

Sju av tio svenskar litar på innehåll skapat av generativ AI

Stockholm den 20 juni, 2023 Majoriteten av svenska konsumenter är medvetna om de senaste trenderna inom generativ AI och har utforskat olika verktyg, bland annat för att skapa nytt innehåll och ta fram idéer. Tilliten till den nya tekniken är stor, sju av tio uppger att de har förtroende för innehåll som skapats av generativ AI. Det visar en ny undersökning från Capgemini Research Institute.

Utvecklingen inom generativ AI har tagit fart och resulterat i flera nya system och verktyg inom området. Capgemini Research Institutes undersökning "[Why consumers love generative AI](#)", har studerat hur konsumenter globalt använder generativa AI-verktyg och hur det kan vara nyckeln till att påskynda samhällets digitala framtid. Generellt sett är majoriteten av konsumenterna runt om i världen medvetna om de senaste trenderna inom AI och har aktivt utforskat olika verktyg. Svenska konsumenter placerar sig i framkant tillsammans med Japan och Singapore när det kommer till att vara väl insatt i de senaste AI-trenderna. Svenskarna är även de som använder AI-verktyg allra mest (65 procent), framförallt för att skapa innehåll i form av text (65 procent) och för kreativ brainstorming (36 procent).

Stor tillit till tekniken

Svenskarna i undersökningen har också en stor tillit till generativ AI, drygt sju av tio svenskar säger att de har förtroende för innehåll som skapats med hjälp av tekniken. De som känner störst tillit är åldersgruppen 43–58 år, medan de mellan 59 och 77 år litar minst på AI. Globalt sett tror 67 procent av konsumenterna att de skulle kunna dra nytta av att få medicinsk rådgivning från AI, i Sverige svarar 65 procent samma sak. Majoriteten kan även tänka sig att ta råd från en AI vad gäller relations- och karriärsfrågor. Det menar framförallt åldersgruppen 59–77 år (70 procent). Nära sju av tio av svenska konsumenter är även öppna för att köpa en produkt eller tjänst som rekommenderas av en AI.

– Konsumenterna har generellt sett en stor medvetenhet kring generativ AI, och Sverige är ett av de länder som använder sig av AI-verktyg allra mest. Trots det är kunskapen om hur denna teknik fungerar och de risker som är kopplade till den fortfarande begränsad. Och även om lagar och regleringar är avgörande, har affärs- och teknikpartners en viktig roll att spela för att tillhandahålla utbildning och upprätthålla de skyddsåtgärder som påverkar användandet av generativ AI, säger Thomas Svahn, ansvarig för Insights & Data på Capgemini Sverige.

Låg medvetenhet kring etiska problem och missbruk av generativ AI

Trots risken för cyberattacker och sk deepfakes, är konsumenternas medvetenhet om riskerna låg. Globalt är nästan hälften (49 procent) oberörda över att generativ AI används för att skapa falska nyheter, och bara 34 procent av de som svarat är oroliga för phishing-attacker. Konsumenternas medvetenhet kring de etiska problemen med generativ AI är också låg, då endast 33 procent är oroliga för upphovsrättsfrågor och ännu färre, 27 procent, oroar sig för att generativa AI-algoritmer kan kopiera konkurrenters produktdesign eller formler.



Om undersökningen

För denna rapport genomförde Capgemini Research Institute en kvantitativ undersökning av 10 000 konsumenter över 18 år i 13 länder i USA, Europa och Asien och Stilla-havsområdet: Storbritannien, USA, Australien, Kanada, Frankrike, Tyskland, Italien, Japan, Nederländerna, Norge, Singapore, Spanien och Sverige. Social och sökanalys om konsumenternas uppfattning kring generativ AI genomfördes i två perioder: april 2022 till mars 2023 för sökanalys och oktober 2022 till april 2023 för social analys.

Dataaggregatorverktyg, inklusive Google Keyword Planner-data, Talkwalker och skrivbordsforskning, användes. Datakällor som sociala medieplattformar och forum undersöktes på flera språk, nämligen engelska, italienska, japanska, franska, spanska, tyska, nederländska, portugisiska och svenska som täcker olika länder, inklusive Australien, Kanada, Frankrike, Tyskland, Italien, Japan, Nederländerna, Norge, Singapore, Spanien, Sverige, Storbritannien och USA.

Om Capgemini

Capgemini är världsledande när det gäller att hjälpa kunder att driva och utveckla sina verksamheter genom den potential och de möjligheter som skapas av teknik. Koncernen har som ledstjärna att med teknikens hjälp frigöra mänsklig energi som kan användas till att bygga en hållbar och inkluderande framtid. Organisationen präglas av mångfald och ansvar och har 360 000 medarbetare i över 50 länder. Med 55 års erfarenhet och djup branschexpertis är Capgemini en trygg partner som kan hantera hela bredden av kundernas affär, från strategi till drift, och alltid i takt med den senaste utvecklingen för innovationsområden som molnet, data, AI, uppkopplade enheter, mjukvara, digital ingenjörskonst och nya plattformar. Koncernen rapporterade globala intäkter på 22 miljarder Euro för 2022.

Get the Future You Want | www.capgemini.com