ELSK DIG SELV

– KROP OG IDEALER

MEDIEKONKURRENCE FOR SKOLER 2018

Kære lærer

Elsk dig selv – krop og idealer 6

Del 1: Om konkurrencen

Konkurrencen 9
Praktisk 9
Bedømmelse 10
Vindere. 10
Tidsplan 11
Kom godt i gang med Newsdesk. 12
Brug af fotos 15
Avisens side. 15

Del 2: Elsk dig selv

Krops- og modeidealer gennem tiden 16
’Perfekt’ på de sociale medier 23
Billeddeling skaber nye muligheder og nye udfordringer. 28
Fysisk og psykisk sundhed 31
Kropsidealer på tværs af kloden 42

Del 3: Viden og inspiration

Lav interview med Sex & Samfund 44
Vær forberedt på reaktioner. 44
Noter 46
Hjælp til ’Newsdesk’ 47

Del 4: Gode råd

God journalistik 48
Artiklens elementer 48
Det gode interview. 52
Nyhedstrekanten 53
Fiskemodellen 54
De fem nyhedskriterier. 55
Den gode vinkel. 56
Gode råd til layout 57
Fælles Mål 58

Foto: Tine Sletting

”De unge udgør simpelthen omdrejningspunktet i vor tids kropskultur. Ikke bare er tidens idealkrop modelleret over den unge krop. Kropskulturen henvender sig primært også til de unge.”

Thomas Johanson, professor i socialpsykologi

Kære lærer

Politiken, Ekstra Bladet, Jyllands-Posten, Mary Fonden, Ligestillingsafdelingen i Udenrigsministeriet og Sex & Samfund er rigtig glade for, at du har tilmeldt dig Mediekonkurrencen for Skoler 2018. Vi ser frem til samarbejdet.

Elsk dig selv – krop og idealer

Nu som tidligere er det særligt unge, der er omdrejningspunkt for tidens kropskultur. Dels modelleres kropsidealet over den unge krop. Dels er det de unge, kropskulturen og idealerne henvender sig til.

Gennem blandt andet film, reklamer og musikvideoer har modeller, skuespillere og andre kendisser – særligt gennem de seneste årtier – været med til at forme tidens kropsidealer. Med de sociale medier føjes en yderligere dimension til: De unge kan nu ikke blot sammenligne sig med de kendtes, men også jævnaldrendes, (retoucherede) kroppe og livsstile.

Man kan se klassekammeratens perfekte photoshoppede krop på Facebook, naboens low carb-aftensmad på Snapchat, og kusinen der har fået perfekt sixpack gennem Instagrams filtre. Den ideelle krop og livsstil tilhører i dag naboen såvel som de kendte.

De sociale medier medfører nye muligheder. Men de sociale medier skaber også nye udfordringer for en generation af unge, der, ud over at skulle forholde sig til en retoucheret virkelighed på de sociale medier, også skal navigere i teknologiens tilbud om at rette op på så godt som hvad som helst, man ikke bryder sig om ved sin krop.

Oveni det genereres der konstant ny viden om sundhed og dermed nye muligheder for at forme kroppen gennem kost, træning og kosttilskud. Men hvad gør det egentlig ved de unge, at der hele tiden stilles krav til udseende?

I lærermaterialet præsenterer vi undersøgelser, tendenser og vinkler på årets tema: Krop, idealer og normer. Vi lægger særligt vægt på, hvad der præger unges trivsel og syn på egen krop.

Den digitale udvikling gør det ekstra væsentligt at skabe refleksion hos børn og unge om de herskende idealer, så de bliver i stand til at træffe bevidste til- og fravalg i strømmen af påvirkninger. Vi håber, du med materialet vil føle dig godt klædt på til Mediekonkurrencen for Skoler 2018.

Lærermaterialet, som du står med i hånden, er inddelt i fire dele:

Del 1: Om konkurrencen
Del 2: Elsk dig selv
Del 3: Viden og inspiration
Del 4: Gode råd

Jeres konkurrenceavis oprettes på **newsdesk.dk**. Under 'Hjælp til Newsdesk' og i 'Gode råd' giver vi dig en række oversigter og korte guides til god journalistik. I lærervejledningen til 'Newsdesk' vil du kunne finde uddybninger af dette, samt alt hvad du behøver for at lave avis med din klasse. Du finder lærervejledningen i venstremenuen på forsiden, når du er logget på Newsdesk, ved at klikke på spørgsmålstegnet.

Vi ønsker dig og din klasse rigtig god fornøjelse!

Louise Abildgaard Grøn
Projektchef, JP/Politikens Hus

Bjarne B. Christensen
Generalsekretær, Sex & Samfund

Karen Ellemann
Minister for fiskeri og ligestilling

Helle Østergaard
Direktør, Mary Fonden

Del 1: Om konkurrencen

Konkurrencen

I Mediekonkurrencen 2018 skal elever producere en avis og/eller nyhedssite over temaet 'Elsk dig selv – krop og idealer'.

Avis

Eleverne laver deres avis i 'Newsdesk', som er en interaktiv platform opbygget efter den redaktionelle proces ved at lave avis. Eleverne skal researche, skrive, korrekturlæse og layoute alt efter, hvilke roller de er blevet tildelt. Via interaktion med mediet giver avisproduktionen således eleverne mulighed for at udforske og forstå temaets problemstillinger. Nogle uger efter deadline vil du modtage klassens avis i 1000 trykte eksemplarer. Avisen kan deles ud i elevernes lokalområde og dermed være med til sprede budskabet og fortælle folk om de problematikker, I har fokuseret på i jeres avis. Avisen udstilles også på 'Avisens side'. Læs mere på side 15.

Nyhedssite

Nyhedssitet kan bl.a. produceres i WordPress eller via Skoleblogs, men I bestemmer helt selv. Der findes flere gratis programmer på nettet, I kan anvende. WordPress er et åbent system, som alle kan anvende, og mange af jeres elever kender det måske allerede. Husk at integrere lyd, video, galleri osv. Der er faktisk ingen begrænsninger, når man laver et nyhedssite.

Praktisk

Det kræver tilmelding at deltage i Mediekonkurrencen. Tilmelding foregår på **newsdesk.dk**. Tryk på knappen tilmeld. Det er ikke tilstrækkeligt at oprette en ny avis. Tilmeldingsfristen er den 9. februar 2018.
NB: Der må max være 28 elever om én avis eller et nyhedssite. Det gælder også, hvis flere klasser arbejder sammen. Er I fx 42 elever, skal der laves to produkter.

Avis

- I skal producere jeres avis i avisværktøjet 'Newsdesk' på **newsdesk.dk**
- I skal lave en avis på otte sider.
- Konkurrencen forløber i uge 9, 10, 11 og 12. I tilmelder jer ikke en bestemt uge, men kan – i de fire uger konkurrencen forløber – arbejde med avisprojektet, når det passer ind i klassens skema.
- Deadline for send til tryk er fredag den 23. marts kl. 17.00.
  NB: Det er kun den avisansvarlige lærer, som kan sende avisen til tryk.

Nyhedssite

- I producerer jeres nyhedssite i et valgfrit publiceringsværktøj.
- Efter fredag den 23. marts kl. 17.00 må I ikke længere arbejde på jeres site.
- Senest fredag den 23. marts kl. 17.00 skal I maile os et afleveringsskema, som bekræfter, at I har afleveret jeres nyhedssite. Dette vil I modtage på mail, og I skal bl.a. skrive url'en til jeres nyhedssite herpå.

Bedømmelse

Aviser og nyhedssites bliver bedømt af journalister på Ekstra Bladet, Politiken eller Jyllands-Posten samt journalister og kommunikationsuddannede hos Sex & Samfund og Mary Fonden.

Generelt lægges der ved både avis og nyhedssite vægt på:

- At emnet er behandlet fra mange og gerne originale vinkler.
- At artiklerne sætter fokus på årets tema 'Elsk dig selv – krop og idealer'.
- At eleverne har lavet opsøgende journalistik uden for deres skole/uddannelsesinstitution med et bredt udvalg og typer af kilder.
- At der blandt artiklerne er solohistorier eller nye/anderledes vinkler inden for emnet.
- At artiklerne er skrevet journalistisk med brug af fx nyhedstrekanten, direkte citater og andre journalistiske virkemidler såsom underrubrikker og mellemrubrikker og på nyhedssite ved brug af fx video.
- At der er tilstræbt objektivitet i artiklerne med en skarp adskillelse af opinionsstoffet.
- At der er variation i genrerne lige fra nyheden og reportagen til portrættet og baggrundshistorien.
- At sproget er læseværdigt – undgå stavefejl, slåfejl og grammatiske fejl.
- At layoutet er overskueligt med et tydeligt hierarki og adskillelse mellem artiklerne.
- At siden/siderne har flotte illustrationer i form af egne fotos, grafikker og/eller tegninger.

Vindere

Der kåres vindere i otte kategorier. En klasse, som både har lavet nyhedssite og avis, kan godt vinde for bedste avis i deres kategori uden, at deres nyhedssite vinder og omvendt. Klassen kan også være heldig at vinde for både bedste avis og bedste nyhedssite.

I 6.-7. klasse kåres

Bedste Ekstra Bladet avis
Bedste Politiken avis
Bedste Jyllands-Posten avis
Bedste nyhedssite

I 8.-10. klasse kåres

Bedste Ekstra Bladet avis
Bedste Politiken avis
Bedste Jyllands-Posten avis
Bedste nyhedssite

Vinderne fejres i JP/Politikens Hus på Rådhuspladsen i København. Det er kun vinderne, der inviteres med til eventen. Er man fx tre klasser, der sammen har lavet to aviser, hvoraf den ene vinder, er det de elever, der har lavet vinderavisen, som inviteres med. Da der max må være 28 elever om ét produkt, kan der max komme 28 elever med til eventen.

