

Järvaveckan Research

Perspektiv: Digital inkludering

En undersökning genomförd av Novus på uppdrag av
Järvaveckan Research och Google.



Innehåll



3 – 4

Om stiftelsen The Global Village

5 – 6

Inledningsord av Ahmed Abdirahman och Anna Wikland

7 – 9

Om undersökningen och läsanvisning till rapport

10 – 13

Sammanfattande insikter från undersökningen

14 – 23

Kapitel 1: Internetanvändning

24 – 31

Kapitel 2: Digital kompetens

32 – 40

Kapitel 3: Samhällsintegrering

41 – 43

Kapitel 4: Trygghet på nätet

44 – 48

Bakgrundsinformation och metodbeskrivning

49 – 52

Om Novus undersökningar

Om stiftelsen The Global Village

Vår övertygelse

Vår övertygelse är att vägen till ökad integration måste inbegripa öppna samtal som vilar på kunskap om det svenska samhället och som bygger på respekt för varandra. Denna övertygelse ligger till grund för all vår verksamhet. Vi tror på öppenheten som vägen framåt.

Vår roll

Vår roll är att vara en kraft för brobyggande och ny kunskap. Som stimulerar människor att vidga perspektiven i samhällsfrågor och utveckla sin syn på sig själva och andra. Ett brobyggande som uppmuntrar samarbete i nästa led. Vår verksamhet utgår från tre inriktningar. Tillsammans ska de bidra till långsiktig förändring:

- Vi organiserar mötesplatser för öppna samtal. **Möjliggörare** för människor att mötas över alla gränser.
- Vi initierar och sprider ny kunskap som ger nödvändiga insikter om det svenska samhället för upplysta samtal och offentlig debatt. **Experter** dit man vänder sig för att få nya insikter.
- Vi genomför egna aktiviteter som stödjer enskilda människor i sin utveckling genom att upptäcka nya verkligheter och därmed kunna bryta barriärer. Så är vi **förändringsagenter** som förverkligar förnyelse.

Vårt syfte

Den största likheten mellan människor är att vi alla är olika. Det är på den människosynen som målen om social hållbarhet och inkludering ytterst vilar.

Vårt syfte är att bidra till ett samhälle där mångfalden är en allmänt erkänd styrka. Ett samhälle där alla kan vara med och påverka samhällsutvecklingen.

Vi ska bidra till att mångfalden på arbetsmarknaden, i boendet och i skolan skapar möjligheter och inte begränsningar. Vi ska bidra till att fler röster blir hörda så att fler perspektiv blir kända. Vi ska bidra till mer nyfikenhet, respekt och empati hos människor i Sverige, att var och en har möjlighet att påverka sin egen framtid.

Tack till våra finansiärer

Rapporten möjliggjordes med stöd av Google. Rapporten ägs av stiftelsen The Global Village.

Läs mer om oss på www.jarvaveckan.se





Ahmed Abdirahman

Vd och grundare, Järvaveckan

Det är en stor glädje att presentera denna rapport, som har för avsikt att ge en djupare förståelse för digital delaktighet i Sveriges utsatta områden. Vi lever i en tid där den digitala världen blir allt mer integrerad med vår vardag. Tillgången till och användandet av digital teknologi har blivit avgörande för individers deltagande i samhället. Men är digital delaktighet ett faktum för alla? Och vilka utmaningar och möjligheter finns i detta sammanhang?

Rapporten granskar dessa frågor och erbjuder insikter som baseras på noggranna undersökningar och analyser. I studien har vi jämfört data från både den allmänna svenska befolkningen och de som bor i utsatta områden. Resultaten är både upplysande och till viss del överraskande.

Vårt mål är att denna rapport ska bidra till en mer nyanserad bild av digital delaktighet i Sverige och underlätta för beslutsfattare att utforma politik och

strategier som möter de behov och utmaningar som identifierats.

Jag vill personligen tacka vår samarbetspartner Google Sverige som har bidragit till att göra denna rapport möjlig. Vi hoppas att den kommer att vara till nytta och intresse för en bred publik.

Framför allt hoppas vi att rapporten kommer att inspirera till fortsatt arbete och dialog för att främja digital delaktighet för alla, oavsett var i Sverige man bor.

Tack för ert intresse och engagemang i detta viktiga ämne. Vi ser fram emot att fortsätta utforska och arbeta för en mer digitalt inkluderande framtid.

Med vänliga hälsningar,
Ahmed Abdirahman, VD och grundare, Järvaveckan



Anna Wikland

Sverigechef Google

En majoritet av Sveriges befolkning använder internet varje dag men det finns fortfarande grupper i samhället som upplever någon form av digitalt utanförskap. Att uppmuntra fler till att både våga och vilja använda internet är en viktig demokratifråga. Järvaveckan och Google har tillsammans med Novus tagit fram en rapport som kartlägger tillgängligheten och användningen av digitala tjänster i utsatta områden.

Idag genomsyras nästan allt vi gör i vår vardag av digitalisering. Allt från att boka tid hos läkaren till att hålla kontakt med barnens skola sköts digitalt. Utan kunskap skapas inte bara ett digitalt utanförskap utan ett utanförskap från samhället i stort. I rapporten kartlägger vi frågor om tillgång och kunskap om digitala tjänster och hur viktig digital kompetens är för att integreras i samhället.

Resultatet belyser vikten av att samhället fortsätter jobba för att alla ska vara en del av den digitala utvecklingen, oavsett var de bor. Bland

annat uppger 30% att de missar samhällsviktig information eftersom den publiceras digitalt och 25% uppger att de upplever att det finns uppgifter i vardagen som man inte kan genomföra på grund av att det krävs digital kunskap som man inte bemästrar.

Google vill vara med och bidra till att alla får chansen att vara en del av den digitala utvecklingen genom kunskap om digitala verktyg och hur man använder dessa i vardagen. Vi hoppas att den här rapporten ska väcka diskussion kring hur vi på bästa sätt gemensamt kan jobba för att stärka den digitala kompetensen i Sverige.

Slutligen vill vi rikta ett stort tack till Järvaveckan för ert viktiga engagemang i dessa frågor och för samarbetet kring den här undersökningen. Samarbete utgör grunden för förändring.

Anna Wikland, Sverigechef Google

Om undersökningen i utsatta områden

Denna undersökningen beskriver vad människor i Sveriges 60 mest utsatta områden har för vanor när det kommer till digitala tjänster och internet. Undersökningen har besvarats av människor med bakgrund i över 100 olika länder.

Syftet med undersökningen är att skapa förståelse för hur internetanvändningen bland personer bosatta i utsatta områden ser ut. Undersökningen syftar även till att bidra med insikter om hur många som upplever någon form av digitalt utanförskap och om detta utanförskap på något sätt skiljer sig från den svenska allmänheten. Notera att de som på den inledande frågan i undersökningen anger att de aldrig använder internet (3%) har exkluderats från undersökningen eftersom gruppen inte anses relevant.

Med denna undersökning har boenden i utsatta områden fått sin röst hörd och med resultatet vill vi visa en annan bild av utsatta områden än den som ofta gestaltas idag. Vi är glada att kunna dela

med oss av resultatet då denna undersökning är unik vad gäller storleken på urvalet och genomförandet.

Undersökningen omfattar 1006 telefon- och webbintervjuer genomförda mellan 30 mars – 9 maj 2023. De som ingår i undersökningen är boende i någon av Sveriges 60 mest utsatta områden. Undersökningen innehåller frågor om deltagarnas internetvanor, digital kompetens, samhällsintegrering och trygghet på nätet.

Ett utsatt område är enligt polisen ett geografiskt avgränsat område som kan beskrivas som ett område med låg socioekonomisk status där även kriminella har en påverkan på

lokalsamhället. Dessa områden består av tre kategorier som beskriver till vilken grad som de är utsatta. Kategorierna består av 22 särskilt utsatta områden, 10 riskområden och 28 utsatta områden. Sammantaget uppgår dessa till 60 utsatta områden. För mer information se sida 43.

Undersökningen presenteras utifrån olika kapitel där vi redovisar resultatet från boende i utsatta områden och svenska allmänheten på totalnivå. De undergrupper som nämns i rapporten kommenteras utifrån de utsatta områdena. Undergrupper som bland annat nämns är kön, ålder, sysselsättning och kategorier av utsatta områden, det vill säga de tre olika nivåerna av

utsatthet. När undergrupper nämns i rapporten innebär det att dessa grupper relativt sätt uppvisar störst skillnader gentemot totalen.

Ett urval av frågor har även ställts till den svenska allmänheten, detta för att se om det finns några skillnader mellan utsatta områden och den svenska allmänheten. Att kunna påvisa likheter och skillnader mellan dessa två grupper är viktigt för att ge undersökningen ytterligare en dimension. I de fall frågorna som ställts har varit identiska med frågor i 2022 års studie Svenskarna och internet (Internetstiftelsen) så ligger dessa referenser i separata kommentarrutor.

Undersökningen

MÅLGRUPP

I den här undersökningen är målgruppen de personer över 18 år som bor i något av de 60 områden som Polisen definierat som särskilt utsatta, utsatta eller som riskområden. De utsatta områdena är utspridda på en rad olika orter i Sverige men med en särskilt stor koncentration kring storstadsområdena i Stockholm, Göteborg och Malmö.

BAKGRUND

Detta är den sjätte undersökningen som genomförs med den här målgruppen, vilket gör att vi över tid byggt upp mer kunskap om de utmaningar som funnits vad gäller målgrupp, urval, demografisk fördelning, bortfall och deltagarfrekvens. Vi har kunskapen sen tidigare att det är svårt att nå vissa grupper som bor i utsatta områden och har med bakgrund av det gjort en rad insatser för att öka svaren i dessa grupper.

URVAL

De 60 utsatta områden är geografisk definierade genom kartor som ringar in det aktuella området och följer inte stadsdelsgränser, kommungränser eller specifika postnummerområden utan är i många fall indelningar på kvartersnivå. Det är det noggranna arbetet med den geografiska definitionen av urvalet som är helt avgörande för

undersökningens kvalitet dvs. att de som intervjuats faktiskt bor i ett utsatt område. Vanligtvis när Novus genomför opinionsundersökningar om politiska åsikter och samhällsfrågor är målgruppen den svenska allmänheten. Det är också vanligt förekommande att vi genomför undersökningar med boende i ett visst län eller en specifik kommun. Att de boende i de 60 utsatta områdena inte gick att definiera utifrån varken län, kommun eller postnummer har framtagandet av urvalet krävt en hel del manuellt arbete. Novus har utifrån Polisens kartor tillsammans med ingående postnummer i områdena skapat kombinationer av gatunamn- i vissa fall med specifika gatunummer- och postnummer för att med säkerhet veta att de som hamnar i urvalet för undersökningen verkligen bor i ett utsatt område. Många av de utsatta områdena angränsar i direkt närhet till ett område som inte anses som utsatt och som innehar en helt skild socioekonomisk status. Det har av den anledningen varit väldigt viktigt att arbetet med att ta fram ett korrekt urval skett genom stor noggrannhet.

GENOMFÖRANDE

I årets undersökning har vi genomfört 1006 intervjuer både via telefon och webb under perioden 30 mars – 9 maj 2023. För att öka andelen svar har undersökningen kunnat besvarats både på telefon och genom en webenkät på fyra olika språk: svenska, engelska,

somaliska och arabiska. Webenkäten har kunnat besvaras genom att vi skickat en länk till deras mobiltelefon.

Novus har erbjudit en belöning i form av en digital skraplott eller möjligheten att skänka motsvarande värde till välgörenhet som tack för genomförd intervju.

Genomförandet av intervjuerna och metodförbättringen har utformats med hjälp av och i samarbete med Norstat.

SVARSFREKVENSN OCH BORTFALL

Svarsfrekvensen för årets mätning är 11 procent. Under de senaste undersökningarna har den hamnat på mellan 8-14 procent.

I alla undersökningar som genomförs finns ett bortfall. Med bortfall menas de som inte har besvarat undersökningen. Generellt när opinionsundersökningar genomförs är det vissa grupper som är svårare att nå än andra. En sådan grupp är unga, som i lägre utsträckning svarar på undersökningar. Detsamma gäller även för lågutbildade och utrikesfödda. Tillhör man dessutom flera av kategorierna blir det av naturliga skäl en större utmaning att nå dessa personer.

Generellt kan man säga att ett stort bortfall kan leda till två problem. Det ena är osäkra analyser vilket man kan åtgärda med att genomföra ett större antal intervjuer. Ett annat teoretiskt problem med ett stort bortfall är om bortfallet i

sig (de som inte har svarat på undersökningen) skiljer sig åt åsiktsmässigt från de som faktiskt har svarat. Skulle bortfallet inte vara slumpmässigt gällande åsikter skulle det leda till att svaren blir skeva och inte speglar målgruppens åsikter i stort. Det är ett faktum att vi inte når alla med en sådan här undersökning. Vi når få av dem som lever längst från samhället, de med störst misstänksamhet mot samhället och de som senast anlänt till Sverige. Däremot anser vi att de människorna vi har intervjuat i denna undersökning tillhör en grupp som i någon mån är delaktiga i samhället.

