

Brugen af generativ KI i Danmark 2025

Forfatter

Nielsen, Rasmus Kleis

Redaktører

Søgaard, Anders; Feldt, Johannes N.

- Publikationsdato 5. december 2025
- Publiceret af Udgivet af CAISA, Det Nationale Center for AI i Samfundet, København og Aalborg, Danmark
- Dokumentversion Udgivers PDF, registreret version
- Citation for publiceret version (APA) Nielsen, R. K. (2025). *Brugen af generativ KI i Danmark 2025*. CAISA, Det Nationale Center for AI i Samfundet. <https://caisa.dk/forskning/generativ-ki-i-danmark-2025>

Brugen af generativ KI i Danmark 2025

Af Rasmus Kleis Nielsen

Resumé

Dette forskningsbrief beskæftiger sig med danskernes brug af og holdning til generativ kunstig intelligens (KI) i 2025, baseret på data fra en større international online spørgeskemaundersøgelse og rapport udarbejdet i samarbejde med Reuters Institute for the Study of Journalism ved University of Oxford. Overordnet dokumenterer undersøgelsen en hurtig vækst i brugen af generativ KI i Danmark (omtrent dobbelt så hurtigt som brugen af internettet voksede i slutningen af halvfemserne), ret høj tillid til mange af de mest brugte former for generativ kunstig intelligens og flere optimister end pessimister, når det kommer til disse teknologiers konsekvenser. Samtidig er der stadig mange danskere, der kun har meget begrænset personlig erfaring med aktivt at bruge generativ kunstig intelligens. En stor del af befolkningen er i tvivl om, hvad konsekvenserne bliver, og der er en del bekymring om brugen af disse teknologier i visse sektorer – f.eks. offentlige myndigheder, nyhedsmedier og i særdeleshed politikere og politiske partier. Givet den hurtige vækst i brug er det slående, at næsten halvdelen af vores respondenter ikke føler sig godt informeret om generativ KI.

Introduktion

Generativ kunstig intelligens (KI) er i hastig udvikling, stadig mere udbredt og anvendt og genstand for intens debat om disse teknologiers praktiske implikationer, begrænsninger, fremtidige potentiale og konsekvenser for alt fra vores demokrati over økonomisk vækst og effektiviseringer i den offentlige sektor til bæredygtighed og geopolitik.

Dette brief dokumenterer danskernes brug af forskellige generativ KI-værktøjer i 2025, deres vurdering af hvor ofte disse teknologier bliver brugt af forskellige sektorer og deres forventninger til, hvad implikationerne er – både for dem selv personligt og for vores samfund.

Briefet er baseret på en online spørgeskemaundersøgelse gennemført i sommeren 2025 med en repræsentativ sample af danskere over 18 år. Undersøgelsen er gennemført som del af en større, international komparativ analyse (Simon m.fl. 2025). Den bygger på en tilsvarende undersøgelse gennemført i 2024 (Fletcher og Nielsen 2024). Det giver mulighed for at følge udviklingen over tid og sammenligne Danmark med andre lande.

Hovedresultater

Baseret på spørgeskemaundersøgelsen gennemført i 2025 med en repræsentativ sample af danskere over 18 (og via sammenligning med data indsamlet i 2024) viser vi at:

Danskernes brug af generativ KI

- Danskernes brug af generativ KI-redskaber som ChatGPT, Gemini, Copilot og deres konkurrenter er mere end fordoblet siden 2024. 34% af befolkningen siger, at de har brugt mindst ét generativ KI-redskab i den sidste uge, op fra 15% sidste år.
- ChatGPT er klart det mest anvendte generativ KI-redskab i Danmark. 28% siger at de har brugt det i den sidste uge, op fra 11% sidste år. De nærmeste konkurrenter er Google Gemini (7%, op fra 2%) og Microsoft Copilot (6%, op fra 2%). Blot 1% siger at de har prøvet at bruge franske Mistral.
- Unge og højtuddannede er mere aktive brugere af generativ KI-redskaber – ugentlig brug er fem gange mere

udbredt blandt de 18 til 24-årige end blandt respondenter over 55, og ugentlig brug er halvdelen gang så udbredt blandt dem med højt uddannelsesniveau som blandt dem med kort uddannelse.

- Få måneder efter at Google introducerede AI Overview i Danmark siger 54% af vores respondenter at de har set KI-genererede søgeresultater i den sidste uge. 11% af alle respondenter – altså cirka hver femte af dem der har set AI indhold i søgemaskiner – siger at de ofte eller altid klikker på links i disse resultater.

Tillid til forskellige former for generativ KI

- Når det kommer til tillid til forskellige generativ KI-redskaber er det i næsten alle tilfælde kun et mindretal af danskerne, der har en klar holdning.
- Blandt de danskere, der har taget klar stilling til, om de har tillid eller mistillid til forskellige generativ KI-redskaber er der markant forskel mellem på den ene side ChatGPT, Microsoft Copilot, og i mindre grad Googles Gemini, som der er flere der har tillid end mistillid til, og på den anden side DeepSeek samt en række redskaber udviklet og markedsført af forskellige sociale medier – Meta AI, Snapchat My AI og X's Grok – som alle bliver mødt med mere mistillid end tillid.
- Når det kommer til KI-genereret indhold i søgemaskineresultater, siger 26% af respondenterne, at de har nogen eller stor tillid og 14% nogen eller stor mistillid – selvom det er et mindretal af befolkningen, der her udtrykker tillid, er det cirka halvdelen af dem, der faktisk har set sådanne resultater.

Generativ KI i forskellige sektorer

- Med hensyn til hvor udbredt folk tror brugen af generativ kunstig intelligens er i forskellige sektorer i samfundet, er der betydelig variation – andelen, der tror at generativ KI allerede bliver brugt altid eller ofte, er særlig høj for søgemaskiner (74%) og sociale medier (71%) og langt lavere for f.eks. politiet (25%), sundhedssektoren (24%), og nationale myndigheder (29%).
- Der er også betydelig variation i folks forventninger til om brugen af generativ KI vil føre til en bedre eller værre oplevelse for dem i forskellige sektorer – mange udtrykker ikke en klar forventning. Når vi ser på dem, der udtrykker en klar forventning, er der særlig mange optimister, når det kommer til søgemaskiner (39%), sundhedssektoren (34%), og forskningsverdenen (32%), og særligt få når det kommer til nationale myndigheder (20%) og specielt politiske partier og politikere (15%).
- Der er klart flere optimister end pessimister, når det kommer til anvendelsen af generativ KI af søgemaskiner, i sundhedssektoren, og i forskning. Der er flere pessimister end optimister når det kommer til nationale myndigheder, nyhedsmedier, og – særligt udtalt – politiske partier og politikeres brug.

Forventninger til personlige og samfundsmæssige

konsekvenser

- Spurgt til hvad de forventer, at generativ kunstig intelligens kommer til at betyde for dem personligt og for vores samfund, svarer 44% "hverken bedre eller værre", når det kommer til deres eget liv, og 31% siger det samme, når det kommer til samfundet (dertil kommer et betydeligt mindretal på 8%, der svarer "ved ikke" på de to spørgsmål).
- Når vi ser på de resterende respondenter, er der klart flere optimister end pessimister. Det gælder både med hensyn til forventninger til, hvad generativ KI betyder for folks eget liv, og hvad respondenterne forventer, at det betyder for vores samfund.
- Antallet af optimister er steget signifikant siden sidste år, både med hensyn til hvad KI betyder for folks eget liv, og hvad det betyder for samfundet. Antallet af pessimister har ikke rykket sig signifikant. Hvis man sammenligner Danmark med Frankrig, Storbritannien og USA – de tre lande i den internationale undersøgelse vi på mange måder har mest tilfælles med – er danskerne generelt væsentligt mere optimistiske end de fleste andre.

Baggrund

Formålet med rapporten er at bidrage med data, der kan belyse, hvordan danskerne bruger og ser generativ kunstig intelligens. Det bagvedliggende rationale er den veletablerede indsigt, at nye teknologiers udvikling og konsekvenser ikke kun er et spørgsmål om teknisk innovation, forretningsmodeller og organisatorisk brug, men også om hvordan befolkningen generelt gør brug af forskellige redskaber og systemer (Oudshoorn og Pinch 2003). Rapporten er inspireret af tilsvarende undersøgelser gennemført i andre lande af både forskere og myndigheder (f.eks. Ada Lovelace Institute 2023).