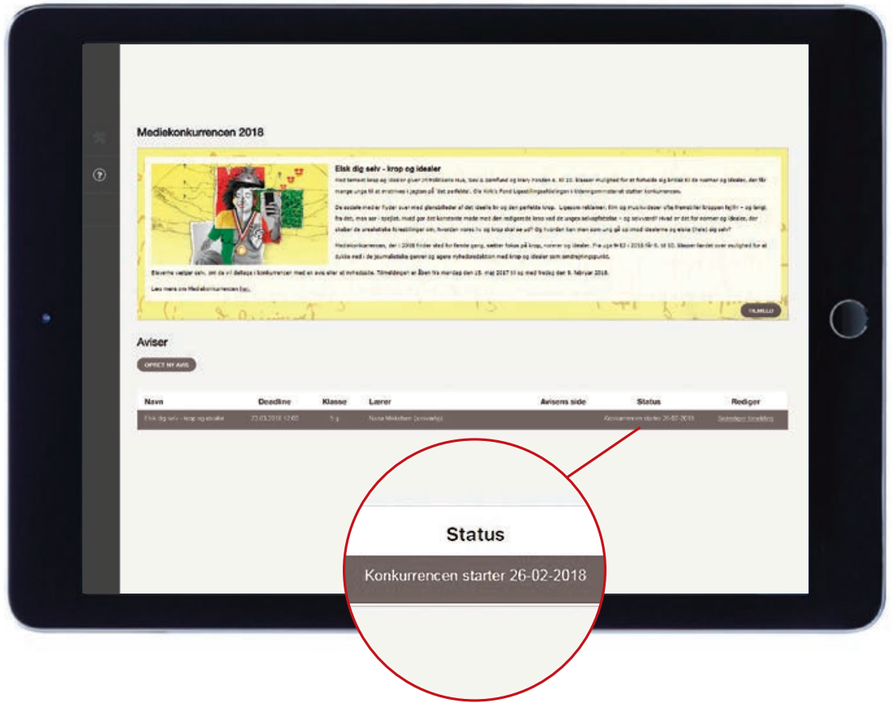
Tidsplan

Uge 4	Sex & Samfunds undervisningssite er klar på **sexogsamfund.dk/elskdigselv**
Uge 9, 10, 11 og 12	Konkurrencen er i gang, og I kan lave avis over alle fire uger, når det passer ind i jeres skema.
Fredag den 23. marts	**Avis:** Senest kl. 17.00 skal den avisansvarlige lærer have sendt klassens avis til tryk. **Nyhedssite:** I skal stoppe med at arbejde på samme tidspunkt og sende afleveringsskemaet til os på mail (skole@jppol.dk). Skemaet modtager du af os lidt før uge 9 på den mailadresse, du har opgivet ved din tilmelding.
Uge 13, 14, 15, 16	Aviser trykkes og leveres til skolerne. Selvom I er flere klasser på én skole, er det ikke sikkert, aviserne lander på samme tid.
Uge 17	Sex & Samfund, Mary Fonden, Ekstra Bladet, Politiken og Jyllands-Posten bedømmer nyhedssites og aviser. Vinderne offentliggøres på hhv. ekstrabladet.dk/skole, politiken.dk/skole, jyllands-posten.dk/skole og **sexogsamfund.dk/elskdigselv**. Lærerne kontaktes direkte.
17. maj	Kåring af vinderne i Pressen i JP/Politikens Hus på Rådhuspladsen i København.

Kom godt i gang med Newsdesk

Her giver vi nogle konkrete gode råd til, hvordan du som lærer bedst muligt kommer i gang og dermed får det bedst tænkelige undervisningsforløb med din klasse, når I skal lave avis med 'Newsdesk'.

1. Gå ind på **newsdesk.dk**
2. I listen over aviser vil der under 'Status' for konkurrenceavisen stå 'Opret konkurrenceavis', når konkurrencen er gået i gang.
3. Følg de fire trin for at oprette en avis. Læs mere i Lærervejledningen, som du kan finde på samme side i venstremenuen under spørgsmålstegnet.



Har du brug for at øve dig i 'Newsdesk', kan du allerede nu klikke på 'OPRET NY Avis'. Men husk, at du ikke kan bruge denne avis til konkurrencen.

1. Gå ind på **newsdesk.dk**. Se introvideoen til det dagblad, du og din klasse skal arbejde med.
2. Log ind med dit UNI-login.
3. Orientér dig i lærervejledningen, som findes i venstremenuen på din forside under spørgsmålstegnet.
4. Når du er klar til at prøve at lave avis, skal du trykke på 'OPRET NY AVIS'.

Når du som lærer bruger dit UNI-login til at logge ind med, vil alle elever på din skole automatisk være tilknyttet dig. Klik på din egen klasse og opret redaktioner. Tjek, at alle elever i din klasse fremkommer. Giv systemet lidt tid, hvis det er første gang, du anvender 'Newsdesk', da alle skolens brugere først skal hentes ind i systemet. Bemærk, at det er den ansvarlige for UNI-login på din skole, der kan rette til, hvis der skulle være nogle elever, der mangler. Hvis I arbejder flere klasser sammen, kan du sagtens vælge elever fra flere klasser.

Når du er logget på 'Newsdesk', vil du og dine elever kunne finde undervisningsmateriale og få journalistiske tips ved at klikke på spørgsmålstegnet i venstremenuen. Indholdet vil ændre sig alt efter, hvor du står i Newsdesk. Det er en god idé at orientere sig i dette, før du og din klasse går i gang med jeres avis.

Brug af fotos

Jeres avis skal selvfølgelig have flotte fotos, der illustrerer lige netop det, I vælger at sætte fokus på.
Vi anbefaler, at eleverne tager flest mulige billeder selv og laver illustrationer til deres egne artikler. Det handler om at være opfindsom – lad eksempelvis eleverne være hinandens modeller for at iscenesætte og illustrere en problematik eller lav jeres egne grafikker og tegninger til avisen. Husk, at eleverne skal spørge om lov, før de tager billeder af andre og bruger dem i avisen.

Upload billeder direkte fra den enhed, som de ligger på. Er billedet fx taget med telefonen, skal I åbne en browser på telefonen, logge på Newsdesk og uploade billedet direkte.

Husk altid:

- Korrekt billedkreditering.
- Et foto må aldrig krediteres med fx 'Google'. Der er altid en fotograf til et foto – og man skal have tilladelse til at anvende et billede fra baser, hvor man ikke har fri adgang.
- Fotos fra nettet er i udgangspunkt ulovlige at bruge. Indhent tilladelse eller køb billedet for at bruge det i avisen.
- Husk også, at fotos fra nettet oftest er lavet til skærmopløsning, hvilket betyder, at de vil blive pixelerede i en trykt avis.

Ritzau Foto

Udover at uploade egne fotos har eleverne også adgang til billedbureauet Ritzau Foto, hvorfra de kan hente professionelle pressefotos til deres avis. Ved at trykke på 'SØG I RITZAU FOTO' bliver eleven sendt videre til Ritzau Fotos hjemmeside. Når eleven har fundet et billede, trykker man på pilen, og billedet bliver sendt direkte over i billedkarusselen.

Avisens side

'Avisens side' er en udstillingsside for jeres avisprojekt, som I kan dele med venner, familie og bekendte. Når jeres avis er sendt til tryk, vil I kunne se den som e-avis på 'Avisens side'. I kan også gøre siden mere personlig ved at uploade et baggrundsbillede, skrive en profiltekst og dele 'Avisens side' på sociale medier.

Del 2: Elsk dig selv

Krops- og modeidealer gennem tiden

Krops- og modeidealer har altid været i forandring. Ser man tilbage over de sidste hundrede år, er det tydeligt, hvordan kropsudtryk og modetendenser skifter i takt med de kulturelle såvel som de politiske strømninger.

Eksempelvis var livsstilen i Danmark i begyndelsen af 1900-tallet præget af traditionelle kønsroller. På den tid kendetegnede kurver og runde former kvindeidealet, og feminine kjoler dominerede moden. I 1915 skete der et skift: Kvinderne fik stemmeret og blev mere selvstændige. I takt med dette blev skørterne skiftet ud med bukser, og kurverne gemt væk.

Kropsidealer i forandring

Udviklingen i mændenes kropsidealer har særligt taget fart gennem de seneste årtier.

Fra 60'ernes tynde kulturrebeller, som blandt andet Beatles var repræsentanter for, over 80'ernes muskuløse Arnold Schwarzenegger til i dag, hvor det herskende mandlige kropsideal er den slanke, men trænede krop.

Mens kroppen i 1990'erne og 2000'erne skulle være 'size zero' – både hos mænd og kvinder, er der de senere år opstået en trend, hvor det at være trænet er idealet. Man kan godt have en stor numse og store lår, så længe kroppen er stram og muskuløs.

Foto: Michael Donnor

Samtidig har vi gennem de senere årtier set tendenser, hvor grænserne mellem kønnene bliver mere udflydende. Et af de første eksempler var David Bowie, der med Ziggy Stardust, futuristisk makeup og farvet hår, udviskede det traditionelle skel. Siden har vi blandt andet set Nirvanaforsangeren Kurt Cobain gå på scenen iført vintage-kjoler. I dag ser vi transkønnede og androgyne modeller af forskellige køn på catwalken, der ligeledes skubber til de traditionelle opfattelser af sammenhængen mellem køn og krop.

Vi ser også tendenserne, når vi åbner tøjskabet derhjemme. Jeans, hoodies og sneakers designes i dag til at passe til alle køn. Dog ser vi ikke de samme tendenser, når det handler om kjoler, nederdele mv. Og dermed kan man sige, at kvinderne har større handlerum og flere muligheder for at eksperimentere med deres udtryk end mændene.

Plastikkirurgiske indgreb i Danmark

- I 2012 overvejede hver sjette dansker at få foretaget et kosmetisk indgreb.
- I Danmark lægger mænd sig især under kniven for at rette op på et vigende hageparti eller løfte tunge øjenlåg.
- For kvinder er det brystforstørrende operationer, der er det mest hyppige indgreb.
- Siden 1996 er antallet af kønslæbeoperationer flerdoblet. I 2012 blev der foretaget mindst 700 indgreb.

Kropsidealer i dag – den æstetiske og korrigerede krop

Urbaniseringen, hvor vi flyttede fra land til by i midten af 1800-tallet og frem, har påvirket vores sociale liv, og det har smittet af på vores måde at betragte kroppen på. I byerne passerer vi dagligt mange mennesker, som vi har tæt fysisk kontakt med, men ingen personlig relation til. Det kan betyde hurtige vurderinger af andre mennesker ud fra deres udseende mere end et kendskab til deres personlighed.

Dette 'overfladeblik' på kroppen er de senere årtier blevet forstærket af, at de visuelle medier fylder mere og mere i vores hverdag. Senest har de sociale medier, hvor særligt unge møder hinanden via skærme og poster og deler kropsbilleder af sig selv og hinanden, vundet frem.