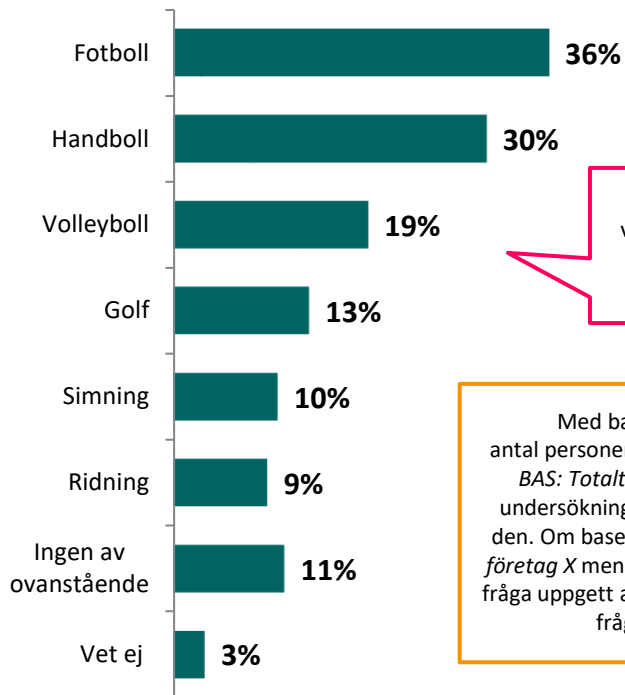
Data är post-stratifierad på kön, ålder och ursprung. Populationssiffrorna för ålder och ursprung härstammar från SCB rapport "Fakta för Förändring" från 2019, medan könsfördelningen är baserat på utvalda RegSo-regioner i SCB Statistikdatabasen (2022-siffror).

RESULTAT

Resultatet för den svenska allmänheten och utsatta områden presenteras på totalnivå samt undergrupper, där vi ser hur dessa svar skiljer sig från totalens svar från utsatta områden. De undergrupper som bland annat nämns i rapport är kön, ålder, vilket område man bor i, sysselsättning och om man är född i Sverige eller utanför Sverige.

Läsanvisning till rapport

FRÅGA: Vilka av följande idrotter är du intresserad av? *Flera svar möjliga.*



Andelarna i diagrammet visar hur respondenternas svar fördelar sig per svarsalternativ.

Med bas menas antal intervjuer/ antal personer som har svarat för denna fråga.
BAS: Totalt innebär att alla som besvarat undersökningen har fått frågan och besvarat den. Om basen t.ex. är *BAS: De som känner till företag X* menas att endast de som i en tidigare fråga uppggett att de känner till företag x har fått frågan och besvarat den.

Om respondenterna har kunnat svara fler än 1 svar på frågan anges detta efter frågetexten. Det kan också stå t.ex. *Max 3 svar*. Andelarna i diagrammet kommer mest sannolikt summera till mer än 100% då varje respondent har kunnat avge mer än 1 svar.

Skillnader mot totalen

Följande undergrupper svarar i högre grad:

Fotboll (36%)

- Kvinna (41%)
- Ålder 18-29 år (42%)
- Högsta utbildning: Universitet (41%)

Du läser undergrupperna på detta sätt:

Rubriken Fotboll 36% = andelen för totalen, visas i diagrammet till vänster. Med "Kvinna 41%" menas att kvinnor i högre utsträckning än totalen är intresserade av fotboll.

BAS: Totalt (n=1000)

The background of the slide features silhouettes of several people in a meeting or collaborative setting. On the left, a person is seen in profile, looking down. In the center, a group of people are gathered, with some looking towards the right. On the right side, another person is shown in profile, looking towards the center group. The entire scene is set against a dark blue gradient background.

Sammanfattande insikter

Sammanfattande insikter från rapporten 1 (2)

Hur ofta man använder sig av internet är på samma höga nivå bland både de tillfrågade och i den svenska allmänheten. Denna likhet återkommer i andra svar som rör frågade kopplade till grundläggande användning av internet och digitala tjänster.

- Ca nio av tio har tillgång till bredband och nyttjar det. Det är dock något fler i utsatta områden som anger att de inte har tillgång till internet eller att de har tillgång men inte nyttjar det – totalt 9 procent mot svenska allmänhetens 4 procent.
- Bland de tillfrågade i utsatta områden och i den svenska allmänheten upplever knappt nio av tio att digitala tjänster, dvs tjänster som levereras via någon form av digital plattform, underlättar vardagen.
- 16 procent (17 procent i svenska allmänheten) upplever att det är negativt att samhället blir mer digitaliserat.
- 30 procent (35 procent i svenska allmänheten) vet inte vart man kan vända sig för att få hjälp med att använda digitala tjänster, dvs tjänster som levereras via någon form av digital plattform.
- I både utsatta områdena och svenska allmänheten är det ca nio av tio som generellt upplever att digitala tjänster finns på ett språk man behärskar eller på en nivå som underlättar användningen. Däremot svarar utlandsfödda i större utsträckning (11 procent) nej på denna fråga, jämfört med 3 procent bland svenskfödda och 5 procent bland allmänheten.
- Sex av tio känner sig trygga på nätet.
- På frågan om huruvida man kan installera mobilt Bank-ID på egen hand råder inga större skillnader mellan respondenter i utsatta områden och allmänheten. Totalt anger 85 procent att de kan/skulle kunna detta, att jämföra med allmänhetens 90 procent (Svenskarna och internet 2022).

Sammanfattande insikter från rapporten 2 (2)

I vissa frågor finns det intressanta skillnader både inom utsatta områden samt i relation till den svenska allmänheten:

- 18 procent upplever att de inte har råd att nyttja de digitala tjänster de önskar. Här är det även två grupper som sticker ut; studerande (27 procent) och utlandsfödda (22 procent, jämfört med 13 procent bland de som är födda i Sverige).
- På frågan om huruvida man upplever att kostnader hindrar en från att använda digitala enheter eller nättjänster i den utsträckning man behöver, är det betydligt fler (29 procent) som svarar ja jämfört med allmänheten (8 procent).
- Motivationen att förbättra kunskaper om användning av olika digitala tjänster via mobil och dator är något högre i utsatta områden (76 procent) jämfört med den bredare allmänheten (66 procent). Mest motiverade är de yngre åldersgrupperna.
- Det finns en tydlig skillnad vad gäller upplevelsen av att ha svårigheter att genomföra vardagliga uppgifter på grund av bristande digital kunskap. Totalt sett uppger 25 procent att de har dessa svårigheter (12 procent i den bredare allmänheten). Bland de som svarar ja på denna fråga (notera att basen är lägre, 180 respektive 122 personer), nämner de generellt sett fler områden jämfört med allmänheten.
- Drygt sex av tio anser att digitala tjänster har gjort det enklare för dem att integreras och bli en del av det svenska samhället. Bland yngre eller födda utomlands är andelarna ännu högre, ca sju av tio.
- Knappt sex av tio anser att det är svårt att integreras och bli en del av det svenska samhället om man saknar digitala färdigheter.
- Tre av tio upplever att man missar samhällsviktig information eftersom den kommuniceras digitalt. Även här är det yngre eller födda utomlands som i något större utsträckning anser detta.
- Det är 14 procent som anser att man missar samhällsviktig information från myndigheter eftersom den kommuniceras på svenska.
- I både utsatta områden och bland den bredare allmänheten anser flest att ansvaret för att säkerställa digital delaktighet ligger hos individerna och myndigheterna. Bland allmänheten anser dock fler (79 procent) att det är individens eget ansvar, jämfört med 65 procent i huvudstudien. I utsatta områden uppger fler att myndigheter, politiker och företag har detta ansvar jämfört med huvudstudiens resultat. Oavsett studie är den övergripande rangordningen däremot densamma.
- Vare sig det gäller myndigheter, politiker eller företag, är man i de utsatta områdena mer positivt inställd till huruvida de lyckas ta sitt ansvar än vad den breda allmänheten är.
- Totalt anger en av tio att de utsatts för kränkningar på nätet och vanligast är detta bland yngre. Vanligast förekommande är förtal/ofredande/förolämpningar.

Undersökningens perspektiv kring inkludering

- 1 Internet tillgång och användningsfrekvens
- 2 Bristande ekonomiska förutsättningar
- 3 Användning av digitala tjänster
- 4 Språkbarriärer
- 5 Motivation till utveckling av digital kompetens
- 6 Hur digital kompetens underlättar vardagen
- 7 Synen på att samhället digitaliseras
- 8 Kunskapsluckor som begränsar användning av e-tjänster
- 9 Att veta vart man kan vända sig för hjälp med digitala tjänster
- 10 E-tjänster som medel för integrering
- 11 Att kunna ta del av samhällsviktig information

Internetanvändning

Sammanfattning

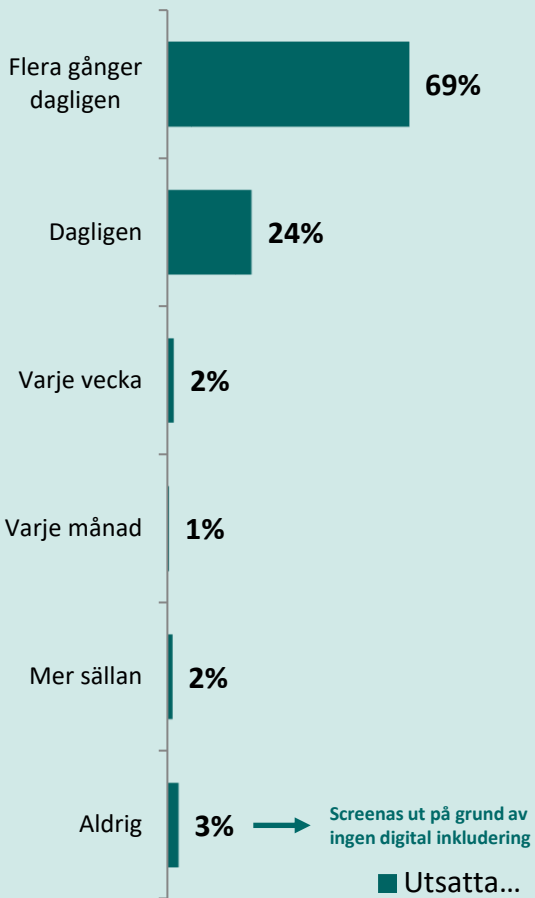
- Internetanvändningen totalt sett skiljer sig inte åt i någon hög grad mellan utsatta områden och den svenska allmänheten då majoriteten är dagliga internetanvändare.
- Även tillgången till samt nyttjande av bredband hemma ligger på liknande nivåer i utsatta områden och den svenska allmänheten, nästan samtliga har tillgång till bredband och nyttjar det.
- Nära var femte i de utsatta områdena uppger att deras ekonomi påverkar deras möjligheter att ta del av digitala tjänster i den mån att de inte har råd att nyttja de tjänster man önskar.
- Nära sju av tio upplever inte att de hindras från att använda digitala enheter eller internetbaserade tjänster på grund av kostnader. Nära tre av tio upplever dock att kostnader utgör ett hinder för dem att använda vissa digitala enheter eller online-tjänster.
- De flesta använder digitala ekonomitjänster och de vanligaste är e-legitimation, betalning av räkningar, Swish och söka efter information.
- Majoriteten skulle kunna klara av att installera Bank-ID själv utan hjälp samtidigt som drygt en av tio uppger att de skulle behöva hjälp med det.
- I både utsatta områden och den svenska allmänheten uppger nio av tio att digitala tjänster finns på ett språk man behärskar.

Nära sju av tio använder internet flera gånger dagligen

Användningen av internet i utsatta områden och den svenska allmänheten skiljer sig inte åt i någon större utsträckning, det finns inte heller några skillnader när det kommer till om man född i Sverige eller utomlands. Andelen internetanvändare i sin helhet och även dagliga användare ligger på liknande nivåer. Få uppger att de aldrig använder internet.

FRÅGA: Hur ofta använder du internet?

Internetanvändare totalt:	97%
Dagliga användare:	93%
Sällan-/icke användare:	7%



BAS: Utsatta områden (n=1006), Svenskarna och Internet (n=3075)

Skillnader mot totalen

Följande undergrupper svarar i högre grad:

Flera gånger dagligen (69%)

- Sysselsättning: Studerande (78%)
- Ålder: 30-39 år (76%)

Dagligen (24%)

- Ålder: 40-49 år (33%)

Aldrig (3%)

- Sysselsättning: Pensionär (11%)
- Grundskola eller motsvarande (11%)



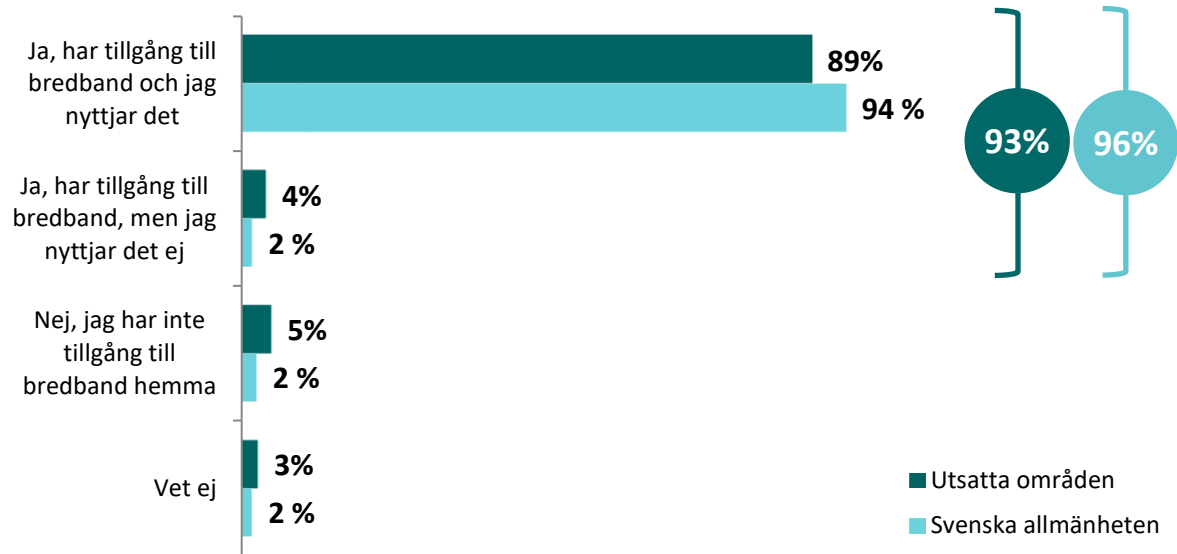
Jämförelse med Svenskarna och Internet 2022

Ser vi till internetanvändningen i den svenska allmänheten i Svenskarna och Internet, jämfört med i utsatta områden kan vi inte se några större skillnader. Svenskarna och Internet påvisar att majoriteten är internetanvändare (94%) vilket vi även kan se i de utsatta områdena (97%).

