredsställda med verktyget. Fördelarna med att inkludera olika versioner var dock att det medförde en bredd av erfarenheter och möjliga användningsområden för ChatGPT i vardagen vilket upplevdes som berikande. Valet att delvis rekrytera respondenter genom *självselektionsurval* medförde även risken att respondenterna som aktivt valde att tacka ja

eventuellt kan ha varit särskilt intresserade av intervjuämnet utifrån personliga värderingar kring ChatGPT (Kvale & Brinkman, 2014: 191). Under intervjuprocessen noterades att så kanske var fallet då respondenterna i hög grad uppfattades ha reflekterat kring fördelarna och riskerna med ChatGPT både i deras eget liv och på samhällsnivå innan intervjutillfällena. Den initiala tveksamheten kring huruvida självrapporterade intervjusvar skulle kunna besvara studiens frågeställningar upplevdes som mindre problematisk än väntat då respondenterna beskrev en hög medvetenhet kring sitt eget användande och sina egna reaktioner i interaktionen. Sammantaget kan studien bidra med ett perspektiv på hur svenska millennials använder och upplever ChatGPT i vardagen, en användning som präglas av en motarbetad mänsklighet i interaktionen och en motsägelsefull nytta med verktyget. Resultatet bör dock tolkas med viss försiktighet utifrån ovanstående diskussion. I kommande avsnitt diskuteras förslag på hur framtida forskning kan fördjupa förståelsen av ämnet utifrån andra perspektiv.

6.3 Förslag på vidare forskning

Utifrån ovanstående diskussion om respondenternas upplevda insatthet och höga kunskap kring ChatGPT som verktyg bör framtida forskning utforska om det finns skillnader inom målgruppen millennials utifrån demografiska faktorer så som utbildningsnivå och yrke. Det är också relevant att studera användningsmotivationer och upplevelser av ChatGPT hos målgruppen *generation Z*, som likt millennials förväntas påverkas påtagligt av AI-verktygens utveckling (Savin m.fl., 2024: 225). Även yngre målgrupper som barn och ungdomar hade varit intressanta att studera då denna grupp beskrivs som extra utsatt för riskerna med AI av respondenterna i denna studie. Generellt finns det även ett behov av att utöka mängden kvalitativa studier som på djupet undersöker användningar och upplevelser av ChatGPT då det finns en överrepresentation av kvantitativa studier. Forskningen bör också fokusera på att stärka kunskapen utanför USA och asiatiska sammanhang vilket en övervägande del av tidigare forskning bygger på. Ett annat spår som vore intressant att utforska är huruvida kommunikationen med ChatGPT kan smitta av sig på hur man kommunicerar med andra människor, vilket var en oro som lyftes av flera respondenter i denna studie.

7 Referenser

- Chen, Cheng., Lee, Sangwook., & Sundar, S. Shyam. (2024). Interpassivity instead of interactivity? The uses and gratifications of automated features. *Behaviour & information technology*, 43(4), 717-735.
- Dimock, Michael. (2019, januari 17). *Defining generations: Where Millennials end and Generation Z begins*. Pew Research Center. <https://www.pewresearch.org/short-reads/2019/01/17/where-millennials-end-and-generation-z-begins>
- Dubois-Sage, Marion., Jacquet, Baptiste., Jamet, Frank., & Baratgin, Jean. (2023). We Do Not Anthropomorphize a Robot Based Only on Its Cover: Context Matters too! *Applied sciences*, 13(15), 1-38.
- Ekström, Mats., & Johansson, Bengt. (Red.). (2019). *Metoder i medie- och kommunikationsvetenskap*. Lund: Studentlitteratur AB.
- Esaiasson, Peter., Gilljam, Mikael., Oscarsson, Henrik., Towns, Ann., & Lena Wängnerud (2017). *Metodpraktikan: Konsten att studera samhälle, individ och marknad*. Stockholm: Wolters Kluwer AB.
- Esmailzadeh, Pouyan., Maddah, Mahed., & Mirzaei, Tala. (2025). Using AI chatbots (e.g., CHATGPT) in seeking health-related information online: The case of a common ailment. *Computers in Human Behavior: Artificial Humans*, 3, 2-16.
- Fjellman, Rebecca., & Shirley, Starud. (2025). *När tekniken talar som vi: Äldres uppfattningar av AI-chattbotars mänskolikhet*. [Kandidatuppsats, Luleå tekniska universitetet]. Uppsatser.se. <https://www.uppsatser.se/uppsats/c6c9f8f64a/>
- Gupta, Sanjay., Arora, Anchal., Singh, Simarjeet., & Jain, Jinesh. (2025). AIfeel millennials: Prioritizing the intentions towards adoption of AI-enabled chatbots using fuzzy-AHP approach. *Journal of Science and Technology Policy Management*. <https://doi.org/10.1108/JSTPM-09-2023-0159>
- Guthrie, Stewart., E. (2025). *Anthropomorphism*. The Editors of Encyclopaedia Britannica. <https://www.britannica.com/topic/anthropomorphism>
- Ho, Annabell., Hancock, Jeff., & Miner, Adam. S. (2018). Psychological, Relational, and Emotional Effects of Self-Disclosure After Conversations With a Chatbot. *Journal of communication*, 68(4), 712-733.
- Hyun, Baek. Tae., & Kim, Minseong. (2023). Is ChatGPT scary good? How user motivations affect creepiness and trust in generative artificial intelligence. *Telematics and informatics*, 83, 1-13.
- Internetstiftelsen. (u.å.). *AI – artificiell intelligens*. Hämtad 25 november 2025 från <https://svenskarnaochinternet.se/rapporter/svenskarna-och-internet-2025/ai-artificiell-intelligens/>

