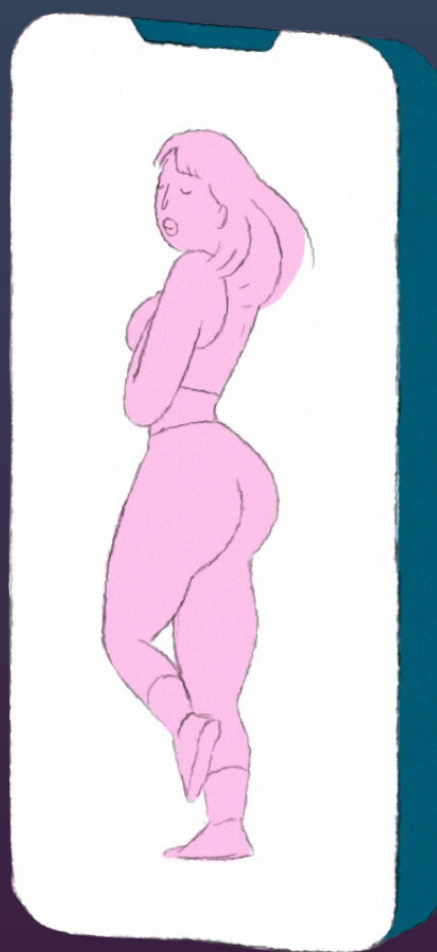


UNGES FORHOLD TIL KROPSIDEALER OG SAMMENLIGNINGSKULTUR PÅ SOCIALE MEDIER



SKÆRM KROP

SEX
SAMFUND

© Sex & Samfund 2024

Ansvarshavende redaktør: Anne Wind

Analyseansvarlig: Nanna Hastrup

Tekst og analyse: Nanna Hastrup, Johanne M. Juul Olsen

Forsideillustration: Laura Højberg Kunov

Layout: Emma Sloth Sørensen

Introduktion og formål

Børn og unge har altid sammenlignet deres egen krop med andres. Men grundet digitale og sociale medier foregår sammenligningen i dag ikke kun i skolegården eller på fodboldbanen. Den kan nu finde sted hele døgnet med en tablet eller smartphone i hånden.

Mange børn og unge bruger meget tid hver dag på online medier. Foruden at være en kilde til underholdning, inspiration, sjov og leg, betyder brugen af særligt sociale medier også, at de i et stort omfang eksponeres for en række snævre kropsidealer og -normer. Kroppe, der i mange tilfælde er redigerede, manipulerede, iscenesat og nøje udvalgt, som kan være svære at spejle sig i eller leve op til. Brugen af sociale medier stiller derfor nogle særlige krav til at kunne navigere i de mange muligheder og det indhold, man møder som barn og ung.

Denne undersøgelse har til formål at undersøge unges tendens til at sammenligne deres egen krop med andres på sociale medier, og hvordan denne sammenligning påvirker dem i forhold til deres egen krop. Undersøgelsen har desuden fokus på, hvordan de unge forholder sig til kropsidealer online, og hvilke normer der kan være for selvfremstilling på sociale medier.

Undersøgelsen er gennemført som en del af Sex & Samfunds Uge Sex-kampagne i 2024, hvor temaet er Skærmkrop. Kampagnen retter fokus på børn og unges forhold til kroppen, det forventningspres de udsættes for og på de fremherskende kropsidealer, som forstærkes på sociale medier.

Sex & Samfund arbejder for at fremme seksuel og reproduktiv sundhed og rettigheder for alle, hvor seksualoplysning og -undervisning udgør vigtige kerneområder. Denne undersøgelse udgør et bidrag til vores overordnede viden om forhold mellem køn, seksualitet, krop og trivsel. Den støtter således vores arbejde om at styrke den enkeltes mulighed for frit at træffe informerede valg i forhold til køn, krop og seksualitet.

Analysen i denne undersøgelse er baseret på data fra en spørgeskemaundersøgelse med 1.031 respondenter indsamlet af Voxmeter for Sex & Samfund i perioden 2. oktober 2023 til den 17. november 2023.

God læselyst!

Indhold

3	Introduktion og formål
5	Undersøgelsens hovedkonklusioner
6	Anbefalinger
7	Spørgeskemaundersøgelse
7	Metodisk fremgangsmåde
7	Præsentation af respondenter
10	1. Unges brug af sociale medier
10	Unge bruger næsten 4 timer i gennemsnit om dagen på sociale medier
10	Instagram, TikTok og Snapchat er størst
13	2. Kropstilfredshed og sammenligningskultur
13	Unge tilfredshed med egen krop
15	Hvad er du utilfreds med?
16	Unge tendens til at sammenligne deres krop med andres på sociale medier
17	Sammenligningens effekt
23	Delkonklusion
25	3. Kropsidealer og normer for selvfremstilling
25	Selfies på sociale medier
26	Kropsidealer og kropspositivisme
31	Delkonklusion
32	Litteratur

Undersøgelsens hovedkonklusioner

Unge bruger mange timer dagligt på sociale medier, hvor kropsidealerne opleves som snævre

Unge mellem 15-29 år bruger i gennemsnit 3,8 timer om dagen på sociale medier. De 15-17-årige er den aldersgruppe, der gennemsnitligt bruger mest tid på sociale medier om dagen.

Over halvdelen af de unge (54%) synes, at "perfekte" kroppe fylder for meget på deres sociale medier. Et flertal af de unge (60%) er samtidig enige i, at det er svært at leve op til kropsidealerne på sociale medier, og 51% mener, at det er vigtigt at fremstå selvsikker på sociale medier.

Unge bruger altså mange timer dagligt på sociale medier, hvor en stor del af dem føler sig overeksponerede for idealiserede kroppe. En stor del af dem oplever, at der på sociale medier er snævre kropsidealer og normer for selvfremstilling.

Unge sammenligner deres krop med andres på sociale medier

Det er udbredt blandt unge at sammenligne sin krop med andres på sociale medier.

Over en tredjedel af de unge angiver selv, at de sammenligner deres krop med andres på sociale medier i meget høj eller høj grad, imens næsten en tredjedel gør det i nogen grad. Kun 14% angiver, at de slet ikke sammenligner sig med andre på sociale medier.

Når unge sammenligner deres krop med andres på sociale medier, ville de ofte ønske, at deres egen krop så anderledes ud

To tredjedele af unge mellem 15-29 år er tilfredse eller meget tilfredse med deres egen krop. 15% af de unge er utilfredse eller meget utilfredse med deres krop. Men på trods af, at størstedelen af de unge er tilfredse med deres egen krop, bliver mange af dem alligevel ofte påvirket af at sammenligne sig med andre på sociale medier. De bliver påvirket i sådan en grad, at de ville ønske, at deres egen krop så anderledes ud.

57% af unge ville ofte ønske, at de havde en mere trænet krop, når de ser andres kroppe på sociale medier. 47% får ofte lyst til at tabe sig, når de ser andres kroppe på sociale medier. 35% får ofte lyst til at lave om på deres krop, når de ser andres kroppe på sociale medier, f.eks. ved at få lipfiller, botox, få lavet bryster, nosejob eller lignende. Uanset hvordan man har det med sin egen krop, kan man altså opleve at føle sig presset af de snævre kropsidealer på sociale medier.

Unge kvinder er mere utilfredse med deres krop, sammenligner sig højere grad og bliver mere påvirket af kropsidealerne på sociale medier, end unge mænd gør

Unge kvinder er generelt mindre tilfredse med deres egen krop end unge mænd. 18% af unge kvinderne er utilfredse eller meget utilfredse med deres krop sammenlignet med 13% af mændene og 10% af kønsminoriteterne. Det er også unge kvinder, der har størst tendens til at sammenligne sig med andre på sociale medier, sammenlignet med mændene. Signifikant flere kvinder (17 %) end mænd (12 %) sammenligner i meget høj grad deres krop med andres på sociale medier.

En større del af unge kvinder bliver påvirket af kropsidealerne på sociale medier, til en grad hvor de får lyst til at ændre deres egen krop, f.eks. ved at tabe sig eller få en skønhedsbehandling. Unge kvinder er også mere enige end unge mænd i, at der er for mange "perfekte" kroppe på deres sociale medier, og at det er svært at leve op til kropsidealerne på sociale medier.

Sex & Samfund anbefaler

På baggrund af resultaterne fra denne undersøgelse, samt fra Sex & Samfunds øvrige kontakt til og arbejde med børn og unge, peger vi på følgende anbefalinger:

1 Oplysning til unge om kroppen og kropsidealer bør styrkes på sociale medier

Der bør igangsættes oplysningsindsatser på sociale medier, der udbreder viden til børn og unge, og klæder dem på til at forholde sig kritisk til de skønhedsidealiserede og idealiserede kropsfremstillinger, der dominerer på sociale medier. Ligeledes bør indsatsen fokusere på at udfordre - og vise et mangfoldigt alternativ til de stereotype kroppe, de unge møder netop på sociale medier samt skabe refleksion og kritisk bevidsthed om det indhold, de selv producerer og derved viser andre.

2 Kropsidealer og sociale medier skal være en del af obligatorisk seksualundervisning på ungdomsuddannelser

Kropsidealer og sociale medier bør også være en fast del af seksualundervisning på ungdomsuddannelser. Seksualundervisning er obligatorisk på gymnasierne, men alle unge har brug for viden om kropsidealer og sociale medier. Seksualundervisning bør derfor også være obligatorisk på alle ungdomsuddannelser, og lærere på ungdomsuddannelser bør tilbydes kompetenceudvikling, der klæder dem på til at varetage seksualundervisning herunder også undervisning i kropsidealer og sociale medier.

3 Kropsidealer og sociale medier skal på skoleskemaet

Viden om kropsidealer og sociale medier bør være en fast del af seksualundervisning i grundskolen. Seksualundervisning i grundskolen er obligatorisk fra 0.-9. klasse. Alligevel er der mange børn og unge i grundskolen, der ikke modtager en systematisk og fyldestgørende seksualundervisning, der lever op til de obligatoriske mål på området. Seksualundervisning, herunder kropsidealer og sociale medier, bør prioriteres i grundskolen gennem timefastsættelse af undervisningen fra 0.-9. klasse. Desuden bør der prioriteres en indførelse af en tovholder for seksualundervisning på skolen og kompetenceudvikling af de lærere, der varetager seksualundervisningen.

4 Forældre skal have mere viden og inspiration til at engagere sig i deres børns liv på sociale medier

Det er afgørende at forældre får viden og værktøjer til at engagere sig i deres børns brug af sociale medier og løbende tage snakken om kropsidealer, og hvordan kroppen fremstilles. Mange forældre er selv vokset op i en tid uden sociale medier, og er således ofte på bar bund i dialogen med deres børn. Derfor bør der være en langt stærkere indsats for at oplyse forældre, og give inspiration til hvordan de helt konkret kan gribe det an. Ligeledes er det afgørende at skabe en bevidsthed hos forældre om deres egen indflydelse og påvirkning af deres børns selvbillede og kropstrivsel som rollemodeller.

5 Der bør foretages uddybende undersøgelser af børns og unges måde at navigere i kropsidealer på sociale medier

Denne undersøgelse peger på nogle brede tendenser, men der er behov for flere dybdegående undersøgelser af børns og unges forhold til kropsidealer på sociale medier. Der bør derfor foretages uddybende undersøgelser med brug af kvalitative elementer, der kan kaste lys over, hvilke kropsidealer, børn og unge møder på sociale medier, samt hvordan de navigerer i og tillægger mening til disse.

Spørgeskemaundersøgelse

Analysen er baseret på kvantitative data fra en spørgeskemaundersøgelse udført af Voxmeter for Sex & Samfund.

Dataindsamlingen er foretaget i perioden fra den 2. oktober 2023 til den 17. november 2023. Analysen er baseret på besvarelser fra i alt 1.031 respondenter.

Undersøgelsen er repræsentativ for den danske befolkning i alderen 15-29 år ud fra parametre om alder, køn og region. Data er vægtet så aldersfordelingen svarer til den reelle fordeling i befolkningen.