Desuden har vi fået nye muligheder for at beherske og iscenesætte vores egen krop. Der genereres konstant ny viden om sundhed og dermed nye muligheder for at forme vores kroppe gennem kost, træning og kosttilskud. Oven i det har den teknologiske udvikling gjort, at kroppen også kan ændres rent fysisk ved hjælp af plastikkirurgi – såsom næseformindskelse, botox, hårtransplantation, brystforstørrelse og -formindskelse, fedtfjernelse, kønslæbeoperationer og numseforstørrelse. Kun fantasien og pengene sætter grænser.

Teknologien giver også muligheder for at retouchere og photoshoppe. Ved photoshopping kan bumser, rynker, appelsinhud, fedt og hår fjernes, så vi fremstår 'perfekte' for andres blik. Dette sker konstant gennem eksempelvis filtre på de sociale medier.

Foto: Mads Jensen

Den nøgne krop i det offentlige rum

Mens mange kvinder smed BH'en i 1960'erne og 1970'erne, ser det anderledes ud i dag. Bare fire procent af de danske kvinder bader topløse. Omkring halvdelen af de danske kvinder mellem 40 og 69 år har badet topløse tidligere, men gør det ikke længere.[1] Og ifølge en Gallup-undersøgelse fra 2013 føler næsten hver anden kvinde og hver femte mand sig generet, hvis de skal vise sig nøgne frem på stranden eller i et omklædningsrum.

Foto: Palle Hedemann

Foto: Jesper Lambæk

Tendensen smitter af på de unge. Halvdelen af de unge i 7.-9. klasse synes, det er flovt at bade sammen med andre, viser en undersøgelse lavet af Center For Ungdomsforskning (CeFu) i 2015. Og en undersøgelse lavet af Gymnasieskolernes Idrætslærerforening i 2017 viser, at over 60 procent af eleverne på gymnasier ikke går i bad efter idræt.[2]

Der er altså sket et skift over de seneste årtier. Dels føler vi os ikke længere komfortable ved at vise vores nøgne kroppe frem i omklædningsrummet, på stranden mv. Dels vidner en række mediehistorier om eksempelvis ammende kvinder på caféer om en tendens til, at vi i det hele taget ikke så gerne ser hinandens blottede kroppe i det offentlige rum.

Det står i kontrast til, at vi i stigende grad viser vores kroppe frem på nettet og på de sociale medier. Og i kontrast til, at vi i stigende grad accepterer, at den nøgne krop fylder i reklamer i det offentlige rum. For eksempel har nøgne bryster over længere tid mødt os på store reklamer på busserne – med opfordring til at få egne opereret.

Ifølge Søren Østergård, der er ungdomsforsker hos Center for Ungdomsstudier, kan en del af årsagen til kontrasten netop findes i, at den krop, vi møder i medierne, i reklamerne og på de sociale medier, er korrigeret og 'fejlfri'. Når det korrigerede er det, vi er vant til, er vi mindre villige til at vise og se på den virkelige krop i det offentlige rum. Ifølge ham spiller det også ind, at det ikke blot er de kendte modeller og mediefigurer, der udgør det uopnåelige ideal. Det er i lige så høj grad klassekammeraten, der lægger billeder op af sin (retoucherede) krop, der kan mindske lysten til at smide tøjet og bade i skolen sammen med de andre.

"De her unge vokser op med meget stiliserede kroppe. For ti år siden skulle man ligne en topmodel som Naomi Campbell, nu skal man ligne hende den anden fra 9., der bruger al sin fritid i fitness.dk og photoshopper sine billeder på Instagram."

Søren Østergård, ungdomsforsker på Center for Ungdomsstudier

I Frankrig blev der i efteråret 2017 vedtaget en lov, der gør det lovpligtigt at anmærke, hvis reklamebilleder er retoucherede, med teksten *photographie retouchée*. Loven er vedtaget med henblik på at slå ned på urealistiske kropsidealer, da det kan påvirke folks sundhed negativt, har den franske social- og sundhedsminister Marisol Touraine udtalt.[3] Også for eksempel billedbureauet Getty Images går den vej. Siden 1. oktober 2017 har bureauet ikke brugt billeder, hvor modellen er blevet gjort tyndere eller tykkere i den digitale efterbehandling.

Foto: Tine Sletting

’Perfekt’ på de sociale medier

Sociale medier er en stor del af unges liv. Mulighederne er mange: Nye fællesskaber kan opstå, man kan udtrykke sine holdninger og hente inspiration hos andre på nye måder, og billeder kan med et enkelt klik ryge til den anden side af jordkloden.

Men med en online hverdag følger også nye udfordringer. Flere undersøgelser peger på, at unge i højere grad end tidligere konfronteres med en ’perfekthedskultur’ og med ’den perfekte krop’ – i form af blandt andet retoucherede og ændrede kropsbilleder på sociale medier som Facebook, Snapchat og Instagram.

Desuden viser undersøgelser, at de sociale mediers kunstige billeder af kroppen påvirker de unges syn på krop og sundhed – og dermed deres trivsel med og forventninger til egen krop.

Sociale medier og kropstilfredshed
Hver fjerde elev i udskolingen føler, at de sociale medier påvirker deres kropstilfredshed. Særligt elever, der er utilfredse med deres krop, føler, at de sociale medier påvirker deres syn på egen krop.

Sex & Samfund 2017

I en undersøgelse fra 2017 af Sex & Samfund svarede hver fjerde i 7.-9. klasse, at de sociale medier påvirker deres kropstilfredshed. Blandt de unge, der er mindre eller slet ikke tilfredse med deres krop, svarede 45 procent, at sociale medier påvirker deres syn på kroppen. Blandt de unge, der er tilfredse med deres krop, svarede knap 20 procent det samme.

”Det er problematisk, hvis det betyder, at de eneste afdækkede kroppe, vi ser, er supertrimmede modeller og atleter. Sker det, mister vi vores fornemmelse af, hvad en almindelig krop er.”

Filosof og professor Thomas Søbirk Petersen, Roskilde Universitet (RUC)

”Jeg kigger rigtig meget på andre profiler og tænker: ’Ej hvorfor ser jeg ikke sådan ud?’ og ’Hvorfor har jeg ikke det?’ og ja ’Deres liv må bare være perfekt’, selvom man godt ved, at det er det jo ikke.”

Interview med pige fra Sjælland, 18 år, Sex & Samfund, 2017

Sociale medier præger unges kropsidealer

- 46 procent ville ønske, at deres krop lignede nogle af de kroppe, de ser på Facebook og Instagram.
- 35 procent redigerer deres billeder på Instagram.
- Piger, som anvender både Facebook og Instagram, er mere optaget af at opnå en tynd krop og er mindre tilfredse med deres kroppe end piger, som ikke har profil på nogle af medierne.
- Piger, som ofte tjekker Instagram og Facebook, er mere tilbøjelige til at adoptere de kropsidealer, som fremstilles på sociale medier, end piger, som tjekker de sociale medier mindre ofte.
- Drenge og piger, som laver aktiviteter med fokus på udseende på Facebook og Instagram, adopterer i højere grad kropsidealer på sociale medier, de oplever lavere kropstilfredshed og større optagethed af at få store muskler og at være tynde.

Syddansk Universitet, 2015

Foto: Tine Sletting

Foto: Sex & Samfund

’Den perfekte krop’

Begrebet ’perfekthedskultur’ kan bruges som en fælles betegnelse for at stræbe efter ’det perfekte’ i flere områder i livet. Eksempelvis er perfekthedskultur blevet brugt til at beskrive en tendens, hvor mange unge stræber efter udelukkende at få 12-taller i skolen, men kan også beskrive det kropsideal, der dominerer i medierne – herunder de sociale medier – i disse år.

Det er selvfølgelig subjektivt, hvad den enkelte unge oplever som perfekt, men vi inspireres af de billeder, der omgiver os. Når unge hovedsageligt møder billeder af tynde og trænede (retoucherede) kroppe, kan de let få et ensidigt billede af, hvad der er ’den perfekte krop’. Resultaterne fra en undersøgelse fra Syddansk Universitet lavet blandt 8.-9. klasser i 2015 peger på denne kobling mellem sociale medier og kropsidealer. Her svarer 46 procent, at de ville ønske, at deres kroppe ligner dem, de ser på de sociale medier.

Sex & Samfunds undersøgelse fra 2017 viser ligeledes, at piger i højere grad end drenge har oplevelsen af, at reklamer og sociale medier påvirker deres syn på kroppen. Dvs. at pigerne oplever at skulle leve op til forventninger fra flere platforme end drengene, samt at de sociale medier og reklamer influerer mere på deres syn på egen krop, end det gør hos drengene.

Bevægelser væk fra 'det perfekte' og kønsstereotype

Vi ser i øjeblikket en række modreaktioner på dyrkelsen af 'den perfekte krop'. For eksempel bliver hashtags som #Nofilter #Mitsandejegudenfilter #Fuckidealet i stigende grad brugt på de sociale medier til at pointere, at man ikke jagter et bestemt ideal, men står ved sig selv og elsker sin krop, som den er.

Vi ser også bevægelser som Fed Front, der kalder sig selv for et 'fedtaktivistisk initiativ´ med et ønske om at dokumentere og bekæmpe kropshadet og skabe et netværk for tykke mennesker'. Og vi ser dokumentarprogrammer som 'Topmodel Curves', der hylder den kurvede krop som den sunde krop – også hos modeller.

For et års tid siden udløste nogle unge mænds hån af en kurvet pige i bikini på Facebook et hav af billeder af unge kvinder med former i bikini – under hashtagget #minbikinikrop. Og da den svenske model og fotograf Arvida Byström sidste år udfordrede det gængse kropsideal ved at posere med behårede ben i en Adidas-reklame, udløste det en storm af opmærksomhed på de sociale medier.

Foto: Click Jones

Hos mændene ser vi hashtags som blandt andet #wealthbelly indikere bevægelser væk fra den muskuløse fitnesskrop skabt gennem mange timer i et fitnesscenter. Og senest har vi set ultratynde, hulbrystede mandlige modeller afspejle en bevægelse, hvor det handler om at se ud, som om 'man ikke magter noget.'