Nedenfor følger et metodeafsnit, der introducerer det datagrundlag, rapporten hviler på, og derefter en konklusion, der indeholder refleksioner over rapportens indsigter.

I briefets appendix findes en mere dybdegående gennemgang og visualisering af hovedresultaterne med hensyn til danskernes brug af generativ KI-redskaber, deres tillid til dem, deres syn på brugen af disse teknologier på tværs af forskellige sektorer, og deres forventninger til konsekvenserne for dem selv og for samfundet som helhed.

Metode

Rapporten er baseret på en online spørgeskemaundersøgelse udviklet i samarbejde med Reuters Institute for the Study of Journalism ved University of Oxford som en del af et større internationalt komparativt

forskningsprojekt om generativ KI. Undersøgelsen følger en tidligere undersøgelse gennemført i 2024. Det Nationale Center for Kunstig Intelligens i Samfundet (CAISA) har finansieret, at Danmark er inkluderet i undersøgelsen i 2025.

Data er indsamlet i sommeren 2025 af YouGov via en online spørgeskemaundersøgelse gennemført i seks lande – ud over Danmark drejer det sig om Argentina, Frankrig, Japan, Storbritannien og USA. Sammen repræsenterer de en række forskellige højindkomstlande med forskellige typer mediesystemer. Frankrig, Storbritannien og USA er de lande i undersøgelsen, der på mange måder har mest til fælles med Danmark, og er derfor dem, vi sammenligner med her. Det danske spørgeskema var i felten fra 6. juni til 11. juli. YouGov stod for dataindsamling. Undersøgelsesdesign og analyse er forfatterens ansvar.

Den danske sample (N=2004) afspejler befolkningen over 18 og er vægtet for repræsentativitet med hensyn til alder, køn, geografisk fordeling, uddannelse og socialklasse på baggrund af data fra blandt andet Danmarks Statistik. Med en sample af denne størrelse er forskelle på to procentpoint eller mindre typisk ikke meningsfulde. Respondenterne kommer fra YouGovs online-panel, og undersøgelsen er derfor ikke baseret på tilfældig udvælgelse.

Spørgeskemaundersøgelser med repræsentative samples er gode til at indsamle data på befolkningen som helhed, men som med alle former for spørgeskemaundersøgelser, er det vigtigt at understrege, at data her er, hvad folk siger, at de gør og tænker – ikke direkte observation af faktisk adfærd. Der er en række faktorer, der påvirker den slags data, inklusiv vores evne til at erindre vores egen adfærd, samt forskellige former for bias og antagelser om, hvad vi føler, vi "bør" svare. Dertil kommer, at undersøgelser af relativt nye og teknisk komplicerede emner som generativ KI ofte involverer terminologi som dele af befolkningen ikke er bekendt med. Undersøgelsen søger at håndtere disse udfordringer via omhyggeligt design af spørgsmål.

For flere detaljer og metode og resultater fra den internationale komparative analyse, se den samlede rapport (Simon m.fl. 2025).

Konklusion

Overordnet dokumenterer vores undersøgelse, at generativ KI hurtigt er ved at blive mainstream i Danmark.

Mindre end tre år efter ChatGPT blev lanceret, har en tredjedel af den voksne befolkning brugt mindst ét generativ kunstig intelligens-redskab i den sidste uge. Få

måneder efter at Google AI Summaries blev introduceret i Danmark, har de fleste set KI-genereret indhold i søgemaskineresultater. Til sammenligning blev internettet åbnet op for offentligheden i starten af 1990'erne, men først regelmæssigt brugt af en tredjedel af befolkningen ved årtusindeskiftet.

Selvom de fleste danskere nu i det mindste har prøvet at bruge generativ KI-redskaber, og endnu flere møder det i deres daglige brug af andre digitale platforme, er mange stadig i tvivl, om hvad det kommer til at betyde. De fleste har begrænset personlig erfaring med redskaberne, og endnu mindre mulighed for at vide, hvor meget, hvor og hvordan disse teknologier bliver brugt.

Med det sagt, er det værd at fæstne sig ved, at der i Danmark er flere KI-optimister end KI-pessimister, både når det kommer til betydning for folks efter liv, og betydning for vores samfund. Der er mere optimisme omkring KI i Danmark end i f.eks. Frankrig, Storbritannien og USA, og antallet af optimister er steget signifikant siden 2024. Særligt de unge og de højtuddannede – som også er de grupper, der bruger generativ KI mest – er mere optimistiske.

Det betyder ikke, at der er udifferentieret optimisme. Selvom der er relativt positive forventninger til, hvad generativ KI betyder, både når det kommer til udenlandske virksomheder som f.eks. søgemaskiner og til hjemlige aktører som f.eks. sundhedssektoren, så er det slående, at der er betydeligt mindre optimisme, når det kommer til nationale myndigheders brug, nyhedsmediers brug og specielt til politiske partier og politikeres brug.

De sidste tre ting er vigtige. Nationale myndigheder og andre dele af den offentlige sektor har direkte og indirekte – via Aula, borger.dk, skat.dk, og kommunale apps og hjemmesider m.m. – digital kontakt med millioner af danskere. Og ligesom internationale virksomheder er de allerede i nogen tilfælde begyndt at integrere forskellige former for generativ KI. Parallelt har danske nyhedsmedier generelt godt fat i befolkningen både med hensyn til brug og tillid, og de er i flere tilfælde aktivt i gang med at integrere forskellige former for KI i deres arbejde. Og givet den høje danske valgdeltagelse repræsenterer de politiske partier langt de fleste danskere politisk, og de har via deres kommunikation direkte og indirekte kontakt med mange af os. Men der er altså en del danskere, der er forbeholdne overfor, hvad det kommer til at betyde for dem som brugere hvis myndigheder, nyhedsmedier og politikere gør brug af generativ KI-redskaber. På trods af f.eks. den frivillige aftale ni af Folketingets partier indgik i 2024 om brugen af generativ KI, er det måske endnu ikke klart for borgerne, hvordan politikerne bruger og vil bruge disse

teknologier. Der er masser af spændende, men også bekymrende, eksempler fra andre lande.

Allermest grundlæggende dokumenterer vores undersøgelse, at der er en væsentlig opgave, når det kommer til at sikre, at vi har en ordentlig samfundsdebat om KI. Det går rigtigt stærkt, når det kommer til både borgernes egen brug og forskellige andre aktørers brug af generativ KI. Alligevel siger næsten halvdelen af danskerne, at de ikke føler sig godt informeret om emnet. Alle der bruger disse teknologier – givet vores resultater herhjemme måske særligt myndigheder, nyhedsmedier og politikere – har således en vigtig opgave, når det kommer til at forklare, hvordan de bruger generativ KI, og om borgerne har nogen grund til at tro, at det vil komme dem til gode.

Om forfatteren

Rasmus Kleis Nielsen er professor ved Institut for Kommunikation ved Københavns Universitet og Senior Research Associate ved Reuters Institute for the Study of Journalism, University of Oxford.

Om undersøgelsen

Dette forskningsbrief bliver publiceret af CAISA. Undersøgelsen er gennemført i samarbejde med Reuters Institute for the Study of Journalism ved University of Oxford som en del af en større komparativ undersøgelse, hvor CAISA har finansieret inklusionen af Danmark.

Tak til YouGov for arbejdet med dataindsamling, til CAISA for støtte til projektet, og til Felix Simon og Richard Fletcher fra Oxford for samarbejdet om det større projekt.

© Ophavsretten til denne publikation tilhører: Forfatteren og CAISA.

Om CAISA

Det Nationale Center for Kunstig Intelligens i Samfundet (CAISA) er et nationalt konsortium, der samler forskere fra Københavns Universitet, Aalborg Universitet, Aarhus Universitet, IT-Universitetet og DTU i tæt samarbejde med Pioneer Centre for AI (P1).

Som Danmarks uafhængige forskningscenter for kunstig intelligens i samfundet sætter CAISA borgerne i centrum. Vi udfører banebrydende tværfaglig forskning og skaber overblik over nye videnskabelige gennembrud. Funderet i ny og tværfaglig forskning rådgiver vi beslutningstagere i den offentlige og private sektor i, hvordan de bedst udvikler og anvender kunstig intelligens i praksis, så den bidrager til vækst, understøtter demokratiet og styrker digital selvbestemmelse.

CAISA er finansieret i en treårig pilotperiode med 20 millioner kroner fra Digitaliseringsministeriet og 30 millioner kroner fra forskningsreserven.