Metodisk fremgangsmåde

I undersøgelsen analyseres sammenhænge mellem køn og alder og samtlige variable om kropstilfredshed, sammenligning, holdninger til kropsidealer osv. I rapporten fremhæves de tilfælde, hvor der er tale om signifikante forskelle på 95% eller mere.

Det er ikke undersøgelsens formål at undersøge sammenhæng mellem, hvor meget man bruger sociale medier og generel mistrivsel eller utilfredshed med egen krop. Her læner vi os op af tidligere forskning på området, der peger på nuancerede tolkninger af denne sammenhæng. Brug af sociale medier kan både have positiv betydning for unge i form af at dyrke og opretholde fællesskaber, men det kan også øge de unges tendens til at sammenligne sig selv med andre, hvilket også er relateret til lavere selvværd og kropstilfredshed¹.

En potentiel svaghed i undersøgelsesdesignet er, at analysen udelukkende er baseret på selvrapporteringer i et spørgeskema. Vi kan ikke antage, at alle unge nødvendigvis er lige bevidste om, hvordan og i hvor høj grad de bliver påvirket af kropsidealerne på sociale medier. Dog finder vi kun enkelte spørgsmål med en høj andel af "ved ikke" besvarelser, hvilket tyder på, at det ikke har været svært for de unge at svare på spørgsmålene.

Vores data giver mulighed for at tegne et billede af en generel tendens blandt unge mellem 15-29 år. Uden

supplerende kvalitativt data får vi dog ikke nuancerede og uddybende forklaringer på, hvorfor de unge svarer, som de gør på spørgsmålene, og vi må derfor læne os op ad fortolkninger af den kvantitative data.

Præsentation af respondenter

Der blev foretaget en frasortering af 29 respondenter, der svarede "ved ikke" eller "ønsker ikke at svare" på, hvilket køn de identificerede sig med. Dette blev gjort for at have et konsistent analyseudvalg til at identificere kønsforskelle ud fra.

Vi konstruerede derefter tre køns kategorier med henblik på at kunne analysere forskellene mellem kønnene; Dreng/mænd (504 respondenter), Pige/kvinde (486 respondenter) og Kønsminoriteter (41). Kønsminoriteter består af dem, der selv identificerede sig som transpersoner (24), nonbinære (12) eller andre kønsidentiteter (5)².

Resultaterne for gruppen af kønsminoriteter skal læses med forbehold for, at der er tale om en mindre gruppe, hvilket øger den statistiske usikkerhed. Vi kender desuden ikke den reelle størrelse på gruppen blandt befolkningen³.

I tabel 1 og 2 ses fordelingen af respondenter ift. køn og alder.

Tabel 1: Respondenter i spørgeskemaundersøgelsen fordelt på kønsidentitet:

	Antal	Procent
Piger/kvinder	486	47,1%
Dreng/ mænd	504	48,9%
Transpige/-kvinde	12	1,2%
Transdreng/-mand	12	1,2%
Nonbinære	12	1,2%
Andet	5	0,5%
Total	1.031	100,0%

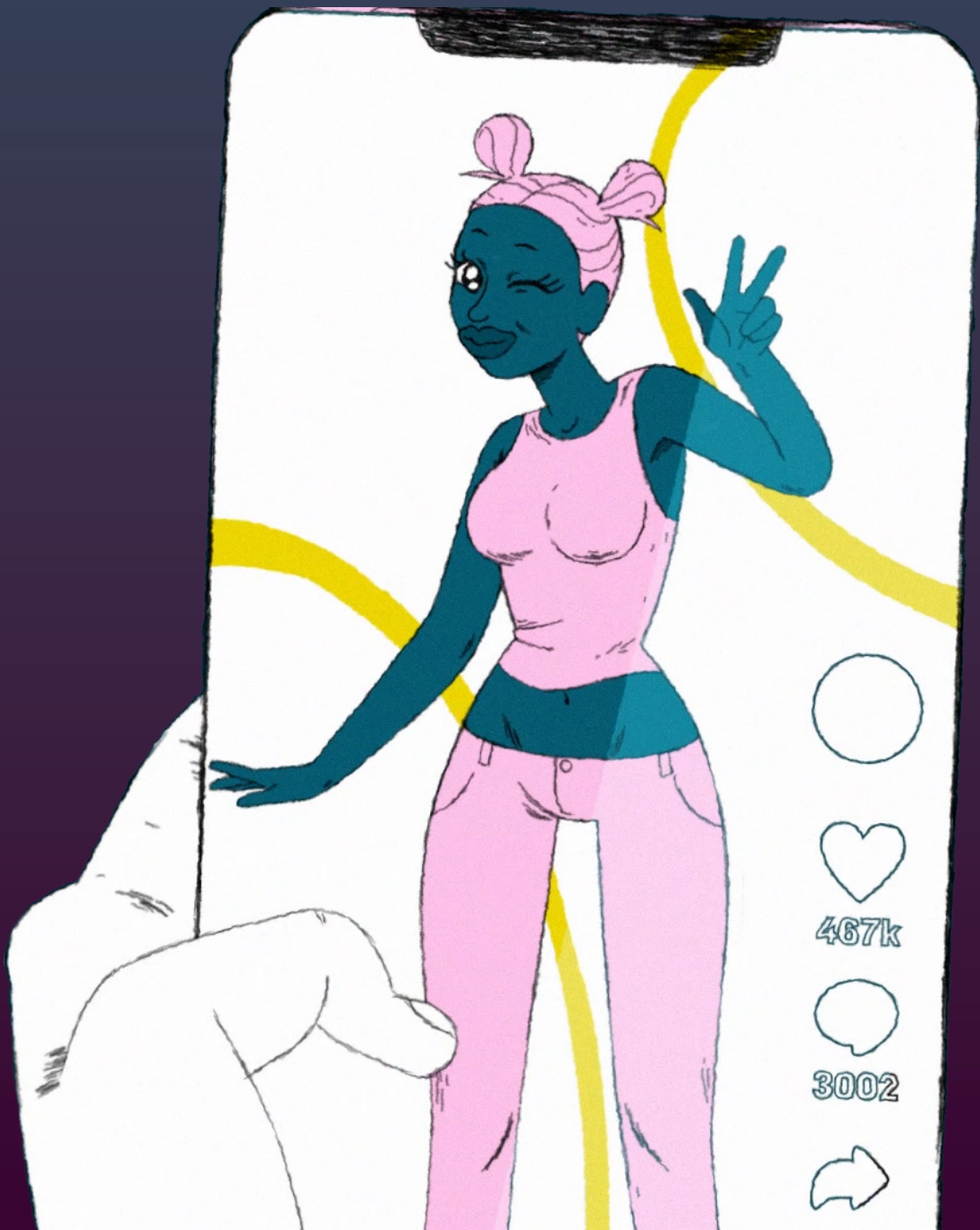
1 VIVE 2022: Digitalt mediebrugs betydning for sociale relationer, fællesskaber og stress blandt unge

2 Fremover vil drenge/mænd og piger/kvinder blive kaldt unge mænd og kvinder af hensyn til læsningen

3 <https://menneskeret.dk/lgbt-barometer/lgbt-hvad-hvor-mange>

Tabel 2: Respondenter i spørgeskemaundersøgelsen fordelt på alder

	Antal	Procent
15-17 år	184	17,9%
18-20 år	190	18,4%
21-23 år	216	21,0%
24-26 år	216	20,9%
27-29 år	225	21,8%
Total	1.031	100,0%



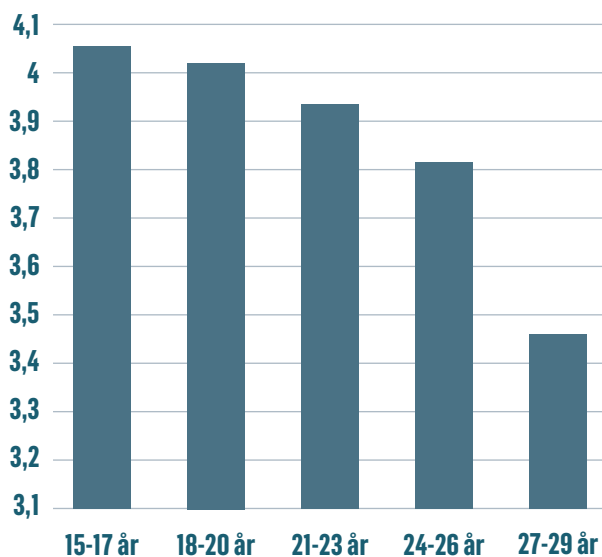
1 UNGES BRUG AF SOCIALE MEDIER

Unge bruger næsten 4 timer i gennemsnit om dagen på sociale medier

Vi bad de unge om selv at angive, hvor meget tid om dagen, de bruger på sociale medier, samt hvilke medier de bruger mest tid på.

Unge mellem 15-29 år angiver selv, at de i gennemsnit bruger 3,8 timer dagligt på sociale medier. Når man analyserer, hvilke aldersgrupper der investerer mest tid på sociale medier, er det de yngste i aldersgruppen 15-17 år, der topper listen med et gennemsnit på lige over 4 timer om dagen, sammenlignet med fx de 27-29-årige, der i gennemsnit bruger 3,5 timer om dagen. Dette tyder på en faldende tendens, hvor gennemsnitstiden brugt på sociale medier aftager med alderen.

Figur 1: Gennemsnit - "Hvor meget tid bruger du ca. om dagen på alle sociale medier?"



Figurnote: 1031 respondenter. De blev spurgt, hvor meget tid de bruger på alle sociale medier om dagen. Her vises de gennemsnitlige timetal for de forskellige aldersgrupper.

Unge kvinder bruger lidt mere tid end unge mænd på sociale medier

I gennemsnit bruger unge kvinder 3,8 timer dagligt på sociale medier, hvilket er en smule mere end unge mænds gennemsnit på 3,7 timer dagligt. Undersøgelser har tidligere fundet en større forskel mellem piger og drenges brug af tid på sociale medier, men det kan til dels handle om, hvilke sociale medier man har inkluderet i undersøgelsen, og hvordan spørgsmålet har været stillet⁴. I figur 3 kan ses en oversigt over, hvilke medier der blev spurgt ind til i denne undersøgelse.

Kønsminoriteter skiller sig ud ved at bruge 5,2 timer dagligt i gennemsnit på sociale medier. Man skal dog være opmærksom på, at gruppen af kønsminoriteter kun er på 41 personer, og da en signifikant større andel af gruppen angiver at bruge 10 timer på sociale medier dagligt, trækker de gennemsnittet for gruppen væsentligt op. En forklaring kan være, at mange kønsminoriteter finder tryghed, spejling og fællesskaber på sociale medier, som kan være sværere for minoriteter at finde i ens nære omgivelser.

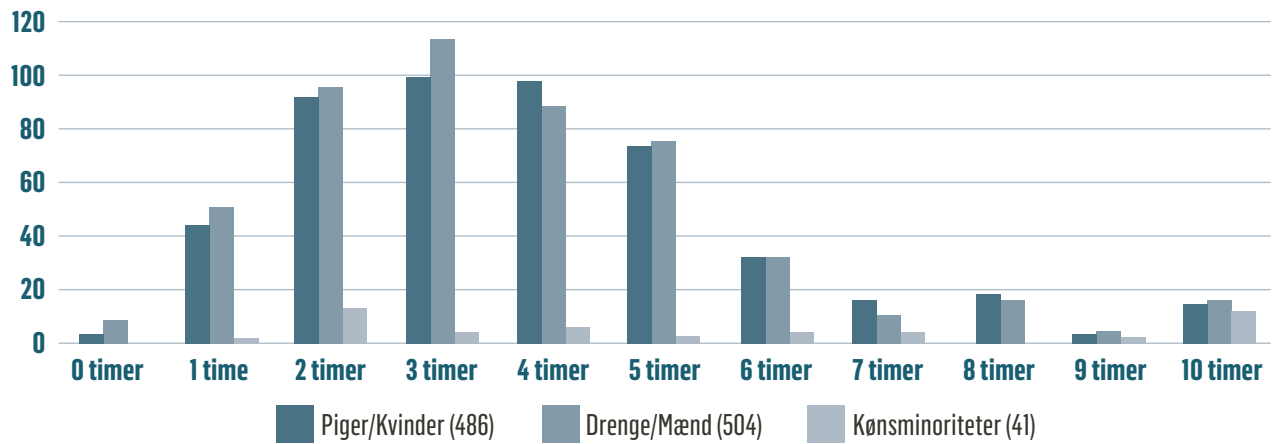
Instagram, TikTok og Snapchat er størst

Blandt de 15-29-årige er Instagram, Snapchat og TikTok klart de mest dominerende sociale medieplatforme. Men når vi kigger nærmere på, om præferencerne varierer mellem aldersgrupperne, ser vi også her forskelle. De yngste foretrækker i høj grad medier som Instagram, Snapchat og TikTok, mens Facebook, Messenger og Instagram udgør de mest anvendte platforme blandt brugere i aldersgruppen 27-29 år.

