

Dejting i Sverige -
var svenskarna finner kärleken

[SOM-rapport nr 2025:44]



Innehållsförteckning

Introduktion	1
Figur 1 Svarsfrekvens i olika åldersgrupper 2000–2024 (procent)	2
Tabell 1 Lathund för procentskattningar vid olika gruppstorlekar (felmarginaler och procentenheter) ...	2
Var uppstår kärleken i Sverige?	3
Genom vänner – den vanligaste platsen att hitta en partner	4
Föreningslivet och romantik	5
Vad innebär en annan plats?	5
Figur 2. Fördelning av fritextsvar ”Annan plats” Medborgarpanelen, procent	6
En annan tid - en annan plats	6
Kärleken är evig men dejting i förändring	7
Tabell 2 Träffat partner efter bakgrundsfaktorer, 2024 (procent)	8
Tabell 3 Träffat partner efter politisk orientering och sexuell läggning, 2024 (procent)	9
Tabell 4 Träffat partner efter ekonomiska bakgrundsfaktorer och föreningsengagemang, 2024 (procent)	10
Referenser	11



Introduktion

SOM-undersökningarna genomförs varje år sedan 1986 av SOM-institutet vid Göteborgs universitet. Syftet med undersökningarna är att kartlägga svensk opinion och belysa hur svenska folkets vanor och attityder förändras över tid. SOM-institutet är en centrumbildning vid Institutionen för journalistik, medier och kommunikation (JMG), Göteborgs universitet och har sin bakgrund i ett långvarigt samarbete mellan de två grundarinstitutionerna Statsvetenskapliga institutionen och Institutionen för journalistik, medier och kommunikation (JMG). Sedan 2017 är SOM-institutet även inrättat som en fakultetsgemensam forskningsinfrastruktur vid samhällsvetenskapliga fakulteten, Göteborgs universitet. Den nationella SOM-undersökningen genomförs i samverkan med forskare från olika discipliner, främst inom samhällsvetenskap.

SOM-undersökningens rapportserie står för en betydande del av resultatredovisningen av SOM-undersökningarna. Resultat publiceras även i form av presentationer och fördjupade analyser i de återkommande forskarantologierna. Alla publikationer finns tillgängliga för nedladdning på SOM-institutets webbsida www.gu.se/som-insitutet. En utförlig metoddokumentation från den nationella SOM-undersökningen 2024 finns tillgänglig på hemsidan¹.

Den nationella SOM-undersökningen 2024

Fältarbetet för den nationella SOM-undersökningen följer i huvudsak samma upplägg från år till år. Undersökningen 2024 använde en undersökningsdesign som kallas blandad datainsamling (*mixed mode*) vilket innebär att data primärt samlades in via postenkäter, men respondenterna gavs även möjlighet att fylla i enkäten på internet.

Undersökningen skickades ut till ett sannolikhetsurval av den svenska befolkningen. Urvalsramen innefattade alla svenska och utländska medborgare som har sin primära adress i Sverige och som är minst 16 år. År 2024 ingick 26 250 personer i det totala urvalet. Den totala urvalsstorleken delades in i sju jämnstora grupper till vilka olika editioner av SOM-undersökningen 2024 skickades. Samtliga formulär innehöll 12 sidor med frågor varav ett antal sidor är fyllda med projektspecifika frågor vilka varierar mellan formulären.

Svaren samlades in mellan den 16 september och 30 december 2024. En stor andel av svaren inkom tidigt och 30 dagar in i fältarbetet hade närmare 70 procent av de slutgiltiga svaren kommit in. Under fältperioden genomfördes en serie påminnelser via post, SMS och till digital brevlåda.