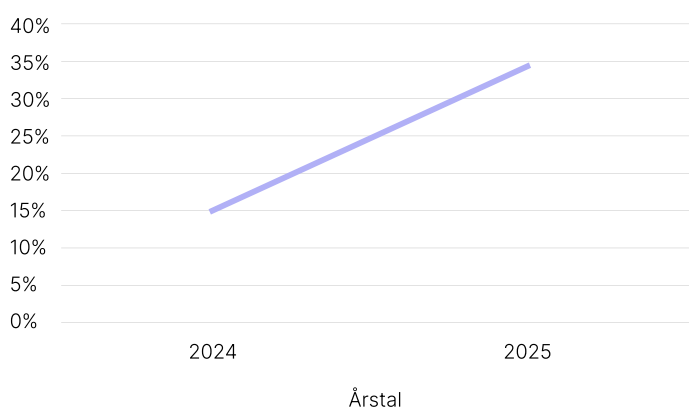
Appendix

I fire afsnit går dette appendix yderligere i dybden med danskernes holdning til generativ kunstig intelligens (KI), når det kommer til henholdsvis 1) brugen af generativ KI; 2) tillid til forskellige former for generativ KI; 3) generativ KI i forskellige sektorer; og 4) forventninger til personlige og samfundsmæssige konsekvenser ved brugen af generativ KI.

Brug af generativ kunstig intelligens

Danskernes brug af generativ KI-redskaber som ChatGPT, Gemini, Copilot og deres konkurrenter er mere end fordoblet i løbet af det sidste år. 34% af befolkningen siger, at de har brugt mindst ét generativ KI-redskab i den sidste uge, op fra 15% sidste år (Figur 1).

Figur 1: Ugentlig brug af mindst et redskab.



Hvor ofte, hvis overhovedet, bruger du typisk hver af følgende generative AI-chatbots eller værktøjer til nogen som helst formål? (Vælg en mulighed på hver linje). Andelen i figuren er dem, der siger, de bruger redskaber ugentligt eller dagligt. Note: vi spurgte til 13 forskellige redskaber. Base: samlet sample, N = 2004.

Vi har altså set en stigning på næsten 20 procentpoint i ugentlig brug på blot et år. Til sammenligning tog det to år fra 1997 til 1999 at nå fra, at 11% til 31% af danskerne havde brugt internettet inden for de sidste tre måneder (International Telecommunications Union (ITU), via World Bank, u.å.). Regelmæssig brug af generativ kunstig intelligens er nu cirka lige så udbredt i Danmark (34% mindst ugentligt brug) som i USA (36%), og betydeligt mere udbredt end i f.eks. Frankrig (27%) og Storbritannien (28%).

Udover de regelmæssige, ugentlige brugere er der dertil langt flere danskere, der har prøvet at bruge forskellige generativ KI-redskaber. Sidste år sagde 35% af befolkningen, at de havde prøvet at bruge ChatGPT mindst et par gange. I år er tallet 58%. I 2024 havde 21% af

befolkningen ikke hørt om et eneste af de forskellige generativ KI-redskaber, vi spurgte om. I 2025 er det tal nede på 10%. Det er i al overvejende grad ChatGPT, folk har hørt om.

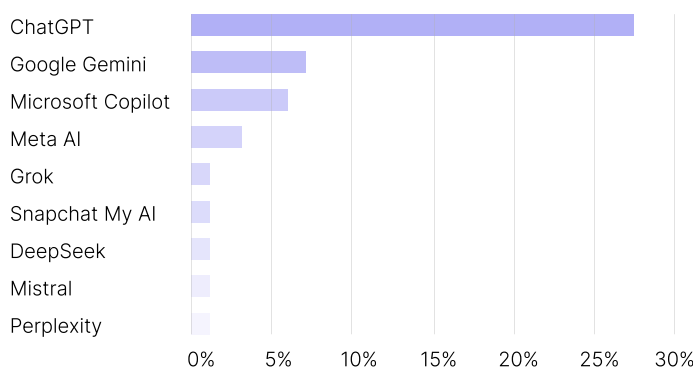
Det er stadig kun et mindretal af danskere, der bruger disse teknologier intensivt, men generativ kunstig intelligens er altså ved at blive mainstream.

ChatGPT er klart det mest anvendte generativ KI-redskab i Danmark. 28% siger, at de har brugt det i den sidste uge, op fra 11% sidste år. De nærmeste konkurrenter er Google Gemini (7%, op fra 2% sidste år) og Microsoft Copilot (6%, op fra 2% sidste år). Selvom brugen af Gemini og Copilot er vokset relativt set hurtigere, er brugen af ChatGPT vokset fra en langt større base af brugere, og OpenAIs værktøj er stadig det klart mest brugte fritstående generativ KI-redskab i Danmark.

Med store investeringer og en konstant udvikling er der mange generativ KI-redskaber, der konkurrerer om brugere.

Nogle kommer, som ChatGPT, fra relativt nye virksomheder med hovedfokus på generativ KI, f.eks. Claude, Midjourney og Perplexity. Andre redskaber kommer, ligesom som Gemini og Copilot, fra etablerede teknologivirksomheder, f.eks. Meta AI, Snapchat My AI, og X's Grok. Selvom visse af disse redskaber har entusiastiske brugere i bestemte kredse, så er der ingen af dem, der har nogen betydelig brugerbase i den bredere befolkning i Danmark (Figur 2).

Figur 2: Ugentlig brug af forskellige redskaber.

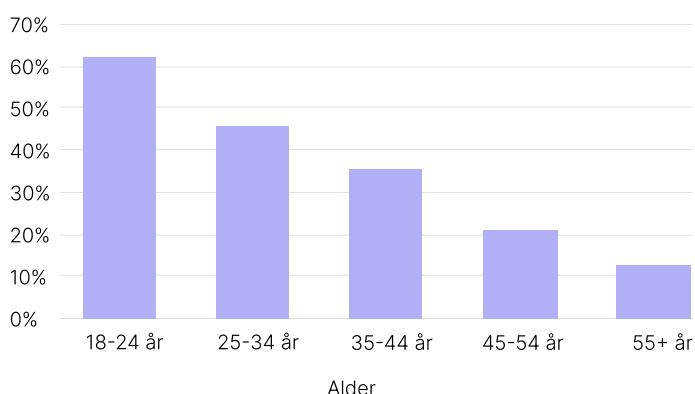


Hvor ofte, hvis overhovedet, bruger du typisk hver af følgende generative AI-chatbots eller værktøjer til nogen som helst formål? (Vælg en mulighed på hver linje). Andelen i figuren er dem, der siger, de bruger redskaber ugentligt eller dagligt. Note: vi spurgte til 13 forskellige redskaber. Base: samlet sample, N = 2004.

I en kontekst hvor der er intens debat i nogle kredse om de potentielle geopolitiske implikationer af at forlade sig på amerikanske teknologivirksomheder, er det interessant, at kun 4% af vores respondenter siger, at de overhovedet har hørt om den franske generativ KI-udbyder Mistral, og blot lidt over 1% siger, at de har prøvet at bruge redskabet. Den kinesiske DeepSeek er langt mere kendt (24% har hørt om den) og langt mere brugt (5% siger, de har prøvet at bruge den, og 1% siger, de bruger den mindst en gang om ugen).

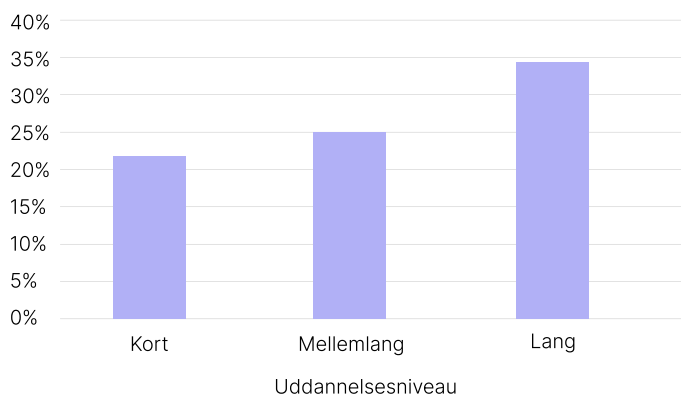
Unge og højtuddannede er mere aktive brugere af generativ KI-redskaber end befolkningen som helhed. Som det klart mest udbredte redskab kan ChatGPT tjene som et eksempel. Ugentlig brug er fem gange mere udbredt blandt de 18 til 24-årige end blandt respondenter over 55 (Figur 3). Ugentlig brug er ligeledes halvanden gang så udbredt blandt dem med højt uddannelsesniveau som blandt dem med kort uddannelsesniveau (Figur 4).

