

Fra banan-blowjobs til selvkærlighed

Vi Unges præsentation af piger gennem 22 år

Af Amalie Søvnald

Siden år 2000 har *Vi Unge* været et populært magasin henvendt til unge piger og har derfor været et vigtigt medie, der har beskrevet, konstrueret og reproduceret idéer om teenagepiger i mere end 20 år. Jeg argumenterer for, at *Vi Unges* skribenter vejleder ud fra en ramme, hvor pigers identitet forstås i kraft af deres biologiske køn. Dette kommer særligt til udtryk i deres vejledning inden for skønhedspraksis og romantiske relationer. Gennem tiden har artiklerne om romantiske relationer ændret karakter, mens måden at skrive om skønhedspraksisser er forblevet nogenlunde stabil.

Danmarks magasin for teenagepiger

Jeg bladrer langsomt gennem de glinsende sider. Skinnende pastelfarver springer i øjnene, og jeg bliver mødt af billeder af storsmilende piger med smukt stylet hår og makeup. Overskrifter som "Sådan scorer du din drømmefyr" eller "11 typiske beautyfails (og hvad du kan gøre i stedet!)" giver mig lyst til at læse videre. Måske kender du oplevelsen, for det er selvfølgelig magasinet *Vi Unge*, jeg har taget i nærmere øjesyn.

Med piger i alderen 12-18 år som målgruppe og med over 200.000 årlige læsere i sin storhedstid har *Vi Unge* været en vigtig formidler af spørgsmål og problematikker om danske teenagepigens kønsidentitet. Både midaldrende kvinder, folk i 20'erne og fra forskellige dele af landet har set min undersøgelse af *Vi Unge* som en genkendelig del af deres teenageår. Jeg har været interesseret i at undersøge, hvordan *Vi Unge* fremstiller piger, deres krop-



Vi Unge magasiner fra forskellige årstal. Foto: Forfatteren 2024.

pe og overgangen til kvindelighed. Jeg forstår kvindelighed som de værdier og forventninger, der tilkobles kategorien 'kvinder', og som *Vi Unge* vejleder unge piger ind i. Min interesse kommer i lyset af de sidste års offentlige debatter om #metoo, samtykke og tildækning af pige- og kvindekroppe offentlige steder. Disse debatter handler alle om, hvordan kvindekroppen forstås og behandles af det resterende samfund. De handler om hvilke værdier, forventninger og sociale handlinger, der diskursivt knyttes sammen med den kvindelige krop. I lyset af en stigende offentlig debat om kvindekroppen samt

mediernes diskursive indflydelse heri, vil denne artikel undersøge, hvordan *Vi Unge* har tilpasset sig, fulgt med tiden og ændret sig som magasin i spørgsmål relateret til kvindelig kønsforståelse. Dette er for at afdække de underliggende normer og værdier, der formidles om køn, her specifikt 'piger'.

Køn og medier over tid

Indsamlingen af empiri og analysen stammer fra mit bachelorprojekt i 2021. For at undersøge *Vi Unges* fremstilling af køn arbejdede jeg med en forståelse af køn som socialt konstrueret, inspireret af blandt andet Gayle Rubin. Dette står i kontrast til en forståelse af køn, som udelukkende er baseret på biologi, og derfor er defineret fra naturens side. Rubin skelner i bogen *The Traffic of Women: Notes on the Political Economy of Sex* fra 1975 mellem begreberne *biologisk køn* (*sex*) og *socialt køn* (*gender*). Denne kønsforståelse anerkender biologiske forskelle som for eksempel hormoner eller kropsbygning. Samtidig giver idéen om det sociale køn adgang til at se, hvordan kønnede egenskaber og aktiviteter er fleksible og foranderlige alt efter den fremtrædende diskurs i samfundet.

Mange forskellige ting har indflydelse på samfundets og individers opfattelse af køn. I bogen *Gender and Media: Representing, Producing, Consuming* fra 2021 argumenterer Tonny Krijnen og Sofie van Bauwel for, at massemedier er én af disse ting. De viser, at massemedier har indflydelse på forbrugernes kønsidentitet, i og med bøger, film, serier og magasiner viser og fortolker bestemte kønnede måder at være og handle. De argumenterer dermed, at medierne er en arena, hvor køn hele tiden forhandles, konstrueres og dekonstrueres, og at man derfor i undersøgelsen af et medie kan følge den fremtrædende diskurs i tid og sted.

For at undersøge præsentationen af 'piger' i *Vi Unge* gennem tiden har jeg valgt at undersøge ét magasin fra marts måned fra hvert årstal i perioden 2000 til 2022. Det er fra 2000, hvor *Vi Unges* målgruppe blev ændret fra alle unge til kun at skrive til 'piger', og 2022 markerer den sidste trykte udgivelse. Efter 60 år som printmagasin overgik *Vi Unge* nemlig til at være et udelukkende digitalt medie. I denne artikel er jeg særligt interesseret i *Vi Unges* diskursive fremstilling af det kropslige aspekt af kvindelighed, og særligt hvilke måder hvorpå disse vejledninger har ændret sig over tid. Netop sammenligningen over tid giver mulighed for at se på et medies løbende forhandlinger af kønsidentiteter.