Svarsfrekvens och representativitet

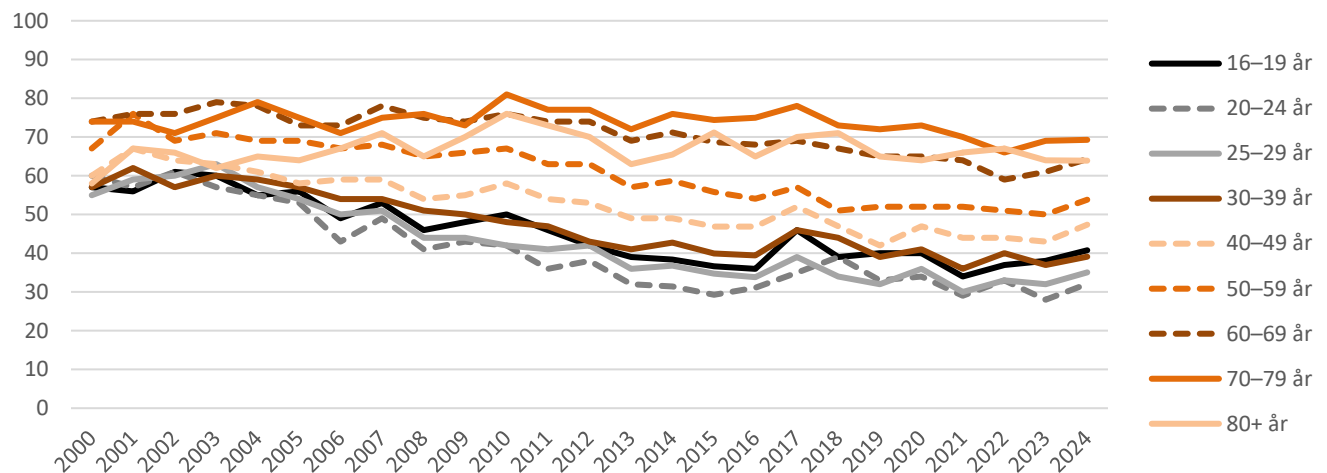
Av det ursprungliga urvalet på totalt 26 250 personer var det 12 878 personer som besvarade och skickade in formuläret vilket motsvarar en nettosvarsfrekvens på 51 procent².

Vilka som svarar och vilka som inte svarar på en frågeundersökning har betydelse för tolkningen av undersökningens resultat. Om en viss grupp är underrepresenterad och samma grupps svar tenderar att skilja sig från övrigas blir studiens resultat mindre giltiga för populationen som helhet. Trots att knappt hälften av respondenterna inte svarar på enkäten är den demografiska representativiteten i svarsgruppen god i de flesta avseenden. I figur 1 görs det däremot tydligt att en lägre andel i de yngre åldersgrupperna svarar på den nationella SOM-undersökningen. Sedan 2017 får respondenterna en belöning i form av skraplott eller värdecheck efter inskickat svar. Tidigare forskning, samt experiment på SOM-institutet, visar att detta ger en positiv effekt på svarsfrekvensen och förbättrar de yngre åldersgruppernas representativitet.

¹ <https://www.gu.se/som-institutet/som-undersokningarna/metod-0>

² I nettosvarsfrekvensen har det så kallade naturliga bortfallet definierats bort. Till det naturliga bortfallet förs personer som är fysiskt eller mentalt oförmögna att svara på enkäten, personer som är avlidna, bortresta under större delen av fältperioden, emigrerade, har språksvårigheter eller inte alls talar svenska. Sammanlagt 1 013 personer, motsvarande 3,9 procent, har räknats bort som naturligt bortfall.

Figur 1 Svarsfrekvens i olika åldersgrupper 2000–2024 (procent)



Kommentar: I den yngsta åldersgruppen ingick 15-åringar t o m 2008. I den äldsta åldersgruppen ingick 80–85 åringar t o m 2021. Från 2022 ingår 80–90 åringar i den äldsta åldersgruppen. Från 2024 finns det ingen övre åldersgräns.

Träffsäkerheten i attitydfrågor om politiska förslag och bedömningar av ekonomin är hög trots variationen i svarsfrekvens mellan olika åldersgrupper. Frågor där det existerar större generationsskillnader, exempelvis nyhetskonsumtion, påverkas däremot något mer av att delar av befolkningen har en lägre representation i svarsunderlaget³.

Procentskattningar och felmarginaler

SOM-undersökningarna bygger på ett slumpmässigt urval av den svenska befolkningen. Resultat från sådana urvalsundersökningar är alltid förknippade med en osäkerhet som kan uttryckas i form av en felmarginal. Med hjälp av en felmarginal går det att beräkna ett konfidensintervall kring till exempel en procentskattning. Vi kan förvänta oss att procenttalet för hela populationen befinner sig inom konfidensintervallet i 95 fall av 100 i en tänkt situation med många upprepade mätningar. Att vara medveten om felmarginalen gör att vi lättare undviker att dra slutsatser om förändringar eller gruppskillnader som enbart beror på slumpen. Tabellen nedan ger några exempel på hur stor felmarginalen är vid olika gruppstorlekar och procentskattningar.

Tabell 1 Lathund för procentskattningar vid olika gruppstorlekar (felmarginaler och procentenheter)

Skattning	100	200	400	800	1 000	2 000
50 procent	±9,8	±6,9	±4,9	±3,5	±3,1	±2,2
30 procent	±9,0	±6,4	±4,5	±3,2	±2,8	±2,0
10 procent	±5,9	±4,2	±2,9	±2,1	±1,9	±1,3
6 procent	±4,7	±3,3	±2,3	±1,6	±1,5	±1,0
2 procent	±2,7	±1,9	±1,4	±1,0	±0,9	±0,6

Rapporten är framtagen av biträdande undersökningsledare Julia Bergquist och Freja Wessman. Frågorna ställdes i formulär 3. Vid frågor, kontakta SOM-institutet på info@som.gu.se eller 031 786 3300.