Figur 3: Ugentlig brug af ChatGPT, efter alder.



Hvor ofte, hvis overhovedet, bruger du typisk hver af følgende generative AI-chatbots eller værktøjer til nogen som helst formål? Andelen i figuren er dem, der siger, de bruger redskaber ugentligt eller dagligt. Base: samlet sample, N = 2004.

Figur 4: Ugentlig brug af ChatGPT, efter uddannelse.



Hvor ofte, hvis overhovedet, bruger du typisk hver af følgende generative AI-chatbots eller værktøjer til nogen som helst formål? Andelen i figuren er dem, der siger, de bruger redskaber ugentligt eller dagligt. Base: samlet sample, N = 2004.

Hvad bruger danskerne så generativ KI-redskaber til? I vores spørgeskema spørger vi ind til en række forskellige former for brug: generere ideer, opsummere tekst, bede om råd, lege og meget mere. Selvom der selvfølgelig er tekniske begrænsninger, og ting som disse redskaber er dårlige til, virker det nogle gange som om, kun fantasien sætter grænser. Men overordnet kan de forskellige typer af brug sammenfattes i tre typer:

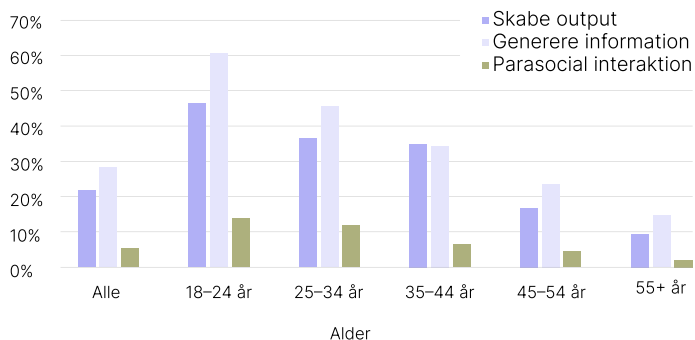
- at generere information (besvare faktuelle spørgsmål, opsummere tekst, dataanalyse, etc.)
- at skabe kreativt output (tekst, billeder, lyd, video, kode, etc.)
- og/eller parasocial interaktion (bruge en chatbot som en ven eller rådgiver)¹

Med disse typer kan vi tegne et sammenfattende billede af brug. 28% af vores respondenter siger, de bruger generativ KI-redskaber til at skaffe forskellige former for information, 23% siger, de bruger redskaberne til at skabe forskellige former for output, og 6% siger, de bruger redskaberne til forskellige former for parasociale relationer (mange bruger selvfølgelig redskaberne til mere end ét af disse formål). Alle former for brug er, ikke overraskende,

¹ I medieforskningen har man længe brugt begrebet "parasocial" om interaktioner mellem en mediebruger og et medieobjekt, der simulerer mellem menneskelige relationer (Horton og Wohl 1956).

langt mere udbredt blandt de unge, som generelt bruger disse redskaber mere (Figur 5).

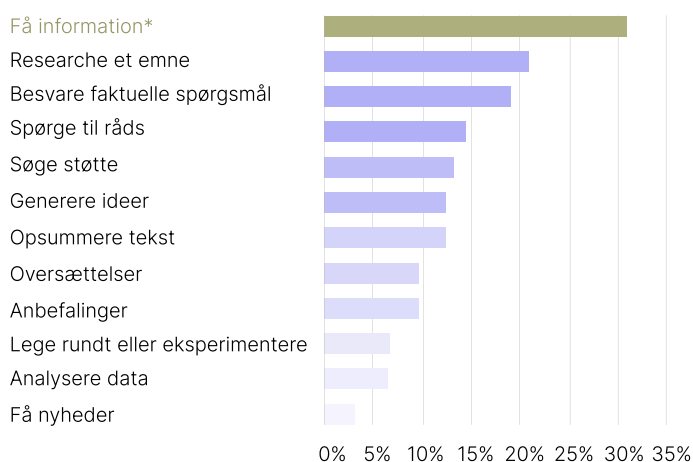
Figur 5: Typer af KI-brug, efter alder.



Du sagde, at du har brugt en generativ AI-chatbot (f.eks. ChatGPT) eller et værktøj i løbet af sidste uge... Hvilke, hvis nogen, af følgende formål har du forsøgt at bruge det til (også selvom det måske ikke virkede)? (Vælg venligst alt, hvad der er relevant. Hvis du ikke kan finde en svarmulighed nedenfor, skal du indtaste dem i "Andet"-boksen). Base: samlet sample, N = 2004.

For to af disse typer af brug – med henblik på at få information og/eller skabe indhold – har vi detaljerede spørgsmål, der dokumenterer, hvordan folk bruger generativ kunstig intelligens til mange forskellige formål. (Figur 6.)

Figur 6: Brug af KI til at generere forskellige slags information.



*Få information er en samlekategori, der aggregerer de svarmuligheder, der handler om at få information.

Du sagde, at du har brugt en generativ AI-chatbot (f.eks. ChatGPT) eller et AI-værktøj til at få information eller til social interaktion i løbet af sidste uge. Hvilke, hvis nogen, af følgende formål har du forsøgt at bruge det til (også selvom det måske ikke virkede)? (Vælg alle relevante svar) og: Du sagde, at du har brugt en generativ AI-chatbot

(f.eks. ChatGPT) eller et værktøj i løbet af sidste uge. Hvilke, hvis nogen, af følgende formål har du forsøgt at bruge det til (også selvom det måske ikke virkede)? (Vælg venligst alt, hvad der er relevant. Hvis du ikke kan finde en svarmulighed nedenfor, skal du indtaste dem i "Andet"-boksen). Base: samlet sample, N = 2004.

Detaljegraden her kan bruges til at identificere formål som danskerne ikke bruger generativ KI til i så høj grad, som man måske kunne tro – et eksempel er at få nyheder. Trods hastig voksende generel brug er det kun 3% af vores respondenter der siger, at de bruger generativ KI-redskaber til at få nyheder. I USA, hvor generelt brug af generativ KI er cirka lige så udbredt som i Danmark, er det til sammenligning 8%, der siger, at de bruger disse redskaber til at få nyheder.

En stor del af brugen af generativ KI handler om folks aktive valg om at gøre brug af redskaber som ChatGPT og dens konkurrenter. Men som de fleste af os ved af personlig erfaring, er der også en stigende tendens til, at vi mere passivt bliver ledt til situationer, hvor vi bliver tilbudt alle mulige KI-funktionaliteter, vi ikke aktivt har opsøgt, når vi for eksempel åbner vores email ("Catch up with Copilot"), bruger sociale medier ("Rewrite with AI"), eller klikker på et dokument ("This appears to be a long document. Save time by reading a summary.").

I denne undersøgelse spørger vi ind til søgemaskiner som et specifikt eksempel på denne slags mere passive brug af generativ KI, der er integreret i allerede udbredte produkter og services. Først Microsofts Bing og senere Googles langt mere populære søgemaskine har i de seneste år integreret forskellige former for generativ KI-funktionalitet, heriblandt de AI Overviews som Google lancerede i Danmark i foråret 2025.

Det er en slående illustration af den magt, som store platform-virksomheder har til at ændre standarder for de produkter og services, de fleste af os gør brug af (Nielsen og Ganter 2022), at 54% af vores respondenter – i et survey der var i felten få måneder senere – siger, at de har set KI-genererede søgeresultater i den sidste uge.

Selvom denne mere passive form for brug af generativ KI ikke er lige så intentionel og næppe så intensiv som ugentlig og varieret brug af redskaber som ChatGPT – og derfor ikke kan sammenlignes direkte – er det værd at notere sig, at det at se KI-indhold i søgemaskiner allerede er langt mere udbredt end intentionel brug af fritstående KI-redskaber.

Det er dog ikke givet, at etablerede platforme altid kan drive brug. F.eks. har Meta AI slet ikke opnået den samme udbredelse – selvom 82% af befolkningen siger de bruger mindst én af Metas forskellige platforme (Facebook,

Instagram, WhatsApp) ugentligt har Meta AI, som dokumenteret ovenfor, stadig meget få brugere (3% siger, at de har brugt det i den seneste uge).

