



GENERATIONS- RAPPORTEN 2025



ungdoms
barometern



Om Ungdomsbarometern *(företaget)*...

Ungdomsbarometern är Sveriges ledande analys- och undersökningsföretag när det handlar om unga. Sedan 1991 har vi tagit tempen på Sveriges ungdomar och kartlagt allt från megatrender till snäva subkulturer inom områden som utbildning- och yrkesval, medie- och konsumtionsvanor samt värderingar och livsstil. Vi bistår allt från statliga myndigheter till intresseorganisationer, mediehus och konsumentvaruföretag att förstå dagens unga och morgondagens medborgare, medarbetare och kunder.

Utöver studien Ungdomsbarometern genomför vi årligen över ett 50-tal andra kvalitativa och kvantitativa undersökningar bland unga och andra målgrupper, och hundratals olika analyser.



...och studien Ungdomsbarometern

Studien Ungdomsbarometern, som ligger till grund för datat i denna rapport, är vår största enskilda studie och besvaras årligen av runt 15 000 15-24-åringar över hela Sverige. Med hjälp av både digitala och postala utskick samlar vi årligen in kunskap inom ett brett spektrum av områden och insamlingen för Ungdomsbarometern 2025 har genererat över 10 miljoner unika datapunkter. Till detta kommer fokusgrupper för att testa frågor och fördjupa resonemang.

Vissa frågor i studien har ställts sedan tidigt 90-tal. Det innebär att vi inte bara kan se hur attityder förändrats de senaste åren, utan faktiskt jämföra hur det sett ut mellan olika ungdomsgenerationer.

Frågor som ställs och den analys som genomförs inom ramen för denna studie hämtar inspiration och kunskap från omvärldsbevakning, forskning, dialoger med våra uppdragsgivare och intressenter - och framförallt genom att kontinuerligt möta unga. Slutsatserna i rapporten grundar sig således på mycket mer än bara de enskilda enkätfrågor som ställts, även om de naturligtvis är centrala för att kunna se förändringar över tid.

VÄLKOMMEN TILL GENERATIONS- RAPPORTEN 2025!

Sedan Ungdomsbarometern släppte den första Generationsrapporten för cirka 20 år sedan har det blivit allt vanligare att tala om generationer. Denna utveckling har varit särskilt tydlig de senaste fem åren, då vi även har gjort generationsrapporterna publika. På sociala medier ser vi dagligen nya memes om mer eller mindre träffsäkra generationsskillnader, och i traditionella medier dyker ständigt nya begrepp upp för att beskriva generationer: Greta, TikTok, Snöflinga, Beta. Oavsett benämning är det tydligt att generationsfrågor engagerar. Därför vill vi inledningsvis ge vår syn på begreppet.

Parallellt med att svenska ungdomar uppvisar vissa konservativa tendenser, vilket vi kommer att diskutera i rapporten, har vi på Ungdomsbarometern en relativt konservativ syn på begreppsbildning. Generationer är trögrörliga fenomen vars definition bör bygga på väsentliga förändringar i attityder, beteenden och värderingar över tid, inom en population som är tillräckligt gammal för att kunna studeras.

Med denna utgångspunkt beskriver vi fortfarande dagens ungdomar som en del av Generation Z – en av fyra väl etablerade generationer födda efter andra världskriget. Att nästa generation därefter kommer att kallas Generation Alpha känner vi oss också trygga i, men än så länge kan vi bara uttala oss försiktigt om denna yngre åldersgrupp

"Generationer är trögrörliga fenomen vars definition bör bygga på signifikanta förändringar i attityder, beteenden och värderingar över tid"

och då främst i deras nuvarande livsskede. De är helt enkelt inte tillräckligt gamla ännu för att vi ska kunna dra slutsatser relativt tidigare generationer om vad som utmärker generation Alpha. Med det sagt sker mycket spännande inom denna åldersgrupp och vi ser tidiga tecken på förändringar i ungdomspopulationen som drivs underifrån.

Generationsrapporten 2025 fokuserar på den nuvarande ungdomsgenerationen, både i ett samtida perspektiv och i relation till hur unga i samma ålder svarade för 5, 10 eller 30 år sedan. Just eftersom vi sannolikt står inför ett skifte har vi i årets rapport



lagt störst fokus på förändringar de senaste åren, även om längre tidsjämförelser också förekommer. Rapporten bygger på så sätt vidare på tidigare års generationsrapporter, även om vissa av de förändringar vi ser kanske inte längre är helt unika för just Generation Z.

Nytt för årets rapport är att vi inte enbart presenterar datapunkter med kommentarer och slutsatser. Vi har även bett vår Forsknings- och utvecklingschef, Jacob Strandell, Fil.dr. i sociologi, att reflektera kring resultaten ur ett sociologiskt perspektiv. Analysen sätter årets resultat i en bredare kontext av långsiktiga samhällsförändringar och kretsar kring en fråga många funderar på: *blir unga mer konservativa?* Reflektionen sammanfogar flera teman och observationer från rapporten och kan med fördel läsas som en fördjupning och framtidsspaning. Eller varför inte börja med den? Bara för att både ungdomar och Ungdomsbarometern uppvisar vissa konservativa tendenser betyder det inte att rapporten måste läsas på ett traditionellt sätt.

Stockholm, februari 2025

Ulrik Hoffman, vd
Jessica Åkerström, analyschef
Henrik Jodén, analytiker



Rättigheter & användning

Studien bakom denna rapport, **Ungdomsbarometern 2025**, är en omfattande undersökning som analyseras och sammanställs på flera olika sätt. I denna publika sammanfattning presenterar vi ett urval av de mest intressanta resultaten för att ge en inblick i ungdomars förutsättningar och perspektiv – och därmed ge dem en röst.

Vi vill att så många som möjligt tar del av rapportens insikter, men om du vill använda resultaten i **kommersiellt syfte**, vänligen kontakta oss först. **All data ägs av Ungdomsbarometern och rapporten är skyddad av upphovsrätt.**

INSIKTER I URVAL:

1 Entreprenörsandan växer
Entreprenör intar andraplatsen på listan över ungas drömyrken, och intresset för att starta eget är särskilt tydligt bland killar på gymnasiet, där en av fem helst vill starta eget direkt efter studenten.

2 Materialism och ekonomisk oro
Det ökade materialistiska fokuset syns både i intresset av att tjäna pengar, såväl som i den ökande andelen som tycker att arbetslösheten är en av de viktigaste samhällsfrågorna. Samtidigt upplever en stor andel unga ekonomisk stress, och 44% uppger att deras privatekonomi är en källa till oro.

3 Idealism på nedgång
Miljö-, klimat- och jämställdhetsfrågor är fortsatt viktiga för många unga, men intresset minskar tydligt över tid. En av tre uppger att dessa är bland de viktigaste samhällsfrågorna idag. Samtidigt är det färre som ser sitt miljöengagemang som en del av sin identitet, då endast 13% definierar sig själva som "miljövän".

4 Återgång till mer traditionella ideal och perspektiv på dejting
Synen på relationer präglas av tilltagande traditionella ideal. Hela nio av tio unga instämmer i påståendet att "målet med en relation är att hitta en person att dela resten av sitt liv med". Även dejtingnormer speglar detta, där 55% av killarna anser att det är mannen som bör betala på den första dejten.

5 Framtidssynen stabiliseras och tillvaron ljusnar
Unga är aningen mer optimistiska i sin syn på framtiden, jämfört med botten­­siffrorna 2023. En av fyra anser att samhällets framtid ser ljus ut, vilket är en viss ökning jämfört med tidigare mätningar. Dessutom upplever fler sin tillvaro som socialt stimulerande, då sex av tio uppger att deras liv är rikt på vänner.

Fakta om undersökningen:

Intervjumetod: Enkät via postal och digital inbjudan genom slumpmässiga urval*, samt fokusgrupper och djupintervjuer

Målgrupp: Unga i Sverige 15–24 år

Fältperiod: 3 oktober – 4 November 2024

Antal intervjuer: 17 445 st

*Se metodavsnittet för utförligare beskrivning

ÅRETS NYCKELFRÅGOR



Under de dryga 30 år som vi har undersökt unga har ett antal nyckelfrågor varit centrala för att förstå vad som utmärker olika ungdomsgenerationer och följa strömningar över tid. Vissa av resultaten i dessa frågor har varit extra framträdande i årets analys och fungerar därför som utgångspunkt för årets rapport. Med det inte sagt att vi stödjer analysen enbart på dem, utan som alltid baseras våra slutsatser på ett stort antal kvalitativa och kvantitativa studier. Vissa av frågorna är viktiga för att

förstå generationsperspektivet – det vill säga förändringarna över längre tid – medan andra främst lyfter relevanta skillnader från de senaste åren.

Oavsett i vilken grad dessa frågor behandlas senare i rapporten är de värda att kommentera. Dels för att ge en mer överskådlig bild av frågorna i sin helhet, dels för att erbjuda en övergripande kontext till ungdomsgenerationens utmärkande drag.



En generation av individualister

Generation Z är inte den första generationen av individualister. Men likväl är det individuella perspektivet fortfarande centralt för att förstå dagens unga, trots eller tillsammans med de tilltagande konservativa strömningar som vi återkommer till senare i rapporten.

Mot bakgrund av detta tar vi i år avstamp i frågan om hur unga själva vill bli uppfattade som personer. Vilka egenskaper ser de som viktiga? Hur ser de på sin identitet i relation till samhället? De förändringar vi observerat under de senaste åren – och i synnerhet det senaste årtiondet – utgör en röd tråd genom årets rapport. Här utforskar vi hur värderingar, självbild och identitet förändras över tid och vilka faktorer som driver utvecklingen framåt.

Fler vill vara framgångsrika och färre vill uppfattas som öppna

Två aspekter som blivit viktigare för unga över tid är att uppfattas som *framgångsrik* och *rik*. Samtidigt ser vi en av de kraftigaste minskningarna i andelen som vill uppfattas som *öppen/tolerant*. Detta tyder på ett steg mot mer konservativa värderingar men exakt vad det innebär är inte helt självklart. En ytterligare aspekt ser vi i den ökande andel som vill uppfattas som *feminina* vilket vi också kommer tillbaka till senare i rapporten.



FIGUR 1.

-33%

Andelen unga som helst vill uppfattas som öppen/tolerant har minskat rejält under senaste decenniet. Från 43% år 2014 till 29% år 2024.