- Katz, Elihu., Haas, Hadassah., & Gurevitch, Michael. (1973). On the Use of the Mass Media for Important Things. *American sociological review*, 38(2), 164-181
- Kvale, Steinar., & Brinkmann, Svend. (2014). *Den kvalitative forskningsintervjuen*. Lund: Studentlitteratur.
- Lee, Sun Kyong., Ryu, Jongsang., Jie, Yeowon., & Ma, Dong Hoon. (2025). Motivations and Affordances of ChatGPT Usage for College Students' Learning. *Media and communication* 13(S6), 1-23.
- Li, Yu., Ren, Lianping., Qiu, Hanqin., & Liu, Huimei. (2025). How Does Generative AI Relate to Leisure Satisfaction and Awareness? *Leisure sciences*, 1-21.
- Lin, Zhihuai., & Ng, Yu-Leung. (2025). Unraveling Gratifications, Concerns, and Acceptance of Generative Artificial Intelligence. *International journal of human-computer interaction*, 41(17), 10725-10742.
- Lubbe, Isolde., Roberts-Lombard, Mornay., & Langerman, Josef. (2025). Millennials' experiences and satisfaction with chatbots: a study of self-service technology in emerging markets. *European business review*, 37(4), 741-769.
- Magano, José., Quintela, Joana. A., & Banerjee, Neelotpaul. (2025). Driving Consumer Engagement Through AI Chatbot Experience: The Mediating Role of Satisfaction Across Generational Cohorts and Gender in Travel Tourism. *Sustainability*, 17(17), 2-23.
- Millard, Joseph., Christie, Alec. P., Dicks, Lynn. V., Isip, Justin. E., Johnson, Thomas. F., Skinner, Grace., & Spake, Rebecca. (2024). ChatGPT is likely reducing opportunity for support, friendship and learned kindness in research. *Methods in ecology and evolution*, 15(10), 1764-1766.
- Mori, Masahiro. (2012). The Uncanny Valley [From the Field] (MacDorman, Karl. F. & Kageki, Norri, Övers.). *IEEE Robotics & Automation Magazine*, 19(2), 98–100. <https://doi.org/10.1109/mra.2012.2192811>
- Motoki, Fabio., Pinho Neto, Valdemar., & Rodrigues, Victor. (2024). More human than human: measuring ChatGPT political bias. *Public choice*, 198(1-2), 3-23.
- Nass, Clifford., & Moon, Youngme. (2000). Machines and Mindlessness: Social Responses to Computers. *Journal of social issues*, 56(1), 81-103.
- Nass, Clifford., Steuer, Jonathan., Tauber, Ellen. R., Dumais, Susan., Olson, Judith., & Adelson, Beth. (1994). Proceedings of the SIGCHI Conference on Human Factors in Computing Systems, 72-78.
- OpenAI. (2022, 30 november). *Introduktion till ChatGPT*. OpenAI. <https://openai.com/sv-SE/index/chatgpt/>
- OpenAI. (2025a, 15 september). *How people are using ChatGPT*. <https://openai.com/index/how-people-are-using-chatgpt/>