Nogle af disse generativ KI-resultater i søgemaskiner er uden tvivl ganske nyttige og formålstjenestelige fra brugernes perspektiv, men de er også kontroversielle – dels på grund af en vedvarende tendens til faktuelle fejl, hallucinationer og eksempler på politisk kontroversielle formuleringer, dels på grund af private medier og andre rettighedshaveres bekymringer om kompensation og konsekvenserne for søgemaskinehenvisninger til f.eks. nyhedsmedier.

En spørgeskemaundersøgelse kan ikke indfange alle nuancer af disse bekymringer, men på et mere basalt niveau kan man dokumentere, hvor ofte folk klikker videre

til de kilder, KI indholdet nogle gange linker til. Her siger 11% af vores respondenter – altså hver femte af dem der har set KI indhold i søgemaskiner – at de ofte eller altid klikker på links.

Tillid til forskellige former for kunstig intelligens

En ting er folks brug af generativ KI – det er et separat spørgsmål, om folk har tillid til disse redskaber.

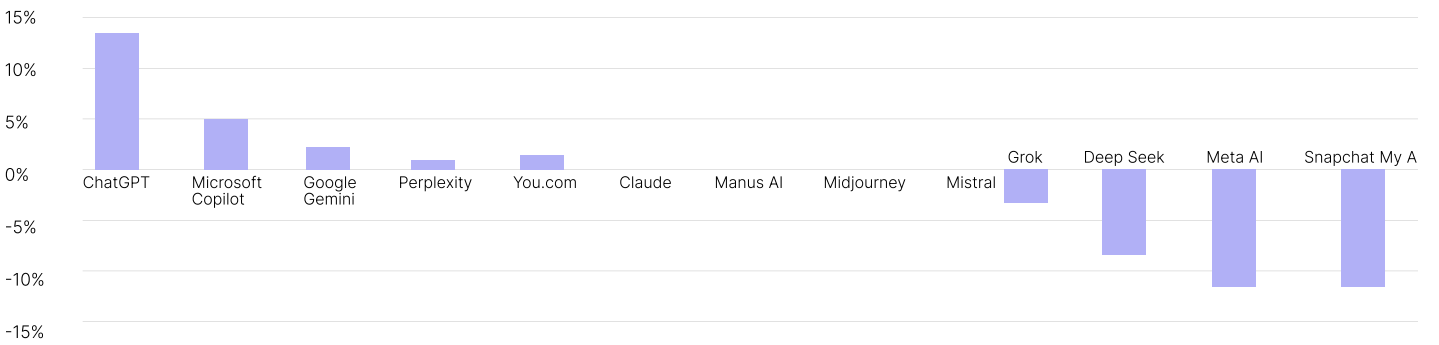
Vi har kun spurgt ind til folks tillid eller mistillid til redskaber, de siger, de har hørt om, og til KI-resultater i søgemaskiner, når respondenter siger, at de har set dem. Det er imidlertid stadig nyttigt at se svarene i forhold til befolkningen som helhed, fordi det er en effektiv påmindelse om, at det i næsten alle tilfælde kun er et mindretal af danskerne, der har en klar holdning (Tabel 1).

Tabel 1: Tillid og mistillid til forskellige KI-redskaber.

	Tillid	Hverken/eller	Mistillid	Ved ikke	Kender ikke redskabet
ChatGPT	32%	23%	19%	5%	21%
Google Gemini	11%	11%	9%	5%	64%
Microsoft Copilot	12%	8%	7%	3%	70%
Meta AI	5%	12%	16%	4%	63%
Grok	2%	2%	5%	1%	90%
Snapchat My AI	3%	8%	14%	2%	72%
DeepSeek	3%	6%	12%	4%	76%
Mistral	1%	1%	1%	1%	96%
Perplexity	2%	1%	1%	1%	95%
Claude	1%	2%	1%	1%	94%
Manus AI	*	*	*	*	99%
Midjourney	2%	2%	2%	2%	90%
You.com	1%	*	*	*	99%

Generelt set, hvor stor tillid eller mistillid har du til følgende chatbots eller værktøjer med generativ AI? * markerer svarmuligheder, hvor vi har for få svar til at opgive et resultatet. Base: samlet sample, N = 2004.

Figur 7: Tillidsbalancen for forskellige KI-redskaber.



Generelt set, hvor stor tillid eller mistillid har du til følgende chatbots eller værktøjer med generativ AI? Base: samlet sample, N = 2004.

I 2025 er det kun ChatGPT, et flertal har taget stilling til – 32% af vores respondenter siger, at de har nogen eller stor tillid til redskabet, mens 19% siger nogen eller stor mistillid. Når flere bliver mere bekendt med forskellige redskaber og gør sig deres egne erfaringer med at bruge dem, kommer det uden tvivl til at ændre sig, men det er vigtigt at huske, at mange ikke har dannet sig holdninger endnu.

Vores data giver mulighed for at sammenligne den relative grad af tillid til forskellige generativ KI-redskaber. I Figur 7 præsenterer vi for hvert redskab balancen mellem hvor mange respondenter, der har nogen eller stor tillid minus hvor mange, der udtrykker nogen eller stor mistillid. Et redskab, som der er flere, der har tillid til, end der har mistillid til, har således en positiv balance (og omvendt).

Billedet bærer præg af, at mange redskaber ikke er særligt bredt kendt, og det derfor er få, der har en holdning til dem. Ikke desto mindre er der også en klar og dokumenterbar forskel mellem på den ene side ChatGPT, Microsoft Copilot, og i mindre grad Googles Gemini, der alle har en positiv balance, og på den anden side DeepSeek samt en række redskaber udviklet og markedsført af forskellige sociale medier – Meta AI, Snapchat My AI og X's Grok – som alle har en klar negativ balance.

Der er altså overordnet flere, der har tillid til de mest brugte redskaber, men udbredt skepsis overfor nogle virksomheders tilbud, inklusiv redskaber der er indbygget i nogle af de sociale medier, som mange danskere bruger regelmæssigt.

Intuitivt kunne man tro, at brug og tillid hang sammen. Men det er ikke nødvendigvis altid tilfældet. Mange af os bruger f.eks. sociale medier regelmæssigt, selvom vi ikke har den store tillid til dem (se Mont'Alverne m.fl. 2022). Vi ser et tilsvarende differentieret billede når det kommer til generativ KI-redskaber. ChatGPT, Microsoft Copilot og Google Gemini har relativt tillidsfulde brugere, mens en række andre redskaber møder betydelig skepsis.

Hvad så med tillid til KI-genererede søgeresultater? I modsætning til ChatGPT, Copilot og Gemini er der her ikke tale om et redskab, man aktivt vælger at gøre brug af. Ligesom vi kun har spurgt de respondenter, der har hørt om forskellige redskaber, om de har tillid til dem, har vi kun spurgt de respondenter, der siger, de har set KI-genererede søgeresultater, om de har tillid til dem. Overordnet siger 26% af respondenterne, at de har nogen eller stor tillid og 14% nogen eller stor mistillid. Der er altså en klar positiv balance, og det er cirka halvdelen af dem, der har set KI-genererede søgeresultater, der siger, de har tillid til dem (Tabel 2).

Tabel 2: Tillid til KI-genererede søgeresultater.

Tillid	26%
Hverken/eller	13%
Mistillid	14%
Ved ikke	1%
Har ikke set	46%

Du sagde, at du har set AI-genererede svar som respons på dine søgeforespørgsler i løbet af den sidste uge ... Generelt set, hvor stor tillid har du så til disse svar? Base: samlet sample, N = 2004.

For at få en mere kvalitativ fornemmelse af, hvad folk mener, når de svarer på vores spørgsmål om tillid til KI-genererede svar i søgemaskineresultater, inkluderede spørgeskemaundersøgelsen et åbent spørgsmål, hvor respondenterne kunne tilføje en kort forklaring på deres svar.

Blandt det mindretal, der udtrykker mistillid, inkluderer grundene tekniske begrænsninger ("Gen AI er bare en statistisk gættemaskine, man kan ikke stole på svarene, så man skal fakta checke efterfølgende"), reservationer når det kommer til datagrundlaget ("Det er jo bare kopi af andres arbejde - inkl. fejl. Dem kan AI ikke bare rette") og frygt for eventuel politisk bias ("AI er ofte venstreorienteret, så godt at være skeptisk...").