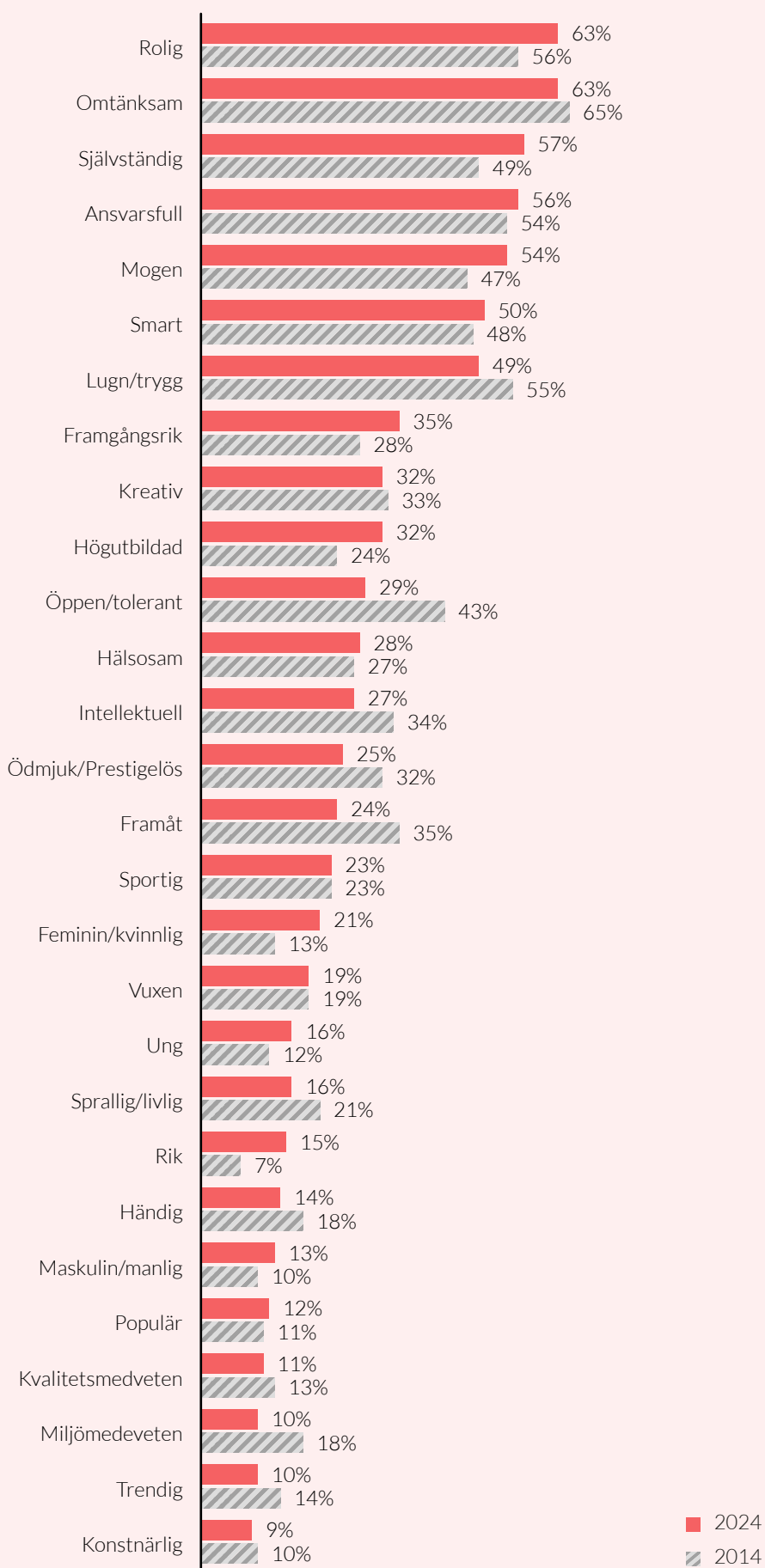
"Hela grejen med att allting ska vara så himla politiskt korrekt och att alla är så himla känsliga nu för tiden tror jag har gått över styr och att folk äntligen fattar det."

– Kille, 19 år

FIGUR 2.

Flervalsfråga: Hur vill du helst bli uppfattad?

Topp 28 av totalt 32 alternativ redovisas



"Med den rådande ekonomiska osäkerheten känner många unga ett ökat behov av ekonomisk säkerhet, vilket leder till en återkomst av materialism och en önskan att framstå som framgångsrik."

– Tjej, 21 år



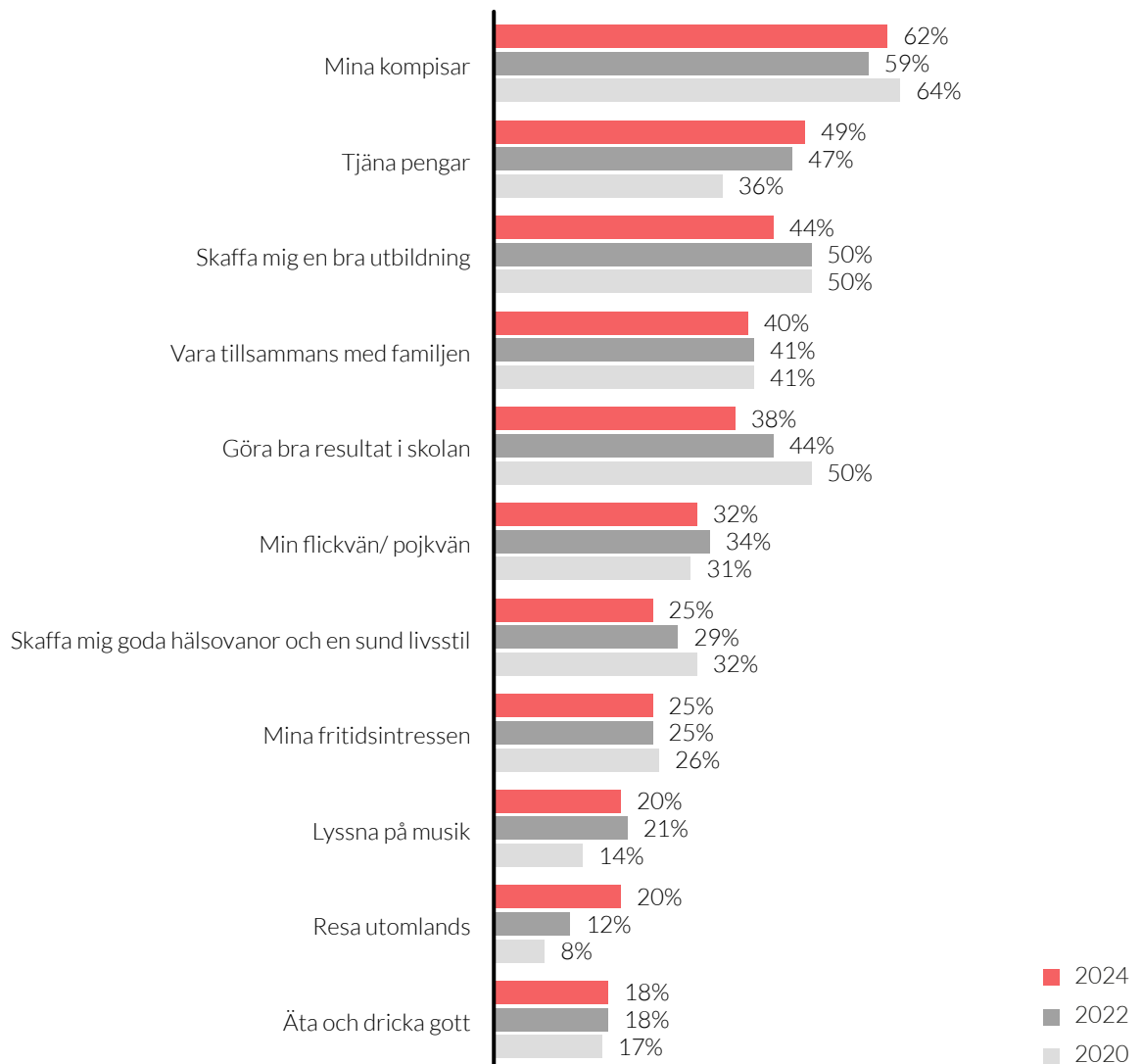
"Att starta egna företag och vara kreativa entreprenörer. Jag tror detta är fallet för fler och fler ungdomar vill tjäna mer pengar, samt känna att de själva bestämmer hur deras liv kommer utformas."

– Kille, 21 år

FIGUR 3.

Flervalsfråga: Vad är viktigast för dig just nu?

Topp 11 av totalt 21 alternativ redovisas



Tjäna pengar och resa blir viktigare

Frågan om vad som är viktigast just nu har vi i tidigare rapporter presenterat som central för att förstå Generation Z, för vilka familj, hälsa och trygghet blivit allt viktigare på bekostnad av exempelvis festande.

När vi i år tittar på ett kortare tidsperspektiv ser vi även att materialistiska värderingar fortsatt prioriteras högre. Precis som i frågan om hur unga vill bli uppfattade ser vi ett mönster där framgång i arbetslivet, här genom att tjäna pengar, blir allt

viktigare över tid. Parallellt med detta kan vi även spekulera i att pandemin och AI:s intåg kan ha påverkat synen på att prestera i skolan som en självklar väg till framgång.

En annan förändring, som vi kommer att återkomma till senare i rapporten, är den växande andelen unga som vill resa utomlands efter flera år av restriktioner och en osäker omvärld.



"Unga dricker mindre alkohol och isolerar sig mer. Det kan bero på mobiltelefoner eller pandemin. Hur som helst blir unga mer och mer asociala. Självkänt är det inte bra att dricka för mycket men fest hänger ofta ihop med sociala sammanhang. När alkohol är inblandat resulterar de även i att man lättare inleder romantiska relationer. Nu umgås ungdomar mindre och mindre. Det blir mer och mer isolerade, dricker mindre (vilket kanske är bra) men det är ett symptom på att unga inte längre umgås socialt och knyter kontakter som förr. Unga har redan nu mindre sex och jag tror att vara celibat kommer bli en trend."

– Tjej, 23 år

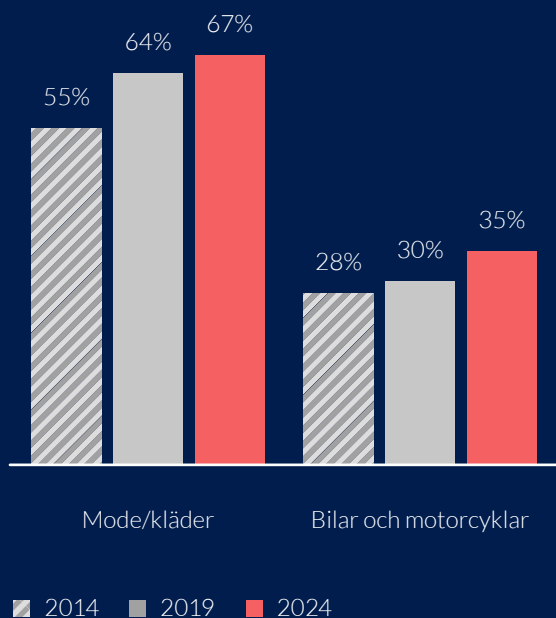
Intressen som speglar ungas värderingar och utmärkande drag

Ett annat sätt att få insikt i hur ungas attityder och värderingar har förändrats är att följa deras intressen över tid. Till höger visas ett urval av långsiktiga intresseförändringar som vi har observerat i vår data och som kan fungera som exempel på utmärkande drag hos dagens unga. Samtliga data besvarar frågan "Hur stort är ditt intresse för dessa ämnen/aktiviteter?" och redovisar andelen som svarat att de har ett mycket eller ganska stort intresse för respektive område.

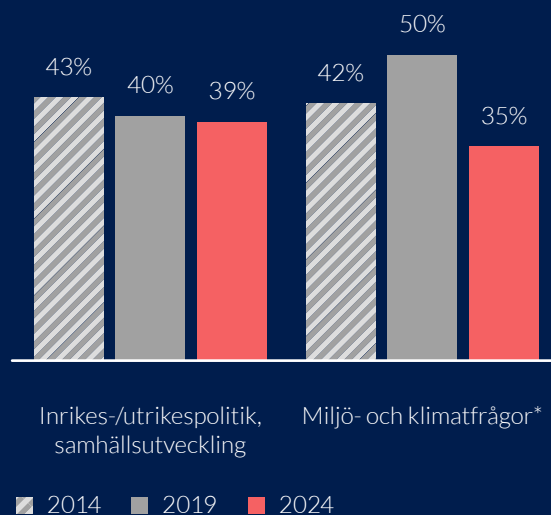
Vi ser exempelvis ytterligare tecken på en materialistisk trend genom ett växande intresse för både mode och kläder samt bilar och motorcyklar. Ungas starka individualism speglas också i ett svagt minskande intresse för samhällsfrågor under de senaste tio åren.

Ett av de karaktäristiska drag som inte framkommer i hur unga vill uppfattas, vad som är viktigast just nu eller vilka samhällsfrågor de prioriterar, är deras relation till de sociala aspekterna av livet. Detta är en viktig ingång till senare huvudinsikter, då vi under flera år har sett ett minskat intresse för att både träffa nya människor, festa och ha sex.