Ligeledes ser vi opgør med kønsstereotyper. Herhjemme er modellen Vincent Beier et eksempel på den tendens, hvor androgyne og transkønnede indgår i nye sammenhænge. På internationalt plan ser vi kønsneutrale modeshow, hvor kvindelige og mandlige modeller er i det samme tøj.

"Vi ser gang på gang, at kurvede kvinder, der poster fotos af deres former, hyldes som helte og foregangskvinder for det nye kvindekropsideal. Imidlertid risikerer dette at have den effekt, at de positive historier om de modige, kurvede kvinder, som står frem og viser bar hud, egentlig bidrager til at understrege, at deres udseende ikke harmonerer med normen og 'sandheden' om den smukke krop."

Cand.pæd. i pædagogisk sociologi Christian Langelund Hansen

Modbevægelser kan have modsat effekt

Modbevægelser som disse er med til at skubbe til, og sætte spørgsmålstegn ved, tidens herskende kropsidealer. Når kurvede kvinder lægger billeder på de sociale medier, eller når modeskabere udvisker de traditionelle opfattelser af sammenhængen mellem køn og krop, er det et forsøg på at mangfoldiggøre kropsidealerne og vise, at det 'perfekte' findes i mange former.

Men som pædagogisk sociolog Christian Langelund Hansen fremhæver, risikerer disse modbevægelser at have den modsatte effekt: Når vi hylder eksempelvis de modige, kurvede unge kvinder, er vi med til at understrege, at deres udseende ikke harmonerer med normen og idealet.

Billeddeling blandt unge

- 53 pct. af unge i alderen 15-30 år har modtaget nøgenbilleder.
- 22 pct. af unge i alderen 15-30 år videresender gerne et nøgenbillede af en, de ikke kender.
- 17 pct. af drenge/mænd og 20 pct. af piger/kvinder i alderen 15-25 år har delt et seksuelt billede eller video af sig selv.
- 10 pct. af drenge/mænd og 4 pct. af piger/kvinder i alderen 15-25 år har delt et seksuelt billede eller video af andre.

Ungeprofilundersøgelsen og YouGov for DR2, 2017.

#Fuckidealet
#Nofilter
#Wealthbelly
#Minbikinikrop
#Mitsandejeg

Billeddeling skaber nye muligheder og nye udfordringer

Det kan være både sjovt og givende at dele billeder af sig selv og andre. Det kan være en måde at flirte på. En måde at gengive en stemning fra festen. Eller en måde at dele sin succes med sine venner.

Men det kan også have alvorlige konsekvenser, når man deler billeder af andre, uden at de har givet lov. Det er faktisk ulovligt at dele billeder af andre uden samtykke, og de seneste år har vi set en markant stigning i antallet af anmeldelser.[4] Mange unge – og voksne – ved imidlertid ikke, at det er ulovligt, og hvad det præcis er, der er ulovligt.

Foto: Mette Frandsen

Det siger loven om billeddeling

Det er ulovligt at dele eller offentliggøre billeder og videoer af andre uden deres samtykke. Hvis man deler intime eller seksuelle billeder eller videoer, er der tale om en digital sexkrænkelse. Billeddeling og digitale sexkrænkelser kan alt efter deres karakter straffes efter forskellige regler:

- **Straffelovens § 264 d** om videregivelse af private billeder vedrørende en andens private forhold eller billeder af den pågældende under omstændigheder, der åbenbart kan forlanges unddraget offentligheden. Hvis man fx sender et nøgenbillede af en anden person, vil det normalt være strafbart efter straffelovens § 264 d.

  Strafferammen: bøde eller fængsel indtil 6 måneder

- **Straffelovens § 232** om blufærdighedskrænkelse. Hvis det billede, man sender, er af seksuel eller pornografisk karakter, vil man kunne straffes for blufærdighedskrænkelse efter straffelovens § 232, samtidig med at man straffes for lovens § 264 d.

  Strafferammen: bøde eller fængsel indtil 2 år eller, hvis forholdet er begået over for et barn under 15 år, med bøde eller fængsel indtil 4 år.

- **Straffelovens § 235** om udbredelse og besiddelse af pornografiske billeder eller video af personer under 18 år (børnepornobestemmelsen). Hvis det nøgenbillede, man sender, er af en person under 18 år, og billedet er pornografisk, så kan man straffes efter straffelovens § 235 om børneporno. Det er også strafbart at være i besiddelse af sådan et billede uden samtykke fra den afbildede, selvom man ikke deler det med nogen.

  Strafferammen: bøde eller fængsel indtil 2 år eller under særligt skærpende omstændigheder med fængsel indtil 6 år.

- **Persondataloven**. Et billede, hvor man kan se en genkendelig person, vil ofte være omfattet af persondataloven. Hvis man lægger et billede ud på internettet i strid med persondatalovens regler, kan man straffes for det.

(U)frivillig billeddeling
Man skal skelne mellem unges billeddelinger henholdsvis med og uden samtykke. Det handler ikke om, at man generelt skal holde op med at dele billeder eller at mistænkeliggøre alle former for billeddeling.
Det handler derimod om at skabe bevidsthed om, at det kan have konsekvenser at dele billeder uden samtykke – for alle involverede parter.

Spørgsmål fra unge på Sexlinien

”Hej Sexlinien.
Hvad skal man gøre når ens efterskole har nøgenbilleder af en (…)? Jeg har fortalt det til min mor, og hun er ikke sur på mig, men ham, som har sendt det rundt til hele skolen siger, at jeg skal dyrke sex med ham, for ellers vil han ikke slette det! Jeg er derfor bange for, at færdes på skolen blandt de andre.
Har I et råd, for jeg skal snakke med min kontaktlærer, men er meget bange og ked af det, som er sket.”

Pige på 15 år

”Hey. Jeg er en dreng på 13 år som har sendt et mave billede til en pige. Og hun sendte et billede af hendes bryster. Men vi er ikke sammen mere og er bange for hun sender det til andre.... Hvad skal jeg gøre?”

Dreng på 13 år

”På Sexlinien for unge forstår vi godt, at man kan føle, at det både er spændende og lystfyldt – og at det samtidig føles sikkert – at teste sine seksuelle grænser af via de sociale medier. Derfor rådgiver vi de unge om, hvad man må inden for loven, og hvad man skal tænke på, der kan følge med af godt og skidt ved at dele sine billeder med andre.”

Jeppe Hald, daglig leder af Sex & Samfunds rådgivningslinjer Sexlinjen.dk og Privatsnak.dk

Fysisk og psykisk sundhed

Der findes mange definitioner af, hvad sundhed og en sund krop er, men en af de mest anvendte sundhedsdefinitioner er Verdenssundhedsorganisationens (WHO):

Sundhed er en tilstand af fuldstændig fysisk, psykisk og socialt velvære og ikke blot fravær af sygdom, smerter eller andre gener.

WHO’s sundhedsdefinition blev anvendt officielt for første gang i 1948 og er siden blevet brugt over hele verden. Definitionen tilkendegiver først og fremmest et ønske om at fremme et bredt helhedssyn på krop og psyke, når man beskæftiger sig med sundhed. Det brede sundhedsbegreb kom for alvor ind i det danske sprog og den faglige tænkning i 1970’erne og bidrog til at sætte fokus på forebyggelse og sundhedsfremme.[5]

Foto: Jeppe Carlsen

Hvad er sundhed for de unge?

Unge forstår generelt sundhed 'bredt' og forbinder sundhed med blandt andet livsstil, trivsel, motion og kost. Yderligere forstår de sundhed som noget individuelt i den forstand, at det er noget, man selv har ansvar for.[6] I Sex & Samfunds undersøgelse fra 2017[7] bekræftes det individualistiske blik hos de unge: 83 procent vurderer, at det primært er dem selv, der har indflydelse på deres syn på kroppen.

Selvom unge forstår sundhed bredt, hænger det at være sund for mange særligt sammen med noget fysisk eksempelvis vægt og det at se ud på en bestemt måde.[6] Det betyder, at mange unge føler, at deres sundhed er et spørgsmål om at veje noget bestemt og se ud på en bestemt måde. Ved at spise mere sundt, motionere mere etc. kan man altid blive lidt mere 'sund'.

At unge stiller høje krav til sig selv, når det handler om vægt og udseende kommer til udtryk, når de skal vurdere deres egen krop. Statens Institut for Folkesundhed fandt i 2015 en uoverensstemmelse mellem unges reelle vægt og deres selvvurderede vægt.[8] På trods af at der ikke var nogen stigning i overvægt eller undervægt blandt unge piger og drenge fra 2010 til 2014, var der en stigning i antallet af unge, som følte sig hhv. for tykke eller for tynde i 2014.[9]

Flere unge føler sig for tykke og for tynde

> Andelen af drenge, som vurderede sig selv for tynde, steg fra 18 procent til 25 procent.
> Andelen af piger, som følte sig for tykke, steg fra 43 procent til 54 procent.

Relationerne betyder noget

Selv om unge selv vurderer, at de primært selv træffer deres valg om sundhed og livsstil uafhængigt af omgivelsernes indflydelse, viser CeFUs undersøgelse fra 2010, at de i høj grad trækker på det, de så og lærte i deres barndom. Særligt spiller mødres vaner og livsstil ind på unges vaner i forhold til mad og motion, men også skolen har indflydelse og betydning for unges sundhed. Jo bedre man trives i dagligdagen i skolen, jo sundere er man fysisk, viser en undersøgelse fra Syddansk Universitet. Her peger de blandt andet på, at et trygt og mobbefrit skolemiljø fremmer sundheden blandt eleverne.[10] Den sunde krop og den sunde psyke hænger på den måde sammen, og relationerne har en afgørende betydning for fysisk sundhed.

Trivsel og kropstilfredshed går hånd i hånd

Unges trivsel hænger sammen med tilfredsheden med egen krop. Hvis man er utilfreds med sin krop, er man disponeret for at trives dårligere generelt. Eksempelvis har unge, der er utilfredse med deres krop, i højere grad

Foto: Mette Frandsen

trivselsproblemer, lavere selvtillid og en oplevelse af at have et dårligt liv.[6] 58 procent af de unge i 7.-10. klasse mener desuden, at deres selvværd generelt påvirkes af, om de er tilfredse med deres egen krop.[7]

Dét at have lavt selvværd, at føle sig stresset eller uden for fællesskabet kan altså spille sammen med og smitte af på, hvordan man ser på sin krop. Omvendt kan utilfredshed med egen krop påvirke ens trivsel. Trives man og hviler i sig selv og sin krop skaber det rum for, at det ydre betyder mindre.