³ Elias Markstedt (2014) Representativitet och viktning. SOM-rapport 2014:20, SOM-institutet, Göteborgs universitet.



Var uppstår kärleken i Sverige?

Diskussionerna kring fenomenet modern dejting har under de senaste decennierna svept över Sverige och omformulerat tillvägagångssätten som svenskar skapar relationer. dejtingappen Tinder lanserades 2012 och har följts av bland annat Bumble och Hinge. Redan innan apparnas tid hade nätdejting vuxit fram i samband med hemdatorns intåg, och år 1999 grundades Spraydate - Sveriges första dejtingsajt (Internetmuseum, 2016). Idag, knappt trettio år efter att nätdejtingen gjort entré, och mer än tio år efter dejtingapparnas genomslag på marknaden, menar allt fler att vägen till kärlek har genomgått en förändring. Ensamstående svenskar verkar ha fått en ny verklighet att förhålla sig till, och även samhällets intresse för frågan har ökat. Böcker som *kärleksgapet* (Höggren, 2024) och *Kärlekens tid: dröm och verkligheten under två tusen år* (Västerbro, 2025) undersöker huruvida sättet vi letar partner på är oberoende av förändrade normer och ny teknik, eller om vi snarare är bundna till tiden vi lever i. På SVT visas publikfavoriter som *Gift vid första ögonkastet* och *Första dejten*, där kärlekssökande personer med hjälp av expertledda terapisamtal och genomarbetade matchningar försöker hitta den ideala partnern.

Det är inte bara inom populärkulturen som intresset för modern dejting breder ut sig. En del forskare talar om strukturell osäkerhet - att de tydliga normer och förväntningar som tidigare omgav parbildningen idag har ersatts med en allmän känsla av förvirring och ovisshet (Illouz, 2020). Jakten på kärlek har i allt högre grad tagits över av en marknadslogik som får dagens singlar att förlita sig mer på coacher, experter och dejtingappar, snarare än på sin egen känsla och förmåga att hitta rätt. Den ideala partnern saluförs som utbud på en *dejtingmarknad* och kärleken blir i allt högre grad något som konsumeras (Hochschild, 2012). Andra forskare lyfter att den ökande förekomsten av tillfälliga förbindelser kan ses som en spegling av den sociala och ekonomiska kontext som gör att unga idag tar allt längre tid på sig att etablera sig som vuxna, och avsätter ett större utrymme till utforskande av relationer (Bergström, 2023). I Sverige är medelåldern vid första giftermålet på rekordhöga nivåer, 37 år för män och 35 år för kvinnor (Statistikmyndigheten SCB, 2025).

Dejtingappar är numera ett vanligt sätt att träffa en partner på. I både USA och Tyskland är nätdejting det tredje vanligaste sättet att hitta en partner och i Sverige 2021 hade lite under en tredjedel av de som bildat par de senaste tre åren träffat sin partner via nätdejting (Bergström, 2023). Dejtingapparnas utbredning gör att vi idag kan optimera vår jakt på kärlek genom att swipea fram en potentiell partner helt baserat på individuella preferenser. Det här senmoderna sättet att förhålla sig till relationsskapande har dock kommit att ifrågasättas. Sociologen Hartmut Rosa (2018) pekar på svårigheten i att försöka planera, förutse eller på annat sätt effektivisera uppkomsten av relationer, och framhåller i stället vikten av att det sker bortom vår kontroll. Genom att tillämpa en alltmer instrumentell och optimeringsfokuserad syn på relationsskapande så riskerar vi paradoxalt nog att gå miste om den kontakt som enbart kan uppstå genom oförutsägbara möten (Rosa, 2018). Samtidigt som användandet av dejtingappar riskerar att göra vägen till kärlek alltmer snäv och förutsägbar ger det oss en ökad möjlighet att träffa personer vi saknar kontaktyta med i vårt vardagliga liv. Innan internet och dejtingapparna gjorde sitt intåg utgjorde både vänner, familj och det offentliga rummet mycket viktiga komponenter i sökandet efter en partner (Bergström 2023; Illouz, 2020). Den moderna dejtingkulturen kan dock ha lett till en allt tydligare uppdelning mellan den privata och den offentliga sfären, vilket gör att en mindre del av det sociala umgänget med syfte att hitta en partner sker på offentliga platser. Dejtande blir i allt högre grad något privat som står utanför familjens, vännernas och andra personers inflytande och insyn (Bergström, 2023). En möjlig konsekvens av detta är att det sociala umgänget blir mer slutet och att sannolikheten att träffas av "en ren slump" således minskar.