- OpenAI. (2025b, 30 april). *Så här utvecklar vi ChatGPT och våra grundmodeller*.
<https://openai.com/sv-SE/policies/how-chatgpt-and-our-foundation-models-are-developed/>
- OpenAI. (2025c, 12 november). *GPT-5.1: En smartare och mer samtalsvänlig ChatGPT*.
<https://openai.com/sv-SE/index/gpt-5-1/>
- Palmgreen, Philip., & Rayburn, J. D. (1979). Uses and gratifications and exposure to public television. *Communication Research*, 6(2), 155–179.
- Palmgreen, Philip., & Rayburn, J. D. (1984). Merging uses and gratifications and expectancy value theory. *Communication research*, 11(4), 537-562
- Pang, Hua., Hu, Zhuyun., & Wang, Lei. (2025). How Perceived Motivations Influence User Stickiness and Sustainable Engagement with AI-Powered Chatbots—Unveiling the Pivotal Function of User Attitude. *Journal of theoretical and applied electronic commerce research*, 20(3), 1-22.
- Papacharissi, Zizi., & Rubin, Alan. M. (2000). Predictors of Internet Use. *Journal of broadcasting & electronic media*, 44(2), 175-196.
- Rapp, Amon., Di Lodovico, Chiara., & Di Caro, Luigi. (2025). How do people react to ChatGPT's unpredictable behavior? Anthropomorphism, uncanniness, and fear of AI: A qualitative study on individuals' perceptions and understandings of LLMs' nonsensical hallucinations. *International journal of human-computer studies*, 198, 2-21.
- Rubin, Alan. M. (1981). An examination of television viewing motivations. *Communication research*, 8(2), 141-165.
- Rubin, Alan. M. (1993). Audience activity and media use. *Communication monographs*, 60(1), 98-105.
- Ruggiero, Thomas. E. (2000). Uses and Gratifications Theory in the 21st Century. *Mass communication & society*, 3(1), 3-37.
- Sabag-Ben Porat, Chen. (2025). AI perceptions across technological generations: utopian and dystopian views uniting baby boomers and gen Z in Israel, *Israel affairs*, 1-24.
- Savin, Petre., Sorin., Rusu, Georgiana., Prelipcean, Mihai., & Barbu, Lucia., Nicoleta. (2024). Cognitive Shifts: Exploring the Impact of AI on Generation Z and Millennials. *International Conference on Business Excellence*, 18(1), 223-232.
- Schulz, Jeremy. M., Robinson, Laura., Khilnani, Aneka., Baldwin, John., Helosia, Pait., Williams, April. A., Davis, Jenny., & Ignatow, Gabe. (Red.). (2019). *Mediated Millennials*. Bingley: Emerald Publishing Limited.
- Statista. (2025a). *Rate of overall use of artificial intelligence (AI) tools worldwide in 2025*.
<https://www.statista.com/statistics/1615251/ai-tools-frequency-intentional-use/#statisticContainer>

- Statista. (2025b). *ChatGPT – statistics & facts*.
<https://www.statista.com/topics/10446/chatgpt/>
- Statistiska centralbyrån. (2025, oktober 17). *Befolkningens it-användning 2025 – Generativa AI-verktyg tar plats i svensk vardag*. <https://www.scb.se/hitta-statistik/statistik-efter-amne/forskning-och-det-digitala-samhallet/det-digitala-samhallet/befolkningens-it-anvandning/pong/statistiknyhet/befolkningens-it-anvandning-2025/>
- Stöhr, Christian., Ou Wanyu, Amy., Malmström, Hans. (2024). Perceptions and usage of AI chatbots among students in higher education across genders, academic levels and fields of study. *Computers and education. Artificial intelligence*, 7, 3-12.
- Sundar, S. Shyam., & Liao, Menqi. (2023). Calling BS on ChatGPT: Reflections on AI as a Communication Source. *Journalism & Communication Monographs*, 25(2), 165-180.
- Sundar, S. Shyam., & Limperos, Anthony. M. (2013). Uses and Grats 2.0: New Gratifications for New Media. *Journal of broadcasting & electronic media*, 57(4), 504-525.
- SVT. (2025a, 7 april). *Smartare än hjärnan* [Tv-serie]. Svtplay.
<https://www.svtplay.se/smartare-an-hjarnan>
- SVT. (2025b, 11 september). *Experter varnar: Alltför intensivt chattande med AI kan utlösa AI-psykos*. <https://www.svt.se/kultur/experter-varnar-alltfor-intensivt-chattande-med-ai-kan-utlosa-ai-psykos>
- United Nations Environment Programme. (2025, 13 november). *AI has an environmental problem. Here's what the world can do about that*. <https://www.unep.org/news-and-stories/story/ai-has-environmental-problem-heres-what-world-can-do-about>
- Vetenskapsrådet. (2024). *God forskningssed*. <https://www.vr.se/analys/rapporter/vara-rapporter/2024-10-02-god-forskningssed-2024.html>.
- Wong, Jared., & Kim, Jin. (2023). ChatGPT Is More Likely to Be Perceived as Male Than Female. Ithaca: Cornell University Library, arXiv.org, 1-25.
- Xie, Chenxing., Wang, Yanding., & Cheng, Yang. (2024). Does Artificial Intelligence Satisfy You? A Meta-Analysis of User Gratification and User Satisfaction with AI-Powered Chatbots. *International journal of human-computer interaction*, 40(3), 613-623.
- Xu, Kun., Chen, Xiaobei., & Huang, Luling. (2022). Deep mind in social responses to technologies: A new approach to explaining the Computers are Social Actors phenomena. *Computers in human behavior*, 134, 1-13.