Eksempler på faktorer, dem der har tillid til disse KI-generede svar fremhæver, er, at det er nemt og hurtigt til basale ting ("mange spørgsmål ikke om vigtighed men at få et hurtigt svar f.eks. hvad man skal sætte ovnen på til en lasagne. Der klikker jeg ikke videre"), at det trækker på mange kilder ("Fordi det er akkumulerede svar fra hele internettet"), og tillid til ens egen kritiske sans ("Hvis noget virker mærkeligt, undersøger jeg det selv"). Et tema, der går igen, er en overordnet positiv oplevelse i praksis ("Den har givet de rigtige svar flere gange. Trust is earned.")

Det overordnede billede med hensyn til tillid er altså nuanceret, men kan sammenfattes via tre primære observationer.

For det første har mange danskere ikke personlig erfaring med – og i en del tilfælde ikke engang hørt om – mange af disse redskaber, og vi har derfor ikke spurgt til deres tillid. Det betyder også, at det er et mindretal af befolkningen, vi ved har tillid til selv de mest udbredte redskaber (eller mistillid til dem, der bliver set med størst skepsis). Det kan ses i forhold til, at f.eks. 56% af danskerne siger, at de har nogen eller stor grad af tillid til nyhedsmedier (Newman m.fl. 2025).

For det andet er der stor forskel på, hvordan forskellige redskaber bliver set, når det kommer til tillid – ChatGPT, Microsoft Copilot, og Google Gemini har overordnet en positiv balance blandt dem, der udtrykker en holdning, mens DeepSeek og redskaber udviklet af sociale medier, bliver mødt med stor skepsis.

For det tredje er der nogle af disse redskaber, der blandt dem, der udtrykker en holdning til tillid, bliver set på cirka samme måde som nogle etablerede institutioner. Det er næsten hver anden af de respondenter, der har hørt om ChatGPT eller set KI-generede søgemaskineresultater, der udtrykker tillid til dem. Blandt disse brugere er tilliden ikke langt fra det generelt relativt høje niveau af tillid, nyhedsmedierne nyder fra befolkningen som helhed. De kvalitative svar giver et indtryk af, at nogle brugere med tiden udvikler en erfaringsbaseret betinget tillid til teknologierne, hvor de ses som "gode nok" til bestemte formål – det økonomen Herbert Simon engang beskrev som "satisficing" adfærd, hvor vi i stedet for at bruge tid og kræfter på at finde den optimale løsning på et problem eller det bedst tænkelige værktøj til en given opgave, forlader os på det forhåndenværende søms princip så længe vi oplever, at sømmet virker.

Generativ kunstig intelligens i forskellige sektorer

En stor del af folks erfaringer med generativ KI er centreret omkring de redskaber, forskellige virksomheder tilbyder dem, og som bliver integreret i digitale platforme, som de i forvejen gør brug af – f.eks. søgemaskiner. Men på sigt er det sandsynligvis mindst lige så vigtig, hvordan forskellige sektorer – den offentlige forvaltning, sundhedssystemet, forskellige private virksomheder og meget mere – vælger at bruge generativ KI, og hvad konsekvenserne bliver.

Givet at vores fokus her er på den brede befolkning, og at metoden er en spørgeskemaundersøgelse, har vi ikke data på, hvordan forskellige sektorer faktisk bruger generativ kunstig intelligens, og slet ikke på hvad implikationerne er. Men vi har indsamlet data på befolkningens opfattelse af, hvor udbredt brugen af KI er, og på deres forventninger til hvad konsekvenserne bliver for deres egen oplevelse af at interagere med dem.

Med hensyn til hvor udbredt folk tror, at brugen af generativ KI er, er der betydelig variation fra sektor til sektor (Tabel 3). Ikke overraskende tror det store flertal af respondenter at generativ KI allerede bliver brugt altid eller ofte af søgemaskiner (74%) og sociale medier (71%). Der er også et flertal (54%), der tror, at nyhedsmedierne altid eller ofte bruger generativ KI. I den modsatte ende er f.eks. politiet (25%), sundhedssektoren (24%) og nationale myndigheder (29%).

Med hensyn til folks forventninger til, om brugen af generativ KI vil føre til en bedre eller værre oplevelse for dem, er der også betydelig variation (Tabel 4). Cirka halvdelen af respondenterne har ikke en klar forventning til konsekvenserne eller svarer "ved ikke". Når vi ser på dem, der udtrykker en klar forventning, er der særligt mange optimister, når det kommer til søgemaskiner (39%), sundhedssektoren (34%) og forskningsverdenen (32%). Der er langt færre, der forventer nogen forbedring, når det kommer til nationale myndigheder (20%) eller politiske partier og politikere (15%).

Tabel 3: Antagelser om hvor udbredt KI-brug er i forskellige sektorer.

	Hele tiden	Ofte	Nogle gange	Sjældent	Aldrig	Ved ikke
Nationale myndigheder	3%	26%	33%	13%	5%	21%
Politikere og politiske partier	5%	37%	30%	8%	2%	17%
Nyhedsmedier	8%	46%	25%	6%	1%	14%
Sociale medievirksomheder	22%	49%	14%	3%	0%	12%
Søgemaskinevirksomheder	27%	47%	12%	3%	0%	12%
Sundhedspersonale	1%	22%	39%	16%	4%	18%
Forskere	6%	36%	28%	10%	3%	16%
Detailhandelen	3%	26%	36%	12%	3%	20%
Politiet	3%	22%	32%	16%	5%	22%
Banker eller andre pengeinstitutter	13%	8%	6%	3%	3%	16%
Forsvaret	3%	22%	29%	16%	6%	24%
Almindelige mennesker	4%	34%	36%	13%	1%	11%

Hvor ofte, om overhovedet, tror du, at generativ AI anvendes af hver af de følgende i dag? (Du kan vælge ét svar i hver række) Base: samlet sample, N = 2004.

Tabel 4: Antagelser om konsekvenserne af KI-brug i forskellige sektorer.

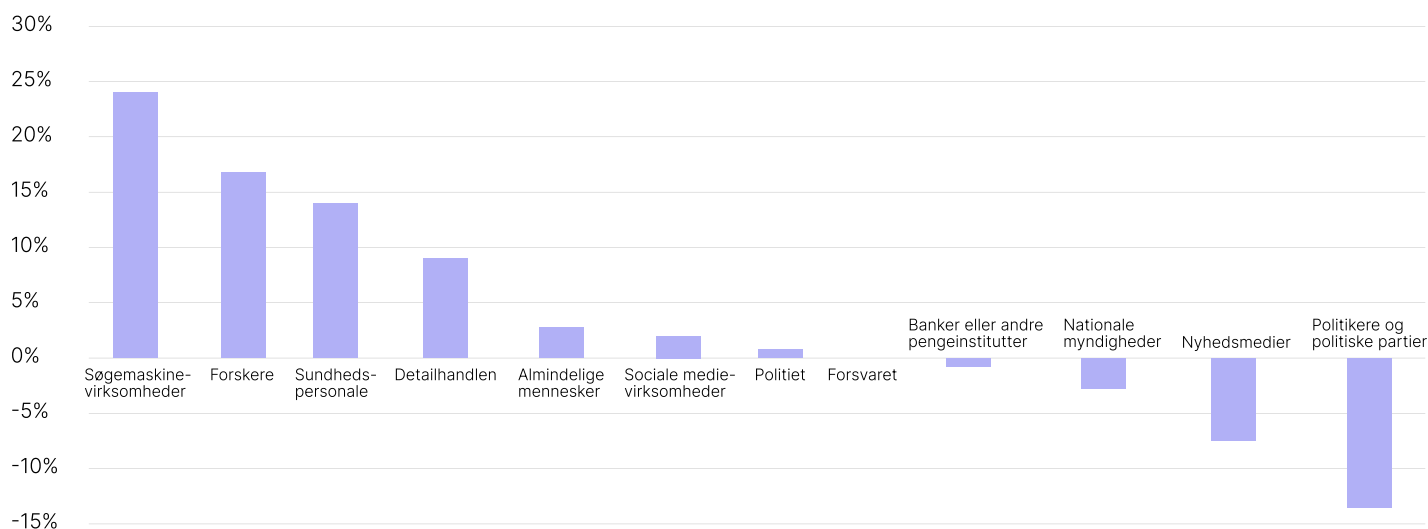
	Meget bedre	Lidt bedre	Hverken bedre eller værre	Lidt værre	Meget værre	Ved ikke	Ikke relevant
Nationale myndigheder	4%	16%	30%	13%	10%	24%	3%
Politikere og politiske partier	3%	13%	31%	16%	12%	21%	4%
Nyhedsmedier	4%	18%	28%	18%	11%	19%	3%
Sociale medievirksomheder	7%	19%	28%	13%	11%	19%	4%
Søgemaskinevirksomheder	12%	28%	25%	8%	7%	19%	3%
Sundhedspersonale	7%	27%	24%	12%	8%	20%	3%
Forskere	4%	23%	25%	9%	7%	23%	5%
Detailhandelen	4%	19%	35%	9%	5%	23%	4%
Politiet	4%	17%	30%	12%	9%	23%	4%
Banker eller andre pengeinstitutter	4%	17%	31%	12%	9%	23%	3%
Forsvaret	5%	15%	30%	10%	9%	26%	7%
Almindelige mennesker	5%	18%	35%	12%	7%	19%	4%

Hvor meget bedre eller værre tror du, at deres brug af generativ AI vil forbedre din oplevelse ved interaktion med hver af følgende? (Du kan vælge ét svar i hver række) Base: samlet sample, N = 2004.