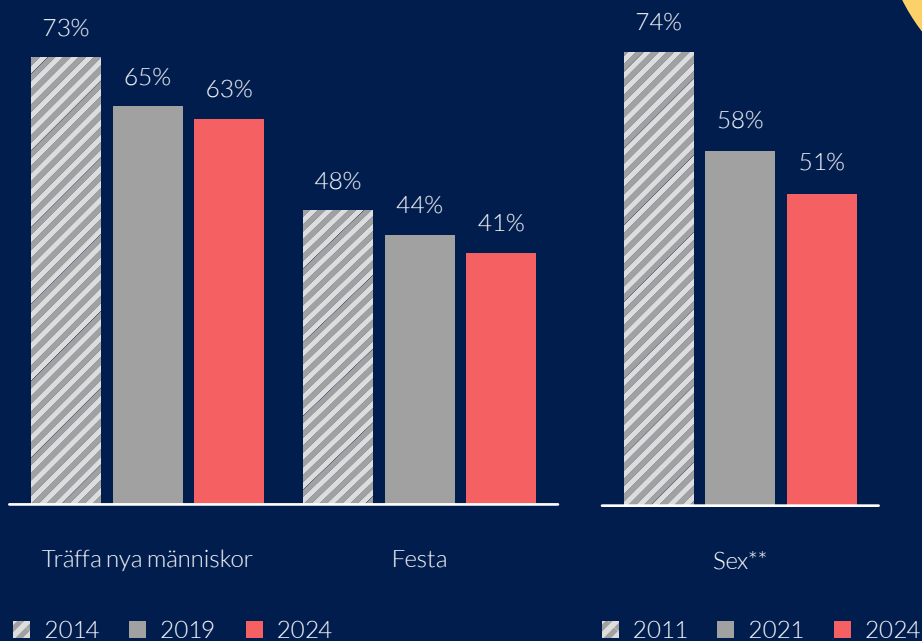
FIGUR 4.

Materialistiska trender:

FIGUR 5.

Trender inom samhällsintresse:

FIGUR 6-7.

Sociala trender:

Ungas intresse för att träffa nya människor, festa och ha sex har minskat under de senaste 10 åren – i motsats till materialistiska intressen som mode/kläder och motorfordon.

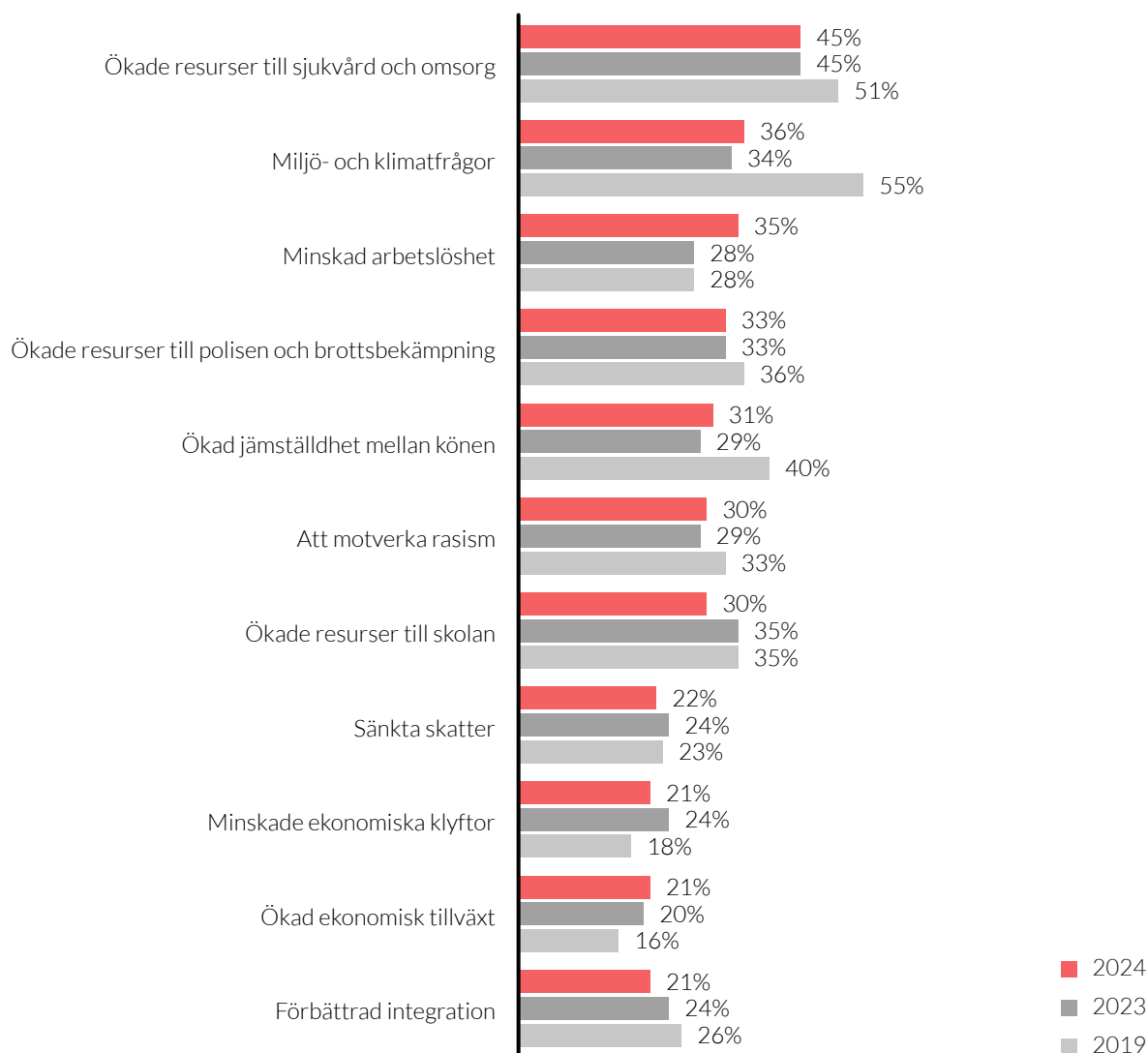
*År 2014 användes benämningen "Miljöfrågor/ekologi" för detta alternativ.

**Alternativet "Sex" ställdes varken 2019 eller 2014. Grafen har därför kompletterats med värden från 2021 och 2011.

FIGUR 8.

Flervalsfråga: Vilka av följande samhällsfrågor känns viktigast för dig?

Topp 11 av 18 alternativ redovisas



Små förändringar i prioriterade samhällsfrågor

En analys av de viktigaste samhällsfrågorna för unga över tid ger oss ett ytterligare perspektiv och lyfter blicken från det individuella. Även på samhällsnivå visar analysen att trygghet, exempelvis i form av sjukvårdsfrågor och brottsbekämpning, fortsatt prioriteras.

Många av de politiska frågor som dominerat samhällsdebatten de senaste åren ses av färre unga som viktiga, med miljö- och klimatfrågor

som det tydligaste exemplet över fem år (även om det fortsatt prioriteras högt som samhällsfråga). Samma sak kan sägas om resurser till skolan, som prioriteras lägre än tidigare år. Ett av undantagen är frågan om minskad arbetslöshet, som har fått ett uppsving det senaste året. Sannolikt förklaras detta av lågkonjunkturen och ökad ekonomisk stress.

"Vi har sett en ökning av brott mot unga och detta tror jag upprör och engagerar."

– Tjej, 22 år



"Idag så söker många unga oerhört många jobb regelbundet utan att få något, eller utan någon som helst återkoppling. Tror det kommer tas tag i hur man står ut i mängden på ett bättre sätt för att få kontakt och massa andra sätt som får en att få jobb för att minska arbetslösheten och det stora kravet på att man ska ha hur mycket erfarenhet som helst överallt när det är svårt att ens få ett jobb där man får tillfälle att skaffa erfarenheter."

– Tjej, 21 år



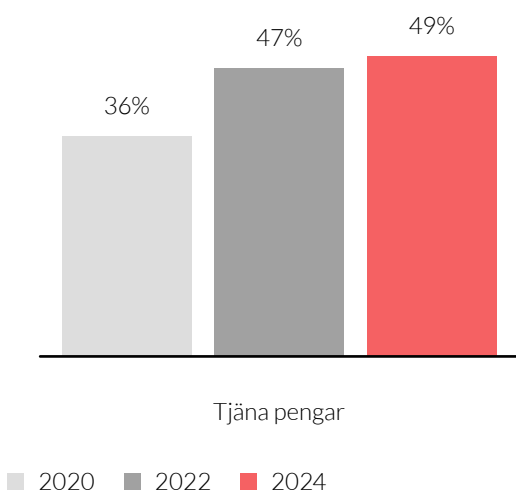
EN VÄXANDE ENTREPRENÖRSANDA



FIGUR 9.

Flervälsfråga: Vad är viktigast för dig just nu?

– Alternativ: Tjäna pengar



Pengar och framgång från tidig ålder

Fokus på ekonomi och pengar ökar i alla åldrar. Bland de allra yngsta ser vi i synnerhet en stark trend mot att fler både vill tjäna pengar och uppfattas som framgångsrika. För en generation där sociala medier i många fall fungerar som en av de främsta inspirationskällorna inför arbetslivet framstår företagande ofta som den bästa vägen till framgång.

Entreprenör eller företagsledare för att lyckas och tjäna mycket pengar

Entreprenörsandan bland unga är stark och fortsätter att växa. Andelen som vill starta eget direkt efter gymnasiet ökar, särskilt bland unga killar, och intresset för att driva eget företag är högre än någonsin. Detta reflekteras även tydligt

i topplistan över drömyrken, där "entreprenör" rankas som det näst mest populära valet, endast överträffat av det närbesläktade företagsledare/chef.

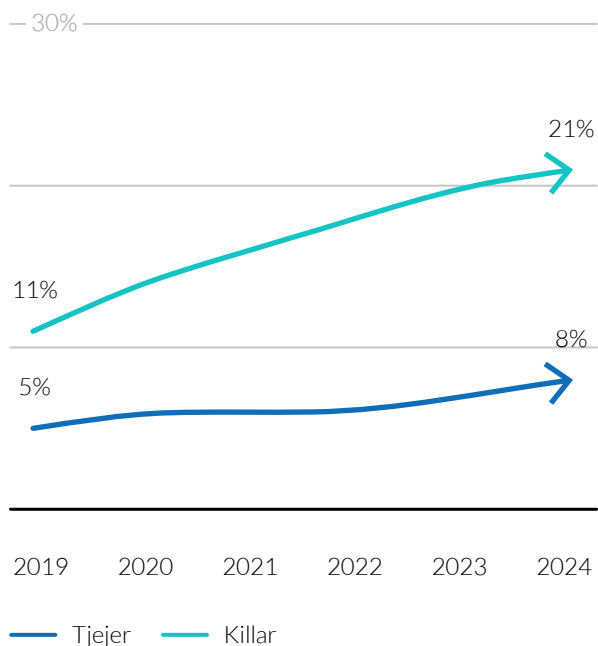
Vi hör återkommande i våra kvalitativa studier att både entreprenörsrollen och chefskapet uppfattas som klara vägar till hög inkomst, status och framgång. Många ser dessa roller som synonyma till varandra, och bilden av den åtråvärda chefsrollen har blivit smalare över tid. De som strävar efter chefskap suktar efter de högsta positionerna då intresset för mellancheferoller har minskat.

Denna binära syn på arbetslivet – där en antingen "lyckas" och tjänar mycket pengar, eller fastnar i ekorrhjulet – gör att många unga definierar sina karriärval utifrån ekonomiska mål. Samtidigt har detta en baksida, med ekonomisk stress och större förväntningar på individuell prestation som följd.

FIGUR 10.

Flervalsfråga: Vad vill du helst göra direkt efter gymnasiet? – Alternativ: "Starta eget".

Urval: Gymnasieelever **Nedbrytning:** Kön

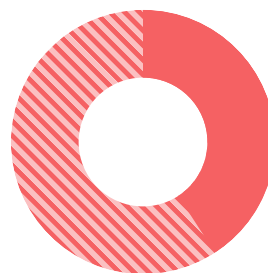


TABELL 1.

Topp tio yrken unga kan tänka sig arbeta som permanent:

1. Företagsledare / Chef (48%)
2. Entreprenör (41%)
3. Ingenjör (29%)
4. Jurist / Advokat (26%)
5. Psykolog / Psykoterapeut (24%)
6. Arkitekt / Inredningsarkitekt (23%)
7. Skådespelare / Artist (21%)
8. Forskare (20%)
9. Pilot (20%)
10. Polis (20%)

FIGUR 11.