Bilaga 1

Bakgrundsfrågor om respondenten

- Berätta lite kort om dig själv. Vad du har för sysselsättning i nuläget och vad du brukar göra på fritiden?
- Vad var det som fick dig att tacka ja till den här intervjun?
- Minns du ungefär när du började använda ChatGPT och varför?
- Ungefär hur ofta använder du ChatGPT under en vanlig vecka?
- Har du gratisversionen eller någon betalversion? Varför?

Motiv till användning (Uses and gratifications)

- I vilka sammanhang brukar du använda ChatGPT (tex fritid, jobb, studier)?
- Kan du berätta lite mer specifikt vilka uppgifter du brukar använda ChatGPT till?
- Vilka funktioner brukar du använda på ChatGPT (tex chatt, röstkommando, generera text, bilder osv)?
- Finns det något område eller någon uppgift som du tycker att ChatGPT fungerar särskilt bra till?
- Finns det något område eller någon uppgift där du inte tycker att ChatGPT fungerar så bra?

- Av de uppgifter och områden du använder ChatGPT till idag, vilka är viktigast för dig?

Gratifikationsbaserade frågor

Nyttogratisfikationer

- I vilka uppgifter upplever du att du har mest nytta av ChatGPT i vardagen?
- Vad tycker du om kvaliteten på informationen eller innehållet från ChatGPT?
- Om du ser till hela ditt ChatGPT-användande, hur viktiga är de uppgifter som har med nyttan att göra?

Nöjesgratifikationer

- Tycker du att det är roligt eller ger dig underhållning att använda ChatGPT?
- I så fall, varför och i vilka situationer?
- Hur viktigt är det för dig att få underhållning eller glädje när du använder ChatGPT?

Teknologiska gratifikationer

- Hur upplever du det är att använda ChatGPT utifrån dess design och teknologiska funktioner?
- Vilka funktioner eller designaspekter hos ChatGPT är viktigast för dig?
- Hur stor betydelse har de teknologiska och designmässiga förutsättningarna för din användning av ChatGPT generellt?

Sociala gratifikationer

- Tycker du att ChatGPT fyller en social funktion i ditt liv?
- Hur väl anser du att ChatGPT har förmåga att förstå sociala situationer och ämnen, tex frågor som har med relationer att göra?
- Hur viktiga är sociala orsaker eller samtalsämnen för ditt användande av ChatGPT?

Avrundning användning (instrumentell eller ritualiserad användning samt gratifications sought och obtained)

- Upplever du att din användning av ChatGPT styrs av medvetna val eller att du gör det mer av en vana?
- Skulle du säga att graden av uppmärksamhet och ansträngning du lägger på att använda ChatGPT påverkas av vilken typ av uppgift det är eller vilket syfte du har? Hur?
- Tycker du att ChatGPT brukar möta dina behov och förväntningar?
- (Eventuellt exempel: Upplever du att de svar som ChatGPT ger är värt den ansträngning i tid och energi du lägger?)
- Om ChatGPT inte lever upp till dina förväntningar, kan det leda till att du slutar använda det eller minskar eller anpassar din användning?
- Vi ska snart byta ämne men vill du tillägga något om vad som påverkar din motivation till att använda ChatGPT som vi inte har tagit upp?

