

# SVENSKA FOLKET OCH AI

Svenska folkets attityder till  
Artificiell Intelligens 2021



## BAKGRUND

Tillsammans med Hemsö, Integritetsskyddsmyndigheten (IMY), TietoEvry och Stockholms stad har vi på Insight Intelligence för fjärde året i rad genomfört en riksomfattande undersökning om svenskarnas syn på artificiell intelligens (AI).

Utvecklingen av AI i samhället går snabbt. Regeringen har stora internationella ambitioner med att vara i framkant när det kommer till digitalisering. Finansieringen av AI-baserad forskning har ökat och de senaste åren har allt fler nystartade företag i Sverige med AI-baserade tjänster sett dagens ljus. AI är dock ganska abstrakt för gemene man och kunskapen om AI är fortfarande relativt låg. Med det sagt har både kunskapen om- och användandet av AI ökat sedan vår första undersökning 2018. Från science fiction-bilder av robotar som blir smartare än människan, börjar nu fler förstå att AI appliceras i små vardagliga tjänster som kartläsare eller rekommendationer av filmer.

Svenskarnas attityder till AI kan kortfattat sammanfattas i en nyfikenhet, villkorad av en trygg hantering av ens personliga data. Andelen som säger sig vara positiva

till AI har ökat med tio procentenheter bara under det senaste året. I år svarar för första gången en majoritet av svenskarna att de är positiva till hur AI påverkar dem som privatperson (54 %). Andelen som är positiva till AI ökar i takt med att fler säger sig förstå vad det innebär.

Det finns dock stora demografiska skillnader i såväl användandet av AI som inställningen till det. Män säger sig ha kunskap om AI i dubbelt så hög utsträckning som kvinnor. Intresset för AI ökar också i relation till utbildning och inkomst.

Ambitionen med undersökningen är att få en bättre förståelse för hur svenskarna ser på AI och hur dessa attityder kan komma att påverka AI-applikationer. Denna sammanfattande rapport är därför intressant för alla som på olika sätt arbetar med eller utvecklar AI.



**Lukas O Berg**  
VD, Insight Intelligence

”

*Svenskarnas attityder till AI kan kortfattat sammanfattas i en nyfikenhet, villkorad av en trygg hantering av ens personliga data.*



# INNEHÅLL

<b>SAMMANFATTNING</b>	<b>6</b>
<b>OM UNDERSÖKNINGEN</b>	<b>8</b>
<b>KUNSKAP OM AI</b>	<b>10</b>
<b>ANVÄNDANDE AV AI</b>	<b>12</b>
<b>AI I VARDAGEN</b>	<b>16</b>
<b>AI-BASERADE REKOMMENDATIONER</b>	<b>20</b>
<b>SYNEN PÅ AI INOM OFFENTLIGA VERKSAMHETER</b>	<b>23</b>
<b>AI INOM VÅRDEN</b>	<b>24</b>
<b>AI-PARADOXEN</b>	<b>26</b>
<b>AI-BASERAT BESLUTFATTANDE</b>	<b>32</b>
<b>DET POSITIVA MED AI</b>	<b>34</b>
<b>DET MEST OROANDE MED AI</b>	<b>38</b>
<b>ETISK AI</b>	<b>40</b>
<b>SYNEN PÅ SVERIGE SOM AI-NATION</b>	<b>41</b>
<b>SUMMERING AV RESULTAT</b>	<b>45</b>
<b>AVSLUTANDE REFLEKTIONER</b>	<b>48</b>
<b>SAMARBETET</b>	<b>49</b>

## SAMMANFATTNING



Svenskarnas kunskap om AI ökar sakta, parallellt med användandet. I år svarar varannan att de använder AI minst en gång i veckan eller oftare (50 %) vilket är en ökning med 15 procentenheter sedan 2018. Motsvarande ökning under det senaste året är åtta procentenheter.

Majoriteten säger sig fortfarande ha ganska lite kunskap om AI (56 %) vilket inte förändrats under de senaste fyra åren. Däremot har andelen som säger att de helt saknar kunskap om AI halverats under samma period. I undersökningen generellt ser vi också att andelen som svarar "tveksam, vet

ej" på frågorna minskar. Andelen som säger sig ha stor kunskap om AI har ökat med åtta procentenheter sedan 2018. Motsvarande ökning från förra året är fyra procentenheter.

Det finns fortfarande stora skillnader i kunskap om- och användande av AI

”

*Svenskarnas kunskap om AI ökar sakta, parallellt med användandet.*

mellan män och kvinnor. Män säger sig i dubbelt så stor utsträckning (47 %) som kvinnor (24 %) ha kunskap om AI. Män är också generellt mer öppna för att använda olika AI-applikationer medan kvinnor i större utsträckning är tveksamma. Det finns också andra påverkansfaktorer. Vi kan se hur utbildning och inkomst spelar stor roll i kunskapen om AI samt i hur positiv man är till det. Ju mer välutbildad man är och ju större inkomst man har, desto oftare säger man sig använda AI i sin vardag.

Det svenska är mest positiva till med AI är smarta produkter

för hemmet och förbättrad kvalitet av samhällstjänster som vård och utbildning. Det som oroar folk mest med AI är bristen på personlig integritet. Trots att andelen som svarar det har minskat med sju procentenheter under det senaste året är fler oroad över det (34 %) än exempelvis över att AI ska bli för intelligent (13 %) eller att AI ska ta över ens jobb (5 %). Fler tycker att oron för personlig integritet (46 %) väger tyngre än värdet av mer personliga vardagstjänster (39 %).

Oron kopplat till integritet följer fortsatt det vi tidigare kallat för

närhetsprincipen, det vill säga att ju närmare AI kommer att hantera ens personliga information desto mer negativ blir man till det. Exempelvis är det relativt få som är okej med att AI tar beslut om en kopplat till försörjningsstöd eller lån. Samtidigt tycker varannan att nyttan med att AI används mer i offentliga miljöer (52 %) överväger riskerna med det (24 %). Att AI utvecklas och används på ett etiskt sätt är viktigt. 86 procent av svenskarna anser att företag som utvecklar AI-lösningar bör vara bundna till etiska riktlinjer. 68 procent tycker det i mycket stor utsträckning.



## OM UNDERSÖKNINGEN

Undersökningen är gjord i samarbete med Stockholms Stad, TietoEvry, Hemsö och Integritetsskyddsmyndigheten (IMY).

Insight Intelligence har varit övergripande ansvarig för undersökningen, koordinering av samarbetet och sammanfattning av denna rapport.

1000 svenskar mellan 16 och 70 år har under oktober 2021 intervjuats genom Sifos slumpmässigt rekryterade webbpanel. Undersökningen är riksrepresentativ för Sverige. Svarsfrekvensen var 31 procent, vilket inte påverkar antalet svar (1000).

Samtliga diagram är uppställda i procentandelar. Vid de diagram där den totala procentsatsen överstiger 100 har flera svarsalternativ varit möjliga. I undersökningen talar vi om AI. Vår definition av AI finns under rubriken "AI i vardagen". Denna definition har vi delat med respondenterna i undersökningen för att alla ska svara på frågorna med samma förutsättningar.



**tieto** *Evry*

**HEMSÖ**

**IMY.** Integritetsskydds  
myndigheten



# KUNSKAP OM AI

Andelen som säger sig ha stor kunskap om AI har gått lite upp och ner de senaste åren. Sedan 2018 har dock andelen med stor kunskap ökat med åtta procentenheter. Under det senaste året är motsvarande ökning fyra procentenheter. Parallellt har andelen som svarar att de helt saknar kunskap om AI halverats, från 15 procent 2018 till sju procent i år. Andelen som har mycket stor kunskap om AI är fortfarande oförändrat låg (4 %).

De som i störst utsträckning säger sig sakna kunskap om AI är kvinnor mellan 56 och 70 år. Bland dem svarar var sjätte att de helt saknar

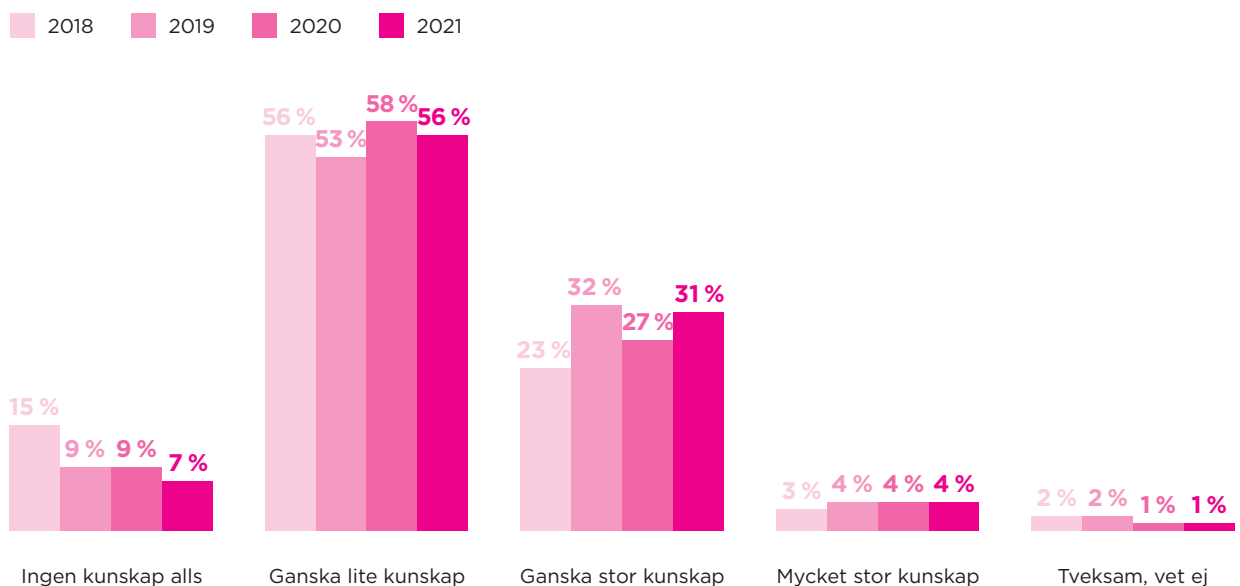
kunskap om det (17 %). De som säger sig ha störst kunskap om AI är unga män. Bland män mellan 16 och 29 år svarar hela 62 procent att de har ganska- eller mycket stor kunskap.

Det är fortfarande dubbelt så stor andel män som säger sig ha stor kunskap om AI (47 %) än kvinnor (24 %). Vi ser också att den upplevda kunskapen ökar i relation till inkomst. Bland de som tjänar 50 000 kr eller mer i månaden säger sig varannan ha god kunskap AI (49 %), vilket kan jämföras med motsvarande var tredje bland de som tjänar mindre än 30 000 kr i månaden (32 %).

”

Andelen som svarar att de helt saknar kunskap om AI har halverats.

## I VILKEN UTSTRÄCKNING HAR DU KUNSKAP OM VAD AI (ARTIFICIELL INTELLIGENS) ÄR?





# ANVÄNDANDE AV AI

Allt fler säger sig använda AI i sin vardag. Varannan svensk säger sig använda AI minst en gång i veckan eller oftare (50 %), vilket är en ökning med 15 procentenheter sedan 2018. Män säger sig göra det i något större utsträckning (55 %) än kvinnor (44 %).

Nästan var tredje säger sig använda AI dagligen (30 %) vilket är en ökning med sex procentenheter bara under det senaste året. Motsvarande ökning sedan 2018 är sex procentenheter.