41%

Två av fem unga har Entreprenör som ett drömyrke. 52% av unga killar kan tänka sig yrket permanent.

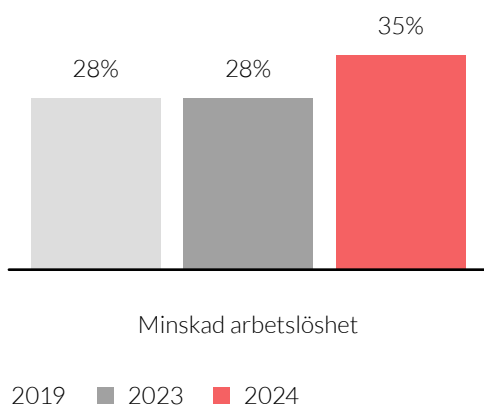
"Att starta egna företag och vara kreativa entreprenörer. Jag tror detta är fallet för fler och fler ungdomar vill tjäna mer pengar, samt känna att de själva bestämmer hur deras liv kommer utformas."

– Kille, 21 år

ÖKAD ORO FÖR DEN EKONOMISKA FRAMTIDEN

FIGUR 12.

Flervalsfråga: Vilka av följande samhällsfrågor känns viktigast för dig? – Alternativ: "Minskad arbetslöshet"



En otrygg ekonomisk framtid

Att unga prioriterar att tjäna mycket pengar kommer inte bara från ett intresse för privatekonomi utan är också en effekt av de rådande ekonomiska omständigheterna och att framtiden känns oviss. I takt med AI:s intåg i skolvärlden och på arbetsplatserna blir det även allt svårare för unga att förutse vilka kompetenser som kommer att behövas i framtiden för att säkra en plats på arbetsmarknaden. Denna osäkerhet, kombinerat med svårigheter att få jobb i många branscher, är kanske det som speglas i att "minskad arbetslöshet" blivit en av de samhällsfrågor som ökat i betydelse det senaste året.

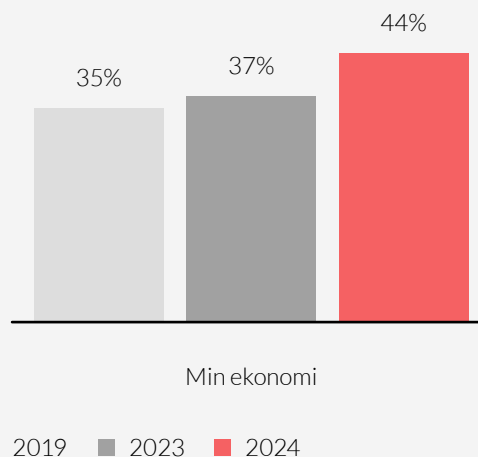
Ramarna för ekonomisk framgång förändras

Samtidigt som förändringar i samhället påverkar ungas ekonomiska förutsättningar bottnar den ökande ekonomiska stressen även i många andra faktorer. En av dessa är att dagens unga jämför sig på andra sätt än tidigare generationer. Som ung idag jämför du inte längre din framgång enbart med vänner i din hemstad, utan även med bitcoin-fantasten på TikTok som i samma ålder har startat tre företag från sin segelbåt i Maldiverna. Med dessa influenser kan det kännas svårt att vara nöjd med sina egna framgångar och att hantera förväntningarna på hur mycket pengar som behövs för att leva ett gott liv.

FIGUR 13.

Skalfråga: Hur upplever du följande saker i ditt liv just nu? – Alternativ: "Min ekonomi".

Filter: Svarat "1 – Mycket stressande" eller "2".



IDEALISTISKA VÄRDERINGAR BLIR MINDRE VIKTIGA

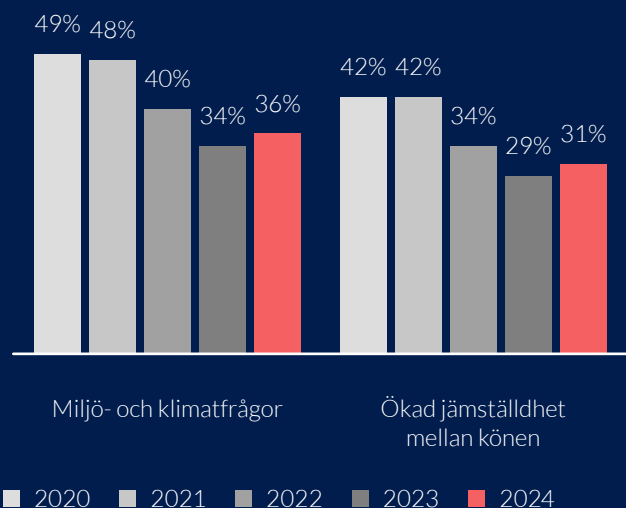
När woke blir cringe

Även om många av de frågor som kan förknippas med "woke" fortfarande rankas högt bland unga och är viktiga för vissa grupper, ser vi nu en trend där unga generellt börjar lämna dessa ideal. Intresset för frågor som jämställdhet och miljö- och klimatfrågor har minskat, och beteenden som källsortering eller klimatsmarta resor prioriteras i allt mindre utsträckning. Samtidigt syns en kraftig minskning av andelen unga som identifierar sig med politiska identiteter som feminist, antirasist eller miljövän.

Dessa förändrade prioriteringar betyder dock inte att frågorna alltid är oviktiga. Etablerade beteenden som källsortering är långsamma till sin förändring, och jämställdhet på arbetsplatser är fortfarande en självklarhet för många, särskilt tjejer. Snarare handlar det om att andra frågor och värderingar har tagit större plats. I dagens ekonomiska läge prioriteras billigare alternativ och ekonomisk trygghet framför ekologiska eller miljövänliga val. Värderingar kring könsnormer och jämställdhet tonas också ned till förmån för andra ideal.

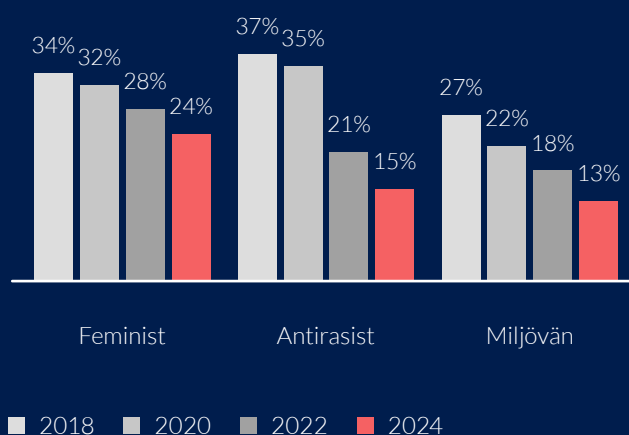
FIGUR 14.

Flervalsfråga: Vilka av följande samhällsfrågor känns viktigast för dig? – Alternativ: "Miljö- och klimatfrågor" och "Ökad jämställdhet mellan könen"



FIGUR 15.

Flervalsfråga: Här kommer en lista med olika begrepp - vilka av dem tycker du passar för att beskriva dig? – Alternativ: "Feminist", "Antirasist" och "Miljövän"





"Jag tror att det kommer bli otrendigt med dejtingappar och mer vanligt med giftemål i åldern 20-30. Vi unga vill bryta mot vårt gamla dejtingsystem."

– Tjej, 21 år

HITTA KÄRLEKEN OCH LEVA LYCKLIGT

Tillbaka till ett långsiktigt perspektiv på relationer

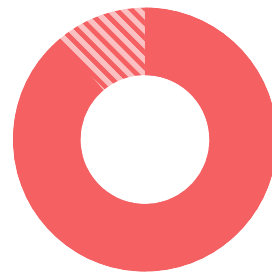
Tidigare i rapporten visade vi att ett minskande intresse för både sex och att träffa nya människor präglar Generation Z. Detta innebär dock inte att hoppet om kärlek är förlorat. Tvärtom ser vi att de som söker en partner har ett mer långsiktigt och traditionellt synsätt på sina relationer. För många handlar relationer idag om att hitta en partner för livet, även om det för alla inte nödvändigtvis innebär att de strävar efter äktenskap.

"Det har länge varit en "casual-trend" när det kommer till dejtingvärlden. Jag tror detta skiftar och att det kommer bli fler som stannar i förhållanden!"

– Kille, 23 år

Dejtingappar och situationships som utgångspunkt

Ungas erfarenheter präglas fortfarande av dejtingapparnas dynamik (även om många börjat se sig om efter andra alternativ), där fenomen som "situationships", "ghosting" och jakten på "red flags" formar upplevelsen av att söka kärlek. Dejtingapparna har i många fall lett till mer kortsiktiga och svårdefinierade relationer vilket vi ser att fler nu tar avstånd från. Denna rörelse mot ett mer traditionellt förhållningssätt kan också ses som en längtan efter trygghet i relationer. I många fall innebär det även en återgång till mer traditionellt definierade könsroller.



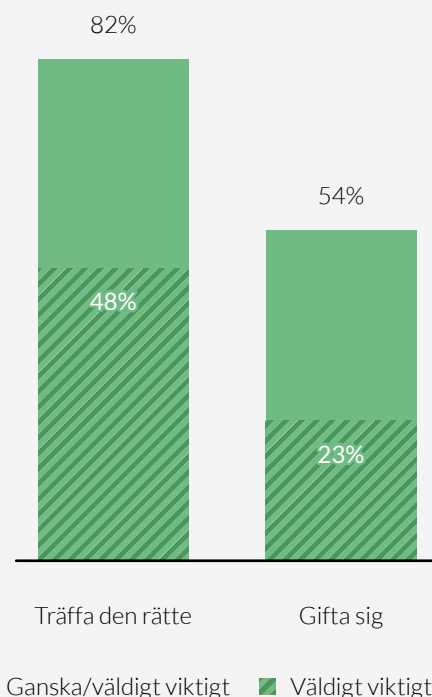
FIGUR 16.

89%

Nio av tio unga instämmer i påståendet "Målet med en relation är att hitta en person att dela resten av sitt liv med". En ökning med 14%-enheter sedan 2022.

FIGUR 17.

Skalfråga: Hur viktigt känns följande för att du ska bli nöjd med tillvaron i framtiden? – Alternativ: "Träffa den rätte" och "Gifta sig"



TRADITIONELLA ROLLER I DEJTINGLIVET

”Feminine energy” och killar som förväntas ta initiativ

För den som är bevandrad inom de delar av sociala medier där tjejer uppmuntras att omfamna en mjukare livsstil, och kultivera sin *”divine feminine energy”*, är det ingen överraskning att vi ser en återgång till mer könsstereotypa ideal i relationer. Nästan dubbelt så många tjejer vill uppfattas som feminina idag jämfört med för tio år sedan. Även om ökningen bland killar som vill uppfattas som maskulina inte är lika stor, finns det många tecken på att både killar och tjejer rör sig mot en mer traditionell syn på sina roller.

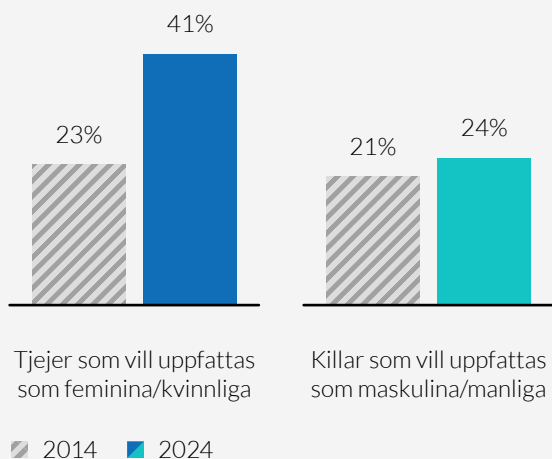
Det är viktigt att påpeka att vi här diskuterar tjejers och killars förväntningar, men att vår studie också

inkluderar individer som definierar sig utanför dessa ramar. Vi utgår i redovisningen från ett heteronormativt perspektiv på relationer för att synliggöra trenden, men förväntningarna kan skilja sig i andra konstellationer.