Ungefär samtidigt som dejtingapparnas intåg har också diskussioner om ökad ensamhet och minskat barnafödande börjat florerat i samhällsdebatten. År 2018 blev *incel* (involuntary celibacy) ett av årets nyord, vilket beskriver män som ofrivilligt lever utanför en kärleksrelation (Isof, 2018). Även om svenskarna inte nödvändigtvis är mindre ensamma jämfört med människor i övriga Europa finns det en påtaglig demografisk skillnad inom landets gränser. I Sverige upplever yngre en större subjektiv ensamhet än äldre, trots att de umgås mer med vänner (Brülde & Fors, 2015; Folkhälsomyndigheten, 2024). Ensamhet är ett begrepp som kan förstås ur många perspektiv, men det är samtidigt inte helt osannolikt att skillnader i ensamhet kan hänga samman med förändringar på ett bredare samhällsplan. Barnafödandet i Sverige är likt många andra länder nere på historiskt låga nivåer (Statistikmyndigheten SCB, 2024). Även om orsaken till det sjunkande barnafödandet inte ännu är klarlagd kan frågan om parbildning bli en potentiellt viktig pusselbit i att förstå hur familjebildning sker eller inte sker i dagens Sverige. Dessutom verkar de etablerade dejtingapparna få det alltmer motigt. Antalet medlemmar har under senare år sjunkit, och allt fler upplever en större frustration och skepsis till om apparna verkligen fungerar som en väg till kärlek (Höggren, 2024; Sääf & Radlovacki, 2024).

Mot bakgrund av det förändrade landskapet för parbildning och den ökade uppmärksamheten kring fenomenet dejting ställde SOM-institutet 2024 frågan om var svenskarna har träffat sin partner. Frågan löd: "Var träffade du din nuvarande/senaste partner?" med svarsalternativen: "Via dejtingapp/hemsida", "Internet (ej dejtingsajt)", "På bar, restaurang eller nattklubb", "Genom vänner", "På arbetsplatsen", "Via familjen", "I skolan/högskolan/universitetet", "Via hobby/föreningsliv", "Som grannar", "Annan plats" samt "Ej aktuellt". Tabell 2,3 och 4 redovisar fördelningen av hur de svarande har träffat sin partner, nedbrutet på olika bakgrundsfaktorer.

Genom vänner – den vanligaste platsen att hitta en partner

I 2024 års mätning var det absolut vanligast att ha träffat sin partner genom vänner (Tabell 2). Nästan var fjärde har träffat sin nuvarande eller senaste partner på detta sätt. Resultatet faller ut lika över nästan alla grupper, oavsett ideologi, utbildningsnivå eller ålder. Med andra ord spelar vänner fortfarande en signifikant roll i relationsskapandet, och parbildningen sker generellt sett fortfarande ofta inom den redan befintliga sociala kretsen.

Det sätt som är näst vanligast att träffas på är ute på en bar, restaurang eller klubb, följt av annan plats. Dessa två kategorier är dock något mer vanligt förekommande bland de äldre än yngre. Bland svarspersoner under 30 år är skolan en betydligt vanligare plats att träffa en partner än på en bar. Inom denna grupp är dejtingappar och övriga internet sammantaget ett nästan lika vanligt sätt att träffas på som i skolan. Bland de mellan 30–49 år är digitala mötesplatser vanligast förekommande och var fjärde inom denna åldersgrupp har träffat sin partner digitalt. En regressionsanalys visar att det är signifikant mer troligt att ha träffat sin partner digitalt om man är yngre i jämförelse med äldre ($b = -0.45$, $SE = 0.01$, $p < .001$). Att träffas via digitala plattformar är dessutom vanligare bland högutbildade och storstadsbor, jämfört med personer med lägre utbildning och boende på landsbygden.

I kontrast till internets och dejtingapparnas viktiga roll som mötesplats för de yngre så har svarsalternativet annan plats en desto viktigare funktion för de över 50 år. Bland svarspersoner över 65 år uppger hela 23 procent att de har träffats på annan plats, det vill säga en plats som inte går att kategorisera in i något av de övriga alternativen. Att yngre till stor del har träffat sin partner via dejtingappar eller internet och äldre i större utsträckning träffat sin partner ute på krogen eller vid annan plats, tyder på en trolig generationsskillnad i hur vi går till väga och vilka miljöer (fysiska eller digitala) vi rör oss i när vi träffar en partner.