Drygt nio av tio har tillgång till bredband i utsatta områdena

Drygt nio av tio i den svenska allmänheten har tillgång till bredband hemma och nyttjar det. I de utsatta områdena är andelen som både har tillgång till bredband och nyttjar det något lägre, men tillgången till bredband är hög i båda målgrupperna.

FRÅGA: Har du tillgång till bredband hemma och nyttjar du det i så fall?



BAS: Utsatta områden (n=973), Svenska allmänheten (n=1006)

Skillnader mot totalen

Följande undergrupper svarar i högre grad:

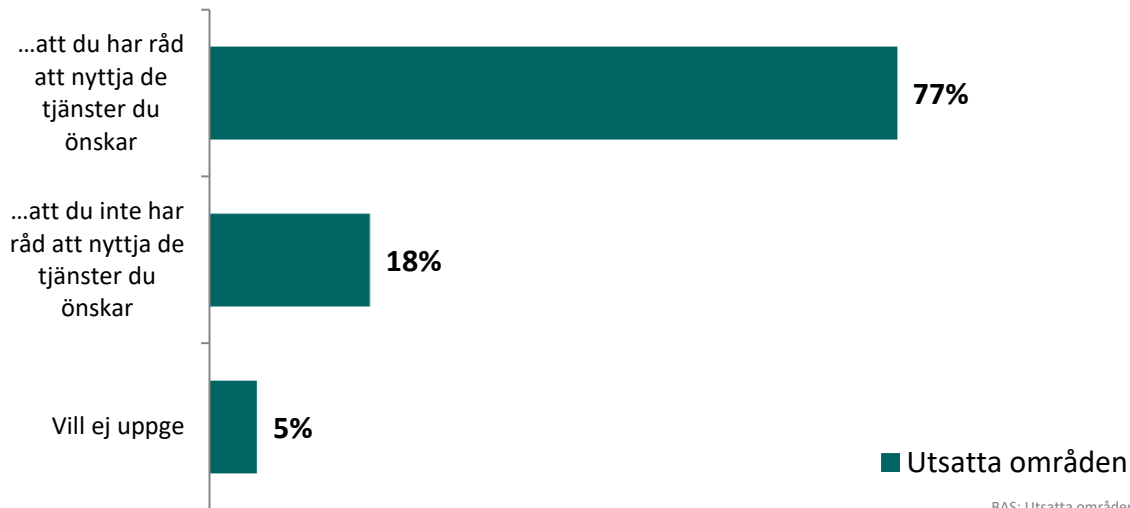
Nej, jag har inte tillgång till bredband hemma (5%)

- Negativ inställning till digitalisering (10%)

Nära var femte uppger att deras ekonomi påverkar deras möjligheter att ta del av digitala tjänster, de har inte råd att nyttja de tjänster man önskar

Men nära åtta av tio uppger att de har råd att nyttja de digitala tjänster de önskar. Här kan vi se att födelseland spelar in i om man upplever att man har råd att nyttja digitala tjänster. Personer födda utanför Sverige uppger i högre grad att de inte har råd än de som är födda i Sverige.

FRÅGA: Hur upplever du att din ekonomi påverkar dina möjligheter att ta del av digitala tjänster via dator, smartphone eller surfplatta? Upplever du...



Skillnader mot totalen

Följande undergrupper svarar i högre grad:

...att du har råd att nyttja de tjänster du önskar (77%)

- Andra generationens invandrare* (85%)
- Född i Sverige (84%)

...att du inte har råd att nyttja de tjänster du önskar (18%)

- Född utomlands (22%)
- Sysselsättning: Studerande (27%)

*Andra generationens invandrare innefattar både de med en respektive de med två utlandsfödda föräldrar.

Nära tre av tio upplever att kostnader begränsar nyttjandet av digitala tjänster

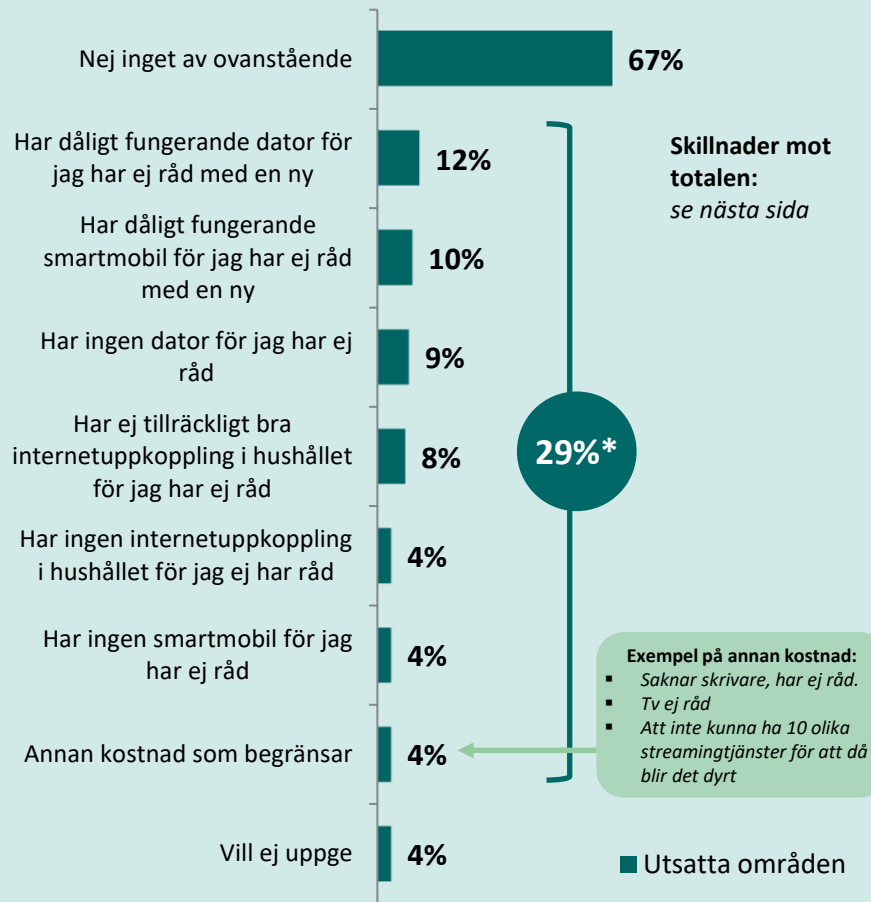
Olika kostnaders påverkan på att kunna nyttja digitala enheter eller nättjänster i den omfattning man vill/behöver är större inom de utsatta områdena. Vi kan se en tydlig skillnad då en större andel svarar ja inom de utsatta områdena jämfört med andelen som svarade ja bland allmänheten i Svenskarna och Internet. Majoriteten, nio av tio, i den svenska allmänheten svarar nej medan knappt sju av tio svarar nej i de utsatta områdena.

FRÅGA: Upplever du att du inte kan nyttja digitala enheter eller nättjänster i den omfattning som du vill/behöver på grund av olika kostnader? *Fler svar möjligt.*



Jämförelse med Svenskarna och Internet 2022

På frågan om man upplever att man inte kan nyttja digitala enheter eller nättjänster i den omfattning som man vill/behöver på grund av olika kostnader så är det betydligt fler som svarar ja (29%) i utsatta områden jämfört med allmänheten (8%), om man jämför utfallet med Svenskarna och internet. Vi kan även se att andelen i de utsatta områdena som svarar att de inte har någon dator för att de ej har råd (9%) är betydligt högre än i den svenska allmänheten (1%). I denna jämförelse kan vi däremot även se att topp två mest förekommande digitala enheter man inte kan nyttja är desamma i båda områden, att man har dåligt fungerande dator eller smartmobil för att man ej har råd med en ny.



*Nettosiffran 29% avser respondenter som angett minst ett av svarsalternativen.

BAS: Utsatta områden (n=973), Svenskarna och Internet (n=3018)

Hur kostnader begränsar nyttjandet av digitala tjänster - skillnader mot totalen

FRÅGA: Upplever du att du inte kan nyttja digitala enheter eller nättjänster i den omfattning som du vill/behöver på grund av olika kostnader?

Skillnader mot totalen

Följande undergrupper svarar i högre grad:

Nej inget av ovanstående (67%)

- Född i Sverige (78%)
- Andra generationens invandrare* (79%)
- Högskola/universitet eller motsvarande (75%)

Netto: JA (29%)

- Född utomlands (37%)
- Grundskola eller motsvarande (47%)

Har dåligt fungerande dator för jag har ej råd med en ny (12%)

- Sysselsättning: Studerande (19%)

Har dåligt fungerande smartmobil för jag har ej råd med en ny (10%)

- Boende i riskområde (18%)

Har ingen dator för jag har ej råd (9%)

- Utbildning: Grundskola eller motsvarande (24%)

Har ej tillräckligt bra internetuppkoppling i hushållet för jag har ej råd (8%)

- Boende i riskområde (13%)

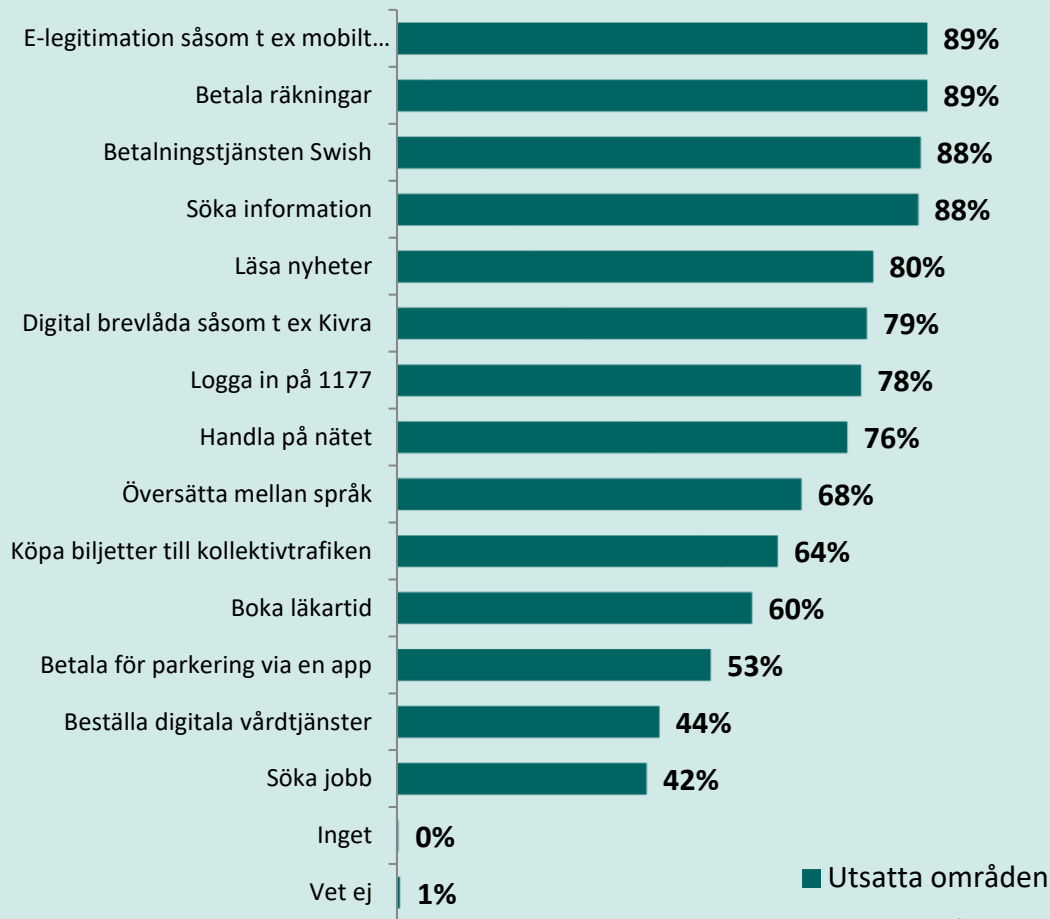
*Andra generationens invandrare innefattar både de med en respektive de med två utlandsfödda föräldrar.

Nära nio av tio har själva använt e-legitimation, betalat räkningar, använt Swish och sökt information de senaste 12 månaderna

Dessa fyra är de mest använda tjänsterna, följt av nära åtta av tio som har läst nyheter, använt digital brevlåda, 1177, och handlat på nätet. Eftersom denna studie innefattar personer i pensionsålder som inte har behov av att söka jobb via digitala tjänster kan det påverka andelen som uppger att de gjort det.