Foto: Joachim Adrian

Hvordan står det til med de unges trivsel?

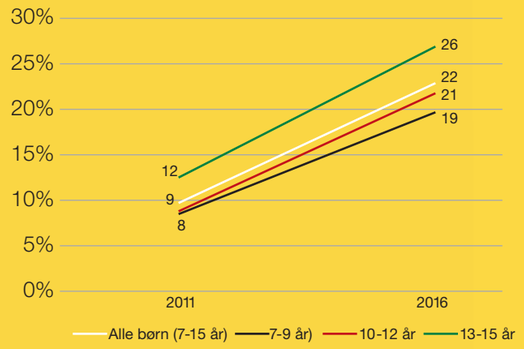
Kigger man på trivslen hos unge generelt de senere år, kan man se, at flere og flere unge mistrives psykisk. Særligt unge piger oplever en stigende mistrivsel såsom et øget stress- og angstniveau.[11] Blandt andre Forskningscenter for Velfærd (SFI) peger på, at de senere års øgede forventningspres til de unge om at præstere kan være medvirkende til det øgede stressniveau.[12]

Høje forventninger til kroppen

- 76 procent af unge fra 7.-9. klasse er nogenlunde eller meget tilfredse med deres krop.
- 82 procent af pigerne er dog utilfredse med mindst én ting ved deres krop. Vægt, lår og mave står højst på listen.
- Andelen af drenge, der er utilfredse med noget ved deres krop, var omtrent det halve, nemlig 44 procent. Her er det særligt vægt, mave og højde, de er utilfredse med.

Sex & Samfunds udskolingsundersøgelse 2017

Udvikling i andel aktive børn i alderen 7-15 år i private eller kommercielle centre



Anti Doping Danmark 2017.

Foto: Tine Sletting

Symptomer på trænings-afhængighed

- Når træningen kontrollerer en i stedet for omvendt.
- Når man bare skal træne i dag, lige meget hvordan forholdene er.
- Når man forsøger at bekæmpe en smertende skade med dagens skemalagte træning.
- Når man konstant tænker på og taler om træning.
- Når besættelse af træning bliver til overmod, hvor man forveksler viljen til at overvinde kroppens fysiske begrænsninger med at have en stærk viljestyrke.

Videnscenter om Spiseforstyrrelser og Selvskade (ViOSS) 2017

Mere tid i fitness-centeret

Flere og flere danskere dyrker sport og motion, og tallet er stigende. I 1964 dyrkede 15 procent af danskerne motion, hvor det i dag er hele 60 procent af befolkningen, der får sved på panden gennem motion.[13] Og blandt unge vinder særligt træningscentrene ind. Siden 2011 er der sket en fordobling i andelen af børn og unge, der dyrker idræt i private eller kommercielle centre. Her er styrketræning den mest populære aktivitet – særligt blandt teenagere.[14]

Den stigende motionering vidner om, at vi er blevet mere bevidste om, at motion er godt for vores krop og trivsel. En trivselsundersøgelse fra Center for Ungdomsstudier (2015) viser desuden, at langt de fleste unge vægter fællesskab og samvær med venner højt, når de dyrker fritidsaktiviteter. Kun fire procent mener, at det vigtigste er at komme i god form.[15]

Jagten på et uopnåeligt ideal

Selv om motion for de fleste således er en positiv og fællesskabsorienteret aktivitet, oplever vi hos en mindre gruppe, at træningen tager overhånd og bliver en afhængighed. Et studie fra Syddansk Universitet viser, at knap seks procent af dem, der befinder sig i træningsmiljøer eller fitnesscentre, er afhængige af træning. I nogle tilfælde kan overdreven fokus på træning føre til træningsafhængighed.[16]

Vi ved også, at en del unge bruger præstationsfremmende midler, og at nogle opfatter kosttilskud og muskelopbyggende midler som en nødvendig del af deres indsats for at opnå en bestemt krop.[17] Det viser, at nogle unge har høje forventninger til deres krop og ønsker at træne sig til et ideal, der er utilgængeligt ved almindelig styrketræning – eller i hvert fald tager meget lang tid at skabe ad denne vej. En undersøgelse fra Statens Institut for Folkesundhed fra 2015 peger på, at unge er blevet mere disciplinerede omkring deres træning i dag, og at forme kroppen er blevet et omdrejningspunkt i hverdagen.

Øget fokus på sund mad

Også når det kommer til mad og spisevaner, er danskerne generelt blevet mere bevidste. En undersøgelse fra Sundhedsstyrelsen i 2015 viser, at vi i alle aldre er blevet mere interesserede i at 'spise sundt'. Og der er faktisk sammenhæng mellem intention og faktiske madvaner. En stor landsdækkende undersøgelse, lavet af DTU Fødevareinstituttet i 2015, viser, at det samlede energiindtag er nedadgående for både børn, unge og voksne. Generelt spiser vi mere fisk, kostfibre, groft hvedebrød og grøntsager, mens indholdet af sukker, slik og sukkersødede sodavand er faldet.[18]

Unge i behandling for spiseforstyrrelser

Antallet af unge, der kommer i behandling for en spiseforstyrrelse, er næsten fordoblet siden 2009.[19] En undersøgelse, lavet af Børnerådet i 2015 blandt 9. klasser, peger på, at 23 procent af pigerne og ni procent af drengene er i fare for at udvikle en spiseforstyrrelse. Dvs., at de har en adfærd, hvor de eksempelvis ofte er på slankekure og føler, at det er nødvendigt at overholde en streng diæt for at kontrollere deres madforbrug.[20]

Antallet af unge, der er i behandling, kan både ses som et udtryk for en reel stigning, men også for en større opmærksomhed og viden om sygdommen, hvilket gør, at en større andel kommer i behandling.

Årsagen til, at nogle unge udvikler spiseforstyrrelser kendes ikke med sikkerhed, men der er enighed om, at mange faktorer spiller ind. Blandt andet påvirker psykologiske, sociale, kulturelle, genetiske og biologiske forhold udviklingen og vedligeholdelsen af spiseforstyrrelser – og det er derfor ikke kun en stræben efter et kropsideal med et lavt BMI, der udløser en spiseforstyrrelse. Det skal fremhæves, at langt de fleste børn og unge ligger inden for normalvægten og er dermed hverken over- eller undervægtige.[21]

Spiseforstyrrelser i Danmark

Der eksisterer flere former for spiseforstyrrelser, eksempelvis anoreksi, bulimi, BED (tvangsoverspisning), ortoreksi og megareksi. Tallene herunder er et skøn.

- 40.000 lider af BED (tvangsoverspisning)
- 30.000 lider af bulimi
- 5.000 lider af anoreksi

Læs mere på Landsforeningen for Spiseforstyrrelser og Selvskade her: **lmsos.dk**

Mange faktorer afgør vægten

Det er ikke kun madindtag og spisevaner, der styrer, hvad vægten viser. Blandt andet stofskiftehormonerne spiller en afgørende rolle for vores kropsvægt og for, hvordan vores krop fungerer – herunder vores evne til at forbrænde kalorier.

Hvilestofskiftet afhænger af alder, kropsvægt, kropssammensætning, køn og gener. En stor del af stofskiftet og forbrændingsevnen har vi altså ikke selv kontrol over. Man kan sige, at alle fødes med en krop med en helt bestemt forbrændingsevne. Det man til gengæld selv kan styre er mængden af motion, kostsammensætning og søvn.

Søvn spiller en stor rolle for, hvordan kroppen fungerer

- For lidt søvn kan medføre overvægt.
- Søvnproblemer og manglende søvn af god kvalitet påvirker appetitten. Får man ikke nok kvalitetssøvn forandres spisevaner i retning af flere mellemmåltider med mere fedt og sukker.

Vidensråd for Forebyggelse 2015

BMI siger ikke alt

Både overvægt og undervægt kan have alvorlige helbredsmæssige og psykosociale konsekvenser. Man anvender ofte målet Body Mass Index (BMI) til at bestemme vægtstatus som 'undervægtig', 'normalvægtig' og 'overvægtig'. Man beregner sit BMI-tal ved at dividere sin kropsvægt (i kg) med sin højde (i meter) i anden (BMI = vægt (kg) / højde $(m)^2$). For børn og unge varierer tallene for de forskellige vægtstatusser afhængigt af alderen. Normalvægten for voksne er en BMI mellem 18,5 og 24,9.[22]

En BMI-test er dog ikke altid pålidelig. Den tager eksempelvis ikke højde for, at nogle mennesker har en større muskelmasse eller kraftigere knoglebygning end andre. Derfor kan nogle personer være overvægtige ifølge deres BMI, uden at de har særligt meget fedt på kroppen. Et BMI-tal siger heller ikke noget om, hvordan fedt er fordelt på kroppen.

Mange sportsfolk og bodybuildere har et højt BMI uden at være overvægtige. Eksempelvis har den tidligere bodybuilder Arnold Schwarzenegger, skuespilleren Tom Cruise og tennisspilleren Serena Williams et BMI, der angiver, at de er overvægtige. Ligeledes siger det at være normalvægtig heller ikke noget om fordelingen af muskler og fedt. Nogle mennesker har en lav procentdel muskelmasse og en høj fedtprocent, men en normalvægtig BMI. Dette kan have konsekvenser for helbred, kondition og styrke.

Foto: Tine Sletting

Kropsidealer på tværs af kloden

Kropsidealer genspejler ikke kun sin samtid, også geografien spiller en rolle. De kropsidealer, vi som del af den vestlige kultur tager som en selvfølge, kan således se fuldstændig anderledes ud i andre lande og kulturer. På den ene side ser vi tendenser, hvor kropsidealerne bliver mere og mere mangfoldige, da globaliseringen fjerner afstanden mellem tid og sted, og medierne muliggør, at nationale skel udviskes. Efterhånden ses folk af alle køn, aldre, kropstyper og forskellige etniske baggrunde på catwalken hos de store modevirksomheder.