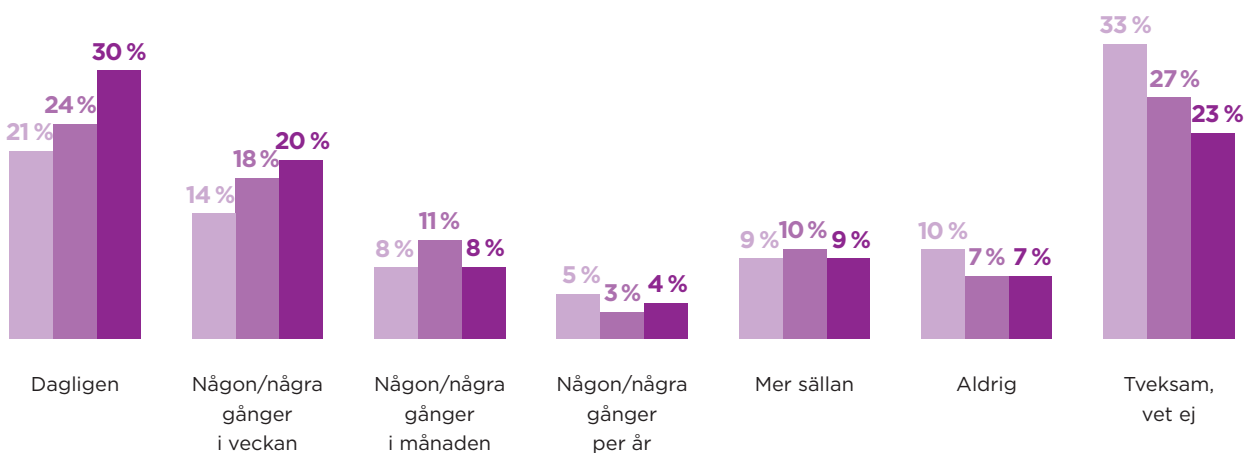


”

*Nästan var tredje säger sig använda AI dagligen, vilket är en ökning med sex procentenheter bara under det senaste året.*

## HUR OFTA SKULLE DU UPPSKATTA ATT DU ANVÄNDER DIG AV AI (ARTIFICIELL INTELLIGENS) I DIN VARDAG?

■ 2018 ■ 2020 ■ 2021



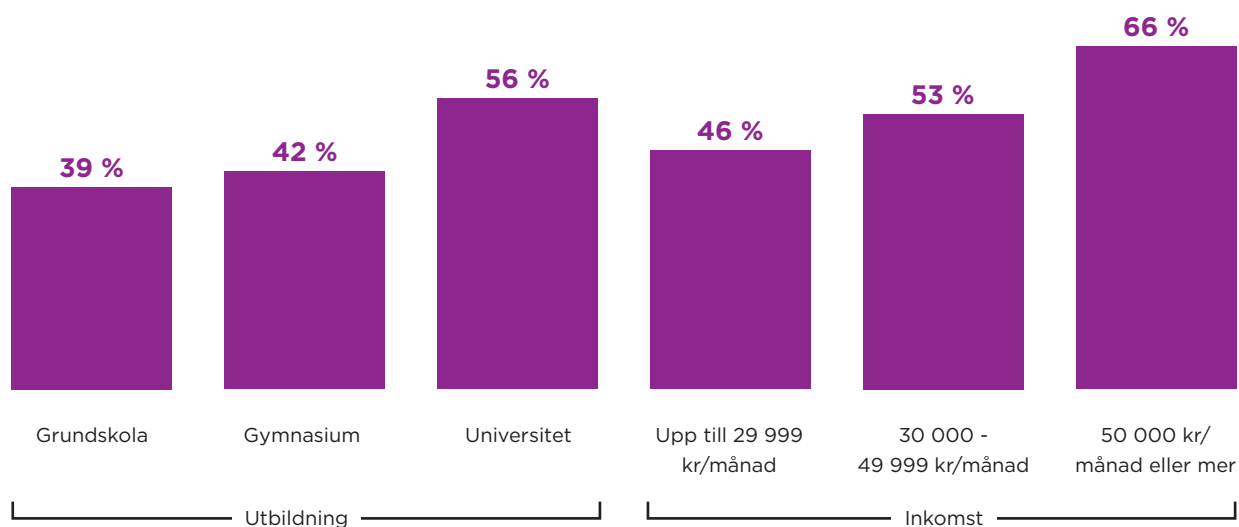
Det frekventa användandet av AI korrelerar med både utbildning och inkomst. Ju mer välutbildad man är och ju större inkomst man har desto oftare säger man sig använda AI.



”

*Ju mer välutbildad man är och ju större inkomst man har desto oftare säger man sig använda AI.*

#### JAG ANVÄNDER AI EN GÅNG I VECKAN ELLER OFTARE



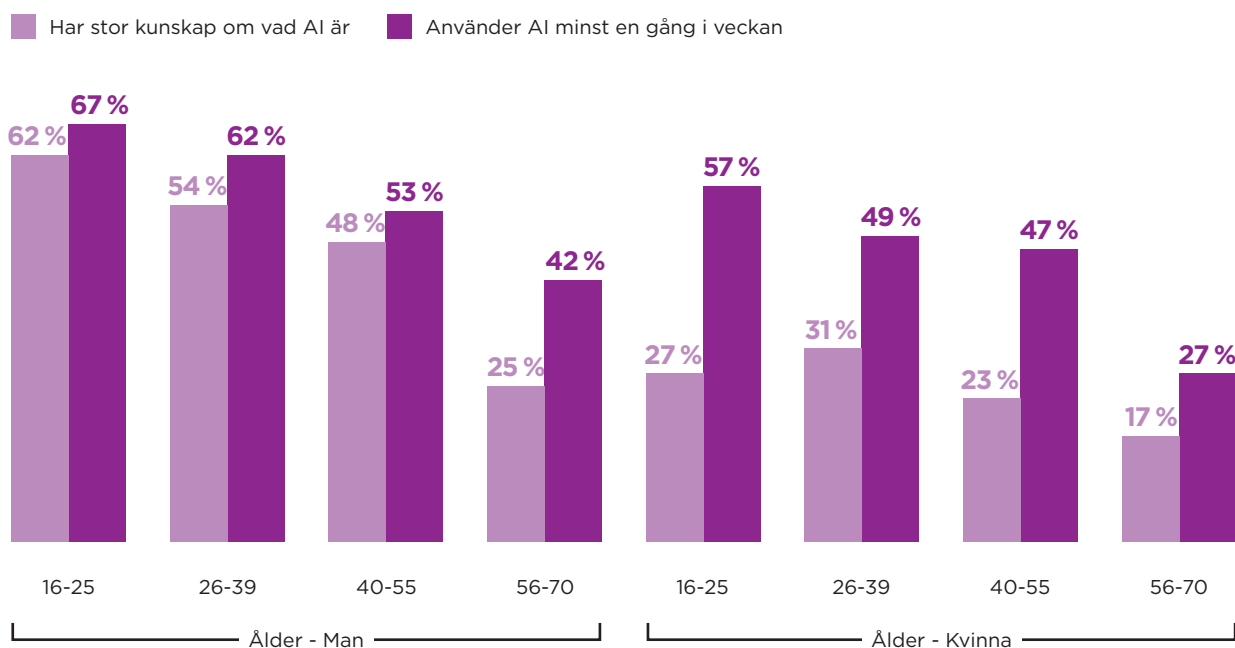


När vi tittar på relationen mellan vilka som har stor kunskap om AI och vilka som i störst utsträckning säger sig använda det i sin vardag syns en del intressanta skillnader. Till att börja med kan vi konstatera att samtliga åldersgrupper säger sig använda

AI i större utsträckning än vad de säger sig ha kunskap om det. Bland män mellan 16 och 55 är skillnaden i kunskap kontra användande inte så stora. Bland män över 55 år samt bland kvinnor mellan 16 och 55 år är det dock betydligt fler som säger

sig använda AI än som säger sig ha kunskap om vad det är. I vissa fall är andelen som säger sig använda AI dubbelt så stor som de som säger sig ha stor kunskap om det.

## ANVÄNDANDE AV AI JÄMFÖRT MED KUNSKAP OM AI



”

Samtliga åldersgrupper säger sig använda AI i större utsträckning än vad de säger sig ha kunskap om det.

# AI I VARDAGEN

Efter de inledande frågorna, där vi ville ha respondenternas ofärgade svar, fick samtliga respondenter ta del av vår definition av AI. Detta för att alla skulle svara på frågorna med samma utgångspunkt. Definitionen lyder:

*I denna undersökning talar vi om AI. AI står för Artificiell Intelligens och kan vara allt från ett högtalarsystem som förstår vad du säger, till fysiska robotar som lär sig av sitt beteende, självkörande fordon eller en app i din telefon som ger dig kostråd baserat på vem du är och hur du lever. AI finns redan i samhället idag och kommer att bli allt vanligare framöver. Detta är vår definition av AI.*

Med detta sagt ville vi följa upp på förra årets fråga om vilken typ av AI-baserad tjänst man har störst nytta av i sin vardag. Eftersom vi inte ser några statistiskt signifikanta skillnader i resultaten från föregående år redovisas endast årets resultat i grafen. Karttjänster är fortfarande den AI-baserade tjänst som folk har störst nytta av i sin vardag, varannan respondent svarar det (50 %). Bland unga kvinnor svarar 59 procent det, vilket kan jämföras med motsvarande 44 procent av män i samma ålder.

Ungefär var tredje respondent säger sig ha mest nytta av AI-baserade översättningstjänster (31 %) och var

fjärde svarar rekommendationer av film, serier eller musik (25 %).

Kvinnor svarar i större utsträckning (22 %) än män (16 %) att de har nytta av AI-baserade tjänster kopplat till analys av träning, sport, fysisk aktivitet och hälsa. Kvinnor svarar också i större utsträckning att de har nytta av tjänster kopplade till e-hälsa och digital vård (12 %) än män (8 %). De yngre respondenterna säger sig ha större nytta av de flesta AI-baserade tjänsterna än de äldre.





”

Karttjänster är fortfarande den AI-baserade tjänst som folk har störst nytta av i sin vardag.

#### VILKEN TYP AV AI-BASERAD TJÄNST HAR DU MEST NYTTA AV I DIN VARDAG?





I samband med pandemin ökade användandet av digitala tjänster. De flesta svarar dock att intresset för AI-baserade produkter och tjänster inte har påverkats av pandemin.

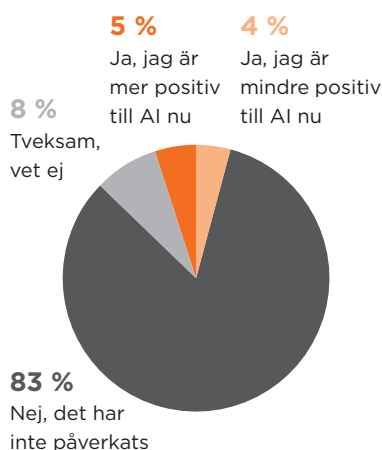
I årets undersökning ställde vi en öppen fråga om vilken typ av AI-baserad tjänst som man i störst utsträckning skulle kunna tänka sig att betala pengar för. Frågan hade alltså inga svarsalternativ

och respondenterna fick svara fritt. Man skulle kunna dela in svaren i tre huvudsakliga kategorier. Dels handlar det om hjälp med hushållsnära tjänster där AI kan underlätta vardagen hemma. Den andra kategorin handlar om finansiella tjänster som ekonomisk planering. Den tredje kategorin handlar om olika sätt att effektivisera och spara på förbrukning av el, värme och vatten.