FRÅGA: Vilka av följande digitala tjänster har du själv använt de senaste 12 månaderna via dator, smartphone eller surfplatta?
Fler svar möjligt.

Skillnader mot totalen:
se nästa sida



Majoriteten använder digitala ekonomitjänster - skillnader mot totalen

FRÅGA: Vilka av följande digitala tjänster har du själv använt de senaste 12 månaderna via dator, smartphone eller surfplatta?

Skillnader mot totalen

Följande undergrupper svarar i högre grad:

E-legitimation såsom t ex mobilt Bank-id eller Freja e-id (89%)

- Ålder: 30-39 år (94%)
- Sysselsättning: Förvärsarbetande, heltid (93%)
- Andra generationens invandrare* (94%)
- Högskola/universitet eller motsvarande (92%)

Betala räkningar (89%)

- Sysselsättning: Förvärsarbetande, heltid (92%)

Betalningstjänsten Swish (88%)

- Ålder: 18-29 år (94%)
- Sysselsättning: Studerande (96%)
- Andra generationens invandrare* (92%)

Söka information (88%)

- Född i Sverige (91%)
- Andra generationens invandrare* (92%)
- Högskola/universitet eller motsvarande (91%)

Läsa nyheter (80%)

- Man (84%)
- Sysselsättning: Förvärsarbetande, heltid (85%)
- Född i Sverige (85%)
- Högskola/universitet eller motsvarande (86%)

Digital brevlåda såsom t ex Kivra (79%)

- Ålder: 18-29 år (87%)
- Ålder: 30-39 år (85%)
- Sysselsättning: Förvärsarbetande, heltid (85%)
- Andra generationens invandrare* (84%)

Logga in på 1177 (78%)

- Kvinna (83%)
- Ålder: 30-39 år (85%)
- Högskola/universitet eller motsvarande (83%)

Handla på nätet (76%)

- Ålder: 18-29 år (86%)
- Ålder: 30-39 år (81%)
- Sysselsättning: Förvärsarbetande, heltid (80%)
- Sysselsättning: Studerande (86%)
- Född i Sverige (81%)
- Andra generationens invandrare* (85%)
- Högskola/universitet eller motsvarande (82%)

Översätta mellan språk (68%)

- Ålder: 18-29 år (80%)
- Sysselsättning: Förvärsarbetande, heltid (71%)
- Sysselsättning: Studerande (79%)
- Högskola/universitet eller motsvarande (75%)

Köpa biljetter till kollektivtrafiken (64%)

- Kvinna (68%)
- Ålder: 18-29 år (78%)
- Ålder: 30-39 år (75%)
- Sysselsättning: Förvärsarbetande, heltid (71%)
- Sysselsättning: Studerande (80%)
- Andra generationens invandrare* (71%)
- Högskola/universitet eller motsvarande (68%)

Boka läkartid (60%)

- Sysselsättning: Studerande (71%)
- Högskola/universitet eller motsvarande (65%)

Betala för parkering via en app (53%)

- Man (58%)
- Sysselsättning: Förvärsarbetande, heltid (64%)
- Högskola/universitet eller motsvarande (58%)

Beställa digitala vårdtjänster (44%)

- Ålder: 30-39 år (51%)
- Sysselsättning: Förvärsarbetande, heltid (49%)
- Andra generationens invandrare* (50%)
- Högskola/universitet eller motsvarande (49%)

Söka jobb (42%)

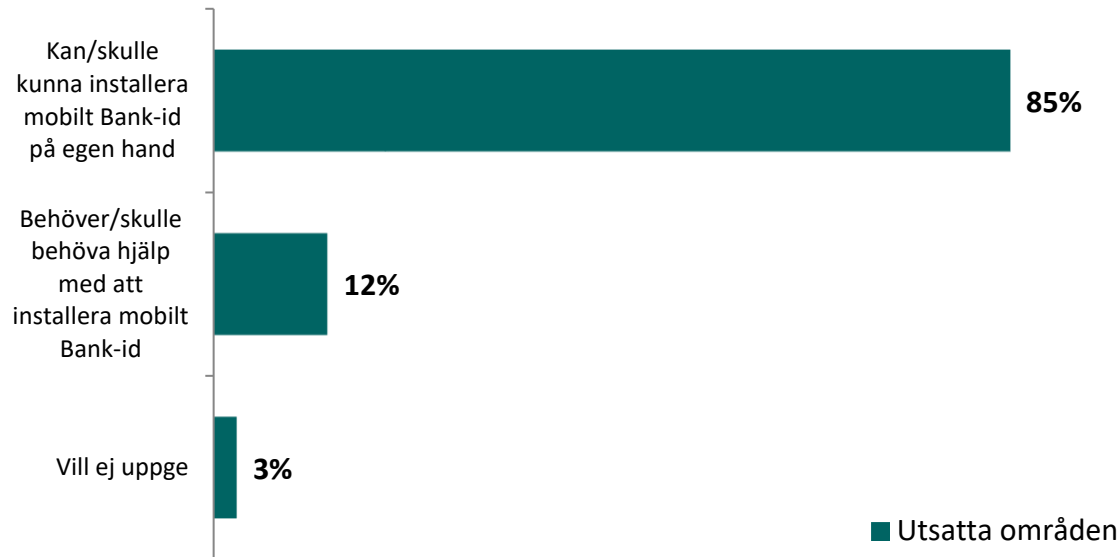
- Boende i särskilt utsatt område (49%)
- Kvinna (45%)
- Ålder: 18-29 år (66%)
- Ålder: 30-39 år (48%)
- Sysselsättning: Studerande (75%)
- Född utomlands (46%)
- Andra generationens invandrare* (51%)

*Andra generationens invandrare innefattar både de med en respektive de med två utlandsfödda föräldrar.

Nära nio av tio klarar att installera mobilt Bank-id på egen hand

När det gäller att kunna installera Bank-ID själv ser vi inget som tyder på några större skillnader inom de utsatta områdena och den svenska allmänheten, ungefär lika stor andel uppger att de skulle klara av det på egen hand. Det vi däremot kan se är att ålder är den största faktorn för utanförskap i denna fråga. Personer över 50 år och pensionärer uppger i högre utsträckning att de skulle behöva hjälp med installeringen.

FRÅGA: När det gäller att installera mobilt Bank-id, skulle du kunna göra det på egen hand eller skulle du behöva hjälp med det?



*Andra generationens invandrare innefattar både de med en respektive de med två utlandsfödda föräldrar.

BAS: Utsatta områden (n=973), Svenskarna och Internet (n=3075)

Skillnader mot totalen

Följande undergrupper svarar i högre grad:

Kan/skulle kunna installera mobilt Bank-id på egen hand (85%)

- Andra generationens invandrare* (95%)
- Ålder: 30-39 år (94%)
- Sysselsättning: Förvärvsarbete, heltid (92%)
- Sysselsättning: Studerande (91%)
- Ålder: 18-29 år (91%)

Behöver/skulle behöva hjälp med att installera mobilt Bank-id (12%)

- Sysselsättning: Pensionär (34%)
- Ålder: 50+ år (21%)
- Grundskola eller motsvarande (20%)



Jämförelse med Svenskarna och Internet 2022

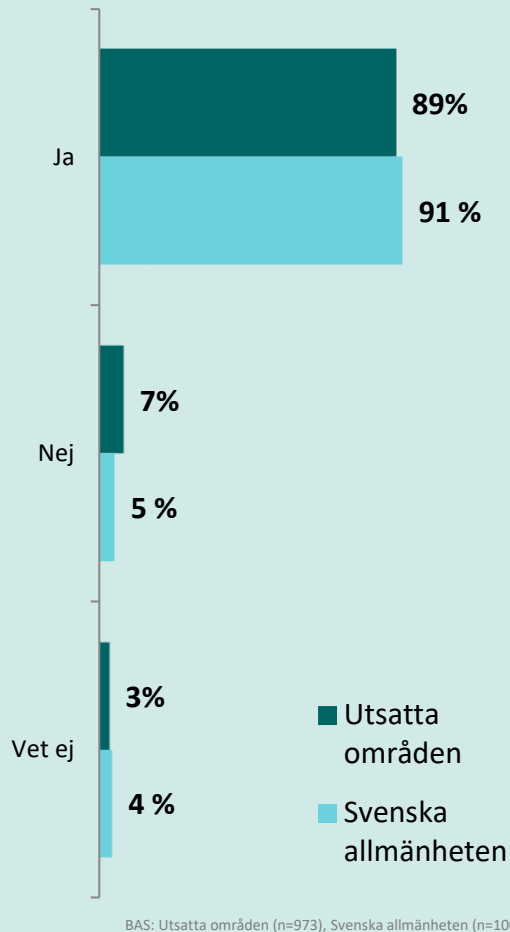
Jämför man med Svenskarna och Internet i frågan om man kan installera mobilt Bank-id själv så är skillnaden rätt liten. Totalt anger 85% att de kan/skulle kunna detta i utsatta områden och 90% i Svenskarna och Internet.

Nära nio av tio upplever att digitala tjänster finns tillgängliga på ett språk man behärskar

Det är cirka nio av tio som generellt upplever att digitala tjänster finns på ett språk man behärskar eller på en nivå som underlättar användningen inom både utsatta områden och den svenska allmänheten.

FRÅGA: Rent allmänt, upplever du att digitala tjänster finns på ett språk du behärskar eller på en nivå som underlättar för din användning?

*Andra generationens invandrare innefattar både de med en respektive de med två utlandsfödda föräldrar.



Skillnader mot totalen

Följande undergrupper svarar i högre grad:

Ja (89%)

- Andra generationens invandrare* (96%)
- Född i Sverige (95%)

Nej (7%)

- Grundskola eller motsvarande (12%)



Digital kompetens



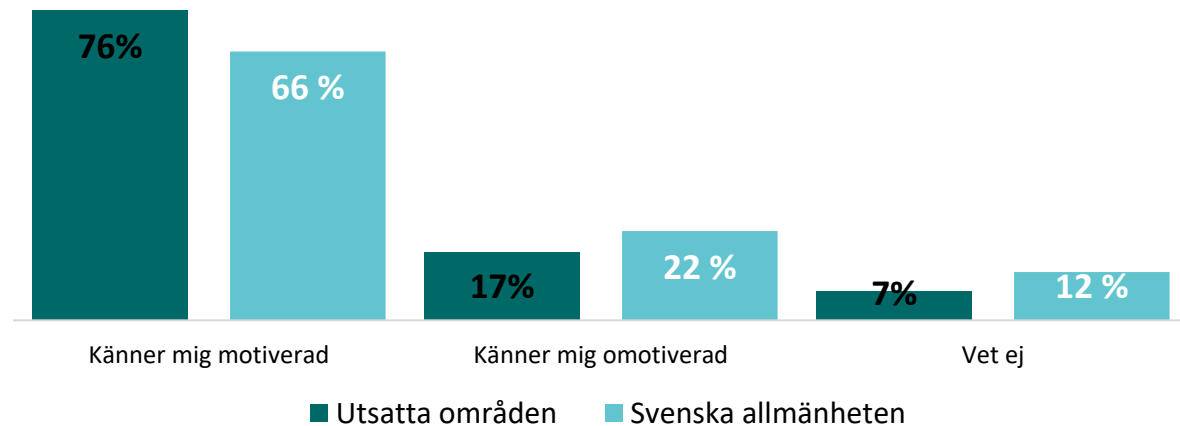
Sammanfattning

- Det finns stor motivation till att förbättra sina digitala kunskaper. Motivationen är högre i de utsatta områdena där drygt tre av fyra uppger att de känner sig motiverade jämfört med två av tre bland den svenska allmänheten.
- Nära nio av tio i utsatta områden och den svenska allmänheten upplever att digitala tjänster underlättar vardagen.
- Ungefär hälften är positiva till ökad digitalisering, samtidigt som var sjätte är negativ till det.
- I utsatta områden upplever var fjärde person en begränsning i vardagen på grund av sin digitala kunskap. Bland den svenska allmänheten är det drygt en av tio som upplever en sådan begränsning.
- De personer som upplever att de har bristande digital kompetens och inte kan utföra vissa uppgifter i sin vardag nämner främst att de saknar förmågan att översätta mellan språk, använda digitala brevlådor, söka efter information och betala räkningar.
- Nära tre av fem i de utsatta områdena uppger att de vet vart de kan vända sig för hjälp samtidigt som fyra av tio uppger det i den svenska allmänheten. Men drygt tre av tio inom båda områdena uppger att de inte vet vart de ska vända sig.
- Bland de som vet vart man ska vända sig uppger de tillfrågade att de främst vänder sig till Google eller en familjemedlem, följt av internet, kundtjänst och vänner.

Drygt tre av fyra känner sig motiverade att förbättra sina digitala kunskaper

Det finns en stor motivation inom både de utsatta områdena och den svenska allmänheten att förbättra sina digitala kunskaper, men vi kan se att denna motivation är högre inom de utsatta områdena. Det är även en lägre andel i de utsatta områdena som inte kan ta ställning i frågan samt uppger att de inte känner sig motiverade.

FRÅGA: Digitaliseringen innebär ofta att man förväntas kunna använda många tjänster digitalt och att en stor del av kommunikationen också sker digitalt via dator, mobiltelefon eller surfplatta. För att kunna hantera den förändring som digitaliseringen innebär i alla delar av livet, känner du dig motiverad eller omotiverad till att förbättra dina kunskaper om hur man kan nyttja olika digitala tjänster via mobil och dator?