Undersøgelsen finder ligeledes kønsmæssige forskelle i forhold til mediepræferencer. Instagram, Snapchat og TikTok er størst for alle køn, men en betydelig større andel mænd end kvinder vælger YouTube som en af deres tre mest anvendte medieplatforme, og markant flere kvinder end mænd vælger Pinterest som en af deres tre foretrukne platforme. Samtidig viser undersøgelsen, at kønsminoriteter i betydeligt større omfang benytter sig af platformen Discord sammenlignet med både mænd og kvinder.

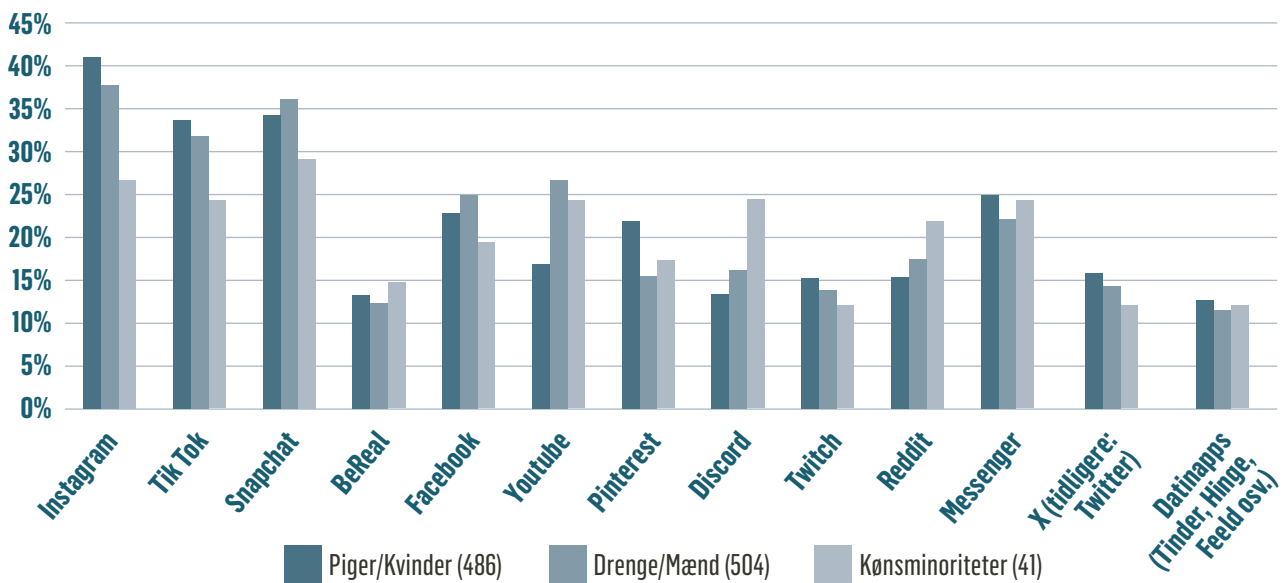
⁴ For eksempel viser Skolebørnsundersøgelsen 2022 at piger i 9. klasse bruger mere af deres skærmtid på sociale medier end drenge, der modsat bruger mere tid på gaming.

Figur 2: Timer brugt på sociale medier



Figurnote: 1031 respondenter. Angivet i antal respondenter i hver kategori fra 0-10 timer.

Figur 3: Hvilke sociale medier bruger du mest tid på? (Valgt som en af tre første)



Figurnote: 1031 respondenter. Angivet i procent, hvem der har valgt det sociale medie som en af de tre, de bruger mest tid på.



2 KROPSTILFREDSHED OG SAMMENLIGNINGSKULTUR

Unge tilfredshed med egen krop

Undersøgelsen viser, at et flertal af unge mellem 15-29 år i overvejende grad er tilfredse med deres egen krop (Figur 4).

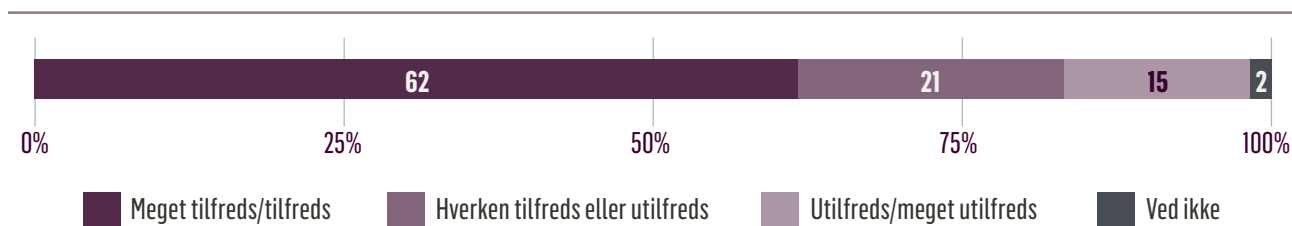
62% svarer, at de er enten meget tilfredse eller tilfredse med deres egen krop. Omkring en femtedel er hverken tilfredse eller utilfredse. 15% af de unge er utilfredse eller meget utilfredse med deres egen krop.

Det er det nogenlunde samme billede, der tegner sig i andre undersøgelser af kropstilfredshed blandt børn og unge. En undersøgelse foretaget af Sex & Samfund i 2017 viste for eksempel, at blandt elever i 7.-9. klasse var 74% meget eller nogenlunde tilfredse, imens omkring 10% var mindre tilfredse eller slet ikke tilfredse med deres egen krop⁵.

Kønsspecifikke forskelle

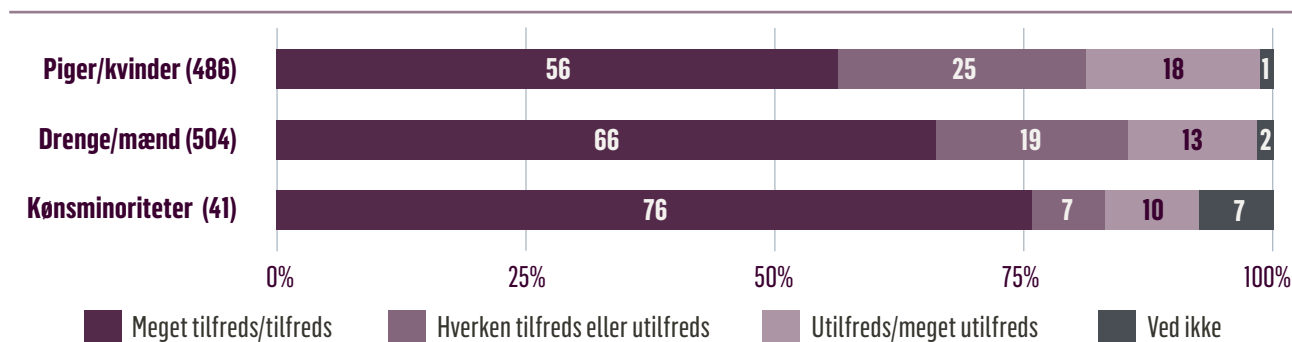
Resultaterne af undersøgelsen peger desuden på nogle væsentlige kønsforskelle, når det kommer til unges tilfredshed med egen krop (figur 5). Unge kvinder er generelt mindre tilfredse med deres krop end mænd og kønsminoriteter. 57% af kvinder er enten meget tilfredse eller tilfredse med deres krop, sammenlignet med 66% af mænd og 75% af kønsminoriteter. 18% af kvinderne er utilfredse eller meget utilfredse sammenlignet med 13% af mændene og 10% af kønsminoriteterne. Flere af kvinderne angiver desuden at de hverken er tilfredse eller utilfredse, end de andre grupper.

Figur 4: Hvor tilfreds eller utilfreds er du med din egen krop?



Figurnote: 1031 respondenter. Figuren viser fordelingen af besvarelser fra unge mellem 15-29 år på spørgsmålet "Hvor tilfreds eller utilfreds er du med din egen krop" – besvarelserne "meget tilfreds" og "tilfreds" er slået sammen og det samme gælder besvarelserne "utilfreds" og "meget utilfreds".

Figur 5: Hvor tilfreds eller utilfreds er du med din egen krop?



Figurnote: 1031 respondenter, angivet i procenter, fordelt på køn.

⁵ Sex og Samfund 2017: Unges syn på krop og kropsidealer. Børnerådet fandt i 2020 i undersøgelsen "Unge forhold til krop, motion og sundhed" at 16% af de unge i 9. klasse er utilfredse med deres krop.

At unge kvinder i højere grad end unge mænd er utilfredse med deres egen krop, stemmer overens med tidligere undersøgelser af børn og unges kropstilfredshed⁶. Projekt Sexus viste for eksempel, at 9,2% af mænd mellem 15-24 år og 17,7% af kvinder mellem 15-24 er utilfredse eller meget utilfredse med deres *udseende*.

Hvorfor kønsminoriteter angiver en højere tilfredshed med deres krop, kan til dels forklares ved at gennemsnitsalderen for respondenter i denne gruppe er højere, og den gennemsnitlige tilfredshed med ens krop stiger med alderen (figur 6). Det er dog bemærkelsesværdigt mange i denne gruppe, der har en meget høj tilfredshed med deres egen krop, sammenlignet med f.eks. Projekt

Sexus undersøgelsen, der finder en lavere tilfredshed med *udseende* blandt nonbinære og transpersoner end blandt ciskønnede⁷.

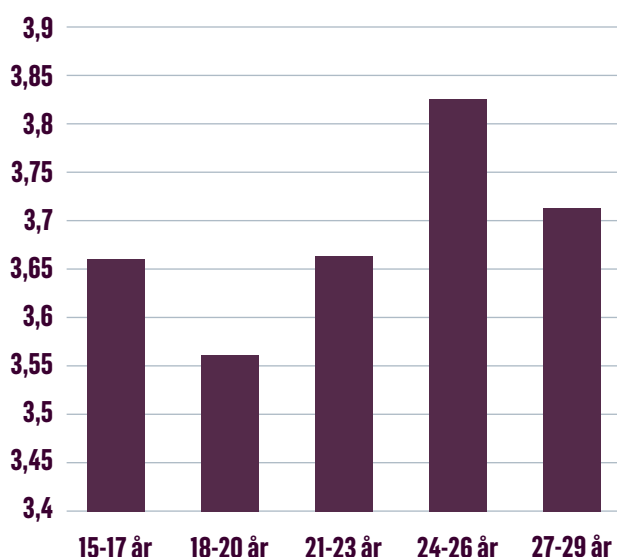
Aldersspecifikke forskelle

Der ses en tendens til, at den gennemsnitlige tilfredshed med ens egen krop stiger med alderen, men tendensen er ikke entydig (figur 6). De 18-20-årige angiver den laveste gennemsnitlige tilfredshed med deres egen krop. Da der sker store forandringer med ens krop og seksualitet som teenager, hvilket kan øge tvivl og usikkerhed, giver det umiddelbart god mening at tilfredsheden og accepten af ens egen krop stiger efter teenageårene.

Blandt de 15-17-årige er der signifikant færre, der er "meget tilfredse" med deres krop (17%) og en større del, der er "hverken utilfredse eller tilfredse" med deres krop (30%).

En større andel af de 24-29-årige er meget tilfredse med deres egen krop (31%) sammenlignet med de yngre aldersgrupper. Det er de 24-26-årige, der angiver den gennemsnitligt højeste kropstilfredshed.