”

*Intresset för AI-baserade produkter och tjänster har inte i någon större utsträckning påverkats av pandemin.*

#### HAR DITT INTRESSE FÖR AI-BASERADE PRODUKTER OCH TJÄNSTER PÅVERKATS AV PANDEMIN?



#### VILKEN TYP AV AI-BASERAD TJÄNST SKULLE DU I STÖRST UTSTRÄCKNING KUNNA TÄNKA DIG ATT BETALA PENGAR FÖR?

Exempel på totalt 175 öppna svar

- ” *Ekonomisk planering.*
- ” *En egen personlig chatrobot som lär sig att kommunicera som jag.*
- ” *Hjälp med hushållssysslor hemma.*
- ” *Livsstilsförändringar baserat på personliga vanor.*
- ” *Något som styr el och värmeförbrukningen.*
- ” *Självkörande fordon.*

# AI-BASERADE REKOMMENDATIONER

De typer av AI-baserade rekommendationer som svenskarna uppskattar mest är rekommendationer kopplade till musik, film och tv-serier (44 %). Var femte uppskattar rekommendationer kopplat till reor och kunderbjudanden (21 %) samt kulturevenemang (20 %).

Sammanfattningsvis kan vi se att de flesta främst uppskattar rekommendationer kopplat till underhållning, snarare än

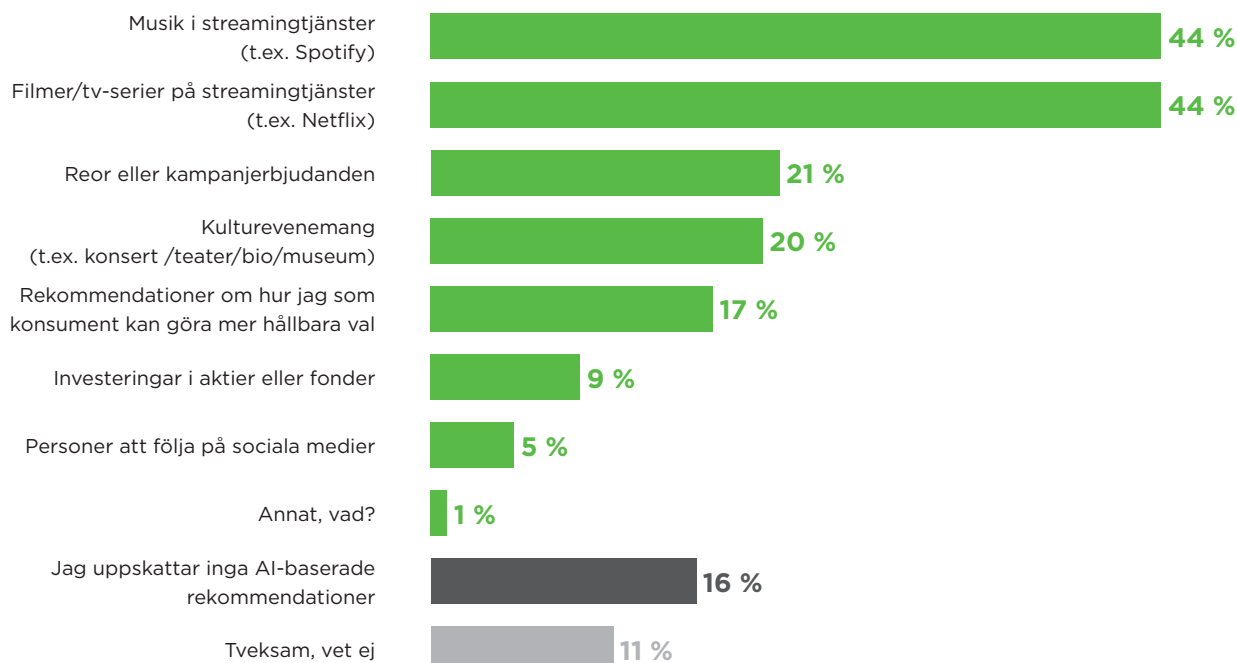
rekommendationer om exempelvis finansiella tjänster (9 %) eller socialt nätverkande (5 %).

Kvinnor är något mer intresserade av rekommendationer för att kunna göra mer hållbara val (20 %) än vad män är (15 %). Män är däremot, något oväntat, mer intresserade av AI-baserade rekommendationer kopplat till reor och kampanjerbjudanden (24 %) än vad kvinnor är (19 %).

”

*De typer av AI-baserade rekommendationer som svenskarna uppskattar mest är rekommendationer kopplade till musik, film och tv-serier.*

## VILKEN/VILKA TYPER AV AI-BASERADE REKOMMENDATIONER, BASERAT PÅ DIN KONSUMTION ELLER ANVÄNDARDATA, UPPSKATTAR DU MEST?



AI används ofta av företag för att på olika sätt effektivisera verksamhetsflöden och minska kostnader. Denna typ av AI-baserad effektivisering kan också tillämpas på privatpersoner för att exempelvis minska elförbrukning i hemmet eller på andra sätt spara tid och pengar. Varannan säger sig vara intresserad

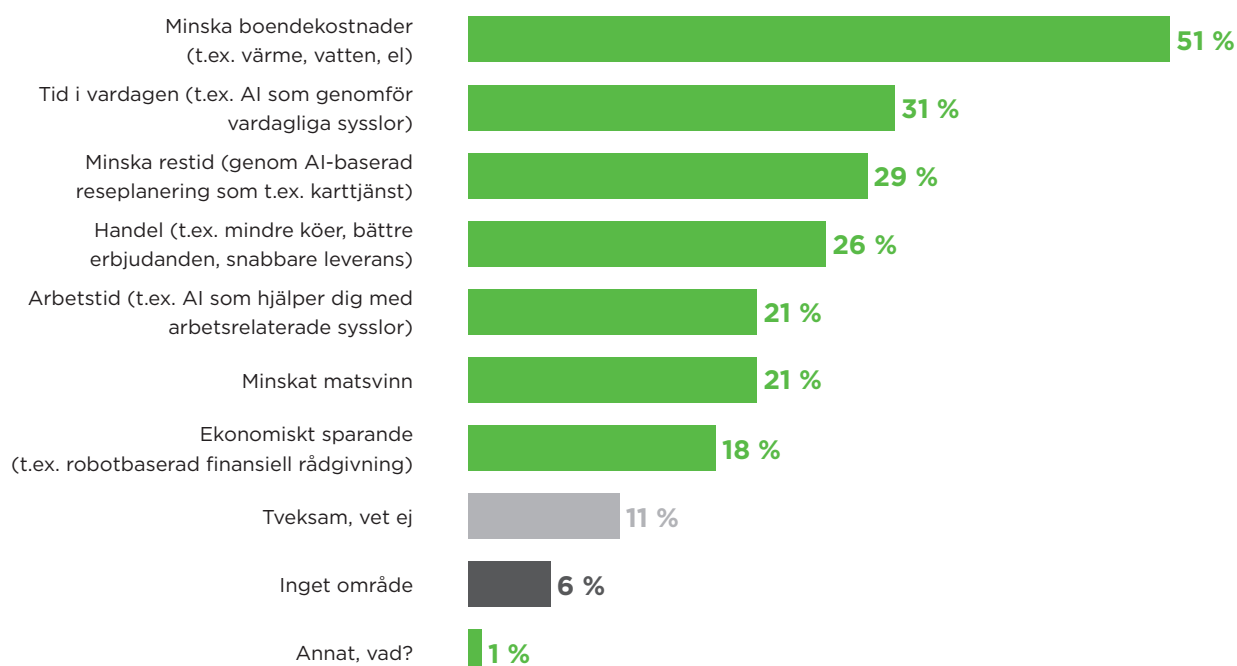
av att minska boendekostnader genom AI (51 %). Ungefär var tredje är också intresserad av AI-baserad hjälp för att få mer tid i sin vardag (31 %) och för att minska sin arbetstid (29 %). Män är mer intresserade att minska sin restid (33 %) än vad kvinnor är (24 %), medan kvinnor är mer intresserade av att minska

sitt matsvinn (24 %) än vad män är (17 %).

Hela 25 procent av respondenterna mellan 16 och 25 år är intresserade av AI-baserat ekonomiskt sparande (25 %) vilket kan jämföras med 18 procent bland de mellan 26 och 55 år eller 13 procent bland de mellan 56 och 70 år.



### INOM VILKET/VILKA OMRÅDEN SKULLE DU VARA MEST INTRESSERAD AV ATT AI HJÄLPER DIG ATT MINSKA KOSTNADER ELLER EFFEKTIVISERA LIVET?





# SYNEN PÅ AI INOM OFFENTLIGA VERKSAMHETER

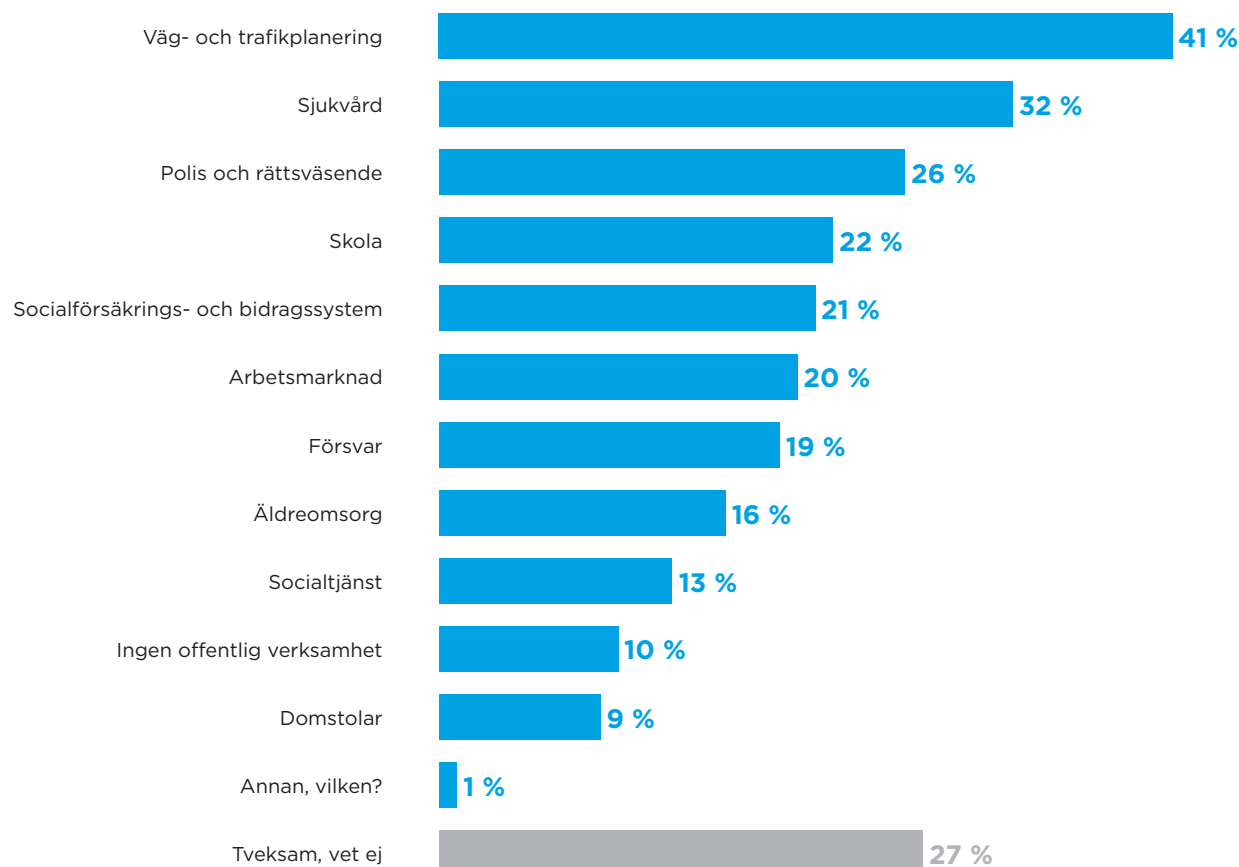
AI används alltmer inom offentliga verksamheter. Det kan handla om smarta journalsystem inom vården eller beräkning av trafikflöden. Det är dock svårt för gemene man att förstå hur AI kan appliceras inom offentliga verksamheter och var det borde användas mer. Relativt många svarar därför "tveksam, vet ej" (27 %).