BAS: Utsatta områden (n=973), Svenska allmänheten (n=1006)

Skillnader mot totalen

Följande undergrupper svarar i högre grad:

Känner mig motiverad (76%)

- Ålder: 30-39 år (83%), 18-29 år (82%)

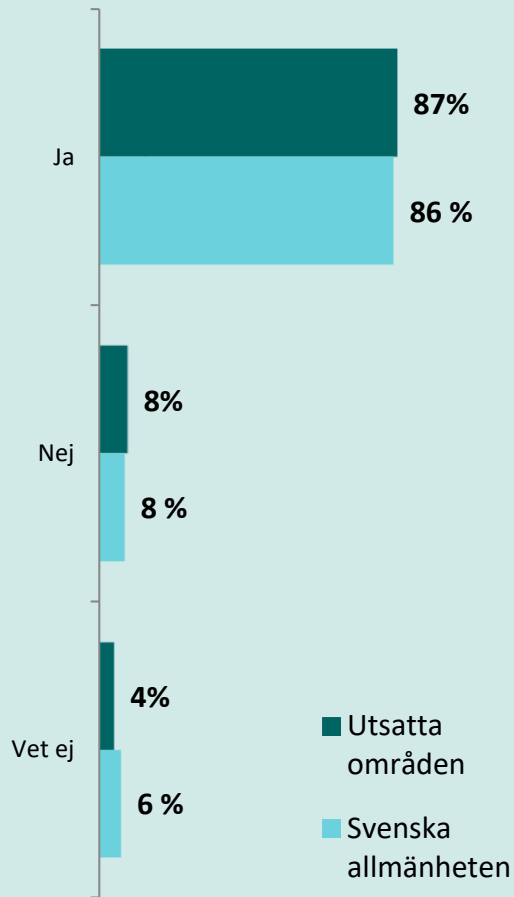
Känner mig omotiverad (17%)

- Sysselsättning: Pensionär (32%)
- Grundskola eller motsvarande (29%)
- Ålder: 50+ år (24%)

Nära nio av tio upplever att digitala tjänster underlättar vardagen

Även i denna grundläggande fråga kan vi se att det inte finns några skillnader mellan utsatta områden och den svenska allmänheten. Nära nio av tio i både områdena upplever att digitala tjänster som levereras via någon form av digital plattform underlättar vardagen.

FRÅGA: Upplever du att digitala tjänster, dvs tjänster som levereras via någon form av digital plattform, underlättar din vardag?



BAS: Utsatta områden (n=973), Svenska allmänheten (n=1006)

Skillnader mot totalen

Följande undergrupper svarar i högre grad:

Ja (87%)

- Sysselsättning: Studerande (96%)
- Ålder: 18-29 år (94%)

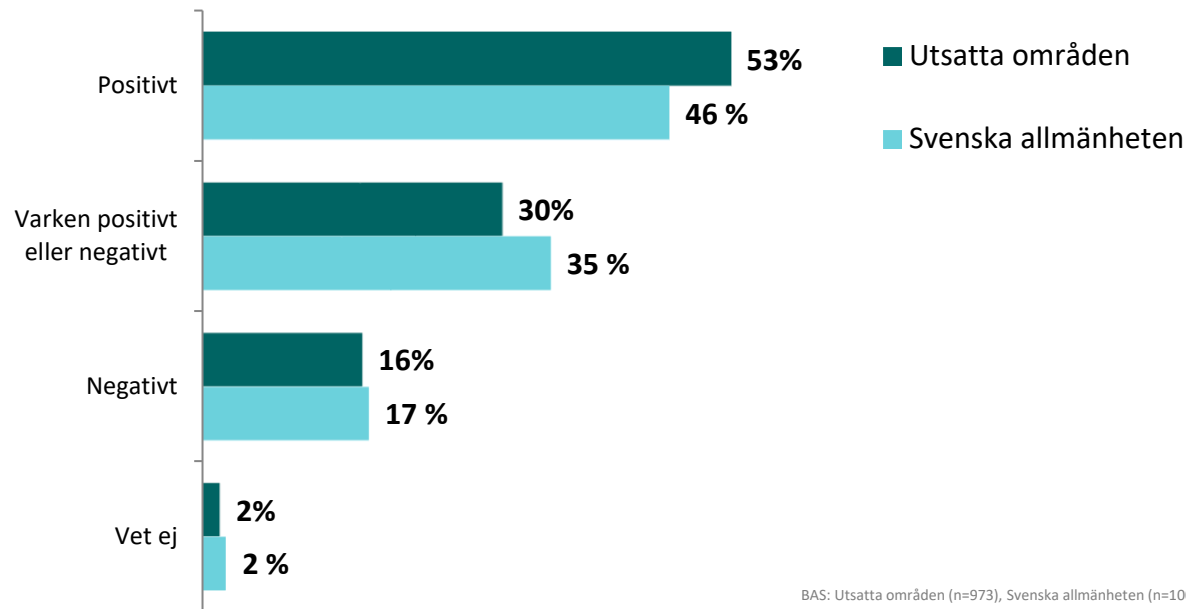
Nej (8%)

- Grundskola eller motsvarande (19%)
- Sysselsättning: Pensionär (18%)
- Ålder: 50+ år (14%)
- Boende i riskområde (13%)

Drygt hälften är positiva till ökad digitalisering

Som vi kunde se i frågan om motivationen att förbättra sina digitala kunskaper, där utsatta områden hade en större motivation, kan vi även här se att det finns mer positivitet till att samhället blir mer digitaliserat i de utsatta områdena än i den svenska allmänheten. Men andelen som är negativa ligger på samma nivå i båda områdena. Däremot är det färre som svarar varken positivt eller negativt i denna fråga i de utsatta områdena jämfört med den svenska allmänheten.

FRÅGA: Upplever du att det är positivt eller negativt att samhället blir mer digitaliserat?



Skillnader mot totalen

Följande undergrupper svarar i högre grad:

Positivt (53%)

- Man (56%)
- Ålder: 30-39 år (59%)
- Sysselsättning: Förvärvsarbetande, heltid (58%)
- Född utomlands (58%)

Negativt (16%)

- Ålder: 50+ år (23%)
- Sysselsättning: Pensionär (26%)

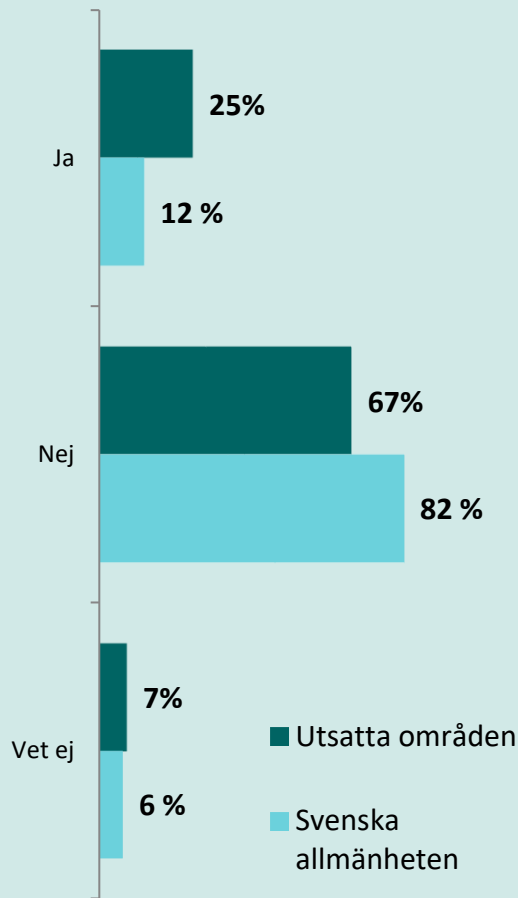
Varken positivt eller negativt (30%)

- Kvinna (35%)
- Född i Sverige (35%)

En av fyra upplever att deras digitala kunskap begränsar dem i vardagen

På frågan om det finns uppgifter i vardagen som man inte kan genomföra på grund av bristande digital kunskap ser vi en tydlig skillnad. I utsatta områden svarar man i större utsträckning att det finns uppgifter man inte bemästrar och i den svenska allmänheten svarar man i högre utsträckning att det inte finns. Vi kan även se att de som är födda utomlands samt personer över 50 år svarar att det finns i en högre utsträckning.

FRÅGA: Upplever du att det finns uppgifter i din vardag som du inte kan genomföra på grund av att det krävs digital kunskap som du inte bemästrar?



BAS: Utsatta områden (n=973), Svenska allmänheten (n=1006)

Skillnader mot totalen

Följande undergrupper svarar i högre grad:

Ja (25%)

- Boende i särskilt utsatt område (31%)
- Ålder: 50+ år (32%)
- Sysselsättning: Studerande (34%)
- Sysselsättning: Pensionär (32%)
- Född utomlands (31%)

Nej (67%)

- Boende i utsatt område (72%)
- Ålder: 30-39 år (76%)
- Sysselsättning: Förvärsarbetande, heltid (75%)
- Född i Sverige (76%)
- Högskola/universitet eller motsvarande (72%)

Bland de som upplever att det finns uppgifter i vardagen de inte kan genomföra på grund av bristande digital kunskap:

Flest saknar kunskap att översätta mellan språk

På denna flervalsfråga kan vi se att det bland respondenter från utsatta områden finns betydligt fler uppgifter som man saknar att kunna genomföra i vardagen. Uppgifter som att översätta mellan språk, använda digitala brevlådor, söka efter information och betala räkningar är några av de uppgifter som anges i högre utsträckning bland dessa respondenter. Det är däremot fler respondenter bland den svenska allmänheten som uppger att de saknar att kunna betala för parkering via en app.

FRÅGA: Vilka uppgifter i din vardag är det framförallt du saknar att kunna göra på grund av att det krävs digital kunskap som du upplever att du inte har? *Fler svar möjligt.*

Bland de som uppger annat är det spridda exempel på andra uppgifter som nämns. Men det nämns en del om studierelaterade digitala tjänster, lite om språkbarriärer på hemsidor och överlag när man besöker hemsidor eller tjänster digitalt för första gången.

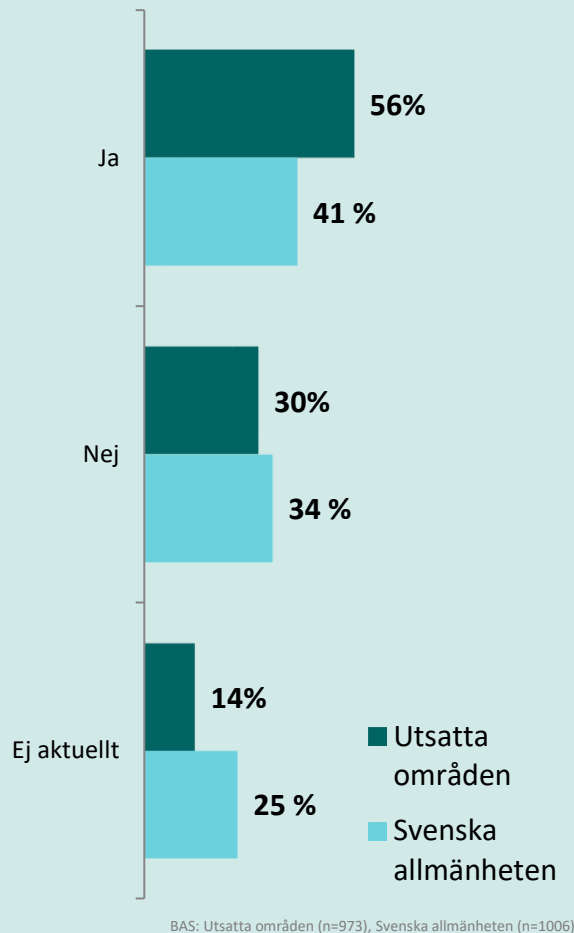
Uppgifter	Utsatta områden	Svenska allmänheten
Översätta mellan språk	36 %	20 %
Använda digital brevlåda såsom t ex Kivra	33 %	16 %
Söka information	33 %	6 %
Betala räkningar	33 %	11 %
Handla på nätet	29 %	10 %
Boka läkartid	28 %	18 %
Söka jobb	28 %	11 %
Köpa biljetter till kollektivtrafiken	27 %	28 %
Beställa digitala vårdtjänster	25 %	27 %
Använda E-legitimation såsom t ex mobilt Bank-id eller Freja e-id	24 %	9 %
Logga in på 1177	23 %	15 %
Använda betalningstjänsten Swish	23 %	14 %
Betala för parkering via en app	19 %	31 %
Annat, nämligen:	23 %	14 %

BAS: Bland de som upplever att det finns uppgifter i vardagen de inte kan genomföra på grund av bristande digital kunskap: Utsatta områden (n=180), Svenska allmänheten (n=122)

Nära sex av tio vet vart man ska vända sig för hjälp med digitala tjänster

Bland den svenska allmänheten är behovet av att få hjälp med digitala tjänster inte lika utbrett som det är i de utsatta områdena. En lägre andel i den allmänna befolkningen uppger att de inte behöver sådan hjälp jämfört med de utsatta områdena. I de utsatta områdena kan vi också se att en högre andel personer känner till var de kan vända sig för att få hjälp. Däremot är andelen personer som inte vet vart de ska vända sig ungefär lika hög både i de utsatta områdena och i den bredare svenska allmänheten.