Vi kommer nu att byta ämne till upplevelsen och hanteringen av interaktionen med ChatGPT

Upplevelse och hantering av interaktionen med ChatGPT

Övergripande frågor om människa-maskininteraktionen

- Hur upplever du att det är att kommunicera med ChatGPT i allmänhet?
- Upplever du en social närvaro när du pratar med ChatGPT?

ChatGPT som en social aktör (CASA)

Sociala regler generellt

- Skulle du säga att du använder liknande typ av sociala regler som du gör med andra människor när du kommunicerar med ChatGPT? I så fall, vilka?
- Känner du att ditt sätt att kommunicera med ChatGPT styrs av medvetna val eller att det sker mer automatiskt?
- Kan du komma på dig själv med att kommunicera med ChatGPT på ett sätt som du inte själv är medveten om i stunden? I så fall hur och hur får det dig att känna?
- Påverkas ditt sätt att kommunicera med ChatGPT av hur ChatGPT kommunicerar med dig? I så fall hur?

Artighet

- Hur brukar du inleda en konversation med ChatGPT? Inleder du med någon hälsningsfras eller går du direkt till uppgiften som du vill ha hjälp med?
- Hur brukar du avsluta konversationer med ChatGPT?

- Svarar du alltid på ChatGPTs följdfrågor även om du är färdig med uppgiften eller händer det att du lämnar frågor obesvarade?
- Om du känner att du har fått bra hjälp, brukar du tacka ChatGPT då?
- Om du blir missnöjd med innehållet eller svaret du får av ChatGPT, hur brukar du reagera? Kommunicerar du det till ChatGPT? Hur?
- Upplever du att du brukar hålla en trevlig samtalsstön med ChatGPT? Händer det att du är otrevlig? Händer det medvetet eller omedvetet?

Delande av personlig information och känslomässigt stöd

- Brukar du dela med dig av personlig information till ChatGPT? Var brukar du dra gränsen för vilken typ av personlig information du delar med dig av? Varför?
- Kan ChatGPT påverka dig i att vilja dela med dig av mer eller mindre personlig information? I så fall på vilket sätt?
- Upplever du att ChatGPT har empatisk förmåga?
- Känner du att du kan få känslomässigt stöd av att dela med dig av personlig information till ChatGPT?
- I så fall, hur skiljer det sig eller liknar det stöd du kan få av andra människor?
- I så fall, hur viktigt är det känslomässiga stödet för dig i ditt liv?

Mänskliga kategoriseringar (kön, etnicitet och personlighet)

- Känns det som att du pratar med en verklig person när du pratar med ChatGPT? I så fall, hur föreställer du dig att den personen skulle se ut?

- Upplever du att ChatGPTs sätt att kommunicera väcker associationer till en viss könstillhörighet? I så fall, påverkas det av samtalsämnet eller vilken kommunikationsstil ChatGPT har?
- Upplever du att ChatGPT har en etnicitet? I så fall vilken? Är det samma etnicitet som dig själv? Varför tror du?
- Upplever du att ChatGPT har en personlighet? Vad tycker du i så fall om den personligheten?
- Har du namngett din ChatGPT? I så fall vilket namn och varför gjorde du det?

Upplevelse av obehag (Uncanny Valley)

- Föredrar du att ChatGPT kommunicerar med dig som en människa, som en robot eller någonstans däremellan? Varför?
- Skaparen OpenAI beskriver att ChatGPT har tränats på att kommunicera på ett sätt som efterliknar mänsklig kommunikation. Hur duktig tycker du att ChatGPT är på det?
- Finns det uppgifter eller situationer där ChatGPT misslyckas med att kommunicera på ett människoliknande sätt där det blir tydligt att du pratar med en maskin? Kan du ge exempel?
- Hur känner du när ChatGPT går från att vara väldigt människolik till att kommunicera mer som en maskin/robot?
- Ibland genererar ChatGPT helt osammanhängande svar på grund av felaktigheter i systemet, hur får det dig att känna?

- Ibland försöker ChatGPT efterlikna mänsklig social kommunikation genom exempelvis humor. Hur känner du då?
- Påverkas din vilja att fortsätta använda ChatGPT av hur väl den lyckas kommunicera på ett mänskligt sätt? I så fall hur?

Nu ska vi strax avsluta men innan...

- Finns det något du vill lägga till om hur du upplever eller hanterar gränsen mellan människa och maskin i kommunikationen med ChatGPT? Eller något annat du har kommit på under intervjun?
- Sista frågan: Om ChatGPT (och andra liknande AI-verktyg) försvann imorgon, hur skulle det påverka din vardag?