Med det sagt förväntar sig tjejer generellt i större utsträckning att killar ska ta initiativ, vare sig det gäller att ta första kontakten IRL, på en dejtingapp eller när det handlar om fysisk närhet. Många killar och tjejer är överens om att det är killens ansvar att betala på första dejten och att fria. Dessa attityder har dessutom förstärkts över tid. Killars vilja att betala för notan och att fria har ökat, samtidigt som tjejers förväntningar på att partnern ska ta initiativ inom dessa områden också har blivit större.

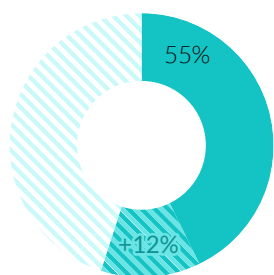
FIGUR 18.

Flervalsfråga: Hur vill du helst bli uppfattad? –
Alternativ: ”Feminin/kvinnlig” och ”Maskulin/manlig”
Nedbrytning: Kön



”Unga kommer vilja att mer och mer gå emot ”normala” och moderna samhällsnormer som att ha karriär och plugga, eller feminism och kapitalism, och leva en mer ”traditionell” livsstil som inte är lika präglad av politiska frågor, teknologi och den ultra feministiska världssynen.”

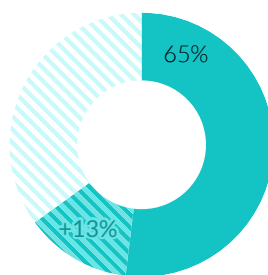
– Tjej, 18 år



FIGUR 19.

Bjuda på dejt?

Killars vilja att betala för första dejten har ökat från 43% 2017 till 55% 2024. Samtidigt förväntar sig fler tjejer bli bjudna av sin partner (31%).



FIGUR 20.

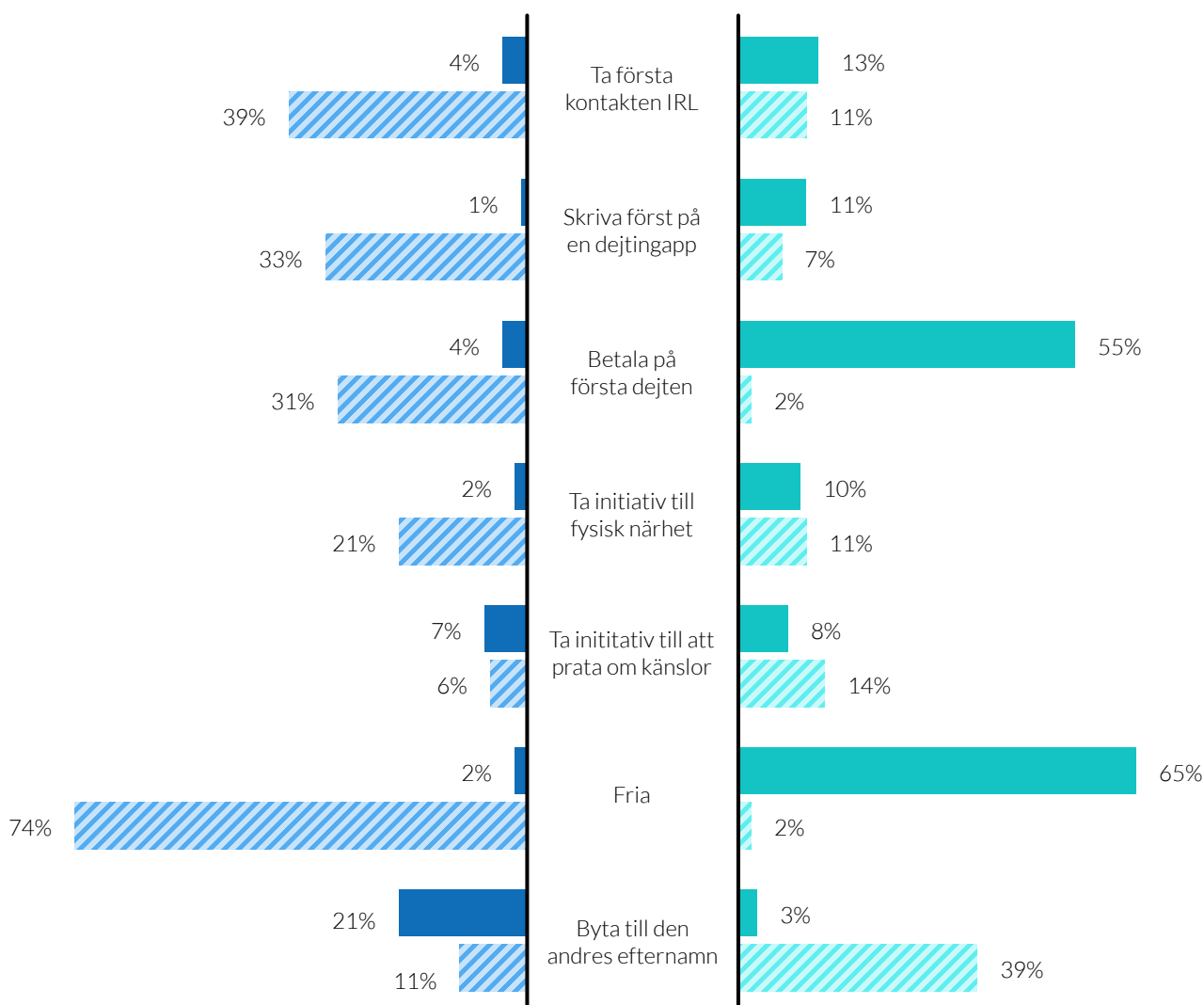
Gå ner på ett knä?

Killarnas vilja att själva fria har ökat från 52% 2017 till 65% 2024. Även fler tjejer (74%) vill att deras partner tar initiativet.

■ Kille: Jag själv ■ Skillnad sedan 2017

FIGUR 21.

Skalfråga: Om du tänker på hur du vill ha det med en partner. Vem vill du ska...



■ Tjej: Jag själv ■ Tjej: Den andre ■ Kille: Jag själv ■ Kille: Den andre

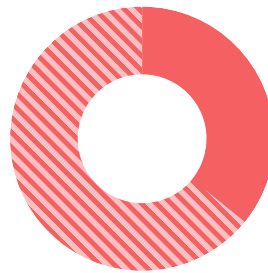
FRAMTIDSSYNNEN STABILISERAS OCH TILLVARON LJUSNAR

Svagt upp från botten

Sett till synen på samhällets framtid och utveckling utmärker sig förra året som det mörkaste bland unga sedan Ungdomsbarometern började göra sina årliga mätningar. Efter att ha nått botten kan det kanske bara gå uppåt och även om unga fortfarande ser dystert på samhällets framtid, är deras perspektiv något ljusare än tidigare.

En fördel med ungas individualistiska perspektiv är dock att det är möjligt att se mer positivt på sin egen framtid än samhällets. Trots att samhällets framtid framstår som osäker, ser tre av fyra unga ljus på sina personliga möjligheter. Denna optimism märks tydligast i de delar av livet som unga upplever som stimulerande och i deras återuppväckta nyfikenhet att utforska världen omkring sig.

FIGUR 22.



36%

En av tre unga svarar att samhällsutvecklingen är på väg i rätt riktning. En ökning från 24% på bara ett år.

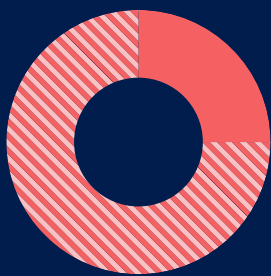
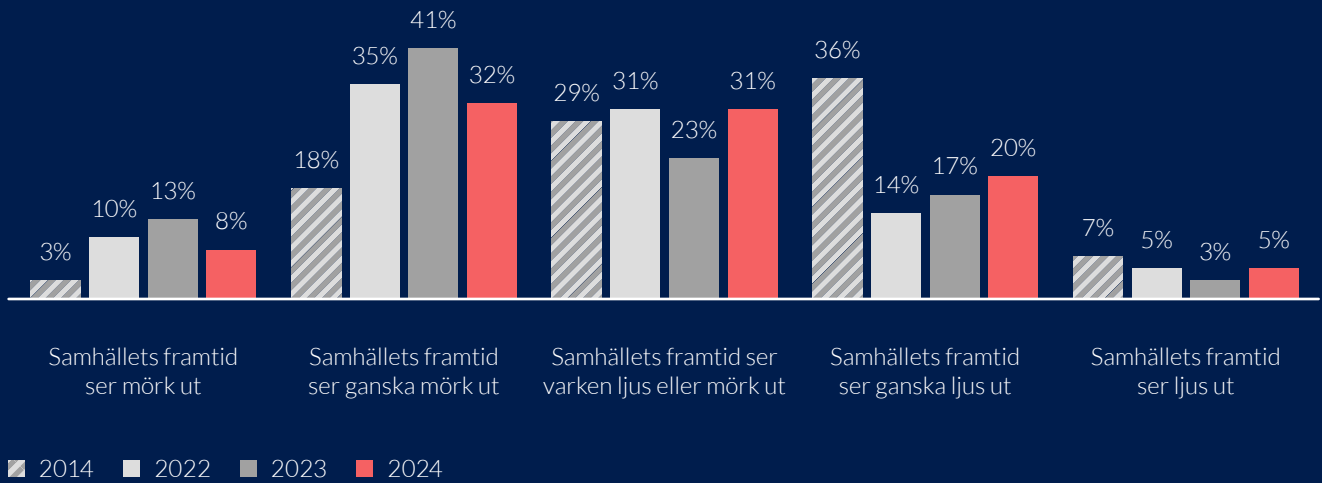


"Efter många år av filter och perfektion kommer trenderna nog börja gå mot den mer positiva vyn av människan samt miljön."

– Kille, 21 år

FIGUR 23.

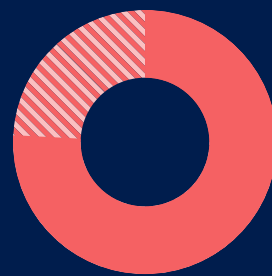
Fråga: Spontant, hur ser du på samhällets framtid?
Alternativet "Osäker/vet ej" redovisas ej



FIGUR 24.

25%

En av fyra unga ser ljust på **samhällets** framtid.



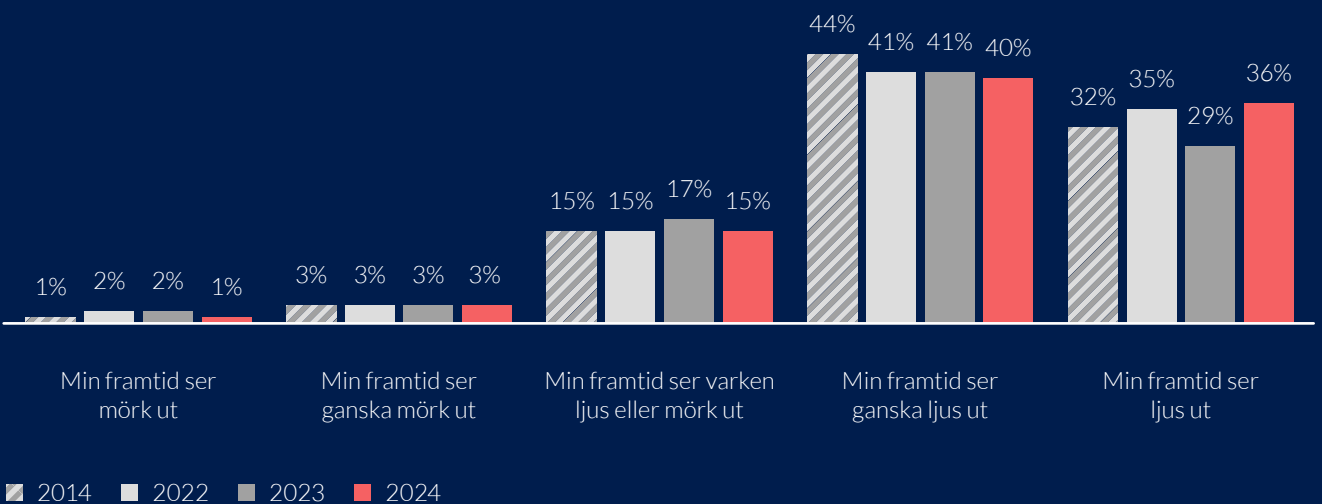
FIGUR 25.