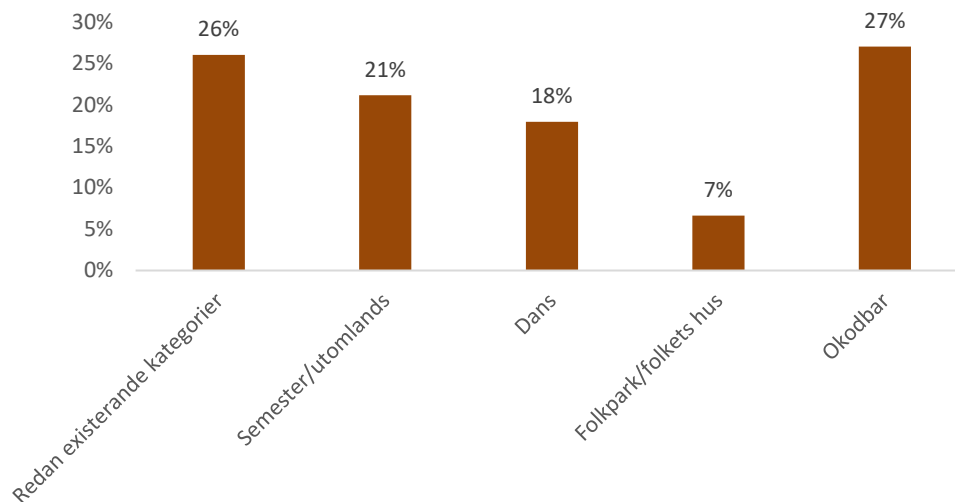
Föreningslivet och romantik

Det svenska föreningslivet har historiskt spelat en viktig roll i samhället, både som mötesplats, plattform för folkbildning och sociala rörelser samt fostran av demokratiska ideal. Men hur vanligt är det idag att träffa en partner via föreningslivet? Fem procent av svenskarna uppger att de har träffat sin nuvarande eller senaste partner via hobby eller föreningsliv. Bland de som uppgett att de är med i en idrotts- eller friluftsförening är motsvarande siffra 8 procent, samt 10 procent bland de som är medlemmar i en kulturförening (Tabell 4). Med andra ord verkar föreningslivet på ett generellt plan kunna utgöra en grogrund för potentiellt framtida romanser.

Vad innebär en annan plats?

Då totalt 14 procent och hela 23 procent av de över 65 år uppgav att de träffat sin partner på annan plats behövdes den här kategorin undersökas ytterligare, för att se om frågan behövde kompletteras med något ytterligare svarsalternativ i framtida mätningar, samt förstå vad annan plats innebär. Därför genomfördes en utökad undersökning av frågan i SOM-institutets webbpanel *Medborgarpanelen*. Genom att undersöka ett stratifierat urval bland Medborgarpanelens sannolikhetsrekryterade deltagare fanns möjligheten att gräva i vad en annan plats kunde innebära. De svarspersoner som uppgett att de hade träffat sin partner på annan plats fick med egna ord beskriva vad för typ av plats det rörde sig om. Resultaten i Medborgarpanelen visar en liknande fördelning bland svarsalternativen som i den nationella SOM-undersökningen, med vänner som det vanligaste alternativet. En betydande del även i Medborgarpanelens undersökning, nio procent av de svarande, uppgav annan plats som svar på var de träffade sin partner, och totalt 410 av de svarande hade beskrivit denna plats i fritext.

Cirka en fjärdedel av fritextsvaren gick att koda in i redan existerande kategorier, men det skapades även tre ytterligare kategorier för de vanligaste förekommande beskrivningarna (Figur 2). 21 procent uppgav att de hade träffats på resa eller semester, däribland i skidbackar, i havet på andra sidan jorden eller på musikfestivaler i Europa. 18 procent av de svarande hade träffats genom att gå på dans, dansställe eller dansbana. En annan vanligt förekommande plats var folkets park eller folkets hus, vilket 7 procent hade uppgett som svar. Kvar återstod 27 procent av de som angett ett svar i fritext som varken gick att koda in i nya eller gamla kategorier på grund av dess blandade karaktär. En betydande andel av fritextsvaren innehåller med andra ord en stor variation av miljöer, platser och sammanhang där svenskarna har hittat kärleken.

Figur 2. Fördelning av fritextsvar "Annan plats" Medborgarpanelen, procent

Kommentar: Fördelning av 410 fritextsvar av "Annan plats" av frågan "Var träffade du din nuvarande/senaste partner?", Redan existerande kategorier är fritextsvar som gick att koda in i någon av följande redan existerande kategorier: "Via dejtingapp/hemsida", "Internet (ej dejtingsajt)", "På bar, restaurang eller nattklubb", "Genom vänner", "På arbetsplatsen", "Via familjen", "I skolan/högskolan/universitetet", "Via hobby/föreningsliv", "Som grannar" och "Ej aktuellt". I figuren redovisas tre nya koder som togs fram genom fritextsvaren: "Semester/utomlands", "Dans", Folkpark/folkets hus" och "Okodbar". "Okodbar" innebar en så pass stor variation att det inte gick att skapa fler underkategorier. 5 519 svarande för hela frågan, 410 svarande i fritext för "Annan plats".

Källa: Medborgarpanelen SOM-institutet, februari 2024.