Figur 6: Gennemsnitlig tilfredshed med egen krop



Figurnote: Respondenternes gennemsnitlige tilfredshed fordelt på aldersgrupperne. 5 = meget tilfreds og 1 = meget utilfreds.

6 Børnerådet 2020: 23 % af pigerne er meget utilfredse/utilfredse, mens det er 8 % af drengene. Sex & Samfund 2017: Signifikant flere piger (13,3 %) end drenge (4,6 %) angiver i undersøgelsen, at de er mindre eller slet ikke tilfreds med egen krop.

7 Frisch et al. (2019) Sex i Danmark – Nøgletal fra Projekt SEXUS 2017-2018

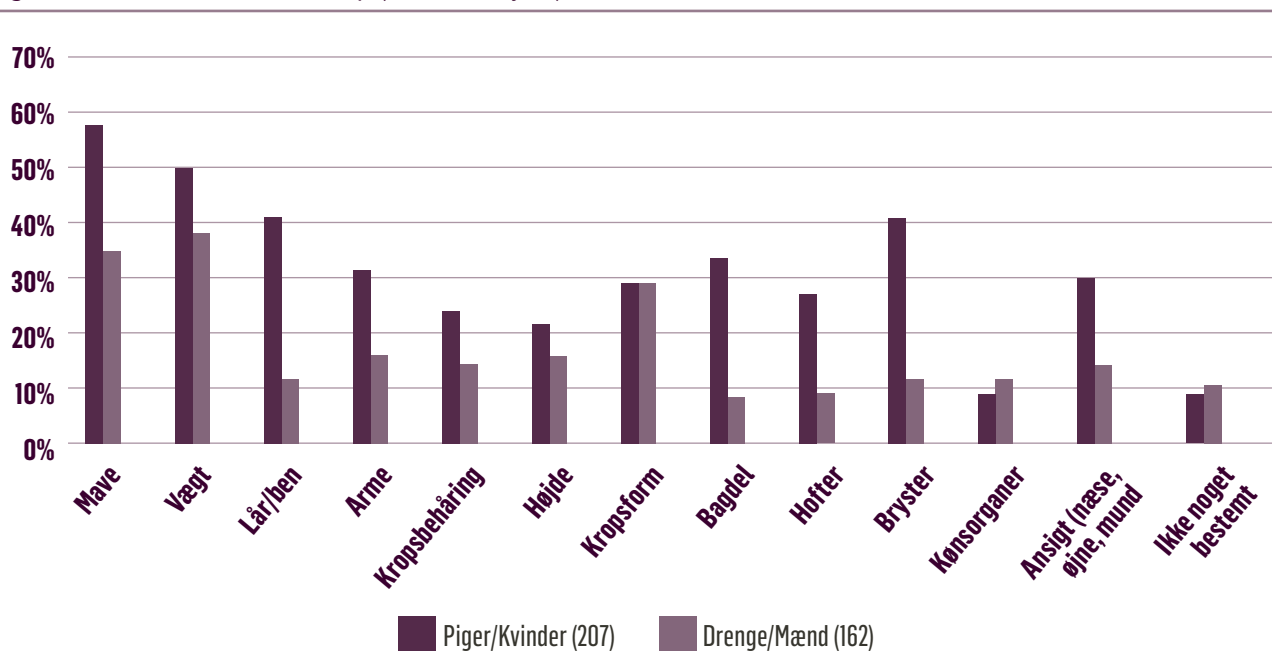
Hvad er du utilfreds med?

Som opfølgende spørgsmål blev de unge, der ikke var tilfredse eller meget tilfredse (n=376), spurgt ind til, hvilke dele af deres krop, de var utilfredse med (figur 7). Flere kvinder end mænd er ikke tilfredse med deres egen krop, hvorfor gruppen af kvinder her er større end mænd.

Mave og vægt er det, som langt flest på tværs af køn angiver at være utilfredse med.

Unge kvinder er signifikant mere utilfredse med flere dele af deres krop end mændene. En større andel af kvinderne end mænd er utilfredse med deres mave, vægt, lår, arme, kropsbehåring, bagdel, hofter, bryster og ansigt.

Figur 7: Hvad er du utilfreds med ved din krop? (sæt evt. flere krydser)



Figurnote: 369 respondenter. Angivet i procent. Respondenterne fik mulighed for at sætte mere end et kryds. "Andet" er ikke medtaget i figuren, da det var meget få procenter, der havde valgt denne mulighed. Gruppen af kønsminoriteter, der ikke er tilfredse med deres krop, er ikke medtaget i tabellen, da denne gruppe var for lille (7 respondenter).

Unge tendens til at sammenligne deres krop med andres på sociale medier

Undersøgelsen peger på en klar tendens blandt unge til at sammenligne ens egen krop med andres kroppe på sociale medier.

Over en tredjedel af de unge (36%) angiver, at de sammenligner sig i meget høj eller høj grad med andres kroppe på sociale medier (Tabel 3). Samtidig angiver 29%, at de gør det i nogen grad og 19% i mindre grad.

Kun 14% angiver, at de slet ikke sammenligner deres krop med andres på sociale medier.

Tabel 3: I hvor høj grad sammenligner du din krop med andre på sociale medier?

	Antal	Procent
Meget høj grad	159	15,5%
Høj grad	214	20,8%
I nogen grad	296	28,7%
I mindre grad	193	18,8%
Slet ikke	140	13,6%
Ved ikke	28	2,7%
Total	1.031	100,0%

Der er ikke fundet en signifikant sammenhæng mellem, hvor tilfreds man er med sin krop og ens tendens til at sammenligne sig med andre på sociale medier.

Uanset om man er tilfreds eller utilfreds med, hvordan ens krop ser ud, kan man altså have en tendens til at sammenligne sin krop med andres på sociale medier.

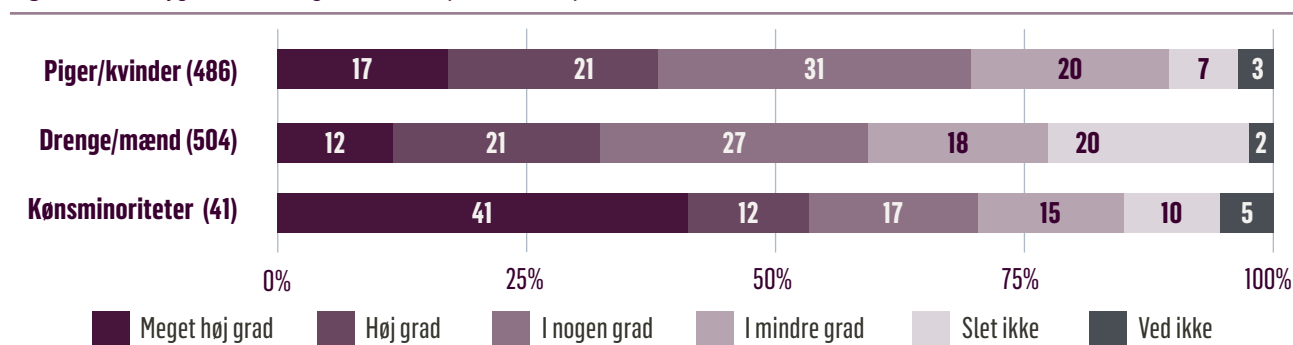
Kønsspecifikke forskelle

Det er signifikant flere unge kvinder (17 %) end mænd (12 %), der i meget høj grad sammenligner deres krop med andres på sociale medier (Figur 8).

Der er desuden signifikant flere mænd (20 %) end kvinder (7 %), der slet ikke sammenligner deres krop med andres på sociale medier.

Blandt kønsminoriteter er der 41%, der i meget høj grad sammenligner deres krop med andres på sociale medier, hvilket er signifikant højere end de andre køn. Det vil kræve en yderligere undersøgelse at finde forklaring på, hvorfor en så stor andel af kønsminoriteter sammenligner sig i meget høj grad. De er dog den gruppe, der gennemsnitligt bruger mest tid på sociale medier, men de er også den gruppe, der angiver den højeste gennemsnitlige tilfredshed med deres krop. En af forklaringerne kan handle om aldersfordelingen i gruppen, da største-

Figur 8: I hvor høj grad sammenligner du din krop med andre på sociale medier?



Figurnote: 1031 respondenter. Angivet i procenter, fordelt på køn.

delen af dem er mellem 21-23 år, hvor tendensen til at sammenligne sig er højere end for de yngre respondenter (Figur 9). Men en anden forklaring kan også være, at kønsminoriteter i højere grad bruger sociale medier til at finde spejling i hinanden.

Aldersspecifikke forskelle

Tendensen til at sammenligne sig med andres kroppe på sociale medier er størst blandt aldersgruppen 24-26-årige og mindst blandt aldersgruppen 15-17-årige (Figur 9). En signifikant mindre del af de 15-17-årige (8%) sammenligner i meget høj grad deres krop med andres på sociale medier.

Umiddelbart er dette resultat overraskende, når det samtidig er de yngste aldersgrupper, der bruger mest tid på sociale medier og samtidig i højere grad forbruger medier som Instagram, TikTok og Snapchat, som er mere billedbaserede end f.eks. Messenger og Facebook, som en større andel af de ældre grupper bruger mest tid på.

En forklaring kan være, at ældre respondenter kan tænkes at være mere bevidste om deres tendens til at sammenligne sig med andre på sociale medier. Men det ville

kræve en yderligere undersøgelse for at få en dybere forståelse af, hvad der har betydning for ens tendens til at sammenligne sin krop med andres på sociale medier.

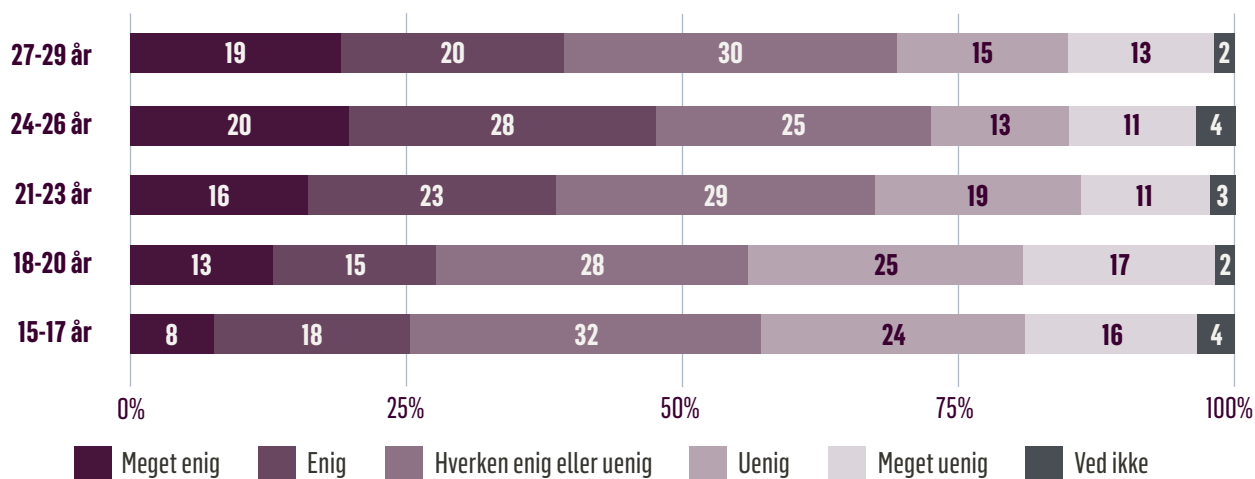
Sammenligningens effekt

For at undersøge, hvordan de unge bliver påvirket af at sammenligne sig med andre på sociale medier, bad vi dem vurdere, hvor enige eller uenige de var i tre udsagn om at se på andres kroppe på sociale medier:

- Når jeg ser andres kroppe på sociale medier, får jeg ofte lyst til at tabe mig
- Når jeg ser andres kroppe på sociale medier, ønsker jeg ofte, at jeg har en mere trænet krop
- Når jeg ser andres kroppe på sociale medier, får jeg ofte lyst til at lave om på min egen krop

Spørgsmålene er stillet for at undersøge om den sammenligning, der sker i mødet med sociale medier, udløser et ønske om at ændre sin egen krop eller en lyst til at se anderledes ud. Tidligere undersøgelser peger nemlig på, at sammenligning med andre på sociale medier kan være knyttet til en negativ selv vurdering og kropsopfattelse⁸.