FRÅGA: Vet du vart du kan vända dig för att få hjälp med att använda digitala tjänster, dvs tjänster som levereras via någon form av digital plattform?



Skillnader mot totalen

Följande undergrupper svarar i högre grad:

Bland de som svarar ja kan vi se att det finns en övergripande högre positivitet till digitalisering, de känner sig mer motiverade att förbättra sina digitala kunskaper och känner sig trygga på nätet i en högre grad.

Bland de som svarar nej finns det en mer övergripande negativitet till digitalisering, de känner sig inte motiverade att förbättra sina digitala kunskaper samt känner sig inte trygga på nätet i en högre grad.



Bland de som vet vart de kan vända sig för hjälp med digitala tjänster:

Vart man vänder sig för hjälp med digitala tjänster

Vid behov av hjälp med digitala tjänster vänder sig de flesta till Google, följt av en familjemedlem, internet, kundtjänst och vänner.

FRÅGA: Du angav att du vet vart du kan vända dig för att få hjälp med att använda digitala tjänster, vart vänder du dig då?

Google är den tjänst som nämns mest, men det finns även en del som nämner att de vänder sig till internet utan att specificera vilken hemsida eller tjänst, dock nämns YouTube av några.

Många nämner att de vänder sig till en familjemedlem, främst nämns yngre personer såsom barn och barnbarn. Det är också vanligare att man vänder sig till någon av de manliga könet såsom söner, bröder och svärsöner.

Även kundtjänst nämns av en del och då syftar man ofta till kundtjänster kopplad till det man behöver hjälp med, den specifika tjänsten.

Men även vänner och bekanta är det många som tar hjälp av för att använda digitala tjänster.

BAS: Bland de som vet vart de kan vända sig för hjälp med digitala tjänster:
Utsatta områden (n=546)



Mest förekommande svar i fallande ordning

Kapitel 3:

Samhällsintegrering

Sammanfattning

- Drygt tre av fem upplever att digitala tjänster gjort det enklare att integreras i det svenska samhället, en av fyra upplever att det inte har gjort det enklare. Nära tre av tio upplever inte att det är svårt att integreras och bli en del av det svenska samhället om man saknar digitala färdigheter, nära tre av fem upplever att det är svårt.
- Nära tre av tio upplever att de missar samhällsviktig information eftersom den kommuniceras digitalt, två av tre upplever inte att de missar informationen. En av sju upplever att de missar samhällsviktig information från myndigheter eftersom den kommuniceras på svenska, drygt åtta av tio upplever inte att de missar informationen.
- Den som flest anser bär störst ansvar för att säkerställa att människor känner sig digitalt delaktiga i samhället är individen själv och myndigheter, följt av politiker och sist företagen. Denna rangordning är densamma i utsatta områdena och den svenska allmänheten.
- Bland de som anser att myndigheter har ett stort ansvar för digital inkludering uppger fyra av tio att de lyckas bra.
- Bland de som anser att politiker har ett stort ansvar för digital inkludering uppger nära en av fyra att de lyckas bra.
- Bland de som anser att företagen har ett stort ansvar för digital inkludering uppger drygt hälften att de lyckas bra.

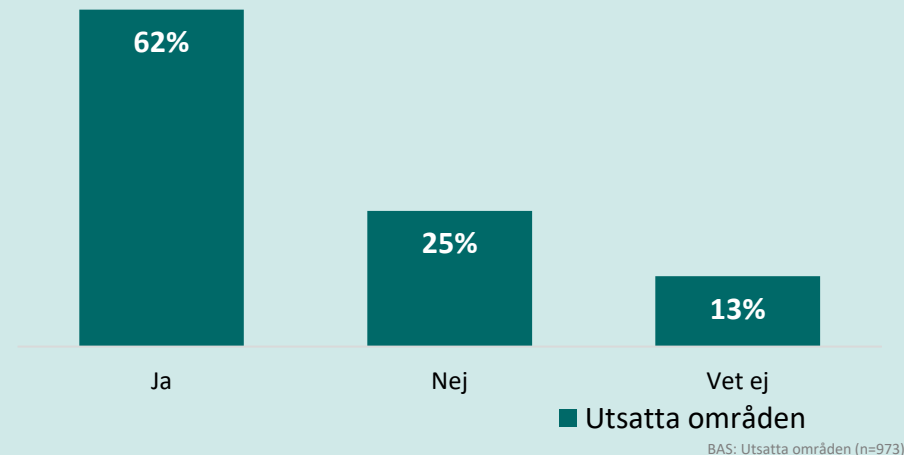
Drygt sex av tio upplever att digitala tjänster har gjort det enklare för dem att integreras och bli en del av det svenska samhället. Men nära sex av tio upplever också att det är svårt att integreras och bli en del av det svenska samhället om man saknar digitala färdigheter.

Vi kan se att det finns en högre positivitet bland personer som är födda utomlands, då de i högre grad anser att digitala tjänster har gjort det enklare och i lägre grad anser att det är svårt att integreras om man saknar digitala färdigheter än personer som är födda i Sverige.

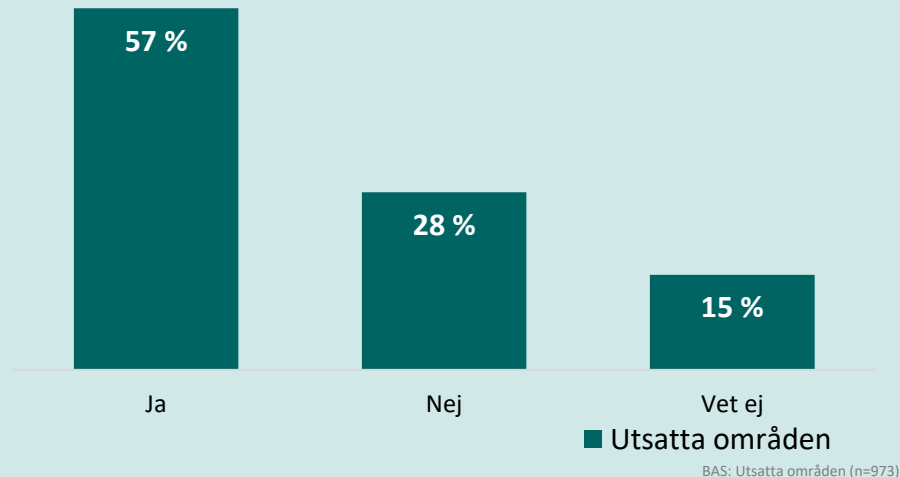
FRÅGA: Upplever du att...

Skillnader mot totalen se nästa sida

... digitala tjänster har gjort det enklare för dig att integreras och bli en del av det svenska samhället?



... det är svårt att integreras och bli en del av det svenska samhället om man saknar digitala färdigheter?



Om digitala tjänster bidrar till integration i samhället - skillnader mot totalen

FRÅGA: Upplever du att...

Skillnader mot totalen

Följande undergrupper svarar i högre grad:

... digitala tjänster har gjort det enklare för dig att integreras och bli en del av det svenska samhället?

Ja (62%)

- Ålder: 18-29 år (75%)
- Sysselsättning: Studerande (71%)
- Född utomlands (67%)

Nej (25%)

- Boende i riskområde (34%)
- Ålder: 50+ år (29%)
- Sysselsättning: Pensionär (34%)

BAS: Utsatta områden (n=973)

... det är svårt att integreras och bli en del av det svenska samhället om man saknar digitala färdigheter?

Ja (57%)

- Ålder: 30-39 år (64%)
- Född i Sverige (62%)
- Högskola/universitet eller motsvarande (61%)

Nej (28%)

- Man (31%)
- Ålder: 18-29 år (34%)
- Född utomlands (35%)
- Grundskola eller motsvarande (37%)
- Gymnasium eller motsvarande (32%)

BAS: Utsatta områden (n=973)

Nära tre av tio upplever att de missar samhällsviktig information eftersom den kommuniceras digitalt, var sjunde upplever att de missar samhällsviktig information eftersom den kommuniceras på svenska

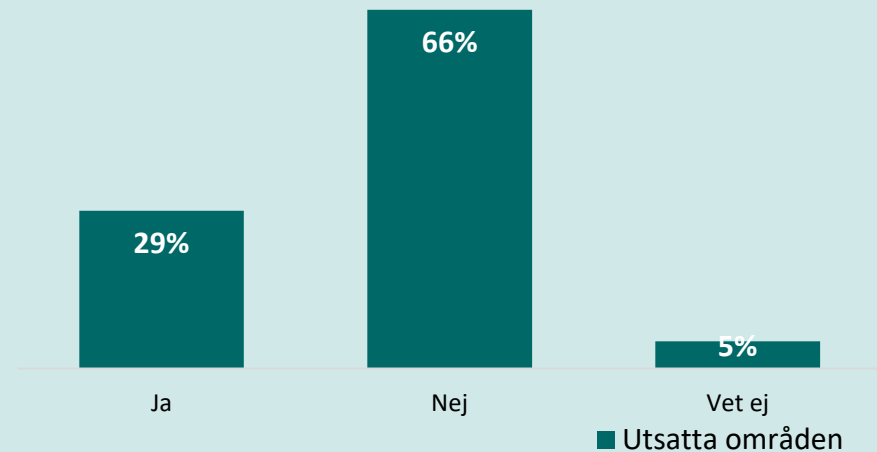
Yngre personer och de som är födda utomlands upplever att de missar information eftersom den kommuniceras digitalt i högre grad och personer som är födda utomlands upplever i högre grad än de som är födda i Sverige att de missar information eftersom den kommuniceras på svenska.

FRÅGA: Upplever du att...

Skillnader mot totalen

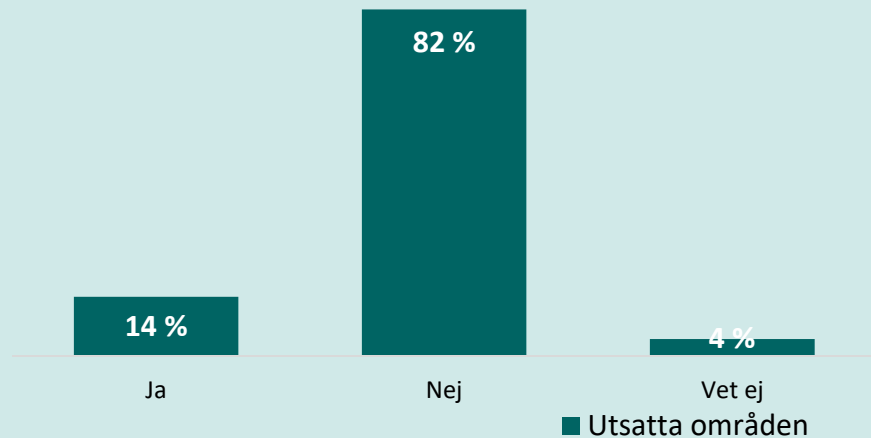
Följande undergrupper svarar i högre grad: se nästa sida

... du missar samhällsviktig information eftersom den kommuniceras digitalt?



BAS: Utsatta områden (n=973)

... du missar samhällsviktig information från myndigheter eftersom den kommuniceras på svenska?



BAS: Utsatta områden (n=973)

Tillgång till samhällsviktig information - skillnader mot totalen

FRÅGA: Upplever du att...

Skillnader mot totalen

Följande undergrupper svarar i högre grad:

... du missar samhällsviktig information eftersom den kommuniceras digitalt?

Ja (29%)

- Ålder: 18-29 år (36%)
- Född utomlands (32%)
- Grundskola eller motsvarande (45%)

Nej (66%)

- Född i Sverige (69%)

BAS: Utsatta områden (n=973)

... du missar samhällsviktig information från myndigheter eftersom den kommuniceras på svenska?

Ja (14%)

- Boende i särskilt utsatt område (18%)
- Född utomlands (20%)
- Grundskola eller motsvarande (27%)

Nej (82%)

- Sysselsättning: Pensionär (91%)
- Född i Sverige (88%)
- Andra generationens invandrare* (86%)
- Gymnasium eller motsvarande (85%)

BAS: Utsatta områden (n=973)

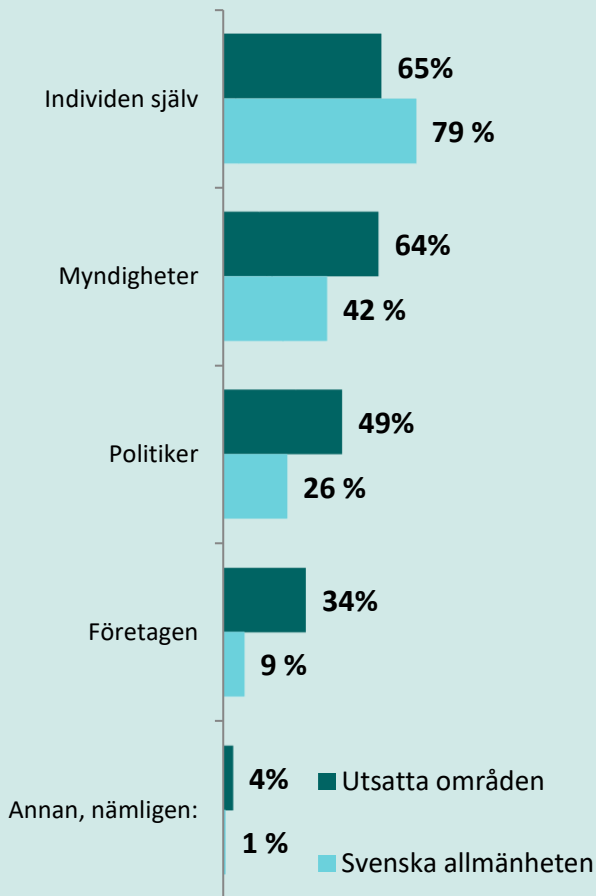
Nära två av tre anser att individen själv och myndigheter har störst ansvar för digital delaktighet

Åsikten om vem som bär ansvaret för att människor känner sig digitalt delaktiga ser överlag likadan ut i de utsatta områdena som i den svenska allmänheten då den övergripande rangordningen är densamma. I de utsatta områdena är det dock fler som anger att det är myndigheter, politiker och företagens ansvar och omvänt så är det bland den svenska allmänheten fler som anger att det är individens ansvar jämfört med de utsatta områdena.