På den anden side ser man stadig kæmpe forskelle i kropsidealet på tværs af lande og kulturer. Eksempelvis ser man i nogle lande og kulturer, at man har mere fedt på kroppen end i andre lande. Ligeledes ses det, at nogle kulturer adskiller sig fra andre kulturer i forhold til nøgenhed. Slentrer man ned af brasilianske strande, ser man ofte kvinder med bare bryster, mænd i små speedos og kvinder i g-streng. Tager man til etiopiske eller indonesiske stammesamfund, kan man møde kulturer, hvor kvinder går rundt med bare bryster, og man generelt viser meget hud. Forskellige kulturer, forskellige religioner, livsformer og værdigrundlag kan således være med til at påvirke både kropsdyrkelse og kropsidealer på tværs af landene.

Verdenskortet udtrykker langt fra alle nuancer, men viser, at der kan være store forskelle på, hvad vi opfatter som det ideelle kropsudtryk.

USA

Mænd med fuldskæg, langt hår og muskler er blevet så trendy i USA, at det har fået sit eget navn. Skovmandslooket kaldes "lumbersexual".

Bolivia

I Bolivia betragtes det som attraktivt, når kvinder har store og stærke lægmuskler.

Brasilien

En stor numse er et hit i Brasilien, som ligger på en global førsteplads i antallet af numseforstørrelsesoperationer. I 2013 blev der udført 63.925 numseforstørrelser i Brasilien.

Storbritannien

En ud af fem har en tatovering. Det gør briterne til et af de mest tatoverede folk i verden.

Kina

Kinas version af den perfekte kvindekrop har en BMI på 17.

Japan

I Japan beskrives den ideelle mand som en smuk mand. Han har ren hud uden skæg, plukkede øjenbryn og indimellem også øjenmakeup.

Iran

Iran er det land i verden, hvor der bliver foretaget flest næseoperationer. Hvert år ligger 200.000 iranere under kniven for at få lavet deres næse om.

Indien

I Indien er lys hud attraktivt. I 2011 var der tilsat blegemidler i 61 procent af alle skønhedsprodukter på det indiske marked. Den lyse hud er så attraktiv i Indien, at populære skuespillere og cricketspillere offentligt anbefaler, at man bleger sin hud.

Del 3: Viden og inspiration

Lav interview med Sex & Samfund

Når eleverne skal lave interview, stiller Sex & Samfund medarbejdere til rådighed, som eleverne kan ringe til alle hverdage i uge 9-12 mellem kl. 10 og 12 på **tlf. 61 31 10 49**. De kan også sende deres spørgsmål til **medie@sexogsamfund.dk**, så svarer Sex & Samfund så hurtigt som muligt.

Sex & Samfund tilbyder rådgivning til børn og unge

Med Privatsnak.dk tilbyder Sex & Samfund rådgivning til børn og unge mellem 10 og 15 år om blandt krop, køn, sex og følelser. Rådgiverne er særligt uddannede til at snakke med de unge og henviser til andre typer rådgivninger, hvis der er behov for det.

Man kan hente rådgivning via telefon 70 20 22 81 eller chat **privatsnak.dk**

Er man over 15 år, kan man hente rådgivning på **sexlinien.dk**

Vær forberedt på reaktioner

Nogle af de temaer, der præsenteres i Mediekonkurrencen 2018, kan være svære at tale om og kan vække reaktioner hos dine elever. Rent statistisk vil en eller flere elever i din klasse have oplevelser eller erfaringer med nogle af de problemstillinger, som du netop har læst om i lærermaterialet. Eleverne kan reagere på forskellige måder, hvis de føler sig påvirket. Nogle vil skjule det bag en facade og måske pjatte med emnerne. Andre vil blive stille og kede af det.

Hvis du oplever, at en eller flere af dine elever reagerer markant på temaet, kan det være en god idé at tage en samtale med eleven på tomandshånd. Du kan tage fat i eleven ved at fortælle om din oplevelse af elevens adfærd, fx ”Jeg lagde mærke til, at du reagerede på undervisningen i dag, er det noget, du har lyst til at tale om?”

Vær aldrig bange for at henvende dig til en elev, du er bekymret for. Du kan aldrig forværre de udfordringer, eleven har, men kun hjælpe ved at vise, at du er der for eleven. Det kan også være en god løsning at henvise eleven til en AKT-lærer, sundhedsplejerske eller en anden ressourceperson på skolen, når I har talt sammen.

Mary Fonden bekæmper social isolation

Mary Fonden er sat i verden for at bekæmpe social isolation ud fra grundtanken om, at ”alle har ret til at høre til”. Mary Fonden adskiller sig fra traditionelle fonde ved, at fonden identificerer, udvikler og driver egne projekter i samarbejde med relevante organisationer, virksomheder og fonde.

Fondens initiativer og projekter ligger primært inden for tre indsatsområder: Mobning & Trivsel, Vold i Hjemmet og Ensomhed.

Hendes Kongelige Højhed Kronprinsessen har etableret fonden og er arbejdende bestyrelsesformand.

Læs mere om Mary Fonden på **maryfonden.dk**.

Sex & Samfunds søster-organisationer hjælper børn og unge i 147 lande

Danske Sex & Samfund er en del af den største globale føderation, der arbejder med spørgsmål om køn, krop og seksualitet.
Sex & Samfund har derfor søster-organisationer i 147 lande, der ligesom Sex & Samfund i Danmark tilbyder rådgivning og seksual-undervisning til unge. Og der er brug for det, for unges rettigheder til selv at bestemme over egen krop og unges adgang til rådgivning er begrænset i mange lande.

Relevante links

Mary Fonden: **maryfonden.dk**
Sex & Samfund: **sexogsamfund.dk**
Sex & Samfunds rådgivning til børn og ungen mellem 10 og 15 år: **privatsnak.dk**
Sex & Samfunds rådgivning til unge over 15 år: **sexlinien.dk**
Antidoping Danmark: **antidoping.dk**
Sundhed.dk: **sundhed.dk**
Sundhedsstyrelsen: **st.dk**
Digitalt Ansvar: **digitaltansvar.dk**
Landsforeningen mod spiseforstyrrelser og selvskade: **imsos.dk**
Red Barnet – slet det: **redbarnet.dk/sletdet**
Børnetelefonen: **bornsvilkar.dk/radgivning/bornetelefonen**
Statens Institut for Folkesund: **si-folkesundhed.dk**

Noter

1 Måling foretaget af TV2 og Politiken gennem Megafon 2015.

2 Undersøgelse lavet af Gymnasieskolernes Idrætslærerforening i 2017.

3 Det franske Social og Sundhedsministerium.

4 Politiets National Strategisk Analyse 2017.

5 Statens institut for Folkesundhed 2017.

6 Center for Ungdomsforskning (CeFu) 2010.

7 Sex & Samfund 2017 (Offentliggøres i uge 6, 2018).

8 Skolebørnsundersøgelsen 2014 foretaget af Statens Institut for Folkesundhed.

9 Statens Institut for Folkesundhed 2015.

10 Nordeafonden, SDU.

11 Center for Ungdomsforskning (CeFu) 2010; Det Nationale Forskningscenter for Velfærd (SFI) 2014.

12 Det Nationale Forskningscenter for Velfærd (SFI) 2014.

13 Undersøgelsen 'Overblik over den danske fitness-sektor, En undersøgelse af danske fitnesscentre" lavet af Idrættens Analyseinstitut 2007.

14 Undersøgelsen 'Danskernes motions- og sportsvaner 2016', foretaget af Idrættens Analyseinstitut.

15 Undersøgelsen 'De bedste redskaber er mennesker, der er til stede: En undersøgelse af trivsel blandt 9-16-årige i Idrætslivet'. Lavet af Center for Ungdomsstudier.

16 Studiet:'Træningsafhængighed i fitnesskulturer' foretaget af Det Sundhedsvidenskabelige Fakultet 2014, Syddansk Universitet.

17 Anti Doping Danmark.

18 DTU Fødevareinstituttet 2015.

19 En opgørelse lavet af Danske Regioner for DR Nyheder 2017.

20 Børnerådet 2015.

21 Statens Institut for Folkesundhed 2015 / Skolebørnsundersøgelsen 2014.

22 Sundhed.dk.

Hjælp til 'Newsdesk'

Når du er logget på 'Newsdesk', kan du finde hjælpevideoer, tips og vejledninger i venstremenuen. Indholdet varierer alt efter, hvor du er i 'Newsdesk' og hvilket avis-brand, du arbejder med. Du vil også kunne orientere dig i drop-down menuen, der kommer frem, når du klikker på dit navn. Samme sted kan du kontakte Skoleafdelingen i JP/Politikens Hus, hvis du skulle få brug for det.

skole@jppol.dk

Tlf. 33 47 21 47

Vi bestræber os på at besvare din mail indenfor 24 timer i hverdagene. Telefonen bliver ikke altid besvaret, men læg en besked med navn og nummer, så ringer vi tilbage. Det er vigtigt, at du oplyser dit telefonnummer, så vi kan ringe tilbage til dig.

Jo flere oplysninger du skriver i din mail, eller indtaler på telefonsvarer, jo bedre kan vi hjælpe dig: Din skole, avisens titel eller/og en kort beskrivelse af problemet.

Del 4: Gode råd

God journalistik

Hvem gider læse en kedelig avis, høre et søvndyssende radioprogram eller se et ligegyldigt tv-program? Ingen! Journalisten er nødt til at gøre det lidt spændende. Læsere, lyttere og seere skal have lyst til at få hele historien og føle, at det er vigtigt at gå videre i historien. Derfor skal alle historier helst have en overskrift (rubrik), der skaber interesse og giver læseren lyst til at grave dybere. At være journalist er mere end blot at skrive en artikel. God journalistik kræver, at man går ud i marken og indsamler oplysninger, redigerer og formidler det på en objektiv måde. Man skal både være nysgerrig, kritisk og ikke mindst professionel.

At være nysgerrig

Er det, som skaber grundlaget for en artikel. En god journalist går ud i verden for at få svar på spørgsmål ved at spørge sig selv: Hvordan hænger det sammen?

At være kritisk

Er, at journalisten ikke tager et hvert ord for gode varer, selvom de måske kommer fra magthavere og politikere. Journalisten skal konstant stille spørgsmålstegn ved, om informationen er pålidelig eller ej.

At være professionel

Er at skrive journalistik uafhængigt af særinteresser og for og til et massepublikum. Journalistik skal være objektivt; ens meninger skal holdes ude af artiklen. Journalistik dokumenterer fakta.

I 'Newsdesk' vil du og dine elever kunne finde information om den journalistiske genre: Nyhedskriterier, genrebegreber, modeller og meget mere. På de følgende sider giver vi et overblik over nogle af de værktøjer, du kan bruge i din undervisning, så du og din klasse får mest muligt ud af jeres avisprojekt.