Som ovenfor kan vi bruge vores data til at dokumentere ganske differentierede forventninger i befolkningen som helhed: balancen mellem antallet af optimister, der forventer en meget eller noget bedre oplevelse, minus antallet af pessimister, der forventer en noget eller meget værre oplevelse, er særdeles forskellig fra sektor til sektor (Figur 8). Der er klart flere optimister end pessimister, når det kommer til søgemaskiner, sundhed, og forskning. Der er langt flere pessimister end optimister når det kommer til nationale myndigheder, nyhedsmedier, og – særligt udtalt – politiske partier og politikere.

at generativ KI er i forskellige sektorer, og om de forventer, at denne brug i givet fald vil være til gavn for dem. Det gennemsnitlige tal for antaget brug er 41% og for bedre oplevelser 25%. På den baggrund kan vi identificere fire kvadranter. Høj antaget brug, og positive forventninger – her finder vi primært søgemaskiner. Høj antaget brug og negative forventninger – her finder vi nyhedsmedier og politikere. Lavere antaget brug og positive forventninger – her finder vi f.eks. sundhedssektoren. Og endelig lav antaget brug og negative forventninger – her finder vi nationale myndigheder (Figur 9).

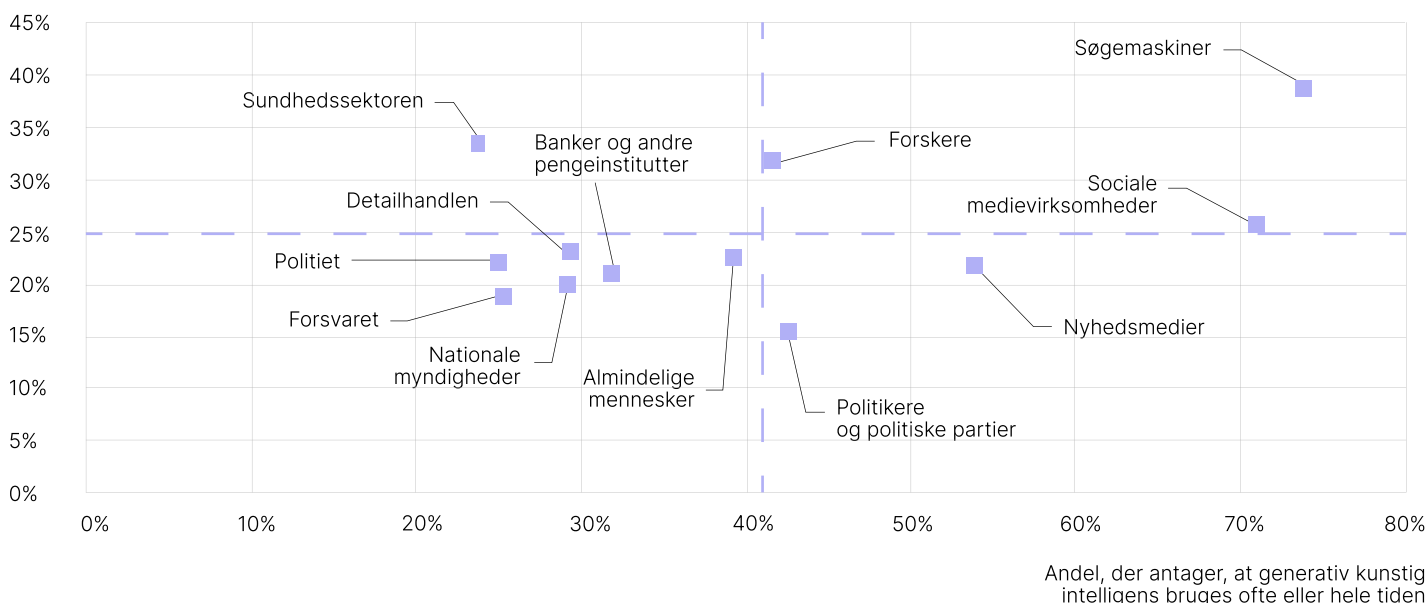
Ved at bruge disse to sæt af spørgsmål kan vi kortlægge kombinationen af folks opfattelse af, hvor udbredt de tror,

Figur 8: Forventningsbalance for KI-brug i forskellige sektorer.

Hvor meget bedre eller værre tror du, at deres brug af generativ AI vil forbedre din oplevelse ved interaktion med hver af følgende? (Du kan vælge ét svar i hver række) Base: samlet sample, N = 2004.

Figur 9: Befolkningens antagelser om og forventninger til brugen af KI i forskellige sektorer.

Andel, der antager forbedret oplevelse ved interaktion



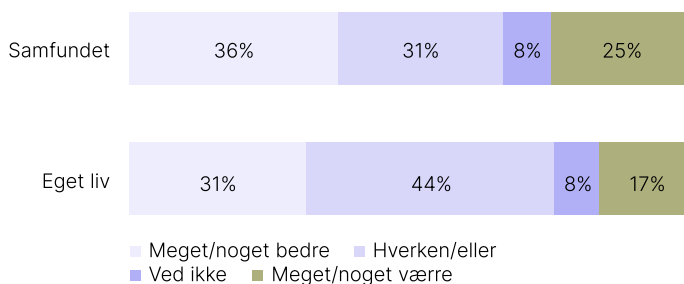
Hvor ofte, om overhovedet, tror du, at generativ AI anvendes af hver af de følgende i dag? (Du kan vælge ét svar i hver række) og: Hvor meget bedre eller værre tror du, at deres brug af generativ AI vil forbedre din oplevelse ved interaktion med hver af følgende? (Du kan vælge ét svar i hver række) Base: samlet sample, N = 2004.

Forventninger til personlige og samfundsmæssige konsekvenser

Der bliver sagt og skrevet utrolig meget om, hvad KI betyder og måske engang kommer til at betyde for alverdens ting. For at få et overblik over borgernes forventninger spørger vi både til, hvad de tror, at AI kommer til at betyde for dem personligt og for samfundet.

Rigtig mange danskere er helt klart endnu ikke overbevist af de mere dramatiske diagnoser og forudsigelser – hverken de positive eller de negative. 44% svarer "hverken bedre eller værre", når det kommer til deres eget liv, og 31% siger det samme, når det kommer til samfundet (dertil kommer et betydeligt mindretal på 8%, der svarer "ved ikke" på de to spørgsmål).

Når vi ser på de resterende respondenter, er der klart flere optimister end pessimister. Det gælder både med hensyn til forventninger til, hvad generativ KI betyder for folks eget liv, og hvad respondenterne forventer, det betyder for vores samfund (Figur 10).

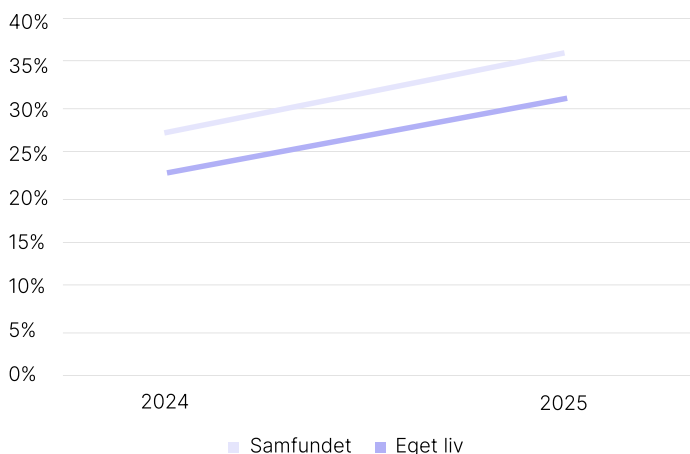
Figur 10: Forventninger til generativ KI's betydning for samfundet og folks eget liv.