FRÅGA: Vem eller vilka anser du har det största ansvaret för att säkerställa att människor känner sig digitalt delaktiga i samhället? Är det ... *Fler svar möjligt.*

Exempel på annan:

- Hjälporganisationer
- Kundsupport
- Kommunen.
- Vårdnadshavare.



BAS: Utsatta områden (n=875), Svenska allmänheten (n=1006)

Skillnader mot totalen

Följande undergrupper svarar i högre grad:

Individen själv (65%)

- Inga skillnader

Myndigheter (64%)

- Född i Sverige (69%)
- Högskola/universitet eller motsvarande (69%)

Politiker (49%)

- Född i Sverige (54%)

Företagen (34%)

- Inga skillnader

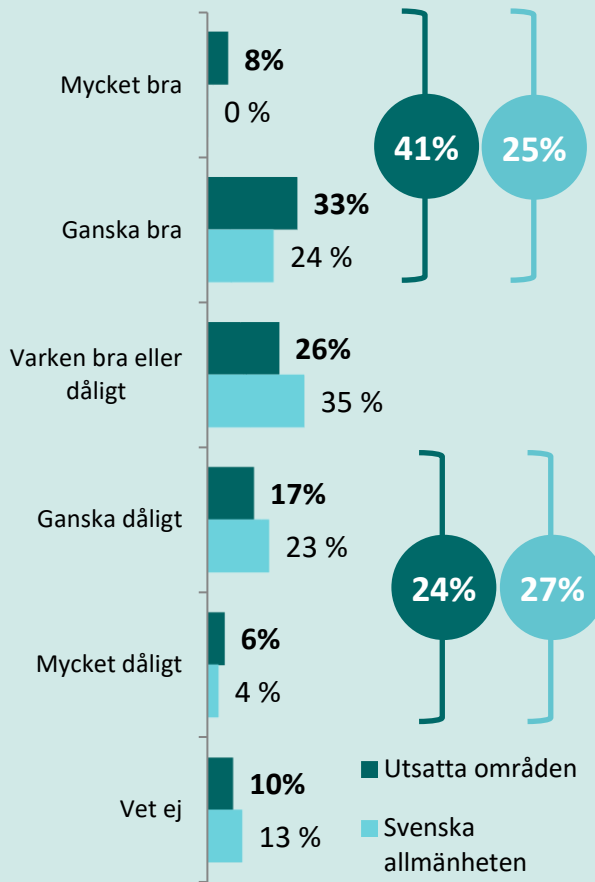
Bland de som anser att Myndigheter har stort ansvar för digital inkludering i samhället:

Drygt fyra av tio anser att myndigheter lyckas ta ansvar för digital delaktighet

Personer i utsatta områden tycker att myndigheter lyckas ta ansvar i högre grad än den svenska allmänheten, där var fjärde anser det. Vi kan även se att personer som är födda utomlands tycker myndigheterna lyckas i högre grad än de som är födda i Sverige.



FRÅGA: Hur väl tycker du att Myndigheter lyckas ta ansvar för att säkerställa att människor känner sig digitalt delaktiga i samhället? Lyckas de...



BAS: Bland de som anser att Myndigheter har största ansvaret för digital inkludering i samhället: Utsatta områden (n=572), Svenska allmänheten (n=453)

Skillnader mot totalen

Följande undergrupper svarar i högre grad:

Mycket + Ganska bra (41%)

- Boende i särskilt utsatt område (49%)
- Född utomlands (48%)

Ganska + Mycket dåligt (24%)

- Sysselsättning: Pensionär (38%)
- Född i Sverige (30%)
- Andra generationens invandrare* (30%)

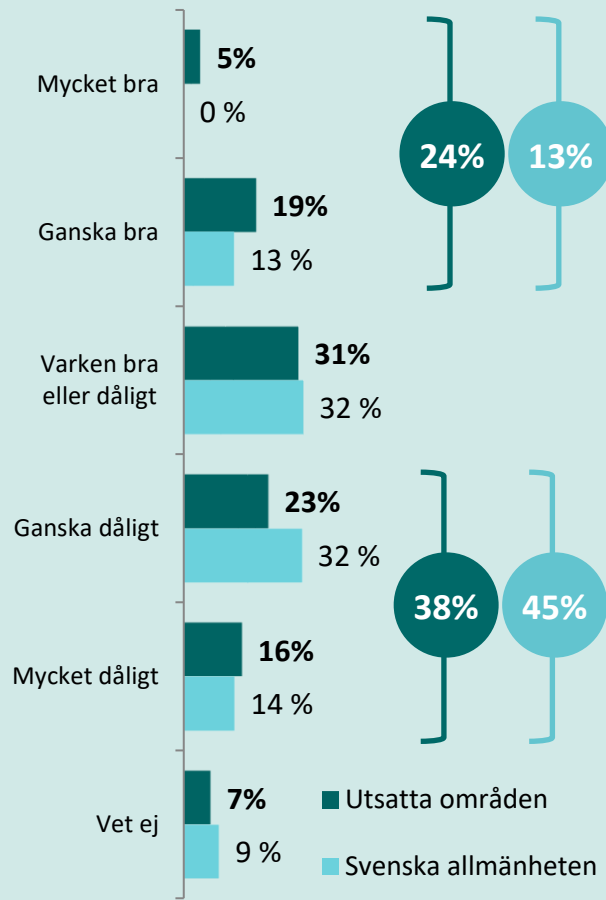


Bland de som anser att Politiker har stort ansvar för digital inkludering i samhället:

Nära en av fyra anser att politikerna lyckas ta ansvar för digital delaktighet

Vi kan se att personer i utsatta områden i högre utsträckning anser att politikerna tar ansvar, jämfört med den bredare svenska allmänheten. Dessutom anser personer som är födda utomlands att politikerna i högre grad lyckas ta ansvar jämfört med de som är födda i Sverige.

FRÅGA: Hur väl tycker du att Politiker lyckas ta ansvar för att säkerställa att människor känner sig digitalt delaktiga i samhället? Lyckas de...



BAS: Bland de som anser att Politiker har största ansvaret för digital inkludering i samhället: Utsatta områden (n=432), Svenska allmänheten (n=279)

Skillnader mot totalen

Följande undergrupper svarar i högre grad:

Mycket + ganska bra (24%)

- Född utomlands (33%)

Ganska + mycket dåligt (38%)

- Född i Sverige (45%)

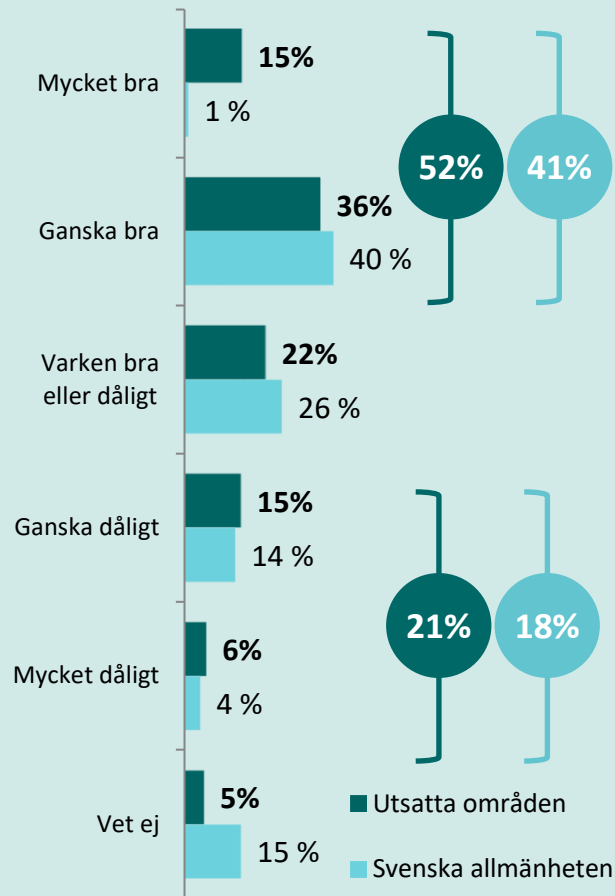


Bland de som anser att Företagen har stort ansvar för digital inkludering i samhället:

Flest anser att företagen lyckas ta ansvar, med drygt hälften som uppger det i de utsatta områdena

Som vi såg för myndigheter och politiker kan vi även här se en större positivitet i de utsatta områdena då fler anser att de lyckas mycket bra samtidigt som de i svenska allmänheten inte kan ta ställning i frågan i lika hög grad.

FRÅGA: Hur väl tycker du att Företagen lyckas ta ansvar för att säkerställa att människor känner sig digitalt delaktiga i samhället? Lyckas de...



BAS: Bland de som anser att Företagen har största ansvaret för digital inkludering i samhället: Utsatta områden (n=297), Svenska allmänheten (n=93) OBS! Låg bas

Skillnader mot totalen

Följande undergrupper svarar i högre grad:

Mycket + ganska bra (52%)

- Född utomlands (64%)

Ganska + mycket dåligt (21%)

- Inga skillnader



Trygghet på nätet

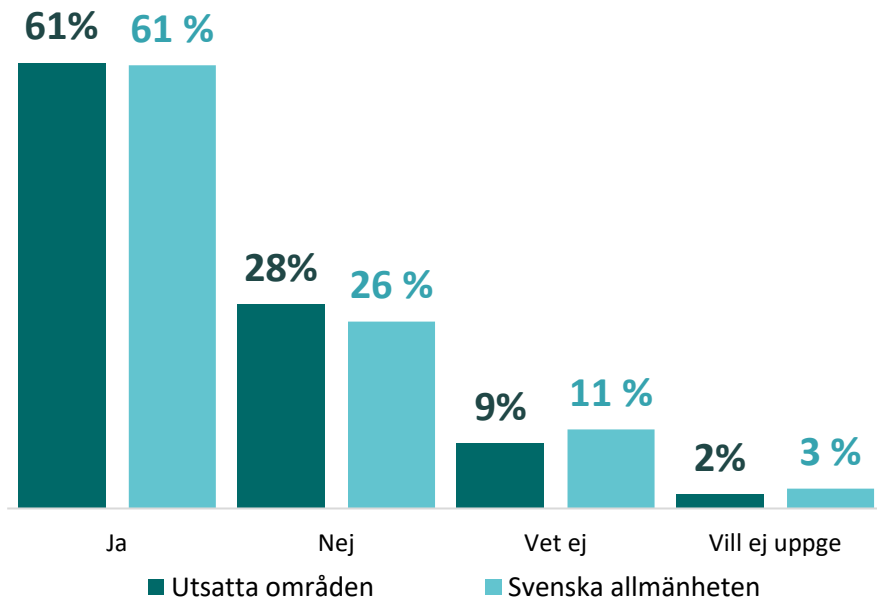
Sammanfattning

- Majoriteten i både de utsatta områdena och i den svenska allmänheten uppger att de känner sig trygga på nätet. Nära nio av tio uppger att de inte har blivit utsatta för näthat eller kränkningar under de senaste 12 månaderna. En av tio uppger däremot att de har blivit utsatta.
- Nära nio av tio har inte blivit utsatt för näthat eller kränkning på nätet de senaste 12 månader, en av tio uppger att de har blivit utsatta.

Drygt sex av tio känner sig trygga på nätet

Denna trygghet ser likadan ut i både utsatta områdena och bland den svenska allmänheten, det samma gäller andelen som inte känner sig trygga, som inte kan ta ställning eller vill uppge ett svar.

FRÅGA: Känner du dig trygg på nätet?



BAS: Utsatta områden (n=973), Svenska allmänheten (n=1006)

Skillnader mot totalen

Följande undergrupper svarar i högre grad:

Ja (61%)

- Inga skillnader

Nej (28%)

- Boende i särskilt utsatt område (34%)
- Ålder: 50+ år (33%)

Totalt anger en av tio att de utsatts för kränkningar på nätet

Detta är ännu vanligare bland yngre personer som uppger det i högre grad. Vanligast förekommande är förtal, ofredande och förolämpningar. Men majoriteten uppger att de inte har utsatts för varken näthat eller kränkningar på nätet.

FRÅGA: Har du under de senaste 12 månaderna blivit utsatt för näthat eller kränkningar på nätet?

Fler svar möjligt.

Skillnader mot totalen

Följande undergrupper svarar i högre grad:

Nej (88%)

- Ålder: 50+ år (92%)
- Sysselsättning: Pensionär (94%)

Ja, Ofredande/förtal/förolämpningar (5%)

- Andra generationens invandrare* (9%)

Netto: JA (10%)

- Ålder: 18-29 år (14%)
- Andra generationens invandrare* (13%)

*Andra generationens invandrare innefattar både de med en respektive de med två utlandsfödda föräldrar.