Figur 9: I hvor høj grad sammenligner du din krop med andres på sociale medier?



Figurnote: 1031 respondenter angivet i procenter fordelt på aldersgrupper.

“Når jeg ser andres kroppe på sociale medier, får jeg ofte lyst til at tabe mig”

Næsten halvdelen af de unge (47%) er enige eller meget enige i, at de ofte får lyst til at tabe sig, når de ser andres kroppe på sociale medier. En femtedel er hverken enige eller uenige.

30% af unge er uenige eller meget uenige i udsagnet (figur 10).

Der er ikke fundet en signifikant sammenhæng mellem, hvor tilfreds man er med sin egen krop, og hvor enig man er i, at man ofte får lyst til at tabe sig, når man ser andres kroppe på sociale medier.

Dette indikerer, at uanset om man er tilfreds eller utilfreds med sin egen krop, kan man blive påvirket af at sammenligne sig med andre på sociale medier i en grad, så man ville ønske, at ens krop så anderledes ud.

Kønsspecifikke forskelle

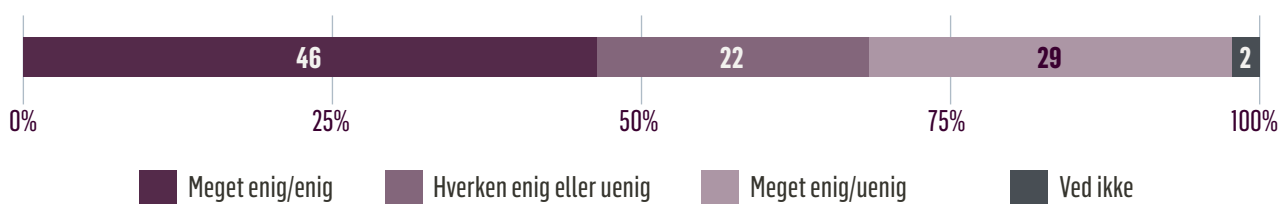
Unge kvinder er mere enige end mænd i, at de ofte får lyst til at tabe sig, når de ser andres kroppe på sociale medier, imens kønsminoriteter er mere enige end både mænd og kvinder.

Signifikant flere mænd (23%) er "meget uenige" sammenlignet med kvinder (13%) (Figur 11).

Dette stemmer overens med resultaterne, der peger på, at mænd gennemsnitligt er mere tilfredse med deres krop end kvinder, og at de generelt har mindre tendens til at sammenligne deres krop med andres på sociale medier. Vi fandt også, at flere kvinder end mænd var utilfredse med deres mave og vægt, hvilket kan hænge sammen med lysten til at tabe sig.

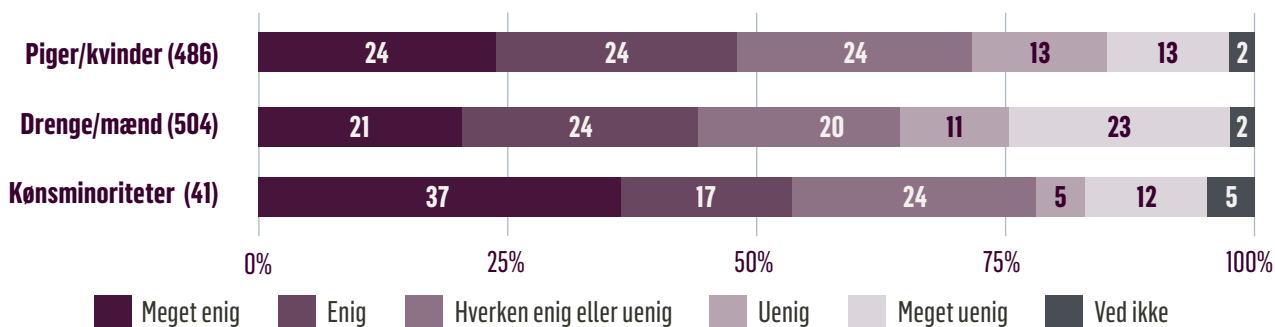
Hvorfor en større andel af kønsminoriteter er "meget enige" i udsagnet, kan skyldes, at det også er den gruppe, der

Figur 10: Hvor enig eller uenig er du i følgende udsagn: "Når jeg ser andres kroppe på sociale medier, får jeg ofte lyst til at tabe mig"



Figurnote: 1031 respondenter. Angivet i procenter.

Figur 11: "Når jeg ser andres kroppe på sociale medier, får jeg ofte lyst til at tabe mig"



Figurnote: 1031 respondenter. Angivet i procenter, fordelt på køn.

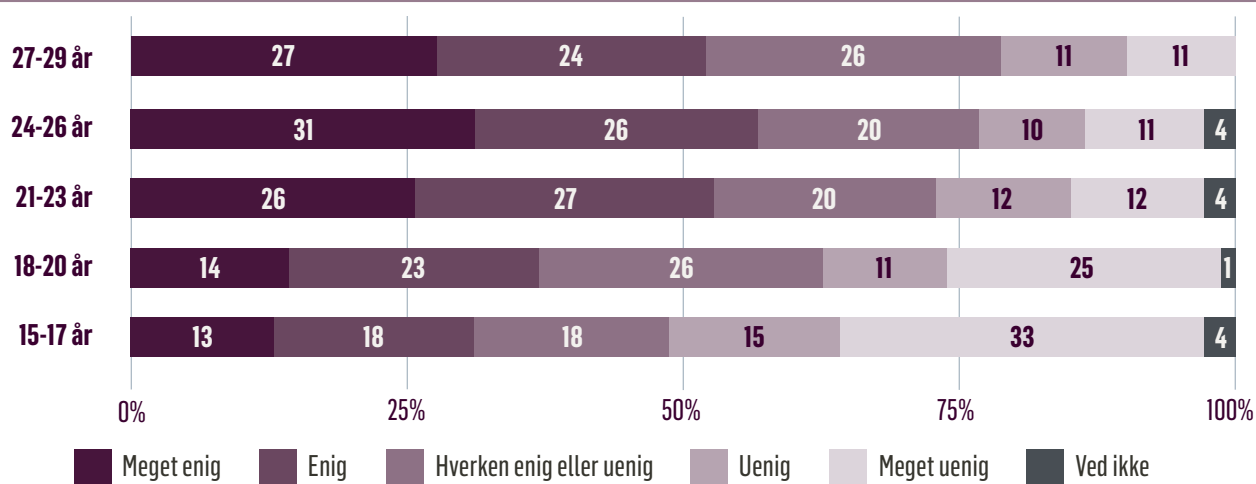
har den største tendens til at sammenligne sig i meget høj grad med andre på sociale medier, men det kan også hænge sammen med aldersfordelingen i gruppen.

Aldersspecifikke forskelle

Der viser sig en klar tendens til, at de ældste aldersgrupper, særligt de 24-26-årige, er mere enige i, at de ofte får lyst til at tabe sig af at se andres kroppe på sociale medier. De 15-17-årige er de gennemsnitligt mindst enige i udsagnet. 31% af de 15-17-årige får ofte lyst til at tabe sig, når de ser andres kroppe på sociale medier sammenlignet med f.eks. 67% af de 24-26-årige.

Det kan forstås i sammenhæng med, at de ældre aldersgrupper også havde en større tendens til at sammenligne deres krop med andres på sociale medier. En mulig forklaring kan være, at jo ældre man er, jo mere reflekteret er man om, hvordan man konkret bliver påvirket af kropsidealer på sociale medier. Men det kan også handle om, hvilket indhold de bliver eksponeret for. De ældste grupper er for eksempel i højere grad enige i, at "perfekte kroppe" fylder for meget på deres sociale medier, hvilket bliver uddybet i kapitel 3.

Figur 12: "Når jeg ser andres kroppe på sociale medier, får jeg ofte lyst til at tabe mig"



Figurnote: 1031 respondenter angivet i procenter fordelt på alder.

“Når jeg ser andres kroppe på sociale medier, ønsker jeg ofte, at jeg har en mere trænet krop”

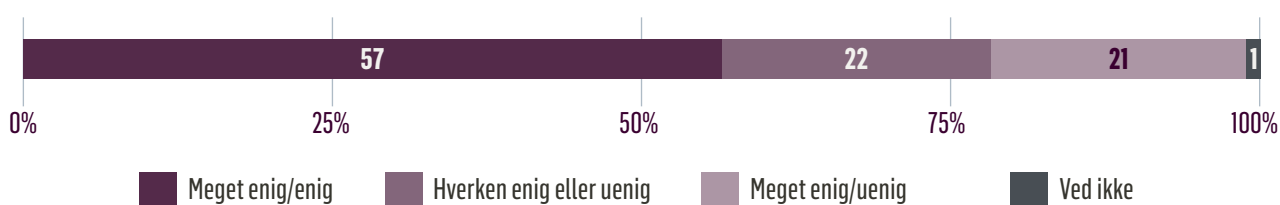
Over halvdelen af de unge (57%) er enige eller meget enige i, at de ofte ønsker sig en mere trænet krop, når de ser andres kroppe på sociale medier (figur 13). En femtedel af de unge (21%) er uenige eller meget uenige i udsagnet.

Kvinder er gennemsnitlig mere enige i udsagnet end mænd (Figur 14). En større andel af kvinder (60%) er enige eller meget enige i, at de ofte får lyst til at have en mere trænet krop, når de sammenligner sig med andre på sociale medier.

Dog er det stadig over halvdelen af mænd (53%) og kønsminoriteter (54%), der ofte får lyst til at have en mere trænet krop, når de ser andres kroppe på sociale medier.

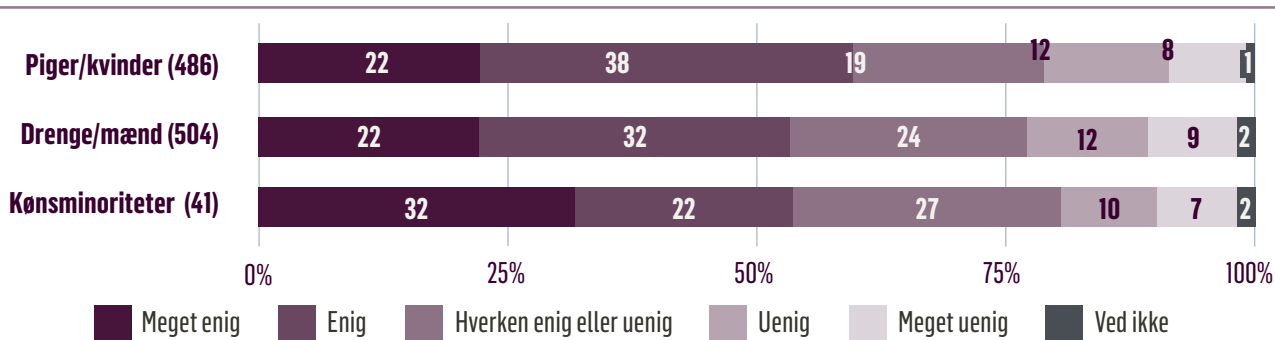
De 15-17-årige er mindst enige i udsagnet, og de 24-26-årige er mest enige. Blandt de 15-17-årige får 46% ofte lyst til at have en mere trænet krop sammenlignet med 62% af de 24-26-årige.

Figur 13: "Hvor enig eller uenig er du i følgende udsagn: "Når jeg ser andres kroppe på sociale medier, ønsker jeg ofte, at jeg har en mere trænet krop"



Figurnote: 1031 respondenter. Angivet i procenter.

Figur 14: "Når jeg ser andres kroppe på sociale medier, ønsker jeg ofte, at jeg har en mere trænet krop"



Figurnote: 1031 respondenter. Angivet i procenter, fordelt på køn.