Väg- och trafikplanering är den typ av offentlig verksamhet där flest skulle vilja se att AI användes mer (41 %), följt av sjukvård (32 %). Det går i linje med resultat från tidigare år då vi haft med samma fråga med snarlika svar.

”

Väg- och trafikplanering är den typ av offentlig verksamhet där flest skulle vilja se att AI användes mer.

## VILKA OFFENTLIGA VERKSAMHETER TYCKER DU BORDE ANVÄNDA SIG MER AV AI?



# AI INOM VÅRDEN

När det kommer till synen på AI inom vården kan vi se två större förändringar under det senaste året. Andelen som är positiva till AI för att bli hänvisad till rätt sjukhus eller avdelning har minskat med 16 procentenheter under det senaste året. Andelen som är positiva till AI för att påminna en om att ta mediciner har

också minskat, med 14 procent under samma period. I övrigt syns inga signifikanta förändringar.

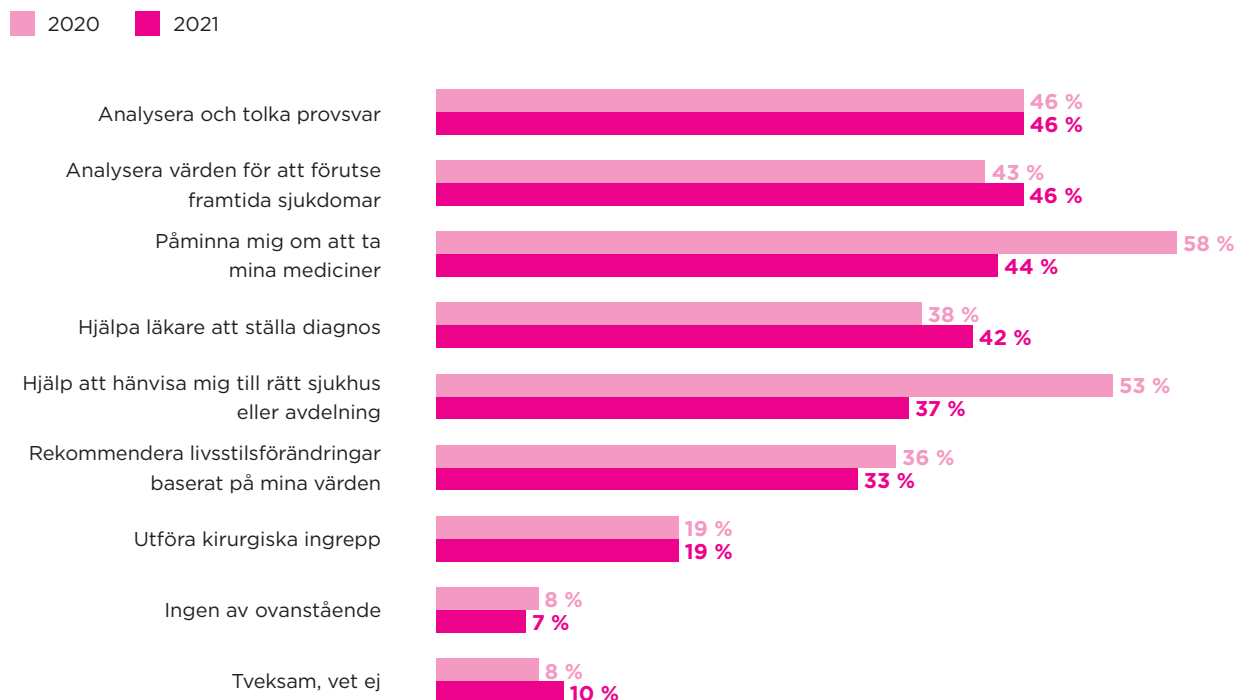
Varannan man säger sig vara positiv till att låta läkare ställa diagnos med hjälp av AI (49 %), vilket kan jämföras med motsvarande var tredje kvinna (34 %). Män är också betydligt mer

positiva till att analysera värden för att förutse sjukdomar (50 %) än vad kvinnor är (41 %). Det enda område där kvinnor är mer positiva till AI inom vården än män är när det kommer till hjälp med att hänvisas till rätt sjukhus eller avdelning. De yngsta är mer positiva till samtliga former av AI baserad vård än vad de äldsta är.

”

*Varannan man säger sig vara positiv till att låta läkare ställa diagnos med hjälp av AI, vilket kan jämföras med motsvarande var tredje kvinna.*

## INOM VILKET/VILKA AV FÖLJANDE OMRÅDEN I VÅRDEN ÄR DU POSITIV TILL ANVÄNDNING AV AI?





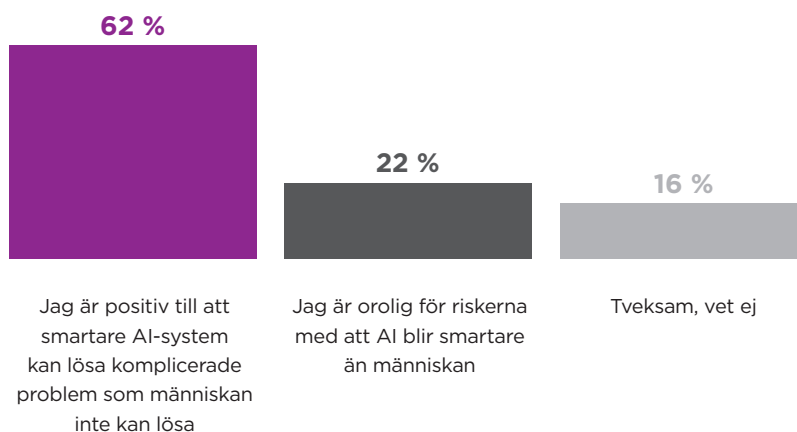
# AI-PARADOXEN



När det kommer till hur AI appliceras i samhället finns olika för- och nackdelar som väger mot varandra. Vissa är grundade i forskning och andra i mer känslomässiga uppfattningar om hur vi tror att AI kommer att utvecklas. Ett exempel är frågan om huruvida AI kommer att ta över våra jobb i framtiden som det talades mycket om när AI först introducerades som fenomen. Nu talar allt fler om hur AI snarare kommer att skapa fler jobb. För att förstå hur svenskarna ser på dessa ytterligheter bad vi respondenterna att välja ett av två påståenden inom en rad AI-områden som kan uppfattas som motsägande.

Vi började med att titta på frågan om supersmart AI. De flesta är mer positiva till smartare AI-system som kan lösa komplicerade problem som människan inte kan (62 %), snarare

## VILKET AV FÖLJANDE PÅSTÅENDEN INSTÄMMER DU MEST MED?



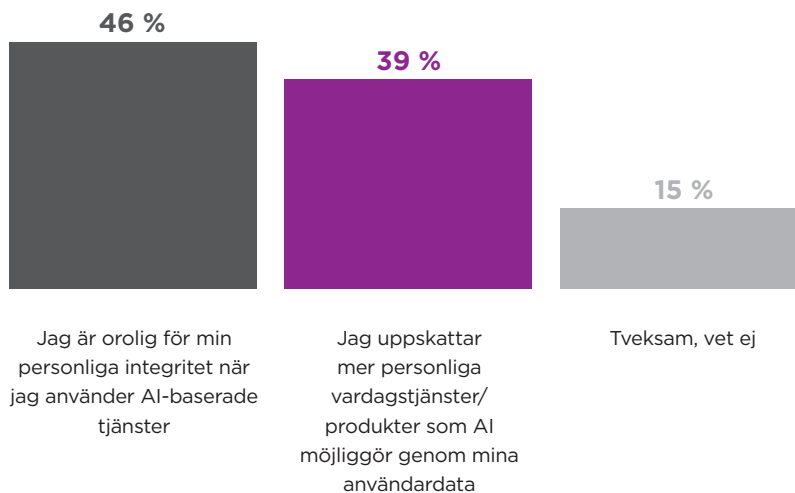
än att de är rädda för att AI ska bli smartare än människan (22 %). Män är mer positiva till smartare AI-system (69 %) än vad kvinnor är (55 %). En intressant notering är också att de

yngsta respondenterna, som generellt är mer positiva till utveckling av AI, i större utsträckning är oroliga för att AI ska bli smartare än människan (27 %) än vad de äldsta är (16 %).

Nästa påstående handlar om konflikten mellan att dela sin personliga information digitalt kontra värdet i att få mer personliga tjänster. Här är det jämnare. Det är dock fler som tycker att oron för bristande personlig integritet kopplat till AI-baserade tjänster (46 %) väger tyngre än mer personliga vardagstjänster (39 %).

Precis som i föregående påstående är det främst de yngsta respondenterna som är oroliga. Bland respondenterna mellan 16 och 25 år svarar nästan varannan att de är oroliga (48 %) vilket kan jämföras med motsvarande 36 procent bland de äldsta.

#### VILKET AV FÖLJANDE PÅSTÅENDEN INSTÄMMER DU MEST MED?



”

*Det är fler som tycker att oron för bristande personlig integritet kopplat till AI-baserade tjänster väger tyngre än värdet av mer personliga vardagstjänster.*

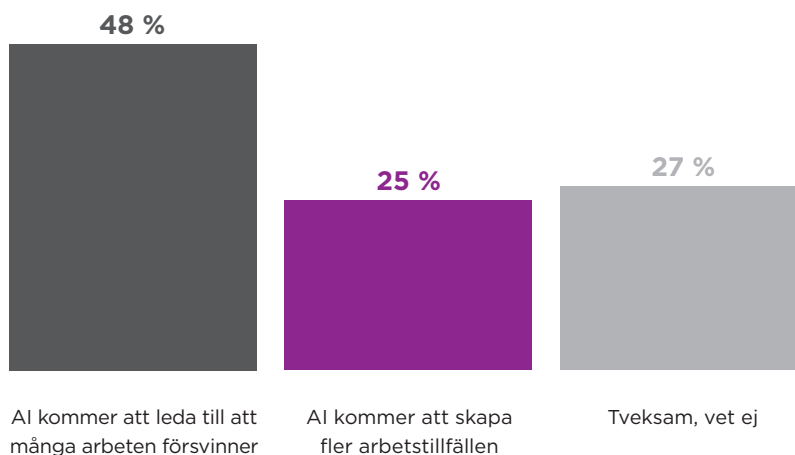


Det är dubbelt så stor andel som tror att AI kommer att leda till att arbeten försvinner (48 %) än det är som tror att AI kommer att skapa fler arbetstillfällen. Nu går det såklart att tro att det både finns arbeten som försvinner samtidigt som nya jobb kommer att skapas, vilket är det mest sanningsenliga svaret, men när vi ser till ytterligheterna är det alltså fler som tror att jobb kommer att försvinna. Återigen syns något oväntat stora skillnader när det kommer till ålder. Bland de yngsta svarar hela 58 procent att jobb kommer att försvinna, vilket kan jämföras med motsvarande 36 procent bland de äldsta.

Nästa påstående handlar om det som kallas "AI bias" vilket går ut på att den data som programmeras in i AI systemen i sig är färgad av de individer som tar fram den. Trots att själva AI-systemet i sig är fritt från värderingar leder då detta till att AI som fattar olika beslut om exempelvis försörjningsstöd och försäkring blir missgynnande för vissa personer. Å andra sidan finns många som resonerar att AI-baserade rekryteringsprocesser är mer rättvisa eftersom de förbiser personliga fördomar. Relativt många svarar "tveksam, vet ej" (29 %). Det är dock betydligt fler som ser AI-baserade beslut som mer jämställda (42 %) än som missgynnande (28 %).