Generelt set, tror du, at generativ AI vil gøre dit liv/samfundet bedre eller værre? Base: samlet sample, N = 2004.

Det er særligt de unge, og i nogen grad de højtuddannede, der er optimister. Det er også de grupper, der bruger generativ KI mere end befolkningen som helhed.

Når vi sammenligner med svarene fra sidste år, er antallet af optimister steget signifikant, både med hensyn til hvad KI betyder for folks eget liv, og hvad det betyder for samfundet (Figur 11). Antallet af pessimister har ikke rykket sig signifikant.

Figur 11: Udviklingen i positive forventninger til KI's betydning, 2024 – 2025.

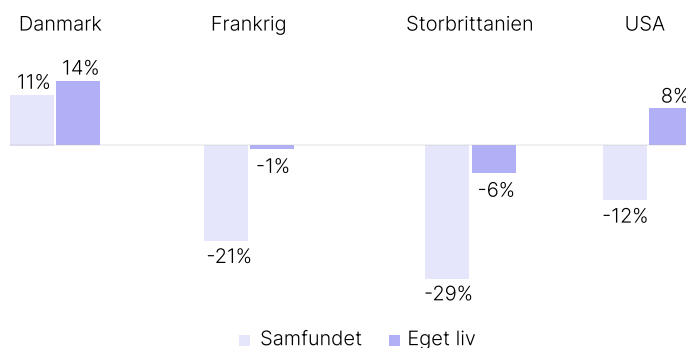


Generelt set, tror du, at generativ AI vil gøre dit liv/samfundet bedre eller værre? Andel der svarer meget/noget bedre. Base: samlet sample de to år, N ≈ 2000.

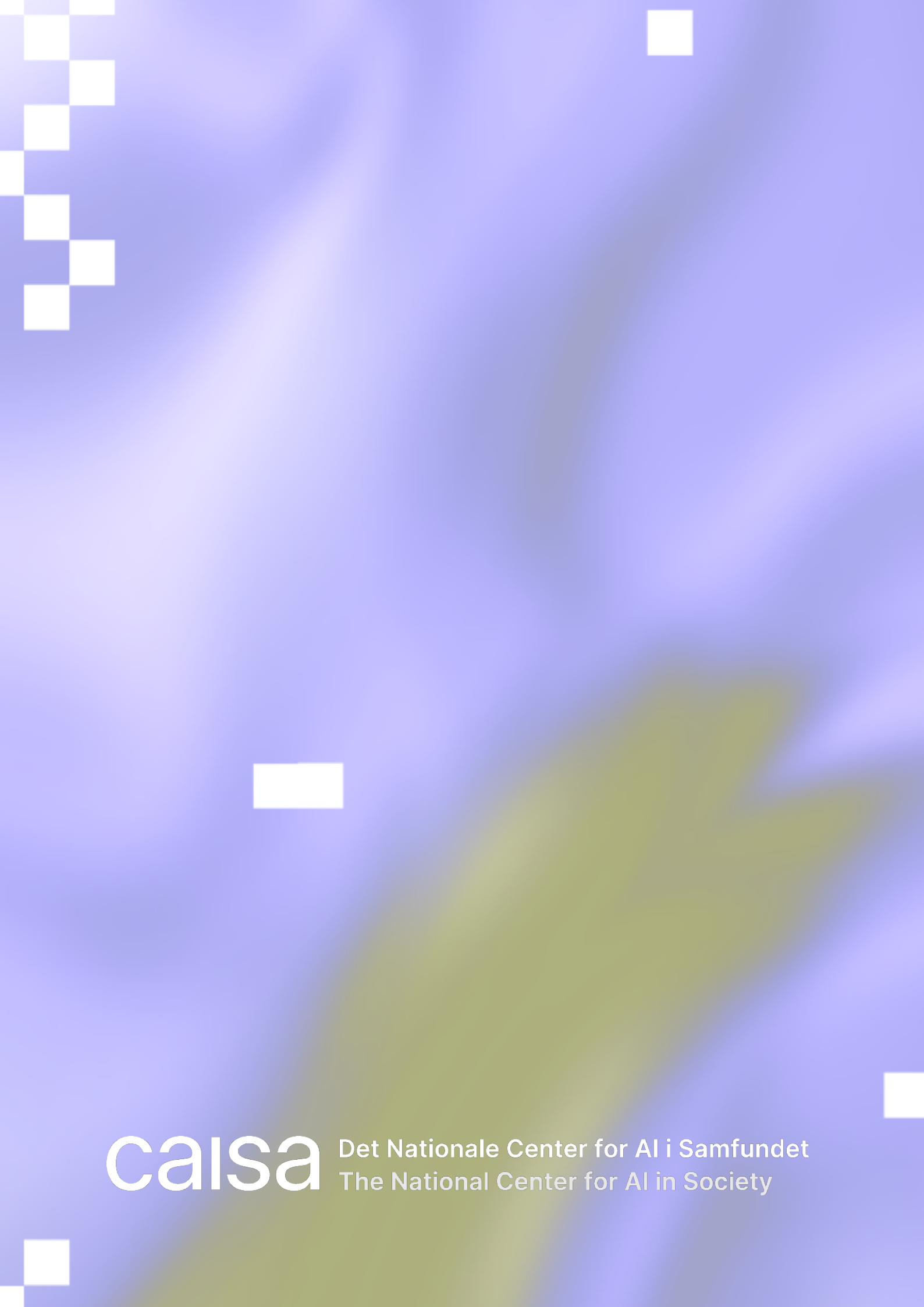
Hvis man sammenligner Danmark med Frankrig, Storbritannien og USA (de tre lande i den internationale undersøgelse vi på mange måder har mest tilfælles med), er danskerne generelt væsentligt mere optimistiske end de fleste andre. I de tre andre lande er der i langt de fleste tilfælde flere, der frygter, at AI vil gøre deres eget liv og samfundet værre, end der tror, disse teknologier vil gøre tingene bedre. Her i landet er optimisterne derimod som

sagt i overtal, både hvad angår KI's konsekvenser for vores eget individuelle liv og for samfundet som helhed (Figur 12).

Figur 12: Forventningsbalance for KI's betydning på tværs af fire lande.



Generelt set, tror du, at generativ AI vil gøre dit liv/samfundet bedre eller værre? Base: samlet sample for hvert land, N ≈ 2000.



caisa

Det Nationale Center for AI i Samfundet
The National Center for AI in Society

Referencer

- Ada Lovelace Institute, Alan Turing Institute. 2023. How do people feel about AI?. London.
- Fletcher, Richard, og Rasmus Kleis Nielsen. 2024. What Does the Public in Six Countries Think of Generative AI in News? Reuters Institute for the Study of Journalism.
- Horton, Donald, og Richard R. Wohl. 1956. "Mass Communication and Para-Social Interaction: Observations on Intimacy at a Distance". Psychiatry 19(3): 215-29.
- International Telecommunications Union (ITU), via World Bank. "Share of the Population Using the Internet". Our World in Data.
<https://ourworldindata.org/grapher/share-of-individuals-using-the-internet?tab=line&country=~DNK> (29. oktober 2025).
- Mont'Alverne, Camila, Sumitra Badrinathan, Amy Ross Arguedas, Benjamin J. Toff, Richard Fletcher, og Rasmus Kleis Nielsen. 2022. The Trust Gap: How and Why News on Digital Platforms Is Viewed More Sceptically versus News in General. Reuters Institute for the Study of Journalism
- Newman, Nic, Amy A. Ross Arguedas, Craig T. Robertson, Rasmus Kleis Nielsen, og Richard Fletcher. 2025. Reuters Institute Digital News Report 2025. Reuters Institute for the Study of Journalism.
- Nielsen, Rasmus Kleis, og Sarah Anne Ganter. 2022. The Power of Platforms: Shaping Media and Society. Oxford University Press.
- Oudshoorn, Nelly, og T. J. Pinch, red. 2003. How Users Matter: The Co-Construction of Users and Technologies. Inside technology. MIT Press.
- Simon, Felix, Rasmus Kleis Nielsen, og Richard Fletcher. 2025. Generative AI and News Report 2025: How People Think about AI's Role in Journalism and Society. Reuters Institute for the Study of Journalism.