“Når jeg ser andres kroppe på sociale medier, får jeg ofte lyst til at lave min krop om (f.eks. få lipfiller, botox, få lavet bryster, nosejob el. lign.)”

Over en tredjedel (35%) af unge er enige eller meget enige i, at de ofte får lyst til at lave om på deres krop (f.eks. få lipfiller, botox, bryster nosejob eller lignende), når de ser andres kroppe på sociale medier (Figur 15).

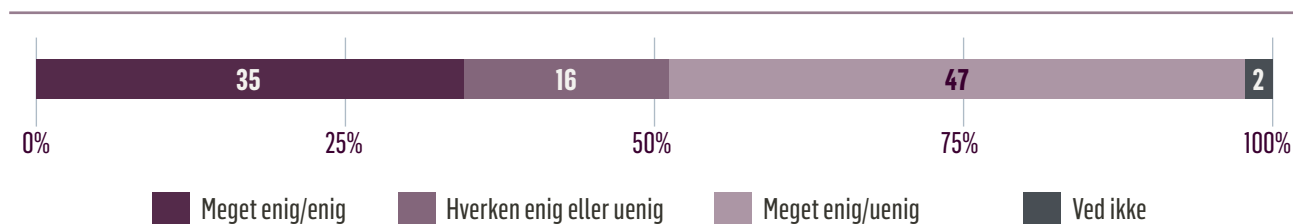
47% er uenige eller meget uenige i udsagnet.

En signifikant større del af mandlige respondenter er "meget uenige" (40%) i, at de ofte får lyst til at lave deres krop om sammenlignet med 28% kvinder og 10% kønsminoriteter (Figur 16).

At mændene er mere uenige i udsagnet end kvinder og kønsminoriteter kan have at gøre med kønnede kropsidealer, hvor det kan tænkes, at skønhedsbehandlinger, såsom lipfiller og botox, i højere grad henvender sig til kvinder gennem f.eks. reklamer.

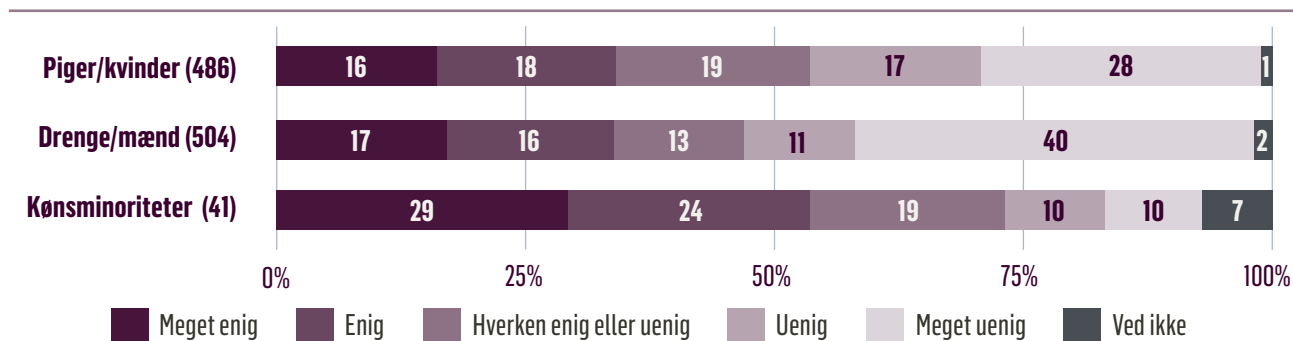
54% af kønsminoriteter er enige i udsagnet, imens det samme gælder for 34% af både mænd og kvinder. En forklaring på, at kønsminoriteter har en tendens til at være mere enige i, at de ofte får lyst til at lave deres krop om, når de ser andres på sociale medier, kan være, at nogle transpersoner og nonbinære kan have et ønske om at få hormoner eller kønsbekræftende kirurgi, og at det er noget, der bliver delt erfaringer med på sociale medier.

Figur 15: Hvor enig eller uenig er du i følgende udsagn: "Når jeg ser andres kroppe på sociale medier, får jeg ofte lyst til at lave min krop om (f.eks. få lipfiller, botox, få lavet bryster, nosejob el. lign.)"



Figurnote: 1031 respondenter. Angivet i procenter.

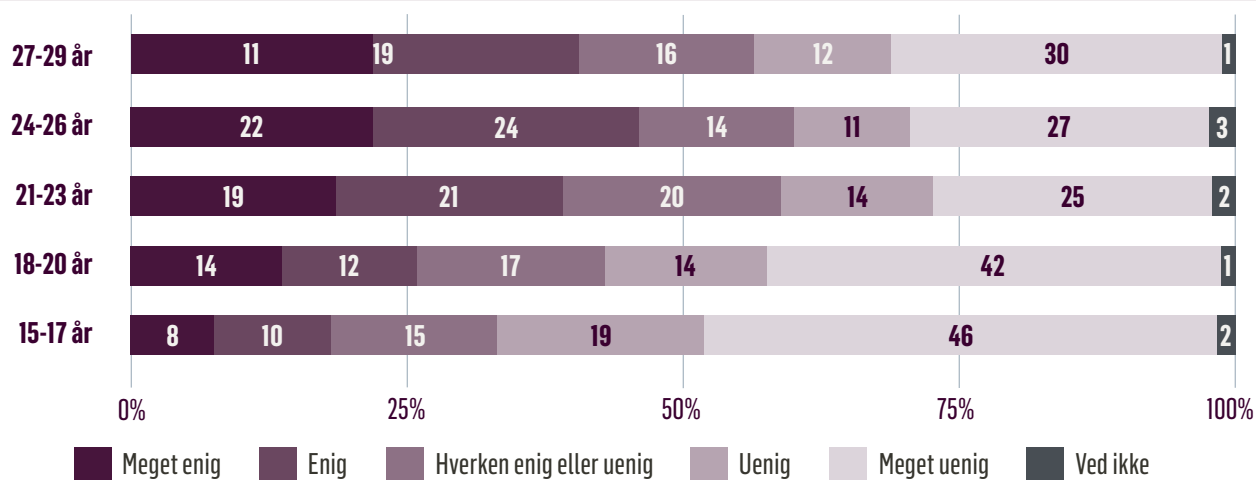
Figur 16: "Når jeg ser andres kroppe på sociale medier, får jeg ofte lyst til at lave min krop om (f.eks. få lipfiller, botox, få lavet bryster, nosejob el. lign.)"



Figurnote: 1031 respondenter. Angivet i procenter, fordelt på køn.

Som figur 17 viser, er de yngste aldersgrupper mest uenige i udsagnet. En signifikant større del af de ældste aldersgrupper (24-29 år) er meget enige og enige i, at de ofte får lyst til at lave deres krop om, når de ser andres kroppe på sociale medier. En forklaring kan være, at skønhedsbehandlinger bliver mere normaliserede, mere tilgængelige og økonomisk realistiske, jo ældre man bliver.

Figur 17: "Når jeg ser andres kroppe på sociale medier, får jeg ofte lyst til at lave min krop om (f.eks. få lipfiller, botox, få lavet bryster, nosejob el. lign.)"



Figurnote: 1031 respondenter angivet i procenter fordelt på alder.

Delkonklusion

Et flertal af de unge er tilfredse med deres egen krop. 62% svarer, at de er enten meget tilfredse eller tilfredse med deres egen krop. 15% er utilfredse med deres krop. Unge kvinder er generelt mindre tilfredse med deres krop end drenge/unge mænd og kønsminoriteter. Disse resultater stemmer overens med tidligere undersøgelser på området.

På trods af, at et flertal af unge er tilfredse med deres egen krop, ses der også en udbredt tendens til at sammenligne sin krop med andres på sociale medier.

Tendensen til at sammenligne sin krop med andres på sociale medier er tydelig på tværs af både alder og køn. Over en tredjedel af de unge (36%) svarer, at de sammenligner deres krop med andres på sociale medier i meget høj eller høj grad. 29% svarer, at de gør det i nogen grad og 19% i mindre grad.

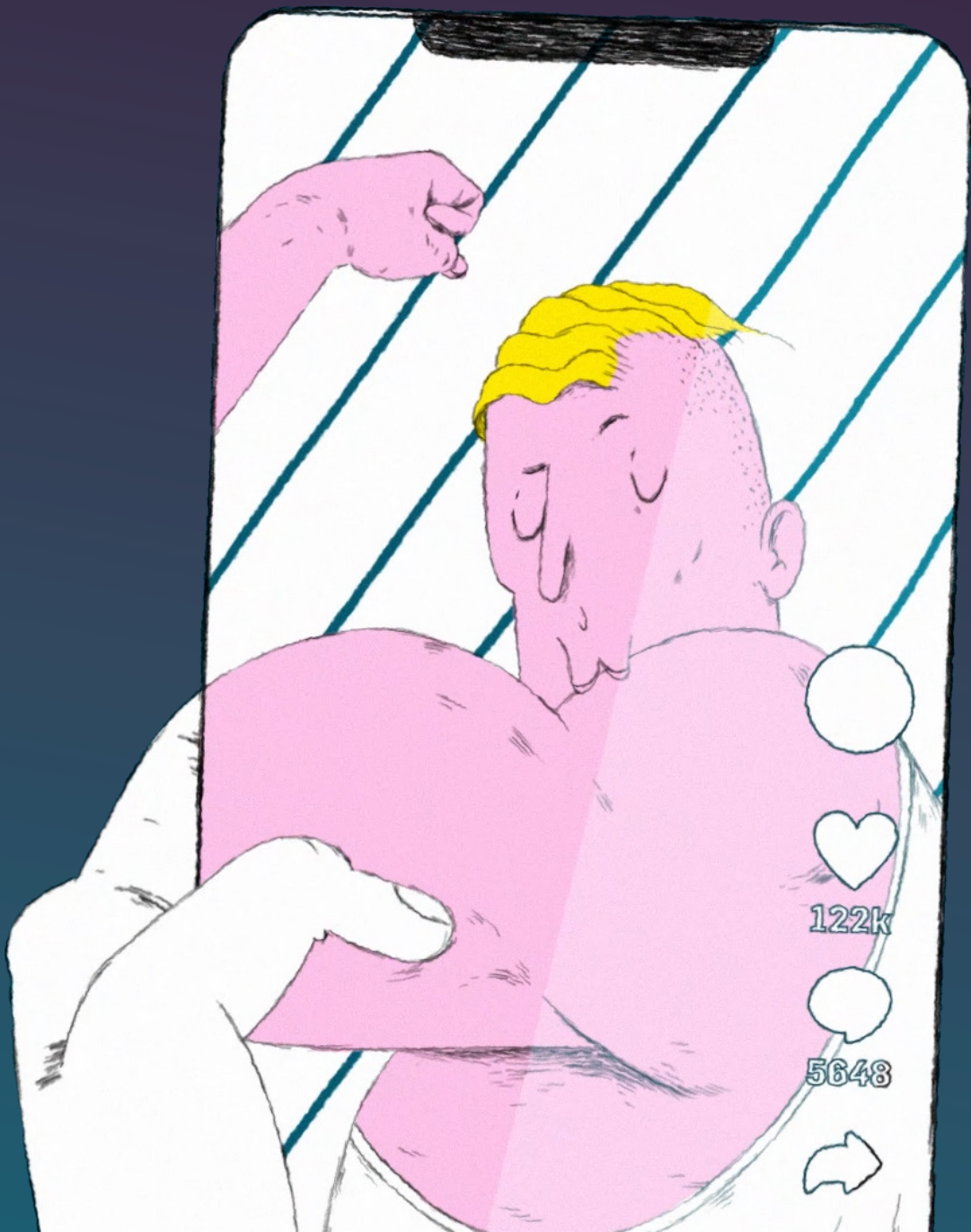
Der tegner sig dog et billede af, at kvinder og kønsminoriteter i højere grad end mænd har tendens til at sammenligne deres krop med andres på sociale medier end mænd. Der er også en tendens til, at de ældre aldersgrupper i højere grad sammenligner sig med andre på sociale medier.