76%

Tre av fyra unga ser ljust på **sin egen** framtid.

FIGUR 26.

Fråga: Spontant, hur ser du på din egen framtid?
Alternativet "Osäker/vet ej" redovisas ej



MER STIMULERANDE TILLVARO OCH FÖRSIKTIG NYFIKENHET

Lite mindre otryggt liv med fler vänner

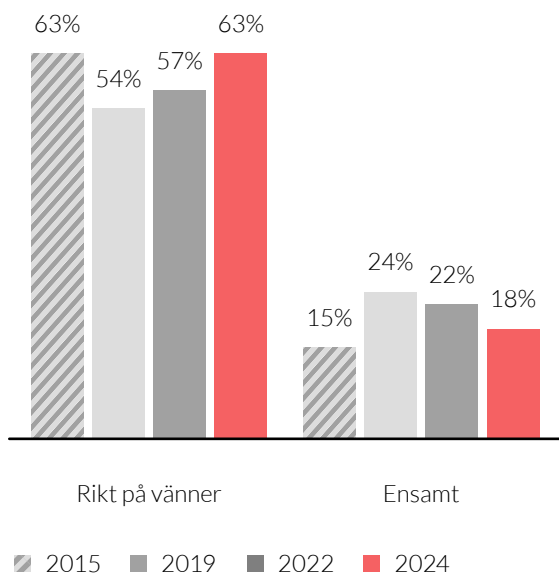
I takt med att unga börjar hitta fotfästet i en osäker omvärld ser vi att deras liv också upplevs som mer stimulerande på ett individuellt plan. En stor del av vad som gör livet meningsfullt är personerna vi delar det med, och för en generation där temat länge varit ett minskat intresse för att träffa nya människor syns nu positiva förändringar. Allt fler upplever bland annat att livet är rikt på vänner, och den något ljusare synen på framtiden återspeglas även det i ett trendbrott: andelen unga som upplever livet som tryggt har stabiliserats något efter en längre period av negativ utveckling.

FIGUR 27.

Skalfråga: Hur uppfattar du livet just nu?

Skala: "+2 – Rikt på vänner" till "-2 – Ensamt"

Filter: Sammanslaget "+2" och "+1" samt "-1" och "-2"



Återuppväckt nyfikenhet för omvärlden

Den ökande andelen unga som upplever livet som stimulerande och även ser något ljusare på framtiden kan också förklara varför nyfikenheten på omvärlden verkar få ett uppsving.

Fler unga uppger att de vill resa direkt efter gymnasiet jämfört med för tio år sedan. Dessutom har andelen som ser möjligheten att resa utomlands som en av de viktigaste faktorerna i deras liv också börjat öka efter låga värden sedan pandemin.

"Jag tycker mig se att fler och fler drar ihop sina kompisgäng och kör en fjällvandring, åker iväg och campar, åker på skidresa osv. och jag tror det kommer bli ännu mer att folk börjar komma på och hitta på mer grejer, jag tror att fler och fler börjar bli trötta på att bara sitta hemma med sina mobiler och umgås över internet och kommer därav bli mer kreativa att hitta på roliga aktiviteter tillsammans!"

– Tjej, 22 år

"Fått en känsla av fler börjar vilja åka på resor för att upptäcka nya ställen och lära känna andra kulturer."

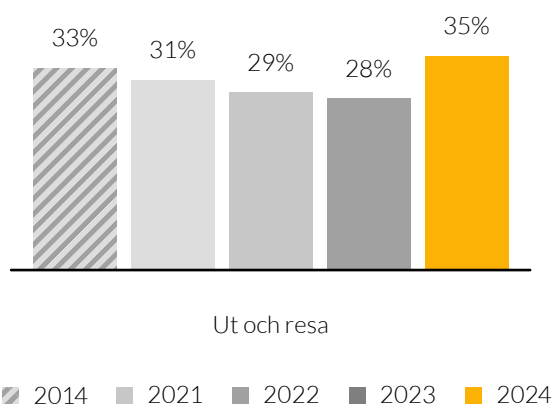
– Kille, 17 år



FIGUR 28.

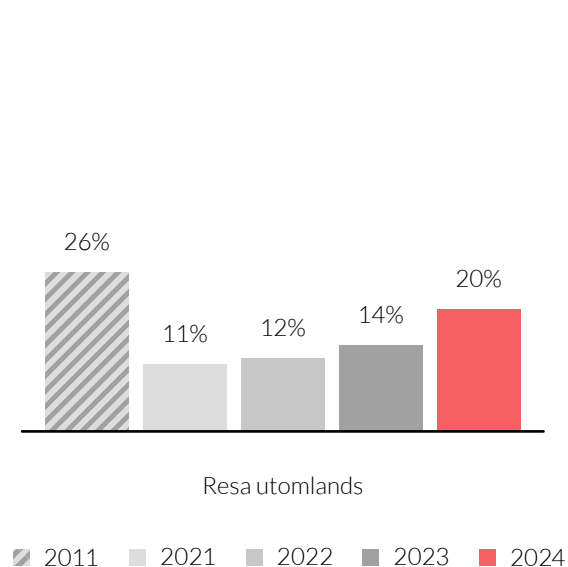
Flervalsfråga: Vad vill du helst göra direkt efter gymnasiet? – Alternativ: "Ut och resa"

Urval: Gymnasieelever



FIGUR 29.

Flervalsfråga: Vad är viktigast för dig just nu? – Alternativ: "Resa utomlands"





Blir unga mer konservativa?

Sverige har i ett halvt sekel varit ett av världens mest individualiserade länder – kanske det mest individualiserade – och en föregångare för såväl stora värderingsskiften som demografisk utveckling i västvärlden.¹ Individualiseringens drivkrafter beskrivs ofta av demografiska forskare som ett värderingsskifte bort från traditionella normer. Därför är det intressant att fråga sig om ett land som Sverige någon gång kan vända sin internationellt sett progressiva hållning och bli mer konservativt. Den frågan ställde jag först för över tio år sedan under datainsamlingen inför en studie om unga vuxnas syn på äktenskap. Med hjälp av Ungdomsbarometerens omfattande data kan vi nu undersöka samma fråga ur ett bredare perspektiv: Blir Sveriges unga mer konservativa?

Konservativa värderingar och ideal

Ett sätt att besvara frågan är att studera ungas värderingar och ideal över tid. Ungdomsbarometerens återkommande mätningar visar att Sveriges unga har rört sig mot alltmer konservativa värderingar inom många områden. Detta reflekteras inte minst i politiska attityder. Allt fler unga antar en konservativ och defensiv hållning i samhällsfrågor genom att prioritera ekonomiska och trygghetsrelaterade

frågor framför idealistiska och framtidsorienterade ämnen, såsom miljö och jämställdhet. Denna politiska utveckling återspeglas även i att betydligt färre unga identifierar sig med tidigare populära progressiva identiteter som antirasist, miljövän och feminist. Att de yngsta är mer samhällspolitiskt konservativa går emot den långvariga uppfattningen att unga generellt sett är vänsterlagda rebeller. Just därför förvånades många över att elever i skolverket i betydligt högre utsträckning röstade på högerpartier.²

“Det yngre segmentet rör sig tydligt bort från en normkritisk hållning när det gäller synen på kön och relationer”

Vi ser också tydliga förändringar i ungas syn på relationer och könsroller. Det yngre segmentet rör sig tydligt bort från en normkritisk hållning när det gäller synen på kön och relationer. De har på många sätt ett mer traditionellt perspektiv: färre unga är intresserade av sex och fester, och en stor majoritet ser relationens mål som att hitta “den rätta” att dela resten av livet med. Detta ligger i linje med att Sveriges äktenskapsstatistik har legat över det europeiska medelvärdet i två decennier. Det märks även i mediediskursen, där idéer som icke-monogama levnadssätt och könsneutrala daghem har tappat

¹ Individualisering innebär att individer frikopplas från sociala strukturer och ses som autonoma beslutsfattare. Detta leder i sin tur till demografiska förändringar såsom senare och färre äktenskap, senare och färre barnafödslar samt fler skilsmässor och ensamhushåll.

² Skolverket kan ifrågasättas metodologiskt på flera plan, men oavsett precisionen i siffrorna så speglar dessa sannolikt den konservativa svängning i samhällsfrågor som Ungdomsbarometeren och andra har uppmätt. Det är också en tendens som syns i andra delar av västvärlden.

mark. Att normkritiken och woke-idealerna är på tillbakagång reflekteras även i ungas syn på könsroller inom dejting, med starka förväntningar på att killar och tjejer ska bete sig på olika sätt. En traditionell syn råder bland många, där killar förväntas betala på första dejten och fria vid ett framtida giftermål.

Konservativa tendenser återkommer också i ungas syn på framgång i livet, som har tagit ett stort kliv bort från Millennials utforskande och självförverkligande attityder mot en mer materialistisk inställning. Dagens unga definierar ett bra liv till stor del som ekonomisk framgång, med målet att tjäna riktigt mycket pengar. Det är en prestationsinriktad generation som tidigt i livet fokuserar på materiella mål. I kontrast till Millennials vill dagens unga ofta växa upp tidigare och är på många sätt en mer seriös generation som värdesätter egenskaper som självständighet, ansvarstagande och mognad. Progressiva egenskaper som "öppen/tolerant" och "framåt" har däremot minskat kraftigt.

Trygghet som drivkraft

En drivande faktor bakom ungas konservativa attityder de senaste åren har varit ett ökat trygghetssökande i en orolig omvärld. Det är kanske inte så konstigt att samhällsfrågor som kriminalitet och ekonomi prioriteras när omvärlden upplevs som alltmer hotfull. Om samhället dessutom inte kan garantera trygghet blir det allt viktigare att själv ta kontroll över sin egen framtid, vilket kan förklara

ungas ökade materialism. Men det finns en djupare analys att göra.

Framstående sociologer som har analyserat individualiseringsprocesser pekar på den individuella frihetens baksida: en osäkerhet och otrygghet som uppstår när man tvingas välja och skapa sin egen identitet och livsstil. Millennials har ofta sett friheten att välja sin egen väg som något enbart positivt, men detta gäller främst om man känner att livet i övrigt är relativt tryggt och förutsägbart. En tydlig indikation på framtidens osäkerhet i ungas ögon

"Det är kanske inte så konstigt att samhällsfrågor som kriminalitet och ekonomi prioriteras när omvärlden upplevs som alltmer hotfull."

är att en majoritet av dagens unga för första gången tror att deras generation kommer att få det sämre än tidigare generationer.³ Om framtiden är osäker är det kanske inte förvånande att unga vänder sig bort från normkritiska progressiva ideal till väletablerade, förutsägbara livsstilsmanualer som fungerade för tidigare generationer, exempelvis tydliga könsroller, traditionella relationer och religion.

Traditionella värden i en individualiserad tid

Ur detta perspektiv är det tydligt att unga har mer konservativa värderingar än tidigare, även om Sverige fortfarande är internationellt sett extremt progressivt. Men Ungdomsbarometerns data kan nyansera bilden. Unga har värderingar och beteenden som med rätta kan beskrivas som mer

³Denna förändring uppmättes för första gången i föregående års upplaga av Ungdomsbarometern.

konserverativa, men de är *fortsatt mycket individualiserade*. De unga som anammar en konservativ livsstil ser det nämligen fortfarande som ett autonomt, individuellt val snarare än en effekt av kollektiva, tvingande sociala strukturer.