Fler män (46 %) än kvinnor (38 %) ser AI-baserade beslut som jämställda. De yngsta respondenterna är överrepresenterade i båda påståendena, som följd av att de äldsta i större utsträckning (38 %) än de yngsta (25 %) svarar "tveksam, vet ej".

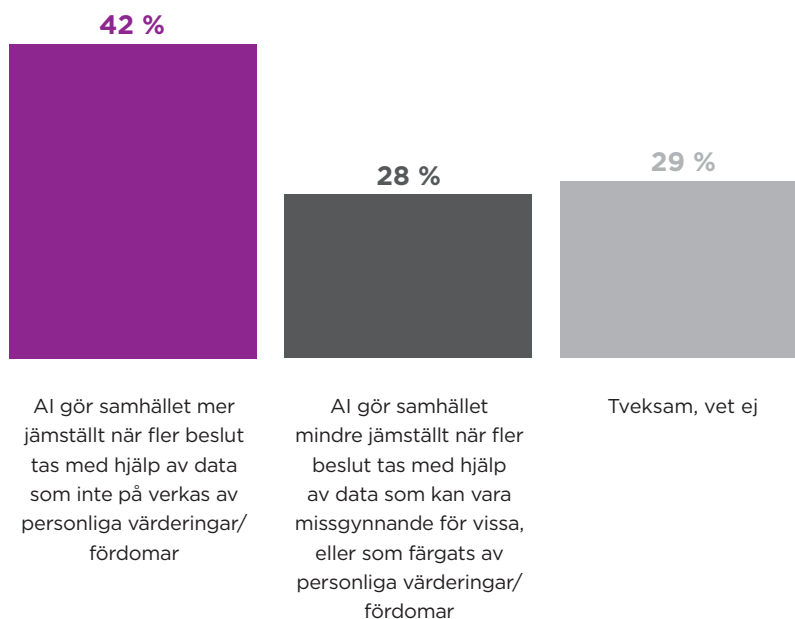
#### VILKET AV FÖLJANDE PÅSTÅENDEN INSTÄMMER DU MEST MED?



”

*Det är dubbelt så stor andel som tror att AI kommer att leda till att arbeten försvinner än det är som tror att AI kommer att skapa fler arbetstillfällen.*

#### VILKET AV FÖLJANDE PÅSTÅENDEN INSTÄMMER DU MEST MED?





”

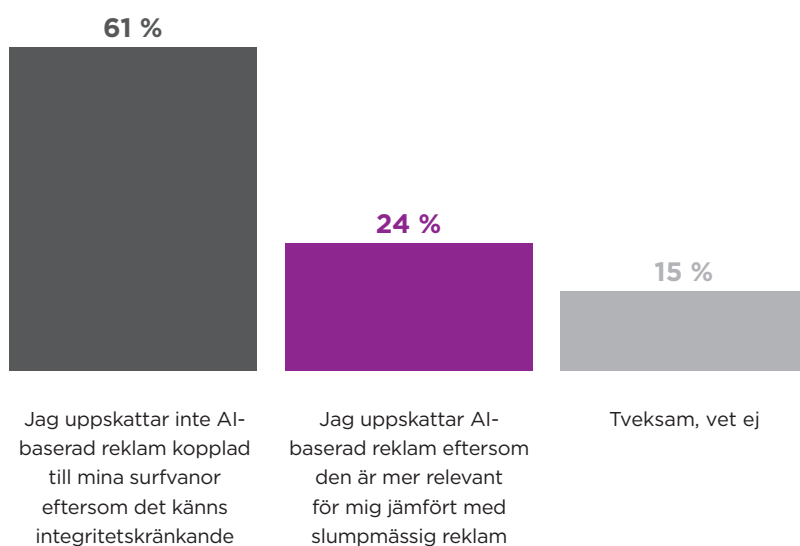
Sex av tio uppskattar inte AI-baserad reklam kopplat till surfvanor.

Vi har i andra undersökningar om digital integritet kunnat se att de flesta svenskar är negativa till riktad reklam. Det kan handla om att man tittat på en jacka i en nätbutik och sen får reklam för den jackan i sitt sociala medier-flöde. Inom digital annonsering kallas det retargeting. När vi ställer oron över att integriteten kränks i samband med reklam, mot värdet av att få mer relevant reklam, är resultatet därför inte oväntat. Sex av tio uppskattar inte AI-baserad

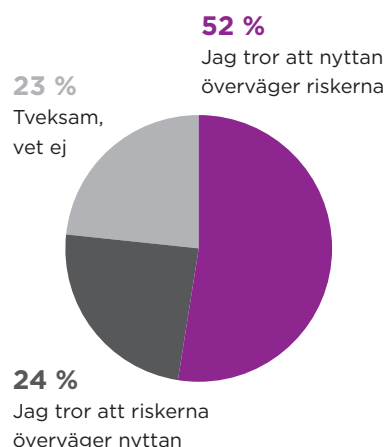
reklam kopplat till surfvanor (61 %). Var fjärde uppskattar AI-baserad reklam eftersom som den är mer relevant (25 %). Här ska man också ha i åtanke att det finns en aversion mot just ordet reklam som kan färga av sig. De yngsta är mer positiva AI-baserad reklam (31 %) än de äldsta (18 %). Eftersom riktad reklam blir mer sofistikerad och sannolikt kommer att öka framöver är det möjligt att det är en generationsfråga där andelen negativa blir färre och färre.

Varannan svensk tror att nyttan med att AI används mer i offentliga miljöer (52 %) överväger riskerna med det (24 %). Var fjärde svarar "tveksam, vet ej". Bland män mellan 26 och 39 år svarar hela 65 procent att de tycker att nyttan överväger riskerna, vilket kan jämföras med 54 procent av kvinnor i samma ålder och 52 procent i genomsnitt. Återigen ser vi hur de yngsta respondenterna är mer positiva (55 %) än de äldsta (44 %).

#### VILKET AV FÖLJANDE PÅSTÅENDEN INSTÄMMER DU MEST MED?



#### HUR SER DU PÅ NYTTAN KONTRA RISKERNA MED ATT AI-BASERAD TEKNIK ANVÄNDS ALLT MER I OFFENTLIGA MILJÖER?





”

*Varannan svensk tror att nyttan med att AI används mer i offentliga miljöer överväger riskerna med det.*

# AI-BASERAT BESLUTFATTANDE

”Beslutsintelligens” eller ”algoritmiskt beslutsfattande” är en het AI-trend. Det handlar oftast om AI baserat beslutsstöd till exempelvis handläggare inom socialtjänsten, men det talas också mer om helt AI-baserade beslut

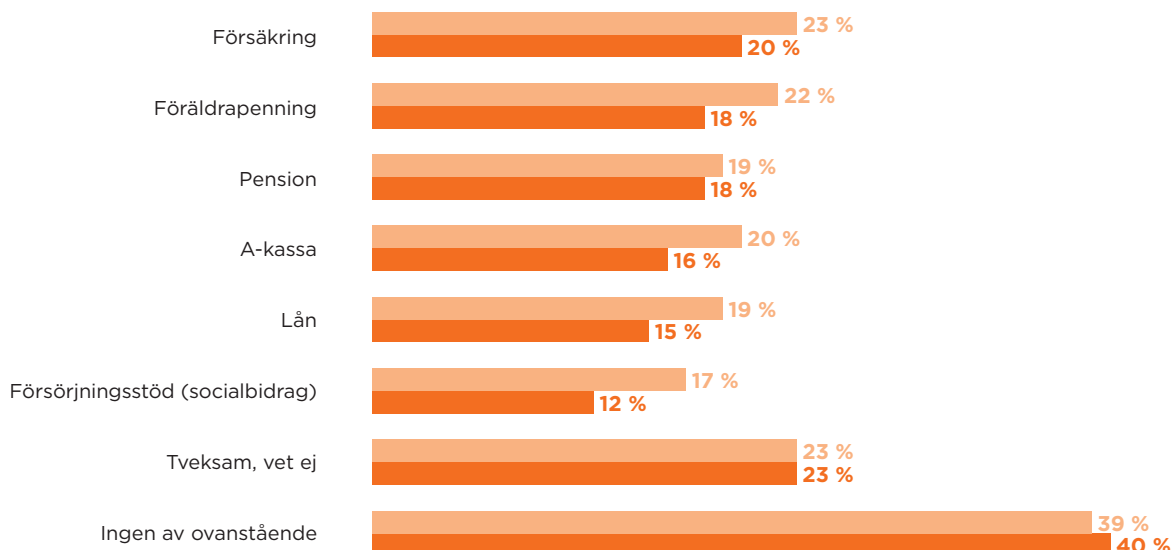
där ingen människa är inblandad. Andelen svenskar som är okej med att AI-baserade system tar beslut om en minskar i alla sammanhang. Andelen som är okej med det i samband med föräldrapenning har minskat med fyra

procentenheter under det senaste året. Samma minskning ser vi vid A-kassa och i samband med lån. I samband med försörjningsstöd minskar andelen med fem procentenheter under samma period.



## I VILKET/VILKA SAMMANHANG ÄR DU OKEJ MED ATT AI- BASERADE SYSTEM TAR BESLUT OM DIG?

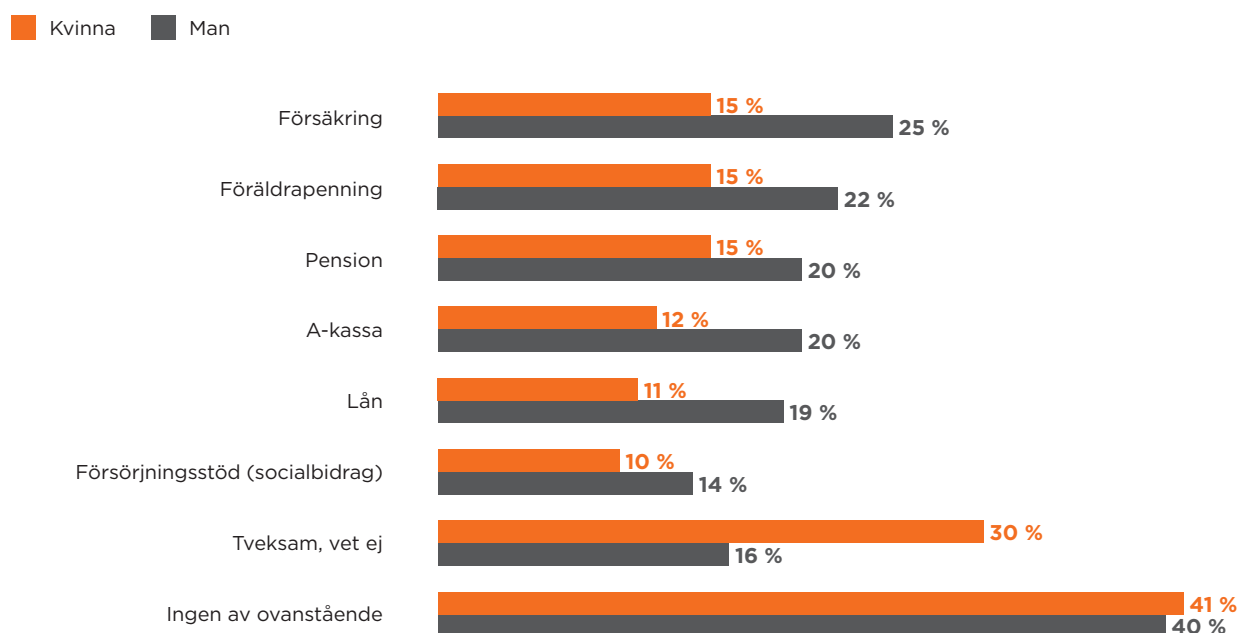
2020 2021





Det finns stora skillnader i inställningen till AI-baserade beslut mellan män och kvinnor. Män är i betydligt större utsträckning än kvinnor okej okej med AI-beslut inom samtliga områden. Kvinnor svarar också "tveksam, vet ej" i dubbelt så hög utsträckning (30 %) som män (16 %).