En annan tid - en annan plats

Vad går att säga om dessa kärlekens okodbara platser, som inte passar in i någon redan existerande kategori? Den bredd som finns att utläsa i svaren vittnar om att kärleken går att hitta precis överallt, på exempelvis en grusväg, mitt i stan, på en spårvagn eller på någon annans bröllop. Ett kärleksmöte kan ske i den lokala mataffären såväl som långt ute i naturen, på de mest vardagliga platser och platser där vi aldrig skulle tro att ett sådant möte skulle kunna uppstå. Medelåldern bland de som i fritext har beskrivit var de träffat kärleken är 64 år. En begränsning med hur frågan är ställd gör att vi inte kan veta säkert när personerna träffades, men det är inte osannolikt att många av dessa möten skedde en bit bak i tiden. I kontrast mot dejtingapparnas instrumentella sorterande och kategoriserande framstår dessa "andra platser" som betydligt mer spontana och oförutsägbara. Ett möte på en annan plats gör det omöjligt att på förhand ta del av den typ av information som dejtingapparna vanligtvis tillhandahåller, så som utbildningsnivå, fritidsintressen eller politiska åsikter hos den presumtiva partnern. Den generationsskillnad som går att utläsa i våra resultat skulle även kunna härledas till ett förändrat beteende i det offentliga rummet. Att ständigt gå runt med en smartphone i handen eller med hörlurar i öronen skulle möjligtvis kunna utgöra ett hinder för den typ av spontana möten och interaktioner som verkar ha varit betydligt vanligare förr. En annan plats som möte för kärlek riskerar alltså att främst tillhöra en annan tid, där få unga idag hittar kärleken.

Kärleken är evig men dejting i förändring

"Andras kärlek kan man aldrig förstå" skrev Simone de Beauvoir (2018), men vårt försök att kartlägga de platser där svenskarna träffar sina partners ger åtminstone en övergripande bild av var kärleken kan uppstå. Att träffa kärleken genom vänner är vanligt oavsett bakgrund. Även föreningslivet verkar kunna vara en möjlig plats för parbildning, åtminstone om man är aktiv i en idrotts- eller kulturförening. Digitala plattformar har blivit en allt vanligare plats för yngre, medan de mer spontana mötena på oväntade platser är betydligt vanligare bland de äldre. Då vi saknar mätpunkter över en längre tid kan vi ännu bara spekulera kring om resultaten indikerar på en djupgående förändring i hur svenskarna hittar kärleken, eller om det rör sig om en mer kortsiktig trend där ny teknik tillfälligt skakar om annars stabila mönster. Riktad blick framåt är kanske den största frågan vad som kan komma att ersätta det nutida swipeandet, som verkar ge upphov till frustration hos kärlekslängtande individer. Kommer vi bryta med det senmoderna samhällets strävan efter optimering och effektivisering och ge det spontana mötet på en *annan plats* en chans att göra come-back? Oavsett vad framtiden har att erbjuda visar våra resultat att kärleken går att hitta nästan överallt.

Tabell 2 Träffat partner efter bakgrundsfaktorer, 2024 (procent)

		Dejtingapp/ dejtingsida	Internet	Bar/ restaurang/ nattklubb	Genom vänner	Via arbets- platsen	Via familjen	Via skolan/ högskolan/ universitetet	Via hobby/ föreningsliv	Som grannar	Annan plats	Summa procent	Antal svarande
	<i>Samtliga</i>	12	3	14	24	13	2	11	5	2	14	100	1 557
<i>Kön</i>	Kvinna	11	2	12	24	16	3	11	5	1	15	100	819
	Man	12	3	16	25	11	2	12	4	2	13	100	735
<i>Ålder</i>	16–29 år	17	7	10	23	6	0	25	5	1	6	100	154
	30–49 år	20	5	11	23	15	3	12	4	1	6	100	439
	50–64 år	11	1	17	28	13	3	7	6	2	12	100	434
	65+ år	4	1	15	24	15	2	9	5	2	23	100	530
<i>Utbildning¹</i>	Låg	3	3	12	23	11	4	6	1	3	34	100	173
	Medellåg	9	5	16	25	13	3	10	4	2	13	100	441
	Medelhög	12	1	17	27	15	2	6	4	2	14	100	347
	Hög	16	2	11	23	14	2	16	7	1	8	100	580
<i>Yrkesgrupp²</i>	Tjänstemän	12	2	13	25	16	2	13	6	1	10	100	892
	Egenföretagare inkl. lantbrukare	8	1	18	27	10	1	5	8	3	19	100	79
	Arbetare	10	5	15	24	12	3	8	2	2	19	100	429
<i>Boende- område</i>	Ren landsbygd	12	2	14	25	13	2	8	5	1	18	100	247
	Mindre tätort	8	3	16	22	12	4	12	5	3	15	100	267
	Stad/större tätort	12	3	13	26	14	2	11	5	1	13	100	721
	Sthlm/Gbg/Malmö	15	3	13	24	14	2	12	5	1	11	100	304
<i>Tillit till andra människor³</i>	Låg (0–4)	13	6	9	24	14	3	11	3	3	14	100	237
	Medel (5–7)	11	2	15	25	13	2	10	5	2	15	100	791
	Hög (8–10)	12	2	15	25	13	2	12	6	2	11	100	513