Artiklens elementer

En artikel er opbygget af en række elementer, som er med til at udgøre den journalistiske genre. Det er forskelligt fra avis til avis, hvordan en bestemt artikeltype er opbygget. På de næste sider finder du tre eksempler på standard-artikler fra hhv. Ekstra Bladet, Politiken og Jyllands-Posten. Tag udgangspunkt i den avis du og din klasse arbejder med og vær opmærksom på, at ikke alle elementer altid behøver at være til stede i en artikel.

Ekstra Bladet

18 | Ekstra Bladet

MANDAG 11. JANUAR 2016

1,6 mio. seere hygger

ANMELDERNE VENDTE TOMMELEN NED:

Seriens popularitet har aldrig været større, men kritikerne vender stadig ryggen til den elskede folkekomedie, der også topper dvd-salget

RUNE MELCHIOR SØRVIAD

Danskernes forestrukne solstrejf i vinterkulden hedder 'Badehotellet'. Serien, hvor man altid kan høre, hvad skuespillerne siger, og hvor man – sagt diplomatisk – ikke burde have problemer med at følge med i handlingen, er gået rent ind i en tid, hvor udåmindelig mange tilsynelatende mangler et sted at køle af fra terror, flygtningestrømme og global opvarmning.

Seneste afsnit af TV2-serien havde svimlende 1.621.000 seere, hvilket bilde banker DR's aktuelle dramasatsning 'Bedrag' og gør afsnittet til det mest sete afsnit af en dramaserie på TV2 siden 'Strisser på Samsø' i 1997.

Det betyder meget mere for mig, hvad vores seere mener. Det er er jo hele vores eksistensgrundlag

– Vi har faktisk svært ved at få hænderne ned de her dage. At det kan lade sig gøre en tid, hvor alle snakker om streaming, og om at traditionelt flow-tv er dødt, er jo helt fantastisk og virkelig værd at fejre, siger Lotte Lindegaard, der er kanalchef på TV2.

Ingen garantier

Den jublende tv-boss understreger, at succesen ikke var givet på forhånd.

– Hver gang man prøver noget nyt, kan det gå galt. Der er ingen garanti for succes, så vi vidste ikke, at det ville udvikle sig på den her positive måde. Vi var usikre på, hvad det ville medføre af seertal, det må jeg indrømme, men det viste sig jo heldigvis hurtigt, at det var et tilbud, som danskerne rigtig godt kunne lide.

Da badesæsonen begyndte at rulle over skærmen, var der ellers ikke meget, der tydede på, at det ville blive en af nyere tids største tv-succeser. Anmelderne stod i kø for at fyre de glosser af, der ellers kun bruges, når Sussi & Leo eller Muddi & Salamidrengene udkommer med et nyt album.

– Hvad mener du om, at anmelderne synes, det er noget bras?

– Det eneste rigtige fokus for os er, at vi gerne vil give vores seere nogle helt særlige oplevelser. Derfor lever jeg også fint med lidt hårdere kritik fra anmelderne. Jeg læser dog altid anmeldelserne. Det er skønt med professionel feedback, men det betyder meget mere for mig, hvad vores seere mener. Det er er jo hele vores eksistensgrundlag.

Folkelig og ufarlig

Tv-serieekspert Tobias Bukkehave fortæller, at det ikke er første gang, der er uenighed mellem anmeldere og almindelige tv-seere.

'Badehotellet' er TV2's største succes på fiktionsfronten siden 'Strisser på Samsø'. Pudsigt nok spiller skuespilleren Amalie Dollerup en hovedrolle i begge serier. FOTO: TV2

Vi har faktisk svært ved at få hænderne ned de her dage

– Har 'Badehotellet' en chance for at komme med i en fremtidig udgave af din bog '50 tv-serier, du skal se'?

– Nej, det kan den altså ikke. Den har ikke dybde nok og er alt for ufarlig. Jeg tager dog hatten af for, at man tager genren dybt alvorligt. Jeg har stor respekt for det stykke arbejde, der er lavet, men den er for kedelig. Der er ikke udsving og skæbnesnurvere nok.

– Hvordan kan 'Badehotellet' konkurrere med verdensklasse-serier på Netflix, HBO osv?

– Det skyldes, at 'Badehotellet' leverer lige præcis det, som de internationale A-liste-producenter ikke kan; nemlig den lokalromantiske fortælling, der peger bagud og er ærkedansk. Det har Netflix faktisk også erkendt, og de har måske derfor netop engageret sig lokalt og betalt for halvdelen af 'Rita's seneste season.

– Hvorfor strømmer folk til serien trods de sønderlemmende anmeldelser?

– Den har noget romantisk og et sympatisk og tettilgængeligt karakter-ensemble, som drager. Det er et rigtig godt stykke håndværk.

rmu@ekt.dk

'Badehotellet' kan følges af alle – både anmeldere og almindelige forudsætningsløse tv-seere – hver mandag klokken 20 på TV2.

SÅ MANGE SER MED

Sæson 3 (2016)
2. afsnit: 1.621.000
1. afsnit: 1.354.000
Sæson 2 (2015)
Seertal i gennemsnit: 1.359.000
Sæson 1 (2013-14)
Seertal i gennemsnit: 1.316.000

Rubrik

Underrubrik

Byline

Citat

Brødtekst

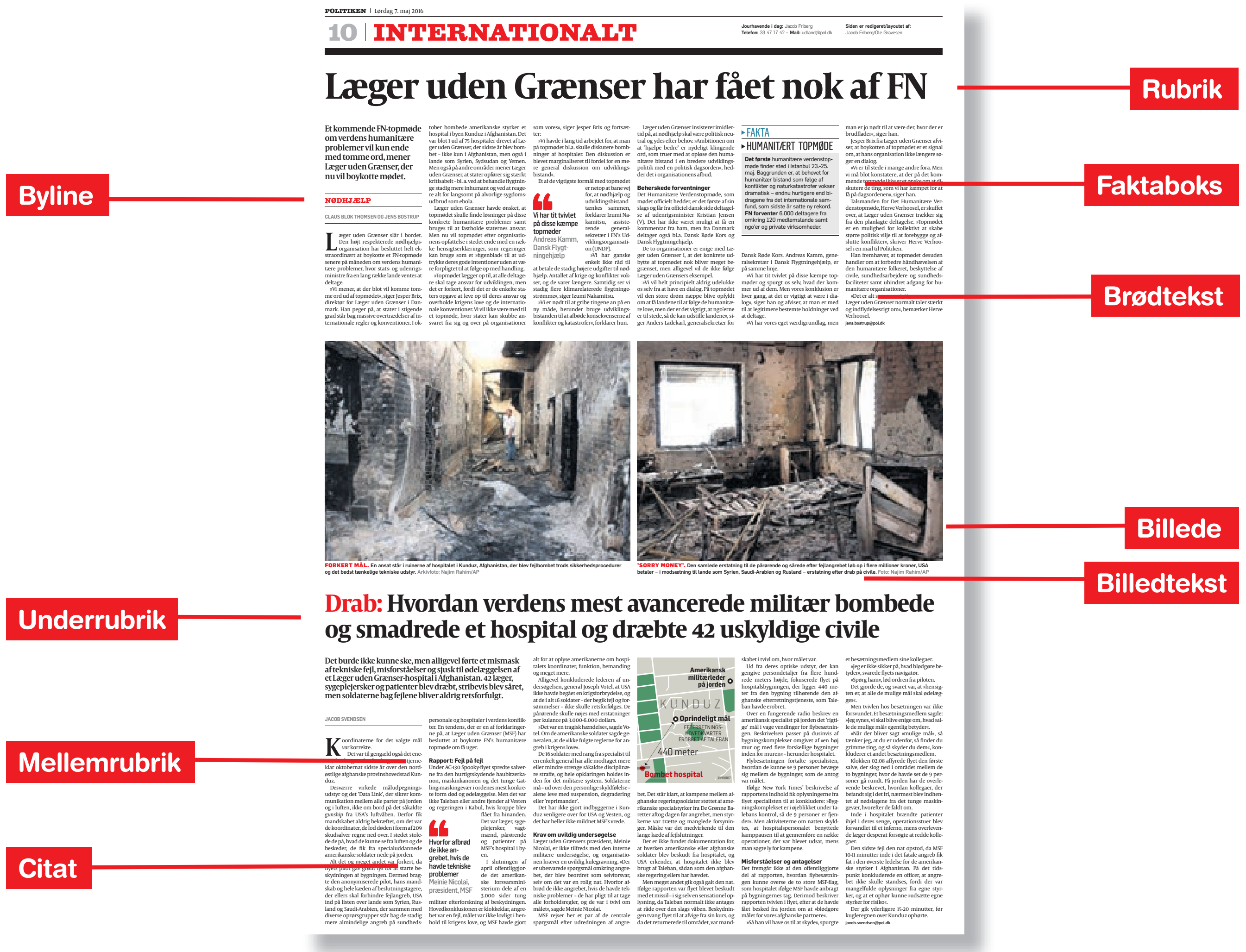
Mellemrubrik

Billede

Faktaboks

Billedtekst

Politiken



Jyllands-Posten

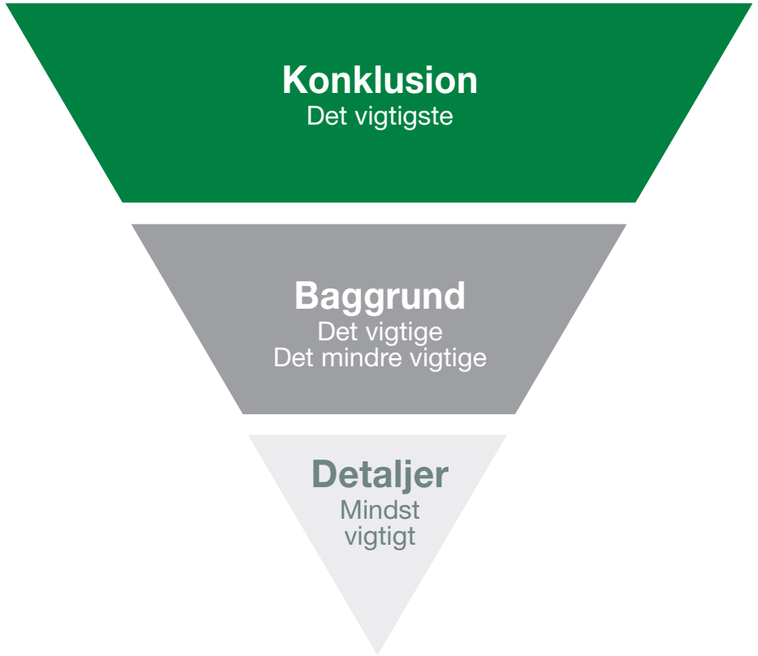
Det gode interview

Når du som journalist skal skaffe dig viden og finde ud af, hvad din historie handler om, er du nødt til at interviewe folk, der ved noget om historien eller er indblandet i den. At interviewe betyder at tale med folk og stille dem spørgsmål på læsernes vegne og få dem til at svare, så du kan skrive det i din artikel.