Omkring halvdelen af de unge er meget enige eller enige i, at de ofte får lyst til at tabe sig (47%) eller have en mere trænet krop (57%), når de kigger på andres kroppe på sociale medier. 35% får ofte lyst til at lave om på deres krop (f.eks få lipfiller, botox, bryster nosejob eller lignende), når de ser andres kroppe på sociale medier. Mange unge bliver altså ofte påvirket af at sammenligne sig selv med andres kroppe på sociale medier, til en grad hvor de får lyst til at lave om på sig selv.

Det kan indikere flere ting. Det indikerer, at kropsidealerne på sociale medier opleves som snævre, og det indikerer, at mange unge har en tendens til at blive påvirkede af kropsidealerne på sociale medier. Der tegner sig desuden et billede af, at kvinder og kønsminoriteter i højere grad end mænd bliver påvirkede af at sammen-

ligne sig med andre på sociale medier til en grad, hvor de får lyst til at lave om på sig selv.

Selvom mange unge er tilfredse med deres krop, har størstedelen af dem også en tendens til at sammenligne deres krop med andres på sociale medier. Når de sammenligner sig med andres kroppe på sociale medier, bliver omkring halvdelen af dem ofte påvirkede af det i en grad, så de får lyst til at tabe sig og over halvdelen ønsker sig ofte en mere trænet krop.



3 KROPSIDEALER OG NORMER FOR SELVFREMSTILLING

Dette kapitel fokuserer på unges normer for selvfremstilling på sociale medier, og hvordan de forholder sig til kropsidealer og idealer for selvfremstilling på sociale medier, herunder holdninger til den kropspositivistiske trend med at poste "uperfekte" og uredigerede billeder af sig selv.

For at undersøge unges normer for selvfremstilling på sociale medier, har vi spurgt dem ind til, hvor ofte de lægger billeder eller videoer op af sig selv, hvorfor de evt. ikke gør det, og om de redigerer det, de lægger op.

Mange tager dagligt billeder af dem selv, som de sender i private chats f.eks. gennem Snapchat, og som forsvinder igen, straks efter billedet er åbnet. For at skelne mellem den private form for kommunikation og mere offentlige former for selvfremstilling, spurgte vi ind til, hvor ofte unge poster billeder eller videoer, som er tilgængelige i længere tid og når et større publikum – f.eks. gennem stories, opslag, Tik Tok videoer eller gruppechats.

Selfies på sociale medier

Næsten halvdelen af de unge (45%) angiver, at de ofte (månedligt, ugentligt eller dagligt) lægger billeder op af sig selv på sociale medier.

En tredjedel (32%) angiver, at de gør det hvert halve år eller sjældnere, imens en femtedel (20%) aldrig lægger billeder eller videoer op af dem selv på sociale medier (Tabel 4).

Der er ikke en entydig tendens at spore i forhold til kønsforskelle på, hvor ofte man lægger billeder op. Der er dog signifikant flere mænd, der aldrig gør det (25%) sammenlignet med kvinder (16%) og kønsminoriteter (12%). Der er samtidig signifikant flere kønsminoriteter, der gør det dagligt (34%) sammenlignet med mænd og kvinder (13%).

Billedredigering

Vi spurgte dem, der lægger billeder og videoer op af sig selv (n=804), om de redigerer dem ved f.eks. at lægge et filter på eller photoshoppe sig selv (tabel 5).

Halvdelen af de unge (48%) redigerer altid, ofte eller nogle gange deres billeder. 14% gør det altid, 21% gør det ofte og 13% gør det nogle gange. 16% redigerer sjældent og 36% redigerer aldrig deres billeder.

Tallene indikerer, at det er indenfor normerne for selvfremstilling på sociale medier for unge mellem 15-29 at

Tabel 4: Hvor ofte lægger du billeder eller videoer af dig selv på sociale medier? Her menes der ikke i en privat chat, men f.eks. i en story, et opslag, Tik Tok-video, gruppechat

	Antal	Procent
Dagligt	140	13,6%
Ugentligt	133	12,9%
Månedligt	195	18,9%
Hvert halve år	184	17,8%
Sjældnere end hvert halve år	152	14,8%
Aldrig	207	20,1%
Ved ikke	20	1,9%
Total	1.031	100,0%

Tabel 5: Redigerer du billederne af dig selv, f.eks. ved at lægge et filter på eller photoshoppe ansigt/krop?

	Antal	Procent
Altid	110	13,6%
Ofte	170	21,2%
Nogle gange	104	13,0%
Sjældent	126	15,6%
Aldrig	287	35,8%
Ved ikke	7	0,9%
Total	804	100,0%

redigere sine selfies. Det kan f.eks. indebære at redigere billedet for at se pænere ud, f.eks. for at ens hud fremstår glattere eller at sætte et sjovt eller uhyggeligt filter på, som ændrer ens ansigt. Uanset hvilken form for redigering der er tale om, står det klart, at mange af de unge ofte ændrer de billeder, de lægger op af dem selv på sociale medier, og på den måde bidrager til, at sociale medier fremstår som et redigeret visuelt rum.

Det indikerer, at unge i høj grad møder en redigeret virkelighed, og at mange af dem også selv bidrager til at skabe en redigeret virkelighed på sociale medier.

En femtedel af de unge lægger aldrig billeder op af sig selv

En femtedel af de unge lægger aldrig billeder eller videoer op af sig selv på sociale medier (tabel 4).

Til spørgsmålet om, hvorfor de sjældent eller aldrig lægger billeder op (n=360), svarer langt de fleste (78%), at de ikke føler noget behov for det. Der er altså en del af de unge, der ikke føler sig forpligtede eller presede til at lægge billeder op af sig selv, og en mindre del, der decideret synes, at det er kikset eller overfladisk at gøre. Flere mænd end kvinder mener, at det er overfladisk (32% mænd overfor 22% kvinder) eller kikset (26% mænd og 19% kvinder).

En mindre del af dem, der sjældent eller aldrig lægger billeder op, angiver årsager, der peger i retningen af, at de føler sig pressede af skønhedsidealene på sociale medier. For eksempel angiver 17% af unge, at de ikke føler, at de er flotte nok og 21%, at de har svært ved at tage et godt billede. 5% af unge er bange for negative kommentarer, og flere kvinder (7%) end mænd (1%) er bange for ikke at få nok likes.

Kropsideal og kropspositivisme

For at undersøge de unges oplevelse af kropsidealene på sociale medier, spurgte vi de unge, om "perfekte kroppe" fylder for meget på sociale medier, om kropsidealene på sociale medier er svære at leve op til, og om de mener, det er vigtigt at fremstå selvsikker på sociale medier. Vi spurgte også ind til deres oplevelse af den kropspositivistiske trend med at dele "uperfekte" og uredigerede billeder af sig selv.

"Perfekte kroppe" fylder for meget på sociale medier

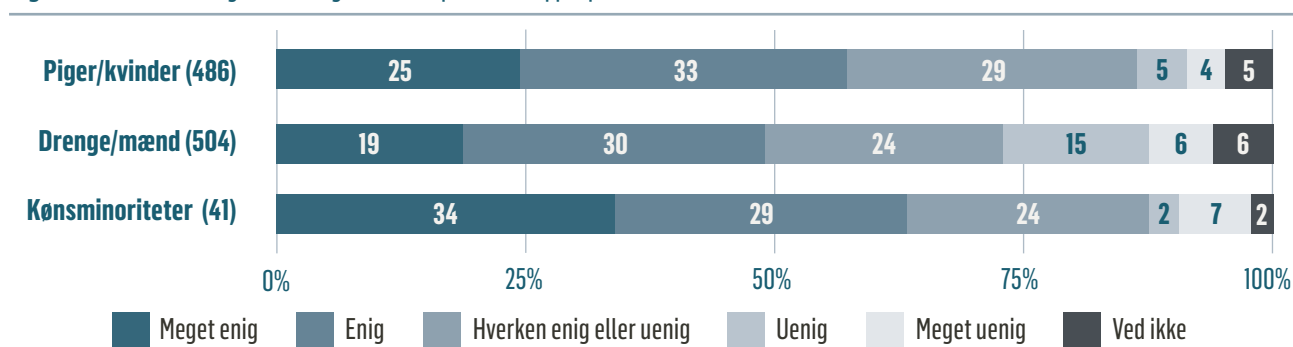
De unge blev spurgt, om de mente, at billeder og videoer af "perfekte kroppe" fylder for meget på deres sociale medier. Spørgsmålet er stillet som et holdningsspørgsmål, da det indhold, vi mødes af på sociale medier, er tilpasset ens individuelle præferencer. Når vi spørger, om de unge mener, at "perfekte kroppe" fylder for meget, får vi indblik i deres subjektive vurdering og oplevelse af at være på sociale medier – med det indhold de hver især mødes af. Når vi har sat "perfekte kroppe" i citationstegn, er det en måde at spørge ind til urealistiske kropsideal, som samtidig understreger, at der ikke findes en perfekt krop.

Over halvdelen af de unge (54%) er meget enige eller enige i, at "perfekte kroppe" fylder for meget på deres sociale medier. 15% er uenige eller meget uenige. Det kan tolkes som et udtryk for, at de føler sig overeksponerede for idealiserede kroppe.

En større del kvinder (57%) og kønsminoriteter (63%) er enige eller meget enige i udsagnet sammenlignet med mænd (49%) (Figur 18). Det kan indikere, at idealiserede kroppe fylder mindre i mændenes feed⁹, end det gør hos de andre grupper, eller at kvinder og kønsminoriteter er mere opmærksomme på, når de møder det.

Der ses desuden en tendens til, at de ældste aldersgrupper i højere grad oplever, at perfekte kroppe fylder for meget i deres feed. Blandt de 15-17-årige er 38% enige i udsagnet, og 21% er uenige sammenlignet med 60% enige og 10% uenige blandt de 27-29-årige.

Figur 18: "Der er for mange billeder og videoer af "perfekte kroppe" på mine sociale medier"



Figurnote: 1031 respondenter. Angivet i procenter, fordelt på køn.

9 Det indhold, man bliver præsenteret for på sociale medier.

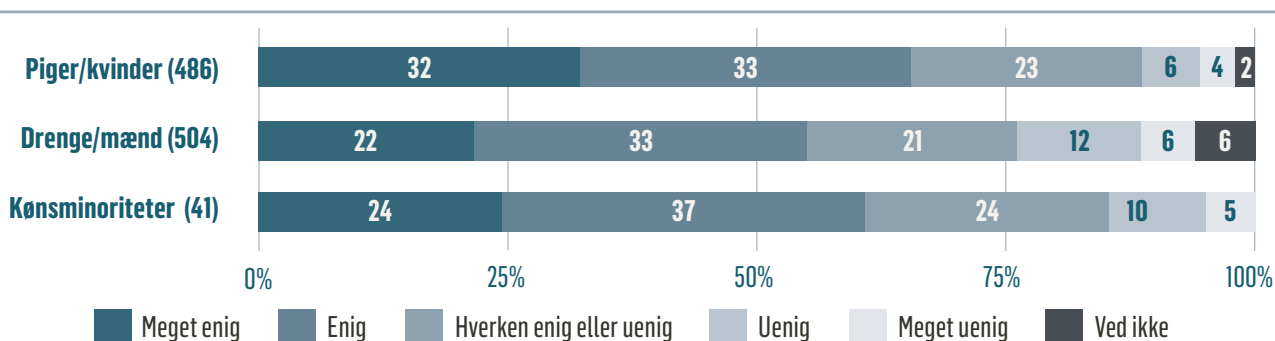
Det er svært at leve op til kropsidealerne på sociale medier

I sammenhæng med spørgsmålet om, hvorvidt perfekte kroppe fylder for meget, blev de unge spurgt, om de var enige i, at det er svært at leve op til kropsidealerne på sociale medier. Her er vi opmærksomme på, at blot fordi man er enig i dette udsagn, betyder det ikke nødvendigvis, at man føler et behov for at leve op til kropsidealerne. Det kan også tolkes sådan, at man anerkender, at kropsidealerne er snævre og til dels urealistiske.

En overvejende del (60%) af de unge er enige eller meget enige i, at det er svært at leve op til kropsidealerne på sociale medier. 14% er uenige eller meget uenige i udsagnet.