#### I VILKET/VILKA SAMMANHANG ÄR DU OKEJ MED AI- BASERADE SYSTEM TAR BESLUT OM DIG?



## DET POSITIVA MED AI

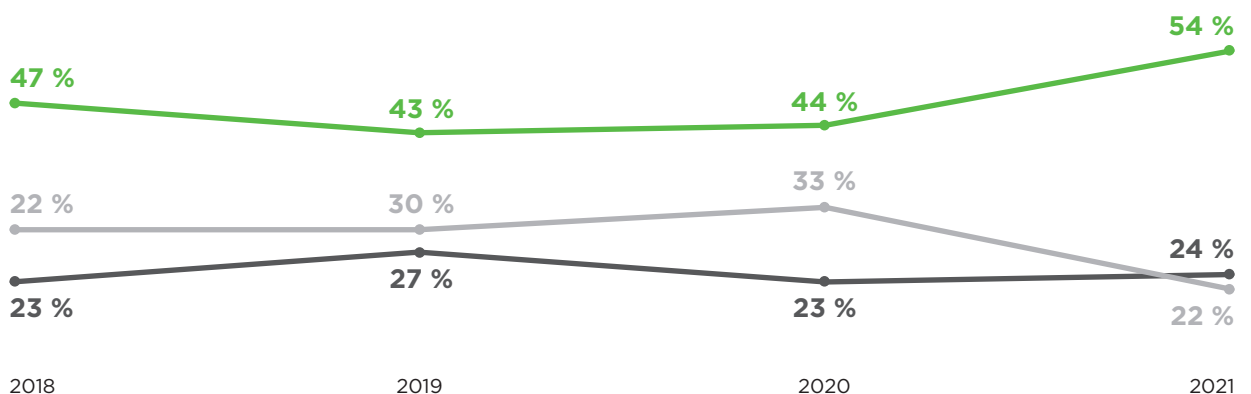
För fjärde året i rad frågade vi om man generellt sett är positiv eller negativ till hur AI påverkar en som privatperson. Andelen som är positiva till hur AI påverkar dem har ökat med hela tio procentenheter under det senaste året. I år svarar 54 procent att de är positiva. Samtidigt

är andelen negativa i stort sett oförändrad sedan tidigare år (22 %). Andelen som svarar "tveksam, vet ej" har däremot minskat med elva procentenheter under det senaste året. Detta tyder alltså på att andelen som är positiva till hur AI påverkar en har ökat i takt med att fler förstår

vad det innebär. Återigen ser vi att män är betydligt mer positiva (60 %) än vad kvinnor är (48 %), och att de yngsta är mer positiva (62 %) än de äldsta (47 %). Även här kan man se hur den positiva inställningen till AI ökar i relation till utbildning och inkomst.

### ÄR DU GENERELLT SETT POSITIV ELLER NEGATIV TILL HUR AI PÅVERKAR DIG SOM PRIVATPERSON?

— Positiv — Negativ — Tveksam, vet ej



”

Andelen som är positiva till hur AI påverkar dem har ökat med hela tio procentenheter under det senaste året.



När vi följde upp på förra årets fråga om vad man är mest positiv till när det kommer till AI, adderade vi två nya svarsalternativ markerade med svart asterisk i diagrammet. Ett av dessa nya svarsalternativ seglade upp som det mest populära, nämligen smarta produkter för hemmet. Nästan var fjärde svarar

att det mest positiva med AI är smarta produkter för hemmet, vilket brukar benämnas som en typ av IoT (Internet of things).

Även på denna frågan är det färre i år som svarar "tveksam, vet ej" (11 %) än som gjorde det förra året (17 %), vilket tyder på att fler förstår vad

det innebär. Det är något färre som i år säger sig vara positiva till självkörande fordon (11 %) än som var det förra året (16 %). Andelen som är positiva till AI-baserade verktyg som gör dem mer effektiva på jobbet har minskat med sju procentenheter under det senaste året.

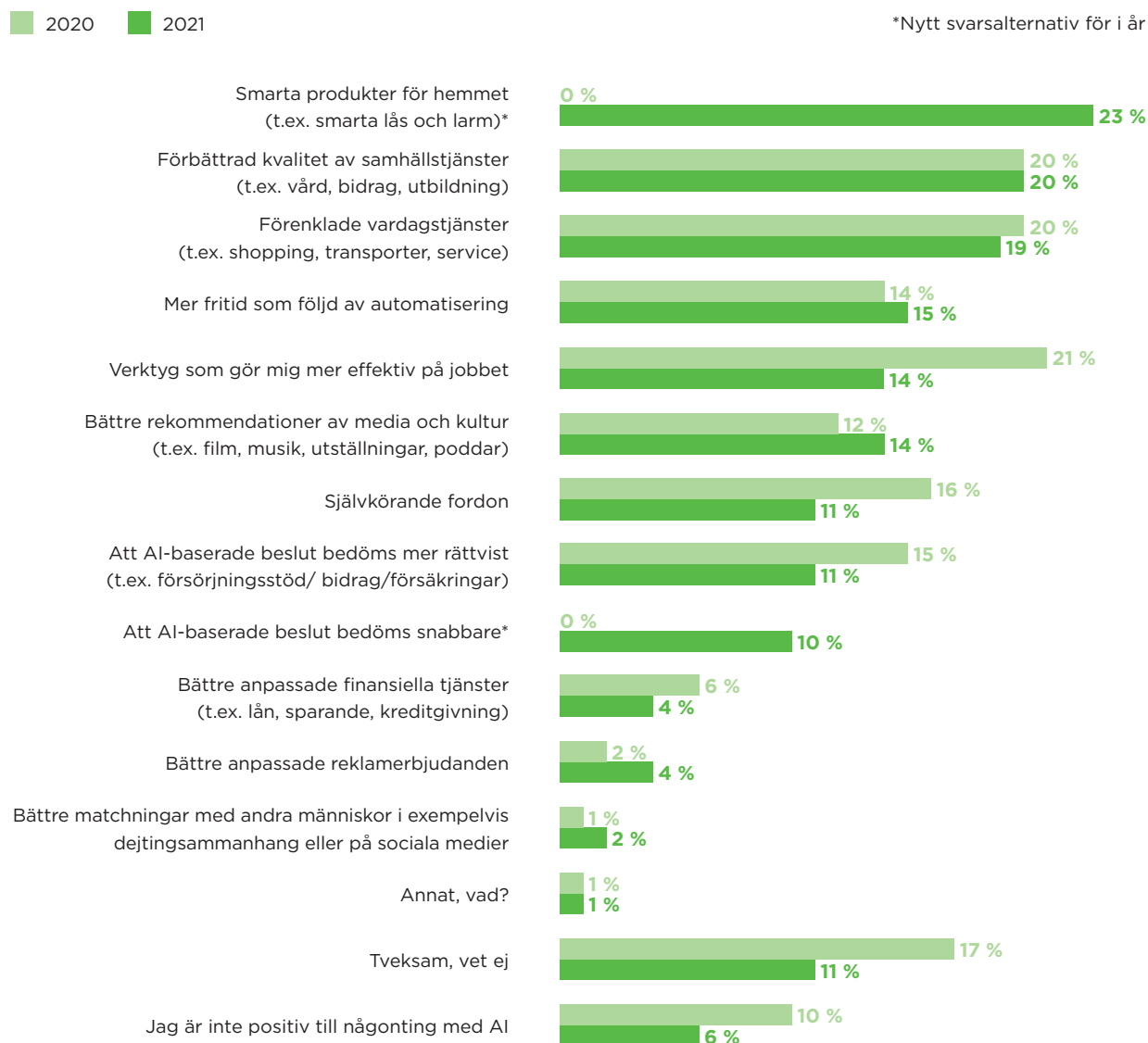
”

*Nästan var fjärde svarar att det mest positiva med AI är smarta produkter för hemmet.*



Kvinnor är i större utsträckning (22 %) än män (15 %) positiva till förenklade vardagstjänster. De är också mer positiva till smarta hushållsprodukter för hemmet (25 %) än vad män är (20 %). Män är å andra sidan betydligt mer positiva till självkörande fordon (17 %) än vad kvinnor är (5 %).

## VAD MED AI ÄR DU MEST POSITIV TILL?



# DET MEST OROANDE MED AI

Bristen på personlig integritet är fortfarande det som oroar svenskarna mest med AI, var tredje svarar det (34 %). Andelen som är oroliga för bristande digital integritet har dock minskat med sju procentenheter under det senast året. På andra plats syns ett nytt svarsalternativ som vi

adderade i år, att det blir svårare att skilja på vad som är sant eller falskt (31 %). Det kan handla om allt från AI-genererade filmer och animeringar (så kallade "deep-fakes") men också AI-genererade nyheter. Det är framför allt unga män som är oroad över det (36 %).

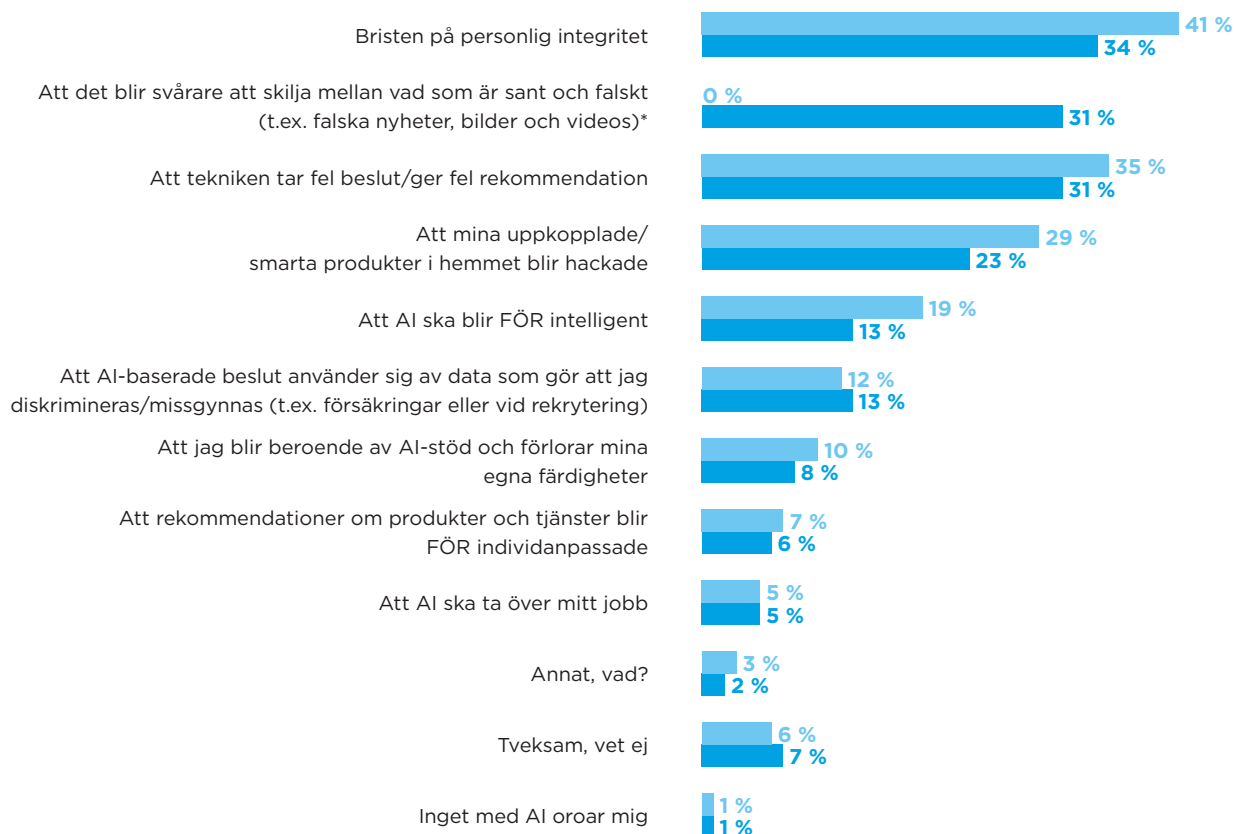
”