1. Brug åbne hv-spørgsmål: Hvem, hvad, hvor, hvorfor, hvordan, hvornår?
2. Stil kun ét spørgsmål ad gangen.
3. Forbered dine spørgsmål, men vær klar til at improvisere, hvis interviewet tager en ny drejning.
4. Stil ikke spørgsmål, der presser kilden til at svare noget bestemt.
5. Lyt til, hvad der bliver sagt og bed om at få svaret uddybet, hvis du er i tvivl.

Nyhedstrekanten

Nyhedstrekanten er en fortælleteknik, der bruges, når journalisten skal skrive en nyhed. I modsætning til en videnskabelig artikel eller stil skal en nyhedsartikel altid starte med konklusionen og den vigtigste information: Hvem, hvad, hvor? Dernæst uddybes artiklen med baggrunden for nyheden, hvorefter artiklen runder af med de mindre vigtige detaljer. Hvis læserne har travlt, kan de altså nøjes med at læse det første afsnit, og alligevel vil nyheden stå klart for dem. Alt det vigtige skal altså komme først i artiklen.



Fiskemodellen

Krogen og hovedet
Rubrikken og brødtekstens begyndelse.
Hovedet skal 'vise tænder' og krogen skal 'bide sig fast' i læserne, så de får lyst til at læse videre.

Kroppen
Brødtekstens midte.
Her skal der være 'kød på benene'; redegøres, forklares og dokumenteres grundigt.

Halen
Brødtekstens slutning.
Til sidst skal 'fisken' slå et svirp med halen med en pointe der binder historien sammen.

De fem nyhedskriterier

AKTUALITET:
Artiklen skal handle om noget, der lige er sket, eller som snart vil ske

VÆSENTLIGHED:
Artiklen skal være væsentlig for jeres læsere

IDENTIFIKATION:
Artiklen skal få læserne til at identificere sig selv med historien

SENSATIONELT:
Artiklen skal indeholde noget uventet og overraskende

KONFLIKT:
Artiklen skal indeholde en konflikt

Den gode vinkel

Vinklen er journalistens arbejdsredskab til at skrive sin artikel. Man kan ikke fortælle det hele i en artikel, og det er derfor nødvendigt at udvælge et udsnit af historien. Dette kaldes for vinklen og den påstand, som journalisten dokumenterer i artiklen. Fordelen ved vinkling er, at journalisten kan gå helt i dybden inden for en afgrænset del af emnet. En klar vinkel gør det lettere at til- og fravælge information, at udvælge og interviewe kilder samt at fange læseren.

Arbejdet hen imod vinklen

> Hvor ligger den bedste historie for målgruppen i min idé og research?
> Hvad har jeg af fakta, citater, billeder og sanseindtryk?

Sådan bygges vinklen op

> En vinkel er altså en konkret påstand om virkeligheden formuleret i én sætning.
> Fuldfør sætningen: "Jeg vil fortælle at.."
> Bemærk: ikke om…, men at…
  På den måde bliver det mere konkret og enkelt,
  hvorimod der er risiko for en alt for bred vinkel,
  hvis man siger 'jeg vil fortælle om'.

Vis vinklen

> Vinklen skal hurtigt fremgå af artiklen
> Det vigtigste først
> Vinklen er en slags varedeklaration

Lad evt. dine elever lave en vinkel, som de skal vise dig, før de går i gang med at skrive deres artikel.

Gode råd til layout

> **Layoutet er vigtigt**
  Layoutet er læsernes første indtryk af jeres avis. Det skal være lækkert at se på og nemt at finde rundt i. Jo bedre jeres layout er, jo flere får lyst til at læse jeres avis.

> **Prioriter den vigtigste artikel**
  Vælg den artikel som er den vigtigste og giv den masser af plads, det største foto og rubrik.

> **Vælg et foto af høj kvalitet**
  Læserne ser altid fotoet først. Derfor er det vigtigt, at fotoet fanger øjet. I skal vurdere fotoets blikfang, budskab, farver osv.

> **Leg med rubrikken**
  Skriv en rubrik, som spiller sammen med fotoet. Rubrikken skal være letforståelig og dækkende for historien. En rubrik skal altid være aktiv og konkret. I underrubrikken kan I fortælle mere om historiens indhold. Undgå overdrivelser og klicheer, og undgå tegn (!?) og forkortelser (fx, osv.).

> **Brug mellemrubrikker**
  Mellemrubrikker deler brødteksten op og giver øjet en kort hvilepause. Velskrevne mellemrubrikker lokker læserne videre i teksten.

> **Billedtekster skaber sammenhæng**
  Der skal være billedtekster ved alle fotos. Billedteksten bør skabe sammenhæng mellem fotoet og teksten. Billedteksten fortæller fx hvem og hvad, der er på billedet. Den kan også bruges til en ekstra oplysning, som ikke står i artiklen.

> **Kreditér**
  Journalisten krediteres i en byline og fotografen krediteres sammen med billedet.

> **Faktaboks og brødtekstbillede**
  Overvej om artiklen skal indeholde en faktaboks eller et brødtekstbillede, som kan supplere historien. Journalisten udfylder faktaboks, brødtekstbillede og citat i skrivfasen, men det er layouteren, der skal placere dem i artiklen.

> **Citater**
  Citater er en indgang ind i artiklen og kan være et godt virkemiddel.

Fælles Mål

Mediekonkurrencen kan understøtte det faglige arbejde med Fælles Mål i en bred vifte af skolens skemalagte fag og emner.

Her præsenteres en oversigt over en række af de mulige kompetencemål med tilhørende færdigheds- og vidensområder, der kan inddrages i arbejdet med Mediekonkurrencen. Hvilke mål, der arbejdes med, vil afhænge af de vinkler, perspektiver og tilgange, eleverne arbejder med i deres nyhedsredaktion.
Alle kompetencemål, der præsenteres her, er mål efter 9. klassetrin.

Sundheds- og seksualundervisning og familiekundskab

Kompetenceområde	Kompetencemål	Færdigheds- og vidensområde
Køn, krop og seksualitet	Eleven kan vurdere normer og rettigheder for krop, køn og seksualitet i et samfundsmæssigt perspektiv	Normer og idealer

Dansk

Kompetenceområde	Kompetencemål	Færdigheds- og vidensområder
Fremstilling	Eleven kan udtrykke sig forståeligt, klart og varieret i skrift, tale, lyd og billede i en form, der passer til genre og situation	Planlægning Forberedelse Fremstilling Respons Korrektur Præsentation og evaluering

Idræt

Kompetenceområde	Kompetencemål	Færdigheds- og vidensområder
Krop, træning og trivsel	Eleven kan vurdere samspil mellem krop, træning og trivsel i et aktuelt og fremtidigt perspektiv	Krop og identitet

Samfundsfag

Kompetenceområde	Kompetencemål	Færdigheds- og vidensområder
Sociale og kulturelle forhold	Eleven kan tage stilling til og handle i forhold til sociale og kulturelle sammenhænge og problemstillinger	Socialisering Kultur
Samfundsfaglige metoder	Eleven kan anvende samfundsfaglige metoder	Undersøgelsesmetoder Formidling Informationssøgning

Kristendom

Kompetenceområde	Kompetencemål	Færdigheds- og vidensområder
Livsfilosofi og etik	Eleven kan forholde sig til den religiøse dimensions indhold og betydning ud fra grundlæggende tilværelsesspørgsmål og etiske principper	Livfilosofi Etik Trosvalg og tilværelsestydning

Matematik

Kompetenceområde	Kompetencemål	Færdigheds- og vidensområder
Matematiske kompetencer	Eleven kan handle med dømmekraft i komplekse situationer med matematik	Kommunikation
Statistik og sandsynlighed	Eleven kan vurdere statistiske undersøgelser og anvende sandsynlighed	Statistik Sandsynlighed

Historie

Kompetenceområde	Kompetencemål	Færdigheds- og vidensområder
Kildeanalyse	Eleven kan vurdere løsningsforslag på historiske problemstillinger	Historiske problemstillinger og løsningsforslag Kildeanalyse Sprog og skriftsprog

Lærermaterialet er udviklet af Skoleafdelingen i JP/Politikens Hus, Sex & Samfund, Mary Fonden og Ligestillingsafdelingen i Udenrigsministeriet.

Kopiering til undervisningsbrug er lovligt ved korrekt kildeangivelse.
Alle rettigheder er forbeholdt Skoleafdelingen i JP/Politikens Hus, Sex & Samfund, Mary Fonden og Ligestillingsafdelingen i Udenrigsministeriet.
Kopiering i forbindelse med Mediekonkurrencen er tilladt.

Forfattere:
Eva Frydensberg Holm, Signe Nebelong og Ditte Bak (Sex & Samfund)
Nana Mikkelsen (Skoleafdelingen i JP/Politikens Hus)

Ansvarshavende redaktør:
Louise Abildgaard Grøn (Skoleafdelingen i JP/Politikens Hus)

Layout:
Claus Hald Simmelsgaard

OLE KIRK's Fond
Udenrigsministeriet
SEX SAMFUND
Mary Fonden
Jyllands-Posten
POLITIKEN den levende avis
Ekstra Bladet

Foto: Pernille Ane Egebæk

Lav avis året rundt på **newsdesk.dk**

OLE KIRK's Fond
UDENRIGSMINISTERIET
SEX SAMFUND
Mary Fonden
H.K.H. KRONPRINSESSE MARYS FOND
Jyllands-Posten
POLITIKEN
den levende avis
Ekstra Bladet