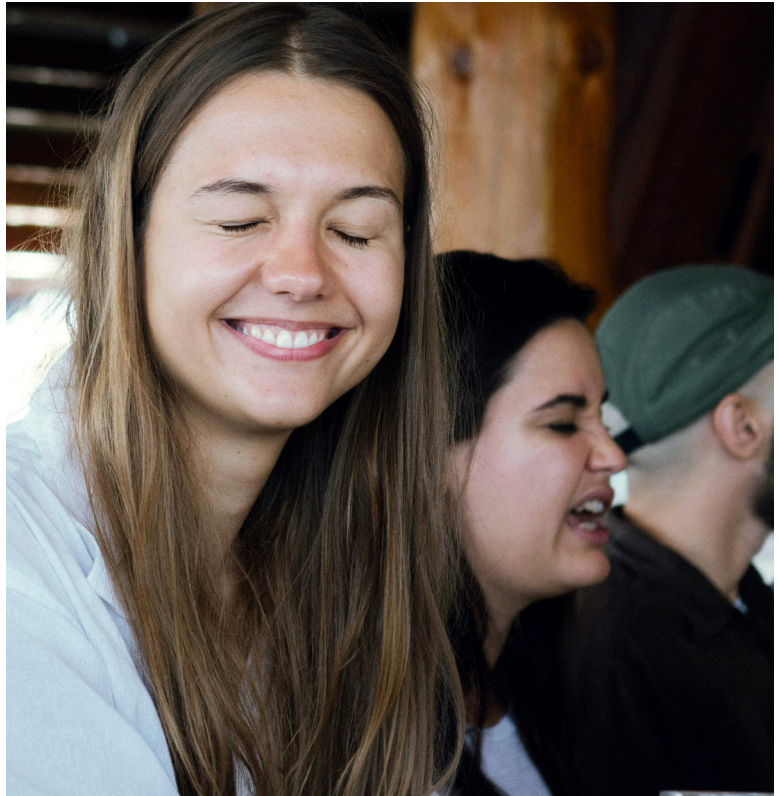
Låt mig illustrera detta med några exempel från våra undersökningar. Unga är visserligen mer materialistiska i sina värderingar och i viss mån politiska attityder, men vi ser också tydliga tecken på att jakten på framgång handlar om att hitta sina egna vägar – ofta utanför klassiska karriärstrukturer. Ungas ekonomiska intresse handlar i mångt och mycket om individuell framgång frikopplat från ett socialt sammanhang. Vi ser detta exempelvis genom siffror som den kraftigt ökade entreprenörsandan. Att bli entreprenör är – ur ett TikTok-perspektiv – en väg till drömlivet och frihet från det gemensamma ekorrhjulet. Baksidan av denna individualiserade press på att

”Jämställdhet och lika möjligheter är fortfarande en självklar del av ekvationen, även om andra frågor ibland prioriteras högre.”

själv hitta sin väg ut ur den grå vardagen är förstås att allt fler unga upplever en stress över den egna ekonomin och förväntningar som de har på sig själva.

Samma mönster återfinns i synen på könsroller. Fler tjejer vill exempelvis uppfattas som traditionellt feminina, vilket reflekteras av influencer-diskurser om att omfamna sin ”feminina energi”.

Men dessa förebilder är samtidigt



prestationsinriktade kvinnor som har stakat ut sin egen väg. Jämställdhet och lika möjligheter är fortfarande en del av ekvationen, även om andra frågor ibland prioriteras högre. Unga undviker alltså inte längre traditionella könsroller reflexmässigt utan ser dem som en möjlig, individuellt vald identitet – utan att det nödvändigtvis innebär ett accepterande av patriarkala strukturer.

Slutsats och framtidsspaning

Det är tydligt att många unga tar avstånd från tidigare woke-ideal och att de inte bara är öppna för, utan också omfamnar, traditionella värderingar inom många områden. Men än så länge innebär det inte att dagens unga vill vrida tillbaka klockan helt och återgå till traditionella sociala strukturer. Minskningen av politiskt laddade identiteter som antirasist och feminist

har exempelvis inte gått hand i hand med en ökning av identiteter som konservativ eller nationalist. Snarare ser vi en hybrid mellan individualisering och traditionella värderingar. Unga är fortsatt mycket individualiserade och upplever att de själva väljer sin livsstil ur en bred verktygslåda som inkluderar allt från religion och monogami till mångfaldskritik och antifeminism.

Ur ett sociologiskt perspektiv är ungas traditionella värderingar en intressant utgångspunkt för spekulationer om framtiden. Frågan är om unga även framöver kommer att leva i en kombination av individualisering och konservativa värderingar, eller om vi står i början av en rörelse bort från individualisering. Deras ökade betoning på trygghet och tillhörighet, exempelvis genom en starkare familjekärlek och en växande andel religiösa, kan tyda på att

kollektivet får större inflytande över människors livsval i framtiden.

Samtidigt visar våra data inga tecken på att svenska ungdomar vurmar för andra traditionella kollektiva enheter, såsom nationen eller kulturen, eller att de i högre grad är beredda att göra uppoffringar för exempelvis familjen. Det innebär dock inte att en sådan utveckling är utesluten eller osannolik.

“Om världen fortsätter att kännas otrygg och unga fortsatt prioriterar traditionella värden framför progressiva, är det troligt att starkare sociala normer och kollektiva förväntningar växer fram i takt med att unga växer upp.”

Starka kollektiva normer växer fram över tid, särskilt om en resursstark grupp med gemensamma värderingar är beroende av att andra i samhället upprätthåller dessa. Om världen fortsätter att kännas otrygg och unga fortsatt prioriterar traditionella värden framför progressiva, är det troligt att starkare sociala normer och kollektiva förväntningar växer fram i takt med att unga växer upp. Samtidigt ser vi på Ungdomsbarometern i år försiktiga tecken på en något mer optimistisk syn på samhällets framtid.

Stockholm, februari 2025

Jacob Strandell, PhD

Forsknings- och utvecklingschef
Ungdomsbarometern





"Jag tror att flera ungdomar kommer söka sig till en tro. Detta tror jag på grund av de konservativa vindarna som blåser över nästan hela världen. Samt att samhället blir mer och mer oroligt. Om vi ser historiskt är det när samhället varit som skakigast som religionen och tron varit som starkast och betytt som mest för människor."

– Kille, 21 år

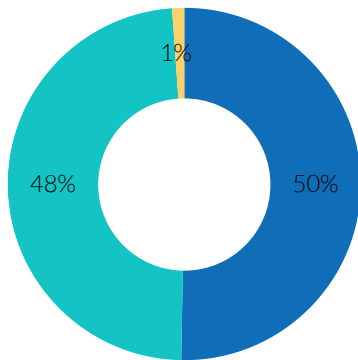


"Det är många som inte tror på att man ska satsa på skolan längre. Många lyssnar och ser på influencers och människor som Elon Musk och Jeff Bezos och tycker då att man kan tjäna mer om man jobbar på egen hand."

– Tjej, 17 år

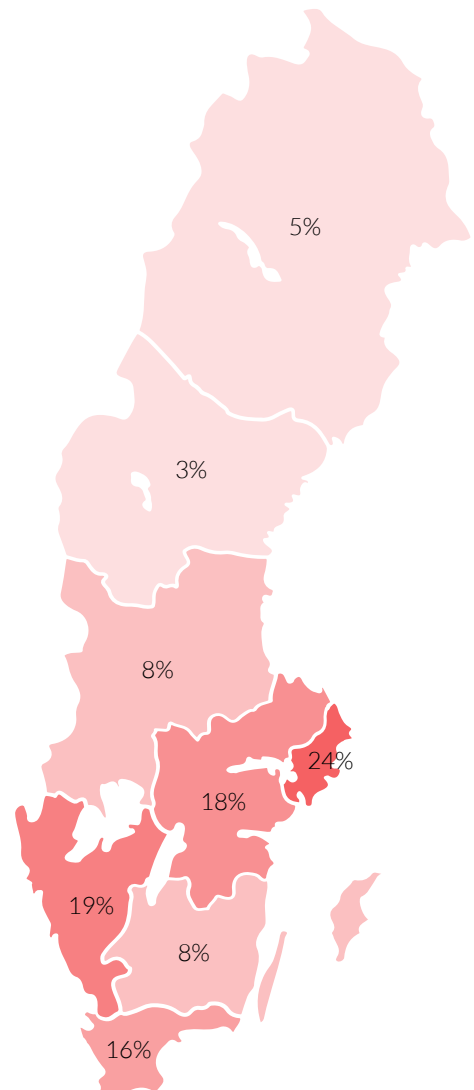
17 445 RESPONDENTER

Könsfördelning:

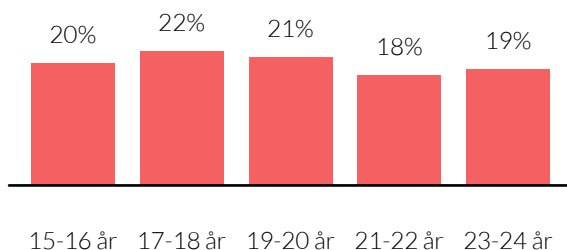


■ Tjej ■ Kille
■ Identifierar mig inte som tjej eller kille

Regionsfördelning (NUTS2):



Åldersfördelning:



Huvudsaklig sysselsättning:

Studerar på gymnasiet (35%)
Arbetar (24%)
Studerar på högskola/universitet (22%)
Studerar på högskoleutbildning (6%)
Är arbetslös/söker jobb (5%)
Studerar på YH/KY-utbildning (2%)
Studerar på konvux (2%)
Annan utbildning, t.ex. folkhögskola (1%)
Annat (4%)

Fakta om undersökningen:

Intervjumetod: Enkät via postal och digital inbjudan genom slumpmässiga urval*, samt fokusgrupper och djupintervjuer

Målgrupp: Unga i Sverige 15–24 år

Fältperiod: 3 oktober – 4 November 2024

Antal intervjuer: 17 445 st

METOD OCH INSAMLING

Metod

Ungdomsbarometern som organisation arbetar med ett stort antal kvantitativa och kvalitativa studier årligen. Vi genomför metodmässigt alltifrån postala enkätstudier, studier i skolor, undersökningar i våra egna och andras paneler samt fokusgrupper och djupintervjuer. Nedan beskrivs hur vår största studie Ungdomsbarometern 2025 har genomförts.

Postalt och digitalt urval

Ungdomsbarometern 2025 består av två lika huvudsakliga urvalsramar:

- Ett slumpmässigt urval av personer i åldrarna 15-24 år baserat på SPAR. Dessa har fått en postal inbjudan att delta i en digital enkät. I detta urval samarbetar vi med Indikator Opinion.
- Ett kvoterat slumpmässigt urval i ett digitalt register av e-post/mobilnummer baserat på uppgifter från CSN. Dessa har fått inbjudan via SMS och e-post att delta i samma digitala enkät. I detta urval samarbetar vi med STUK.

Kvoter har använts vid de digitala urvalen i syfte att säkerställa en så jämn fördelning av svaren som möjligt. För att stärka upp några kvoter som får viss underrepresentation i urvalen ovan har även mindre kompletterande urval genomförts i Norstats och Keystones paneler.

Viktning

Även om urvalsramarna till största delen är slumpmässiga arbetar vi med ett så kallat kvoturval, där vi eftersträvar att respondenterna ska spegla Ungdomssveriges sammansättning utifrån parametrarna kön, ålder, region och sysselsättning. Därför genomför vi även viktning av svaren med hänsyn till dessa parametrar baserat på data från

SCB. Eftersom studien har fler olika urvalsramar genomför vi inga signifikanstester, annat än i metodjämförelsen nedan.

Samma metod över tid

Ungdomsbarometerens metod har varit i stort sett oförändrad sedan 2005, med tillägg för det postala urvalet som adderats under 2024 och svarsmöjlighet per SMS som infördes 2023. Över tid har dock andelarna som kommer från de olika urvalsramarna varierat något.

Inga skillnader mellan postal och digital urvalsram

Ungdomars svarsbeteenden förändras hela tiden, och vi på Ungdomsbarometern lägger stor vikt vid att genomföra så bra studier som möjligt. Därför provar vi emellanåt nya urvalsmetoder.