Kommentar: Frågan lyder 'Var träffade du din nuvarande/senaste partner?', svarsalternativen framkommer ur tabellen. ¹Låg = grundskola eller motsvarande, Medellåg = gymnasium eller motsvarande, Medelhög = eftergymnasial utbildning ej högskola/universitet eller högskola/universitet kortare än 3 år, Hög = högskola/universitet minst 3 år. ²Yrkesgruppkategori baserad på fråga om yrke samt fråga om yrkesgrupp. Tjänstemän = 'Hög tjänsteman; ledande befattning', 'kvalificerad tjänsteman' och 'övrig tjänsteman', Egenföretagare inkl. lantbrukare = 'småföretagare exkl. lantbrukare' och 'lantbrukare m.fl.', Arbetare = 'arbetsledare; tekniker', 'yrkesutbildad inom handel/service/omsorg', 'yrkesutbildad arbetare' och 'övrig arbetare'. ³Frågan lyder: 'Enligt din mening, i vilken utsträckning går det att lita på människor i allmänhet?' Därefter följer en elvgradig skala från 0–10 där 0 motsvarar 'Det går inte att lita på människor i allmänhet' och 10 'Det går att lita på människor i allmänhet'. Resultat i parentes bygger på svarstal under 50 personer.
Källa: Den nationella SOM-undersökningen 2024.

Tabell 3 Träffat partner efter politisk orientering och politiskt intresse, 2024 (procent)

		Dejtingapp/ dejtingsida	Internet	Bar/ restaurang /nattklubb	Genom vänner	Via arbets- platsen	Via familjen	Via skolan/ högskolan/ universitetet	Via hobby /föreningsliv	Som grannar	Annan plats	Summa procent	Antal svarande
	<i>Samtliga</i>	12	3	14	24	13	2	11	5	2	14	100	1 557
<i>Politiskt intresse</i>	Mycket intresserad	13	1	10	22	18	1	16	5	2	12	100	278
	Ganska intresserad	10	3	16	26	13	2	10	5	2	13	100	757
	Inte särskilt intresserad	13	3	14	24	12	2	9	5	1	17	100	414
	Inte alls intresserad	11	2	8	24	10	10	17	2	0	16	100	89
<i>Ideologisk orientering¹</i>	Klart till vänster	14	3	14	16	13	3	16	4	1	16	100	174
	Något till vänster	13	3	11	28	14	2	8	7	3	11	100	349
	Varken till vänster eller höger	9	2	13	25	13	4	9	4	2	19	100	420
	Något till höger	12	2	18	26	12	2	15	4	0	9	100	363
	Klart till höger	12	4	15	24	17	1	10	4	1	12	100	213
<i>Partisynpati</i>	Vänsterpartiet	18	4	10	19	14	3	14	5	3	10	100	110
	Socialdemokraterna	8	2	13	29	13	3	6	5	3	18	100	434
	Centerpartiet	16	1	12	24	12	0	19	3	1	12	100	74
	Liberalerna	(7)	(2)	(16)	(35)	(12)	(0)	(14)	(5)	(0)	(9)	100	43
	Moderaterna	13	1	17	24	14	2	12	5	1	11	100	365
	Kristdemokraterna	(10)	(2)	(10)	(23)	(19)	(4)	(16)	(4)	(0)	(12)	100	49
	Miljöpartiet	15	4	8	20	15	1	19	10	0	8	100	102
	Sverigedemokraterna	12	7	18	16	15	2	10	2	2	16	100	177

Kommentar: För frågans lydelse se tabell 2. ¹Frågan lyder: 'Man talar ibland om att politiska åsikter kan placeras in på en vänster–högerskala. Var någonstans skulle du placera dig själv på en sådan skala?'. Resultat i parentes bygger på svarstal under 50 personer.

Källa: Den nationella SOM-undersökningen 2024.