*Bristen på personlig integritet är fortfarande det som oroar svenskarna mest med AI.*

## VAD MED AI OROAR DIG MEST?

■ 2020 ■ 2021

\*Nytt svarsalternativ för i år





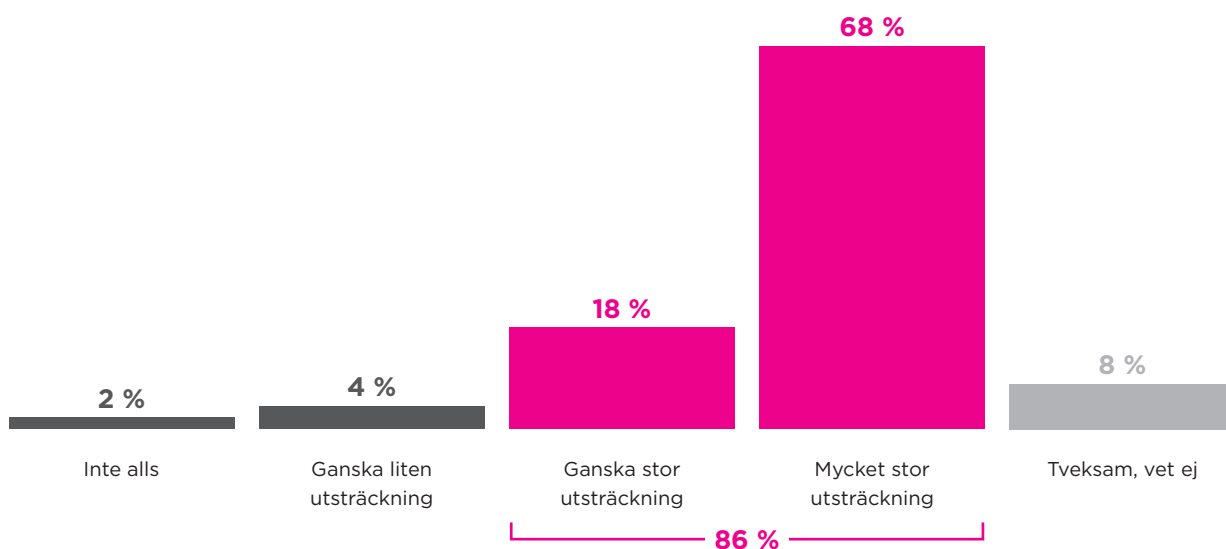
# ETISK AI

Hur man utvecklar och applicerar AI ur ett etiskt perspektiv är en ständigt pågående diskussion. Det kan handla om allt från hantering av persondata och digital integritet till frågan om

AI-baserad krigsföring. 86 procent av svenskarna anser att företag som utvecklar AI-lösningar bör vara bundna till etiska riktlinjer. 68 procent tycker det i mycket stor utsträckning.

Bland kvinnor mellan 26 och 39 år anser hela 94 procent det, vilket kan jämföras med motsvarande 84 procent bland män i samma ålder.

## I VILKEN UTSTRÄCKNING ANSER DU ATT FÖRETAG SOM UTVECKLAR AI-LÖSNINGAR BÖR VARA BUNDNA TILL ETISKA RIKTLINJER OCH REGLERINGAR?



”

86 procent av svenskarna anser att företag som utvecklar AI-lösningar bör vara bundna till etiska riktlinjer.

# SYNEN PÅ SVERIGE SOM AI-NATION



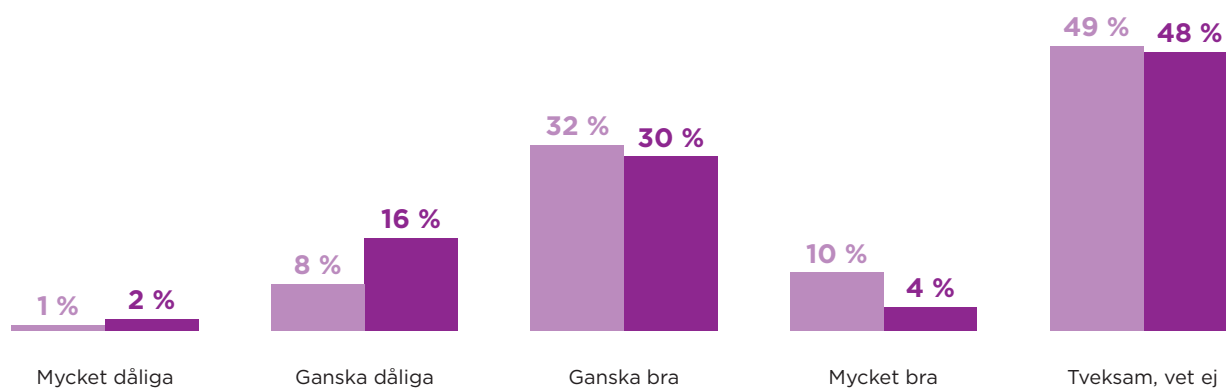
I regeringens nationella inriktning för artificiell intelligens från 2018 står det att "Sverige ska vara bäst i världen på att använda digitaliseringens möjligheter och i internationell jämförelse ligger Sverige i absolut framkant." Vi frågade hur man ser

på Sverige som en AI-nation. Till att börja med kan vi konstatera att en väldigt stor andel (varannan) svarar "tveksam, vet ej". Det kan bero på att regeringens ambitioner med att utveckla AI inte nått ut till allmänheten. Fyra av tio anser att

Sverige är bra på att utveckla AI (42 %) och var tredje anser att Sverige är bra på att tillvarata fördelarna med AI (34 %). Det är endast nio procent som tycker att Sverige är dåliga på att utveckla AI.

## HUR BRA ELLER DÅLIGA ANSER DU ATT SVERIGE GENERELLT ÄR PÅ FÖLJANDE?

■ Utveckla AI   ■ Tillvarata fördelarna med AI





## JAG ANSER ATT SVERIGE GENERELLT ÄR BRA PÅ FÖLJANDE

■ Man ■ Kvinna



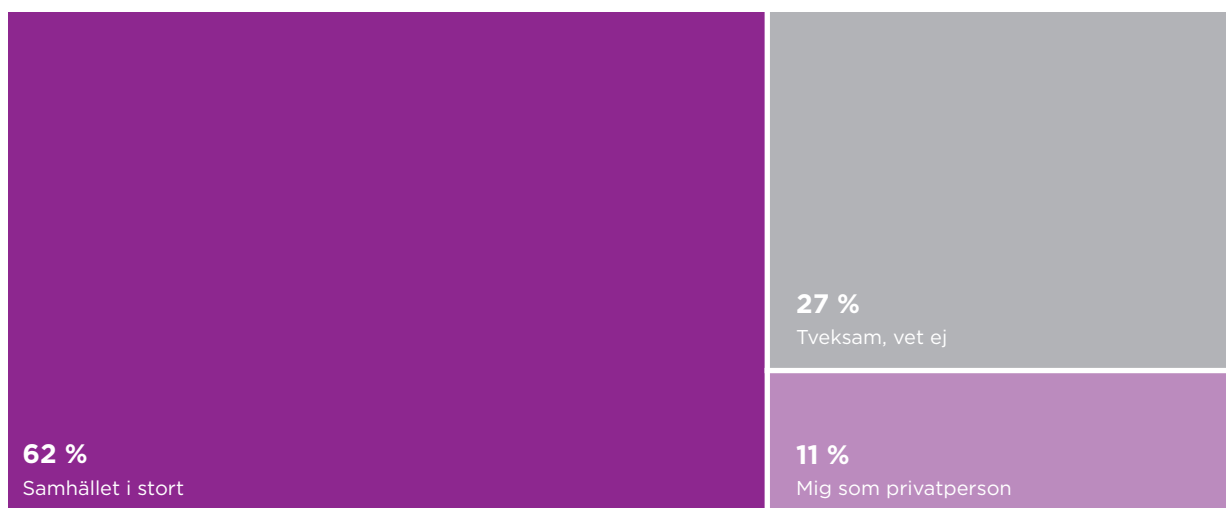
De skillnader mellan män och kvinnor som vi kunnat se genomgående i undersökningen syns även här. Män anser i nästan dubbelt så stor utsträckning som kvinnor att Sverige är bra på att utveckla och tillvarata möjligheterna med AI.

Vi avslutade undersökningen med en fråga om man främst tror att AI gynnar en själv som privatperson eller samhället i stort. Sex av tio anser att AI främst gynnar samhället i stort (62 %) snarare än en själv som privatperson (11 %).

”

*Sex av tio anser att AI främst gynnar samhället i stort snarare än en själv som privatperson.*

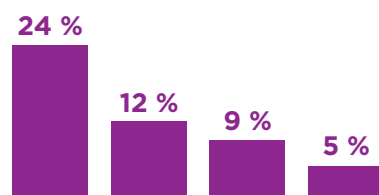
## TROR DU ATT AI FRÄMST GYNNAR DIG SOM PRIVATPERSON ELLER SAMHÄLLET I STORT?





En intressant notering är att de yngsta respondenterna i betydligt större utsträckning än övriga anser att AI främst gynnar dem som privatperson. Var fjärde respondent mellan 16 och 25 år svarar det (24 %).

**JAG ANSER ATT AI FRÄMST GYNNAR MIG SOM PRIVATPERSON**

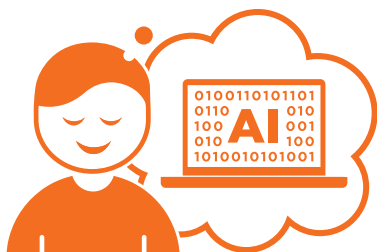


16-25 år 26-39 år 40-55 år 56-70 år

”

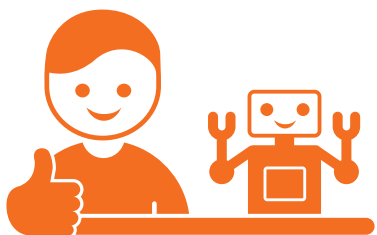
*De yngsta respondenterna anser i betydligt större utsträckning än övriga att AI främst gynnar dem som privatperson.*

# SUMMERING AV RESULTAT



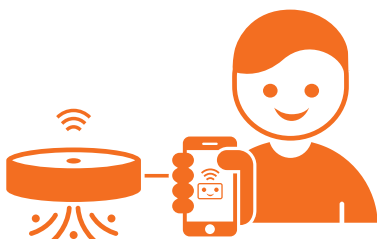
## FLER SVENSKAR SÄGER SIG HA KUNSKAP OM AI

Andelen som säger sig ha stor kunskap om AI har gått lite upp och ner de senaste åren. Vi ser dock en total ökning med åtta procentenheter sedan 2018. Under det senaste året är motsvarande ökning fyra procentenheter. Parallellt har andelen som svarar att de inte har någon kunskap alls halverats, från 15 procent 2018 till sju procent i år. De som i störst utsträckning säger sig sakna kunskap om AI är kvinnor mellan 56 och 70 år. De som säger sig ha mest kunskap om AI är unga män.



## FLER ÄR POSITIVA TILL HUR AI PÅVERKAR DEM SOM PRIVATPERSON

Andelen som är positiva till hur AI påverkar dem som privatperson har ökat med hela tio procentenheter under det senaste året. Samtidigt är andelen negativa i stort sett oförändrad sedan tidigare år (22 %). Andelen som svarar "tveksam, vet ej" har däremot minskat med elva procentenheter under det senaste året. Detta tyder alltså på att andelen som är positiva till hur AI påverkar en har ökat i takt med att fler förstår vad det innebär.