Under 2024 adderades det postala urvalet för att möjliggöra en metodjämförelse. För att inte riskera jämförelsemöjligheterna bakåt utgör detta urval en förhållandevis liten andel av den totala andelen respondenter (ca 1000 st.).

Samma vikt har applicerats på båda datakällorna i jämförelsen, men även oviktad data har jämförts.

I metodjämförelsen har vi tittat på ett större antal frågor i studien men framförallt lagt fokus på bakgrundvariabler, andra än kön/ålder/region/sysselsättning (då dessa egenskaper viktas för). Jämförelsen har gjorts som om det vore två separata urval/undersökningar som genomförts.

När svaren jämförs erhålls mycket små skillnader i resultat. Viss variation förväntas utifrån slumpen, och det förfaller inte finnas något systematiskt i de skillnader som observeras. Såsom förväntat

är skillnaderna något större i flervalsfrågor med många svarsalternativ, än i singelfrågor.

Det ska här också nämnas att incitamentet att genomföra studien har varit större i det postala urvalet än det digitala. Detta tycks dock inte heller ha påverkat svaren i någon specifik riktning.

Enkättest och kvalitativ del

Inför enkätutskicket har ett test genomförts i Ungdomsbarometerns egen panel. Därutöver har vi genomfört fokusgrupper för att testa nya frågeställningar och fördjupa vissa undersökningsområden.

Svarsfrekvens och bortfall

Låga svarsfrekvenser är tyvärr ett problem bland många undersökningar, i synnerhet bland ungdomar. Svarsfrekvensen i det postala urvalet ligger kring 20%. Vår bortfallsanalys visar primärt att killar svarar i lägre utsträckning än tjejer, men i övrigt finns inga större systematiska skillnader. (Ingen fördjupad bortfallsanalys med t. ex personliga kontakter annat än påminnelser har dock genomförts). Könsskillnaden syns även i det digitala urvalet. Vår vägning av resultaten kompenserar till del för bortfall på grund av kön, ålder, region och sysselsättning, men den allmänt låga svarsbenägenheten är naturligtvis ett problem både i vår och många andra studier. Sådillvida ska generalisering av resultaten i studien genomföras med viss försiktighet, även om en stor styrka i studien är att den genomförts över tid på samma sätt och således låter sig jämföras.

Studie i olika delar

Ungdomsbarometern 2025 är en stor studie både sett till antalet respondenter och frågor. Studien inleds med en större bakgrundsdel som besvaras av samtliga respondenter, därefter är studien tematiskt uppbyggd där respondenter slumpas till olika områden. Detta gör att basen på vissa frågor är mindre än andra. I typfallet är den minsta bas som används cirka 10%, vilket motsvarar cirka

1700 respondenter och i sig skulle vara en stor studie. De flesta frågor har dock betydligt större bas än så.

Redovisning av data

Syftet med Generationsrapporten är att teckna en bred bild av Ungdomssverige, på bas av resultat i Ungdomsbarometerns olika studier. Alla data som redovisas kommer dock från studien Ungdomsbarometern 2025 och tidigare årgångar av samma studie. I rapporten presenteras Ungdomsbarometerns subjektiva urval av resultat, utifrån vad vi bedömer som allmänintressant. I Generationsrapporten 2025 redovisas alltså bara ett mindre antal av de frågor som ställs i Ungdomsbarometern 2025, och vi väljer att redovisa data på ett så lättillgängligt sett som möjligt. Detta innebär exempelvis att samtliga svarsalternativ emellanåt inte presenteras i alla skalfrågor, så länge denna redovisningsmetod inte riskerar att vara missvisande i förhållande till resultaten i stort. På samma sätt redovisar vi sällan alla år en viss fråga har ställts.

Utöver Generationsrapporten publicerar Ungdomsbarometern också Trendrapporten. Den rapporten baseras på en enskild öppen fråga i Ungdomsbarometern 2025, som analyseras på ett särskilt sätt.

Ungdomsbarometern 2025 finns att ta del i sin helhet genom sex temarapporter samt analysbeställningar mot en kostnad. Du kan läsa mer om det [här](#).

FRÅGOR I RAPPORTEN:

FIGUR 1. Flervalsfråga (valfritt antal svarsalternativ): Hur vill du helst bli uppfattad? – Alternativ: "öppen/ tolerant". **Nedbrytning:** Tidsjämförelse.

FIGUR 2. Flervalsfråga (valfritt antal svarsalternativ): Hur vill du helst bli uppfattad? – Alternativ: Endast 28 svarsalternativ av totalt 32 stycken redovisas. **Nedbrytning:** Tidsjämförelse.

FIGUR 3. Flervalsfråga (max 5 svarsalternativ): Vad är viktigast för dig just nu? – Alternativ: Endast 11 svarsalternativ av totalt 21 stycken redovisas. **Nedbrytning:** Tidsjämförelse.

FIGUR 4. Skalfråga (5-gradig skala): Hur stort är ditt intresse för dessa ämnen/aktiviteter? – Alternativ: "Mode/ kläder" och "Bilar och motorcyklar". **Filter:** Svarat "5 – mycket intresserad" eller "4". **Nedbrytning:** Tidsjämförelse.

FIGUR 5. Skalfråga (5-gradig skala): Hur stort är ditt intresse för dessa ämnen/aktiviteter? – Alternativ: "Inrikes-/ utrikespolitik, samhällsutveckling" och "Miljö- och klimatpolitik". **Filter:** Svarat "5 – mycket intresserad" eller "4". **Nedbrytning:** Tidsjämförelse.

FIGUR 6. Skalfråga (5-gradig skala): Hur stort är ditt intresse för dessa ämnen/aktiviteter? – Alternativ: "Träffa nya människor" och "Festa". **Filter:** Svarat "5 – mycket intresserad" eller "4". **Nedbrytning:** Tidsjämförelse.

FIGUR 7. Skalfråga (5-gradig skala): Hur stort är ditt intresse för dessa ämnen/aktiviteter? – Alternativ: "Sex". **Filter:** Svarat "5 – mycket intresserad" eller "4". **Nedbrytning:** Tidsjämförelse.

FIGUR 8. Flervalsfråga (max 5 svarsalternativ): Vilka av följande samhällsfrågor känns viktigast för dig? – Alternativ: Endast 11 svarsalternativ av totalt 18 stycken redovisas. **Nedbrytning:** Tidsjämförelse.

FIGUR 9. Flervalsfråga (max 5 svarsalternativ): Vad är viktigast för dig just nu? – Alternativ: "Tjäna pengar". **Nedbrytning:** Tidsjämförelse.

FIGUR 10. Flervalsfråga (max 2 svarsalternativ): Vad vill du helst göra direkt efter gymnasiet? – Alternativ: "Starta eget". **Urval:** Gymnasieelever. **Filter:** Kön. **Nedbrytning:** Tidsjämförelse.

FIGUR 11. Skalfråga (4-gradig skala): Vad känner du spontant inför att jobba som följande? – Alternativ: "Entreprenör". **Filter:** Svarat "Kan tänka mig att jobba som permanent". **Nedbrytning:** Kön.

FIGUR 12. Flervalsfråga (max 5 svarsalternativ): Vilka av följande samhällsfrågor känns viktigast för dig? – Alternativ: "Minskad arbetslöshet". **Nedbrytning:** Tidsjämförelse.

FIGUR 13. Skalfråga (5-gradig skala): Hur upplever du följande saker i ditt liv just nu? – Alternativ: "Min ekonomi". **Filter:** Svarat "1 – Mycket stressande" eller "2". **Nedbrytning:** Tidsjämförelse.

FIGUR 14. Flervalsfråga (max 5 svarsalternativ): Vilka av följande samhällsfrågor känns viktigast för dig? – Alternativ: "Miljö- och klimatfrågor" och "Ökad jämställdhet mellan könen". **Nedbrytning:** Tidsjämförelse.

FIGUR 15. Flervalsfråga (valfritt antal svarsalternativ): Här kommer en lista med olika begrepp - vilka av dem tycker du passar för att beskriva dig? – Alternativ: "Feminist", "Antirasist" och "Miljövän". **Nedbrytning:** Tidsjämförelse.

FIGUR 16. Skalfråga (5-gradig skala): Nedan följer ett antal påståenden som vi ber dig att ta ställning till – Alternativ: "Målet med en relation är att hitta en person att dela resten av sitt liv med". **Filter:** Svarat "Instämmer helt" eller "Instämmer delvis". **Nedbrytning:** Tidsjämförelse.

FIGUR 17. Skalfråga (5-gradig skala): Hur viktigt känns följande för att du ska bli nöjd med tillvaron i framtiden? – Alternativ: "Träffa den rätte" och "Gifta sig". **Filter:** Svarat "Mycket viktigt" eller "Ganska viktigt".

- FIGUR 18.** Flervalsfråga (valfritt antal svarsalternativ): Hur vill du helst bli uppfattad? – Alternativ: "Feminin/kvinnlig" och "Maskulin/manlig". **Filter:** Kön. **Nedbrytning:** Tidsjämförelse.
- FIGUR 19.** Skalfråga (4-gradig skala): Om du tänker på hur du vill ha det med en partner. Vem vill du ska...
– Alternativ: "Betala på första dejten".
Filter: "Jag själv" och "Den andre".
Nedbrytning: Kön + Tidsjämförelse.
- FIGUR 20.** Skalfråga (4-gradig skala): Om du tänker på hur du vill ha det med en partner. Vem vill du ska...
– Alternativ: "Fria". **Filter:** "Jag själv" och "Den andre". **Nedbrytning:** Kön + Tidsjämförelse.
- FIGUR 21.** Skalfråga (4-gradig skala): Om du tänker på hur du vill ha det med en partner. Vem vill du ska...
Filter: Kön. **Nedbrytning:** Svarat "Jag själv" eller "Den andre".
- FIGUR 22.** Skalfråga (5-gradig skala): Åt vilket håll skulle du säga att samhällsutvecklingen är på väg?
Filter: Svarat "I delvis rätt riktning" eller "I helt rätt riktning". **Nedbrytning:** Tidsjämförelse.
- FIGUR 23.** Skalfråga (6-gradig skala): Spontant, hur ser du på samhällets framtid? – Alternativ: "Osäker/vet ej" redovisas ej. **Nedbrytning:** Tidsjämförelse.
- FIGUR 24.** Skalfråga (6-gradig skala): Spontant, hur ser du på samhällets framtid? **Filter:** Svarat "Samhällets framtid ser ganska ljus ut" eller "Samhällets framtid ser ljus ut".
- FIGUR 25.** Skalfråga (6-gradig skala): Spontant, hur ser du på din egen framtid? **Filter:** Svarat "Min framtid ser ganska ljus ut" eller "Min framtid ser ljus ut".
- FIGUR 26.** Skalfråga (6-gradig skala): Spontant, hur ser du på din egen framtid? – Alternativ: "Osäker/vet ej" redovisas ej. **Nedbrytning:** Tidsjämförelse.
- FIGUR 27.** Skalfråga (4-gradig skala): Hur uppfattar du livet just nu? **Skala:** "+2 – Rikt på vänner" till "-2 – Ensamt". **Filter:** Sammanslaget "+2" och "+1" samt "-1" och "-2". **Nedbrytning:** Tidsjämförelse.
- FIGUR 28.** Flervalsfråga (max 2 svarsalternativ): Vad vill du helst göra direkt efter gymnasiet?
– Alternativ: "Ut och resa". **Filter:** Gymnasieelever. **Nedbrytning:** Tidsjämförelse.

- FIGUR 29.** Flervalsfråga (max 5 svarsalternativ): Vad är viktigast för dig just nu? – Alternativ: "Resa utomlands". **Nedbrytning:** Tidsjämförelse.

-
- TABELL 1.** Skalfråga (4-gradig skala): Vad känner du spontant inför att jobba som följande? – Alternativ: Endast 10 svarsalternativ av totalt 70 stycken redovisas.
Filter: Svarat "Kan tänka mig att jobba som permanent".