Tabell 4 Träffat partner efter ekonomiska bakgrundsfaktorer och föreningsengagemang, 2024 (procent)

		Dejtingapp/ dejtingsida	Internet	Bar/ restaurang /nattklubb	Genom vänner	Via arbets- platsen	Via familjen	Via skolan/ högskolan/ universitetet	Via hobby /föreningsliv	Som grannar	Annan plats	Summa procent	Antal svarande
	<i>Samtliga</i>	12	3	14	24	13	2	11	5	2	14	100	1 557
<i>Egen inkomst</i>	Max 14 999 kr	6	4	10	29	9	1	16	3	1	21	100	207
	Mellan 15 000 och 24 999 kr	8	3	14	23	13	2	9	4	2	22	100	295
	Mellan 25 000 och 44 999 kr	15	3	14	23	14	3	9	5	1	13	100	603
	Minst 45 000 kr	13	1	16	27	16	1	13	6	2	5	100	408
<i>Medlemskap i¹:</i>													
<i>-Idrottsförening</i>	Ej medlem	11	3	13	25	15	2	10	3	2	16	100	1 001
	Medlem	13	2	15	26	11	2	13	8	2	8	100	480
<i>-Politisk förening</i>	Ej medlem	12	3	14	24	14	2	11	5	1	14	100	1 390
	Medlem	13	3	15	29	8	1	14	6	2	9	100	93
<i>-Facklig organisation</i>	Ej medlem	10	3	13	25	13	2	11	5	2	16	100	894
	Medlem	15	3	14	23	15	2	12	5	1	10	100	589
<i>-Kulturförening</i>	Ej medlem	13	3	14	24	14	2	11	4	2	13	100	1 279
	Medlem	6	4	13	25	12	2	13	10	1	14	100	197

Kommentar: För frågans lydelse, se tabell 2. ¹Frågan lyder 'Är du medlem i någon typ av förening/organisation?' följt av svarsalternativen 'Nej', 'Ja', '...och jag deltar aktivt i verksamheten', '...och jag har någon typ av uppdrag'. Tabellen redovisar en sammanslagning av de som är medlemmar i föreningen/organisationen.

Källa: Den nationella SOM-undersökningen 2024.



Referenser

Beauvoir, S.D. (2018). *Den brutna kvinnan*. [Lund]: Ellerströms.

Bergström, M. (2023). *Kärlekens nya lagar: hur nätdejting förändrar våra relationer*. Stockholm: Fri tanke.

Brölde, B. & Fors, F. (2015) Den svenska ensamheten: om hur olika former av ensamhet påverkar vårt välbefinnande. i Johansson, B., Oskarson, M., Oscarsson, H., Bergström, A., (red) *Fragment* (s. 47–61). SOM-institutet vid Göteborgs universitet.

Folkhälsomyndigheten. (2024). Ensamhet - förekomst, konsekvenser och åtgärder.

<https://www.folkhalsomyndigheten.se/contentassets/09eac2b8b63e4d79a9e1f79dcbc71409/ensamhet-forekomst-konsekvenser-atgarder.pdf>

Hochschild, A. R. (2012). *The outsourced self: intimate life in market times* (1st U.S. ed.). Metropolitan Books.

Höggren, M. (2024). *Kärleksgapet: dejting och vetenskapen* (Första utgåvan). Volante

Illouz, E., & Hums, S. (2020). *Därför tar kärleken slut: de negativa relationernas sociologi*. Daidalos

Internetmuseum. (2016). *En utställning om digital kärlek*. Internetstiftelsen. Hämtad [2025-08-26]

<https://internetmuseum.se/utställningar/natromans/spraydate/>

Isof. (u.å). *Nyordslistan 2018*.

<https://www.isof.se/download/18.1e4309991774c3fe50b6ea40/1612877399497/Nyordslistan%202018.pdf>

Rosa, H. (2018). *The Idea of Resonance as a Sociological Concept*. Global Dialogue. <https://globaldialogue.isa-sociology.org/articles/the-idea-of-resonance-as-a-sociological-concept>

Statistikmyndigheten SCB. (22 februari 2024). *Historiskt lågt barnafödande och lägsta folkkökningen på 22 år*.

<https://www.scb.se/pressmeddelande/historiskt-lagt-barnafodande-och-lagsta-folkokningen-pa-22-ar/>

Statistikmyndigheten SCB. (2025). *Gifta i Sverige*. <https://www.scb.se/hitta-statistik/sverige-i-siffror/manniskorna-i-sverige/gifta-i-sverige/#age>

Sääf, A., & Radlovacki, N. (17 december 2024). *Dejtingapparna tappar användare – singlar David: "Jag saknar kemin"*. <https://www.svt.se/nyheter/inrikes/dejtingapparna-tappar-anvandare-singeln-david-jag-saknar-kemin>

Västerbro, M. (2025). *Kärlekens tid: dröm och verklighet under två tusen år*. Albert Bonniers förlag

SOM-institutet vid Göteborgs universitet genomför årligen nationella och lokala frågeundersökningar och anordnar seminarier på temat Samhälle, Opinion och Medier.

SOM-institutet | Seminariegatan 1B | Box 710, 405 30 Göteborg
031 786 3300 | info@som.gu.se | www.gu.se/som-institutet