## NÄSTAN VAR TREDJE SÄGER SIG ANVÄNDA AI DAGLIGEN

Allt fler säger sig använda AI i sin vardag. Andelen som säger sig använda AI dagligen har ökat med sex procentenheter bara under det senaste året. I år svarar nästan var tredje att de använder AI dagligen (30 %) vilket är en ökning med nio procentenheter sedan 2018. Sammantaget ser vi att varannan svensk säger sig använda AI minst en gång i veckan eller oftare (50 %) vilket är en ökning med 15 procentenheter sedan 2018. Män säger sig göra det i något större utsträckning (55 %) än kvinnor (44 %).



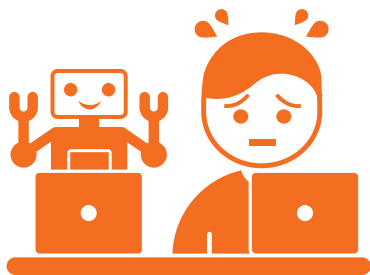
### KARTTJÄNSTER UPPLEVS SOM DEN MEST VÄRDEFULLA AI TJÄNSTEN

Karttjänster är fortfarande den AI-baserade tjänst som folk har störst nytta av i sin vardag, varannan respondent svarar det (50 %). Bland unga kvinnor svarar 59 procent det, vilket kan jämföras med motsvarande 44 procent av män i samma ålder. De yngre respondenterna säger sig ha större nytta av de flesta AI-baserade tjänsterna än de äldre.



### DET MEST POSITIVA MED AI ÄR SMARTA PRODUKTER FÖR HEMMET

Det som svenskarna säger sig vara mest positiva till med AI är smarta produkter för hemmet, vilket brukar benämnas som en typ av IoT (Internet of things). På andra plats kommer förbättrad kvalitet av samhällstjänster som exempelvis vård, bidrag och utbildning.



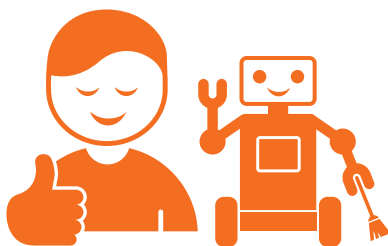
### FLER TROR ATT AI KOMMER ATT ERSÄTTA JOBB SNARARE ÄN ATT SKAPA NYA ARBETSTILLFÄLLEN

Det är dubbelt så stor andel som tror att AI kommer att leda till att arbeten försvinner (48 %) än det är som tror att AI kommer att skapa fler arbetstillfällen. Bland de yngsta svarar hela 58 procent att jobb kommer att försvinna, vilket kan jämföras med motsvarande 36 procent bland de äldsta.



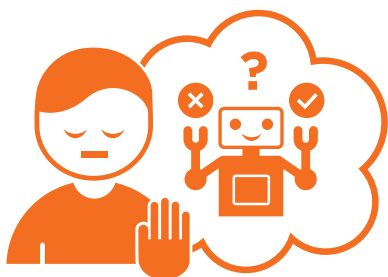
### SEX AV TIO UPPSKATTAR INTE AI-BASERAD REKLAM KOPPLAT TILL SURFVANOR

61 procent uppskattar inte AI-baserad reklam kopplat till surfvanor. Var fjärde uppskattar dock AI-baserad reklam eftersom den är mer relevant (25 %). De yngsta respondenterna är mest positiva till AI-baserad reklam kopplat till surfvanor. 31 procent av de yngsta svarar det, vilket kan jämföras med motsvarande 18 procent bland de äldsta. Eftersom riktad reklam blir mer sofistikerad och sannolikt kommer att öka framöver är det möjligt att det är en generationsfråga där andelen negativa blir färre och färre.



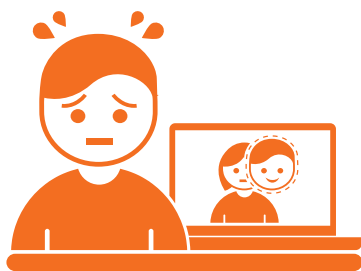
### FLER ANSER ATT NYTTAN MED AI ÖVERVÄGER RISKERNA

Varannan svensk tror att nyttan med att AI används mer i offentliga miljöer överväger riskerna (52 %). Var fjärde tror att riskerna överväger nyttan (25 %). Lika många svarar "tveksam, vet ej". Bland män mellan 26 och 39 år svarar hela 65 procent att de tycker att nyttan överväger riskerna, vilket kan jämföras med 54 procent av kvinnor i samma ålder och 52 procent i genomsnitt. Återigen ser vi hur de yngsta respondenterna är mer positiva (55 %) än de äldsta (44 %).



### FÄRRE VILL ATT AI TAR BESLUT OM EN

Andelen svenskar som är okej med att AI-baserade system tar beslut om en minskar i alla sammanhang. Andelen som är okej med det i samband med föräldrapenning har minskat med fyra procentenheter under det senaste året. Samma minskning ser vi vid A-kassa och i samband med lån. I samband med försörjningsstöd minskar andelen med fem procentenheter under samma period. Män är i betydligt större utsträckning än kvinnor okej med AI-beslut inom samtliga områden.



### FRÄMSTA OROSMOMENTET MED AI ÄR FORTFARANDE BRIST PÅ PERSONLIG INTEGRITET

Bristen på personlig integritet är fortfarande det som oroar svenskarna mest med AI, var tredje svarar det (34 %). Andelen som är oroliga för bristande digital integritet har dock minskat med sju procentenheter under det senaste året. På andra plats ser vi ett nytt svarsalternativ som vi adderade i år, att det blir svårare att skilja på vad som är sant eller falskt (31 %). Det kan handla om allt från AI-genererade filmer och animeringar (så kallade "deep-fakes") men också AI-genererade nyheter. Det är framför allt unga män som är oroad över det (36 %).

## AVSLUTANDE REFLEKTIONER



Den Amerikanska Tankesmedjan Pew Research Center presenterade tidigare i år en studie om hur allmänheten i olika länder ser på utvecklingen av AI. Den visade att 60-70 procent av befolkningen i asiatiska länder som Singapore, Sydkorea, Taiwan och Japan tycker att AI är positivt för samhället, vilket kan jämföras med i snitt 50 procent av befolkningen i USA, Kanada och andra länder i väst. Minst positiva är fransmännen där endast 37 procent tycker att AI är positivt för samhället. I Pew Research Centers lista hamnar Sverige tillsammans med Spanien som det land i väst som är mest positiva till AI (60 %). Det

går i linje med vår undersökning där 54 procent svarar att de är positiva till hur AI påverkar dem. Slutsatsen är att svenskarna har en mer positiv syn på AI än befolkningen i andra västländer.

Pew Research Centers studie visar också hur acceptansen för AI är större i länder med högutbildad befolkning. Även detta kan vi se i vår undersökning, hur användandet av AI och den positiva inställningen till det ökar i relation till utbildningsnivå. Däremot är det givetvis inte sagt att de som är negativa till AI har fel. Oron för hur AI kan missgynna en i form av exempelvis AI-bias är

befogad. Vargha Moayed är chef för RPA-strategi (Robotic Process Automation) på mjukvarubolaget UiPath och intervjuas i en artikel kopplad till Pew Research Centers studie. Han säger: "Att tro att man kan sakta ner den tekniska utvecklingen är bara dumt, men att å andra sidan vara naiv och tro att utvecklingen kommer att ta hand om sig själv, är i dagens samhälle oacceptabelt".

Vi på Insight Intelligence fortsätter att följa svenskarnas attityder till AI, attityder som är avgörande för hur AI-applikationer kommer att anammas framöver.

”

*Svenskarna har en mer positiv syn på AI än befolkningen i andra västländer.*

# SAMARBETET



## STOCKHOLMS STAD

I Stockholms stad arbetar cirka 40 000 personer. Du möter oss på en mängd olika platser och verksamheter i samhället, till exempel i förskolan, skolan eller på fritids, på äldreboendet eller på dagverksamheten för alla oss med funktionsvariationer, när vi sandar, sopar eller bygger om stadens gator och torg, när du ska söka bygglov, besöker våra jobbtorg eller på biblioteken och simhallen.

Staden ansvarar också för att vi har rent vatten, att sophämtningen fungerar, att våra hamnar har en fungerande logistik, att näringslivet i Stockholm har de bästa förutsättningarna, att bostäder byggs och förmedlas. Dessutom har Stockholm en infrastruktur som är unik - vi bygger ut fiber för att det digitala samhället ska bli ännu bättre.

---

## IMY

IMY arbetar för att skydda alla dina personuppgifter, till exempel om hälsa och ekonomi, så att de hanteras korrekt och inte hamnar i orätta händer. Det är vi som granskar att företag, myndigheter och andra aktörer följer GDPR - dataskyddsförordningen. Vi utbildar och vägleder dem som behandlar personuppgifter och vi påverkar även lagstiftningen.



Vi vill se en hållbar och integritetsvänlig digitalisering. Vi är övertygade om att det går att värna din trygghet och samhällets säkerhet, utan omotiverad kartläggning och övervakning.

Tillsammans med övriga dataskyddsmyndigheter i EU arbetar vi för att dina personuppgifter ska ha samma skydd i hela unionen.

Vår vision är ett tryggt informationssamhälle, där vi tillsammans värnar den personliga integriteten.

## tieto EVRY

### TIETOEVRVY

TietoEVRY är ett ledande nordiskt digitalt tjänste- och programvaruföretag, med huvudkontor i Finland och omkring 24 000 anställda globalt. TietoEVRY skapar digitala fördelar för företag och samhälle. Bolaget tillhandahåller service åt tusentals företag och organisationer inom privat och offentlig sektor i mer än 90 länder. På TietoEVRY ser vi på hållbarhet som ett ansvar och en möjlighet i ett. Vi kommer bli ett bättre företag och lämna efter oss en bättre värld om vi agerar ansvarsfullt när det kommer till de sociala, ekonomiska och ekologiska aspekterna av vår affär. Mångfald och jämlikhet är prioriterat högt hos oss och är en stark del av vår interna kultur.

TietoEVRY bildades i sammanslagningen av Tieto och EVRY, 2020.

## HEMSÖ

### HEMSÖ

Hemsös affärsidé är att hållbart äga, förvalta och utveckla samhällsfastigheter. Samhällsfastigheter är fastigheter för äldreboende, utbildning, vård och rättsväsende. Vår vision är att stärka ryggraden i samhället och vi utvecklar och förvaltar fastigheter med fokus på människorna som vistas där. Som Sveriges ledande ägare av samhällsfastigheter bidrar Hemsö till en viktig del av samhället och skapar hållbar tillväxt för svenska pensionspengar genom vår största ägare Tredje AP-fonden. Med vår kompetens och erfarenhet i samverkan med den offentliga sektorn ser vi till att den verksamhet som ska bedrivas i huset får bäst förutsättningar nu och framåt. Framtidens samhällsfastigheter skapar vi tillsammans.

## INSIGHT INTELLIGENCE

### INSIGHT INTELLIGENCE

Insight Intelligence är en analys- och kommunikationsbyrå. Vi hjälper företag, myndigheter och organisationer att definiera förändringar och attityder i sin omvärld. Vi arbetar med att analysera, paketera och kommunicera dessa insikter internt och/eller externt. Vårt arbete innefattar allt från kund- och medlemsundersökningar till bredare attityd- och marknadsundersökningar. Insight Intelligence är ett systerföretag till pr-byrån StrandbergHaage.





Insight Intelligence AB

Drottninggatan 92-94  
111 36 Stockholm  
[info@insightintelligence.se](mailto:info@insightintelligence.se)

Tel: +46 8 410 129 00