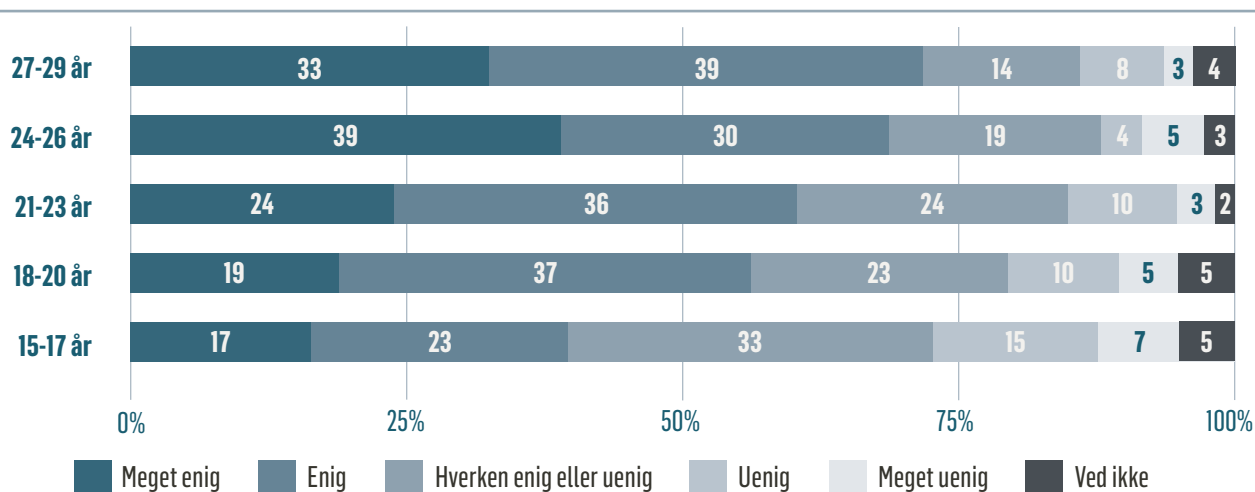
Dog er der signifikant flere kvinder, der er meget enige i udsagnet og signifikant flere mænd, der er uenige i udsagnet. Det kan indikere, at kropsidealerne på sociale medier er snævrere for kvinder end for mænd, men det skal også forstås i sammenhæng med, at kvinder og kønsminoriteter i højere grad oplever, at "perfekte kroppe" fylder for meget på deres sociale medier.

Figur 19: "Det er svært at leve op til kropsidealerne på sociale medier"



Figurnote: 1031 respondenter. Angivet i procenter, fordelt på køn.

Figur 20: "Det er svært at leve op til kropsidealerne på sociale medier"



Figurnote: 1031 respondenter. Angivet i procenter fordelt på alder.

Det er vigtigt at fremstå selvsikker på sociale medier

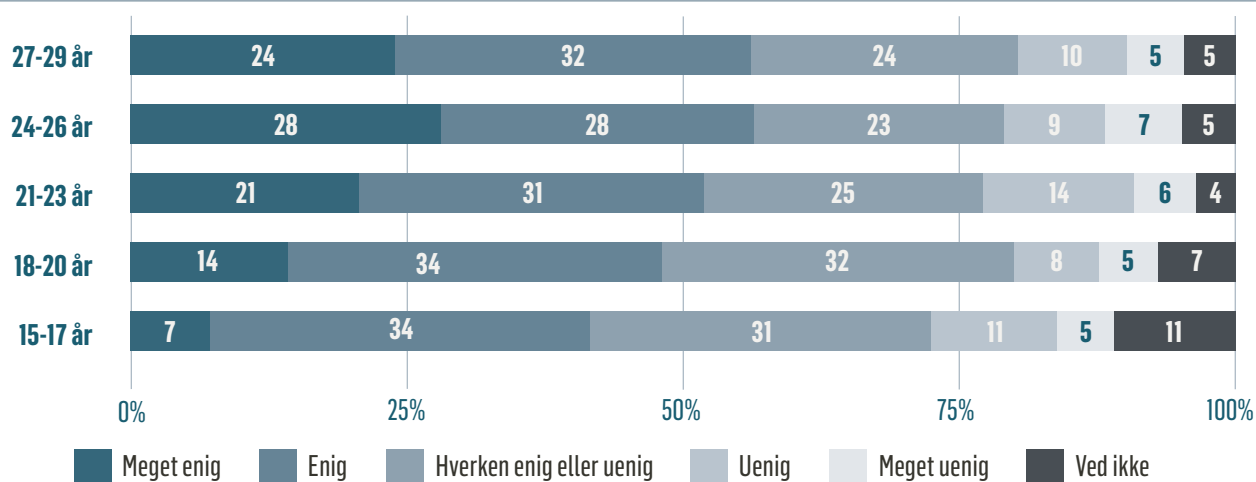
For at blive klogere på, hvilke normer der gør sig gældende for selvfremstilling på sociale medier, spurgte vi også de unge, om de er enige i, at det er vigtigt at fremstå selvsikker på de sociale medier. Enighed i udsagnet kan tolkes på to måder; enten at det er vigtigt for en selv, at man fremstår selvsikker, eller at man generelt observerer, at det er vigtigt for andre.

Over halvdelen (51%) af de unge er enige eller meget enige i, at det er vigtigt at fremstå selvsikker på sociale medier. 16% er uenige eller meget uenige i udsagnet.

At så stor en del af de unge er enige i, at det er vigtigt at fremstå selvsikker på sociale medier, indikerer, at der er en norm om at fremstille en idealiseret version af sig selv på sociale medier, og at der dermed ikke er meget plads til almindelig tvivl og usikkerheder i ens selvfremstilling.

Der er ikke nævneværdige forskelle mellem kønnene på spørgsmålet om, hvorvidt det er vigtigt at fremstå selvsikker på sociale medier. Ser vi på aldersforskellene, er det igen de ældste aldersgrupper, og især de 24-26-årige, der i højere grad er "meget enige" i udsagnet. De 15-17 årige er dem, der er mindst enige i, at det er vigtigt at fremstå selvsikker på sociale medier (figur 21).

Figur 21: "Det er vigtigt at fremstå selvsikker på sociale medier"



Figurnote: 1031 respondenter. Angivet i procenter fordelt på alder.

De perfekte uperfekte

For at undersøge normer for selvfremstilling yderligere, spurgte vi også ind til de unges oplevelse af den mere kropspositivistiske trend på sociale medier, hvor folk lægger uredigerede og "uperfekte" billeder op af dem selv.

34% angiver, at det ikke fylder noget i deres feed⁹. I sammenhæng med resultatet fra tidligere, kan det tolkes som et udtryk for, at det fortsat er idealiserede kroppe, der fylder mest – og for halvdelen af respondenterne også for meget - på sociale medier (tabel 6).

27% af de unge mener, at billeder af uredigerede og "uperfekte" billeder af kroppe på sociale medier er med til at skabe et nyt pres for at fremstå selvsikker og ligeglåd. Dette kan forstås i sammenhæng med resultatet, der indikerede, at der er en relativt stærk norm om at fremstå selvsikker på sociale medier.

26% mener, at det inspirerer dem til at holde af deres krop, som den er, når andre deler uredigerede og uperfekte billeder af dem selv. Svarene fordeler sig altså nogenlunde ligeligt mellem dem, der bliver positivt påvirket af mere "kropspositivistisk" indhold, dem der bliver negativt påvirkede og dem, der ikke bliver påvirkede, fordi de ikke ser det i deres feed.

Ser man på forskellen mellem kønnene, så er der en større del af kvinderne, der bliver inspireret til at holde af deres krop, som den er. En større del af mænd (40%) og kønsminoriteter (44%) svarer, at det ikke fylder noget i deres feed sammenlignet med 27% af kvinderne. Det kan tyde på, at den kropspositivistiske trend på sociale medier er mest udbredt blandt kvinder.

Tabel 6: Flere er begyndt at dele "uperfekte" og uredigerede billeder af sig selv og deres krop på sociale medier. Hvilke af følgende udsagn er du mest enig i?

	Antal
Det inspirerer mig til at holde af min krop, som den er	26,3%
Det skaber et nyt pres for at fremstå selvsikker og ligeglåd	27,4%
Det fylder ikke noget i mit feedt	33,8%
Ved ikke	12,5%
Total	100%

Delkonklusion

Næsten halvdelen af de unge (45%) lægger ofte (månedligt, ugentligt eller dagligt) billeder op af sig selv på sociale medier. Omkring en femtedel af de unge lægger aldrig billeder af sig selv på sociale medier, og for størstedelen skyldes det, at de ikke føler noget behov for det. Der findes dermed ikke en stærk indikation på, at unge føler sig pressede til at poste billeder af sig selv på sociale medier.

Halvdelen af de unge (48%) redigerer altid, ofte eller nogle gange de billeder, de lægger op af dem selv på sociale medier, hvilket indikerer, at det er ganske normalt og udbredt at redigere sine selfies på sociale medier. Dermed bidrager mange af de unge til en redigeret virkelighed på sociale medier.

Over halvdelen af de unge mellem 15-29 år er enige i at "perfekt kroppe" fylder for meget på deres sociale medier, og at det er udfordrende at leve op til kropsidealerne. Mange unge føler sig altså overeksponerede for idealiserede fremstillinger af kroppe. Dette gør sig især gældende blandt unge kvinder og de ældre respondenter mellem 24-29 år. Halvdelen af de unge er desuden enige i, at det er vigtigt at fremstå selvsikker på sociale medier. De ældste aldersgrupper er også på dette spørgsmål dem, der er mest enige.

Samlet kan aldersforskellene tolkes som et udtryk for, at normerne for selvfremstilling på sociale medier måske er ved at ændre sig med de yngre generationer. Det kan være et udtryk for, at de yngste har et mere distanceret forhold til kropsidealer på sociale medier og tager selvfremstillingen mindre seriøst – men det ville kræve en uddybende undersøgelse af målgruppen for at afdekke dette.

Til trods for at vi de seneste år har været vidne til en kropspositivistisk trend¹⁰, viser undersøgelsen, at uredigerede og "uperfekte" billeder ikke fylder i indholdet på mange unges (34%) sociale medier. Nogle ser denne trend som et nyt pres for at fremstå "selvsikker og

ligeglad" (27%), mens andre føler sig inspirerede til at omfavne deres egen krop, som den er (26%).

Analysen af kapitel 3 efterlader et samlet indtryk af, at der er snævre normer for selvfremstilling på sociale medier. Den idealiserede, selvsikre og "perfekte" krop lader til at være det dominerende ideal .

10 <https://videnskab.dk/krop-sundhed/saadan-spreder-tyk-aktivismen-sig-og-aendrer-vores-syn-paa-kvindekroppen/>

Litteratur

Børnerådet (2020) Børnefakta - Unges forhold til krop, motion og sundhed

Børns Vilkår (2020) Pres og Stress - Køn, krop og digital adfærd

Dansk Ungdoms Fællesråd, DUF (2023) – Ungeanalyse 2023

Frisch et al. (2019) Sex i Danmark – Nøgletal fra Projekt SEXUS 2017-2018. Statens Serum Institut og Aalborg Universitet

Institut for Menneskerettigheder 2023: LGBT+ Barometer <https://menneskeret.dk/lgbt-barometer>

Morten Frederiksen, Peter Gundelach og Rikke Skovgaard Nielsen (2017) Survey: design, stikprøve, spørgeskema, analyse

Statens Institut for Folkesundhed, SDU (2022): Skolebørnsundersøgelsen 2022 - Helbred, trivsel og sundhedsadfærd blandt skoleelever i 5., 7., og 9. klasse i Danmark

Sex og Samfund (2017) Unges syn på krop og kropsidealer

VIVE (2022) Digitalt mediebrugs betydning for sociale relationer, fællesskaber og stress blandt unge

VIVE (2018) Unges opfattelser af køn, krop og seksualitet

Videnskab.dk (2022) Sådan spreder tyk-aktivismen sig og ændrer vores syn på kvindekroppen



UGESEX

SKÆRM KROP

SEX
SAMFUND