** Nettosiffran 10% avser respondenter som angett minst ett ja alternativ

BAS: Utsatta områden (n=973)



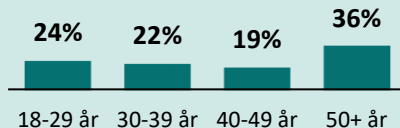
Bakgrundsinformation och metodbeskrivning

Undersökningen i utsatta områden

KÖN



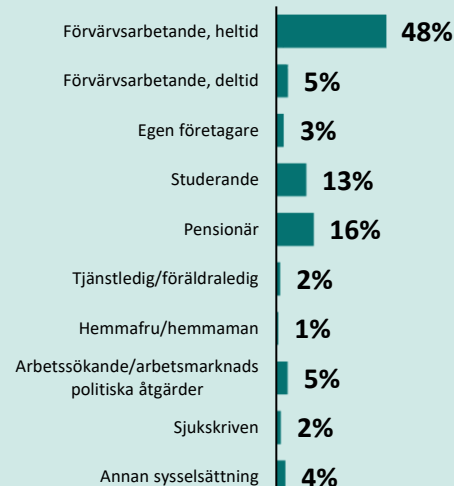
ÅLDER



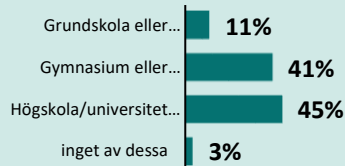
TYP AV OMRÅDE



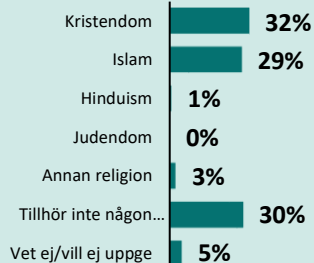
SYSSELSÄTTNING



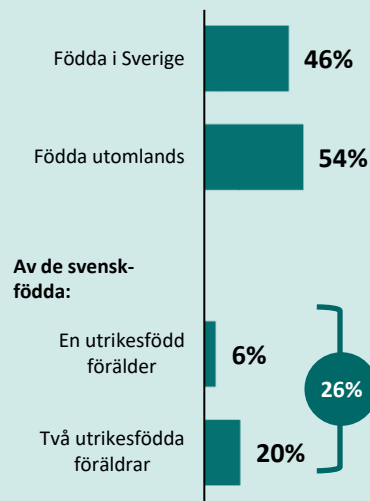
UTBILDNING



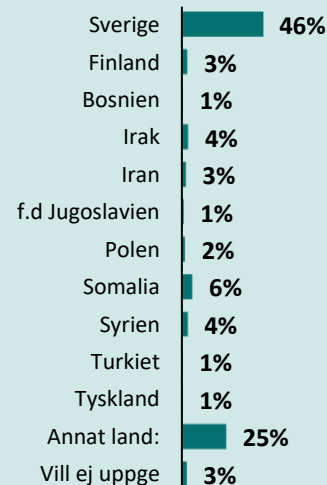
RELIGIONSTILLHÖRIGHET



BAKGRUND



FÖDELSELAND



BAS: Utsatta områden (n=973)

Undersökningen bland svenska allmänheten

BAKGRUND

För att erhålla referenser till resultaten i studien i utsatta områden genomfördes en kompletterande studie bland svenska allmänheten. Studien omfattade ett urval av frågorna från huvudstudien.

GENOMFÖRANDE

Antal intervjuer:
1006

Fältperiod:
30 mars – 6 april
2023

Undersökningen är genomförd via webbintervjuer i Novus slumpmässigt rekryterade och representativa Sverigepanel.

Det finns inget som tyder på att bortfallet skulle snedvrider resultatet, utan undersökningen är åsiktmässigt representativ för den grupp som skulle undersökas, och de slutsatser som presenteras i undersökningen gäller hela populationen. En Novus undersökning är en garant för att undersökningen är relevant och rättvisande för hela gruppen som skall undersökas.

MÅLGRUPP

Den svenska allmänheten



Ålder:
18-84 år

KORT OM NOVUS SVERIGEPANEL

Novus Sverigepanel består av ungefär 50 000 paneldeltagare. Panelen är slumpmässigt rekryterad (man kan inte anmäla sig själv för att tjäna pengar eller för att man vill påverka opinionen) och är riksrepresentativ avseende ålder, kön och region i åldersspannet 18–84 år. Eventuella skevheter i panelstruktur avhjälpas genom att ett riksrepresentativt urval dras från panelen samt av att resultatet viktas.

Vi vårdar vår panel väl genom sk panelmanagement. Det innebär bl.a. att vi ser till att man inte kan delta i för många undersökningar under en kort period, inte heller i flera liknande undersökningar. Vi har också ett system för belöningar till panelen.

FELMARGINAL

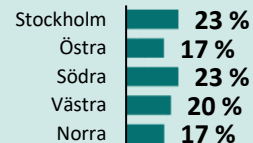
Vid 1 000 intervjuer:
Vid utfall 20/80: +/- 2,5%
Vid utfall 50/50: +/- 3,2%

+/-

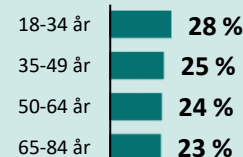
KÖN



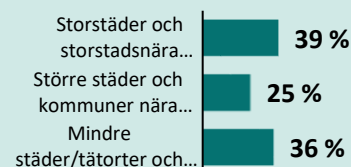
REGION



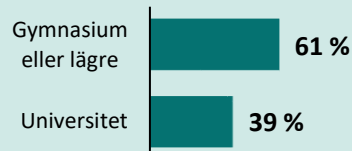
ÅLDER



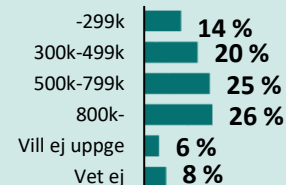
ORT



UTBILDNING



HUSHÅLLSINKOMST



Svenska allmänheten (n=1006)

De utsatta områdena

Det urval som vår undersökning baseras på utgår från begreppet utsatta områden som Polisen tagit fram för att öka kunskapen och förståelsen för vilka nödvändiga samhällsförändringar som måste till för att motverka att de problem som finns i dessa områden förvärras.

Ett utsatt område är enligt Polisen ett geografiskt avgränsat område som beskrivs ha en låg socioekonomisk status där även kriminella har en påverkan på lokalsamhället.

Förutom detta omgärdas området av en rad riskfaktorer som kan leda till en sämre tro på framtiden. Dessa riskfaktorer kan bestå av en högre grad av ohälsa, arbetslöshet, bristfälliga skolresultat, sämre boendemiljö och även en högre oro bland etniska grupper där globala eller historiska konflikter ger ett lokalt avtryck.

Dessa områden består av tre kategorier som beskriver till vilken grad som de är utsatta. Kategorierna består av 22 särskilt utsatta områden, 6 riskområden och 32 utsatta områden. Sammantaget uppgår dessa till 60 utsatta områden.



SÄRSKILT UTSATTA OMRÅDEN

Vivalla, Örebro
Gottsunda, Uppsala
Alby, Botkyrka
Fittja, Botkyrka
Hallunda/Norsborg, Botkyrka
Husby, Stockholm
Rinkeby/Tensta, Stockholm
Ronna/Geneta/Lina, Södertälje
Araby, Växjö
Karlslund, Landskrona
Nydala/Hermodsdal/Lindängen, Malmö
Rosengården söder om Amiralsgatan, Malmö
Södra Sofielund, Malmö
Bergsjön, Göteborg
Biskopsgården, Göteborg
Gårdsten, Göteborg
Hammarkullen, Göteborg
Hjällbo, Göteborg
Lövgärdet, Göteborg
Tynnered/Grevgården/Opaltorget, V
Frölunda
Hässleholmen/Hulta, Borås
Norrby, Borås
Skäggetorp, Linköping

RISKOMRÅDEN

Tjärna Ångar, Borlänge
Oxhagen/Varberga, Örebro
Tureberg, Sollentuna
Dalhem/Drottninghög/Fredriksberg, Helsingborg
Söder, Helsingborg
Holma/Kroksbäck/Bellevuegården, Malmö

UTSATTA OMRÅDEN

Bäckby, Västerås
Brandbergen, Haninge
Jordbro, Haninge
Skogås, Huddinge
Vårby, Huddinge
Sångvägen, Järfälla
Termovägen, Järfälla
Edsberg, Sollentuna
Bredäng, Stockholm
Hagsätra/Rågsved, Stockholm
Hässelby/Vällingby, Stockholm
Vårberg, Stockholm
Älvsjö/Solberga, Stockholm
Östberga, Stockholm
Rissne/Hallonbergen, Sundbyberg
Fornhöjden, Södertälje
Hovsjö, Södertälje
Finnsta, Upplands Bro
Charlottesburg, Kristanstad
Gamlegården, Kristanstad
Hisings Backa, Göteborg
Rannebergen, Göteborg
Andersberg, Halmstad
Kronogården/Lextorp, Trollhättan
Frölunda, Eskilstuna
Lagersberg, Eskilstuna
Skiftinge, Eskilstuna
Råslätt, Jönköping
Klockaretorget, Norrköping
Navestad, Norrköping
Storvreten, Tumba

Källa: Kriminell påverkan i lokalsamhället – en lägesbild för utvecklingen i utsatta områden, 2019, Polisen

Kontaktuppgifter

Novus

Per Fernström

Strategic Advisor

Per.fernstrom@novus.se

Daniela Lundgren

Researcher

Daniel Berthelsen

Senior Data Analyst

Ainoa Aguerre

Research Assistant

Järvaveckan

Ahmed Abdirahman

VD och grundare, Järvaveckan

ahmed.abdirahman@jarvaveckan.se

+46 73 907 75 09

Google

Sara Övreby

Googles samhällspolitiska chef

sovreby@google.com



Om Novus undersökningar

Kort om Novus Sverigepanel

Novus Sverigepanel består av ungefär 50 000 paneldeltagare. Panelen är slumpmässigt rekryterad (man kan inte anmäla sig själv för att tjäna pengar eller för att man vill påverka opinionen) och är riksrepresentativ avseende ålder, kön och region i åldersspannet 18–79 år. Eventuella skevheter i panelstruktur avhjälpas genom att ett riksrepresentativt urval dras från panelen samt av att resultatet vikas.

Vi vårdar vår panel väl genom så kallad panelmanagement. Det innebär bland annat att vi ser till att man inte kan delta i för många undersökningar under en kort period, inte heller i flera liknande undersökningar. Vi har också ett system för belöningar till panelen.



Undersökningsgenomförande

Ett urval ur panelen dras. Dessa får en inbjudan till undersökningen via e-post. Inbjudan innehåller information om hur lång tid undersökningen tar att besvara, sista svarsdatum samt en länk som man klickar på för att komma till frågeformuläret. Man kan besvara alla frågor på en gång alternativt göra paus och gå tillbaka till frågeformuläret vid ett senare tillfälle.

När datainsamlingen är klar påbörjas databearbetningen. Därefter produceras tabeller och en rapport sammanställs.

Fråga gärna efter mer information kring vårt panelmanagement!



Kort om kvalitet i webbpaneler

Novus Sverigepanel håller hög kvalitet. Vi genomför kontinuerligt kvalitetskontroller och valideringar av både panelen och de svar som paneldeltagarna ger.

I jämförande studier (andra webbpaneler) har vi konstaterat att panelmedlemmarna i Novus panel tar längre tid på sig för att svara på frågor och att det finns en logik i svaren (exempel: om man tycker om glass och choklad, då tycker man också om chokladglass). I de självrekryterade panelerna ser vi inte denna logik i samma utsträckning.

Vi ser också att våra panelmedlemmar har ett mer "svensson-beteende" än självrekryterade paneler, där man i är bl.a. väldigt internetaktiv.

Novus panelmedlemmar besvarar i genomsnitt 12 undersökningar per år, vilket är betydligt färre undersökningar än i många andra paneler, och ger en högre kvalitet i genomförandet. En annan mycket viktig kvalitetsaspekt är att ange deltagarfrekvens (svarsfrekvens) vilket är ett krav enligt samtliga branschorganisationer.

Några viktiga checkpoints när man genomför webbundersökningar i paneler:

- Panelen ska vara slumpmässigt rekryterad för att kunna spegla verkligheten.
- Undersökningsföretaget ska alltid kunna redovisa deltagarfrekvens för varje enskild undersökning.
- Panelmedlemmarna ska inte vara profffstyckare, dvs. få för många undersökningar. Får man fler än två per månad finns risken att man blir profffstyckare och svarar på undersökningen av fel skäl.
- Panelen ska skötas med ett bra panelmanagement avseende belöningar, validering av svar osv.
- Tid för fältarbetet (genomförandet av intervjuer) ska alltid redovisas och helst innehålla både vardagar och helgdagar.



Publiceringsregler

Novus varumärke är en garant för att en undersökning har gått rätt till och att slutsatserna kring densamma är korrekta utifrån målet med undersökningen.



Enligt internationella branschregler (ESOMAR) är Novus som undersökningsföretag ansvariga för att våra undersökningar tolkas rätt vid första publicering.

ESOMAR²³
Corporate

För att säkerställa att våra undersökningar presenteras på ett korrekt sätt ber vi alltid att få se den text som skrivs med syfte att publiceras där Novus undersökningar omnämns.

Novus förbehåller sig rätten att korrigera felaktiga siffror och tolkningar som har publicerats.