Ved hjælp af Erving Goffmans begreb *frame* fra 1974, argumenterer jeg for, at *Vi Unge* i artiklerne skaber en *ramme* for, hvad det vil sige at være 'pige' og at blive til en 'kvinde'. For Goffmann er en *ramme* en række guidelines for, hvordan man skal handle og interagere i det sociale liv. I *Vi Unge* er denne ramme baseret på en antagelse om biologisk køn, hvor specifikke aktiviteter og handlemåder forstås som specifikke for 'piger'. Ved at undersøge *Vi Unges* artikler komparativt gennem årene, vil jeg se på, hvordan denne ram-

me (re)producerer og forhandler forventninger til, hvad 'piger' gør og finder meningsfuldt. Ramme-begrebet er forbundet til forståelsen af *kategori*. Kategorien 'piger' er en gruppe mennesker, der tilskrives og identificerer sig som piger, mens rammen gør kategoriseringen meningsfuld i bestemte situationer i form af tilknyttede egenskaber, forventninger og handlinger. En kategori er dermed en diskursiv gruppering, mens en ramme er det, der tilknyttes kategorien som godt og meningsfuldt. I Goffmans optik får personer derfor forskellige handlemuligheder inden for rammen, og når *Vi Unge* skaber en ramme for kategorien 'piger', organiserer artiklerne derfor hvilke handlinger og interesser, der er centrale for 'piger' og hvilke, der er mindre vigtige.

Rammen for 'piger'

I magasinerne konstruerer *Vi Unge* kategorien 'piger' i kraft af biologiske fænomener, der forbindes med den modne pigekrop, som for eksempel menstruation, bryster, klitoris og kropsfigur. Disse kropslige fænomener fremgår som en selvfølgelig del af artikler, der behandler tematikker som kropslig sundhed, sex, fællesbad og pinlige historier. Et eksempel kan ses i dette brevkassesvar fra 2001: "Du er ved at udvikle dig til kvinde. Det vil sige, at du får bredere hofter, rundere lår og numse samt bryster. Sådan har naturen indrettet os kvinder, for at vi skal tiltrække mændene". Dette er et eksempel på, at *Vi Unge* etablerer og kommunikerer til modtageren som 'pige' i kraft af biologisk udvikling. Det samme kan ses i artiklen *Kun for piger!* fra 2010, som handler om menstruation: "Menses er ikke noget at være urolig for – det er kroppens måde at fortælle os, at alt fungerer, som det skal". Udover artiklens eksplicitte brug af 'piger' i titlen, indikeres modtageren af ordet "os", som i denne sammenhæng bruges om personer, der har menstruation, som er en kvindelig, biologisk proces. Derudover kategoriseres 'piger' i *Vi Unges* artikler som modsat 'dreng'. I artikler såsom *Drengenhjerner vs. pigehjerner* fra 2009 bliver 'dreng' præsenteret som nogle, der er og tænker anderledes: "Læs med her og få forklaringen på, hvorfor piger og drenge er så forskellige". Disse er tre eksempler på en tendens gennem tiden, hvor *Vi Unges* artikler antager og konstruerer kategorien 'piger' som baseret på biologisk køn i formuleringer såsom "vi piger" eller "os tøser".

Vi Unges kategori 'piger' giver ikke kun artiklerne grundlag for at vejlede i biologiske forandringer og den begyndende såkaldte kvindekrop. Samme betegnelse bruges i artiklerne til at vejlede i mode, makeup, relationer, mad, træning, andre medier, og hvad der ellers hører til teenagelivet. På den måde skaber *Vi Unge* en ramme for 'piger', der sammensmelter sociale værdier og forventninger med en biologisk forankret kategori. 'Kvindelige', biologiske fænomener beskrives som en fælles oplevelse for læserne og står side om side med citater, der omhandler implicitte antagelser om, hvad 'piger' finder meningsfuldt. Det kan for eksempel ses i citatet "Tøser elsker fyre!" fra 2010 eller "ved I [drenge] slet ikke, at det hjælper at shop-



AI-genereret visualisering af *Månedens pinligste historie* i 2016, hvor en læser får menstruationsblod på et par bukser i et prøverum. Genereret med DALL-E 3 af Jonathan H. Rysstrøm og forfatteren 2024.

pe igennem, når man har en dårlig dag? Det gør vi piger i hvert fald..." fra 2005. Disse formuleringer skaber en generel gruppe 'piger' og fastlægger samtidig hele gruppens interesse for fyre eller shopping. Det gør, at de 'piger', der menstruerer og så videre, også forventes at lægge makeup, være interesserede i fyre og udføre andre pigede aktiviteter. Dermed antager rammen en specifikt kønnet og heteronormativ forståelse af kategorien 'piger', hvormed artiklerne ikke tager højde for forskelle inden for gruppen. At *Vi Unge* rammesætter 'piger' med forventede egenskaber og interesser, giver dog artiklerne mulighed for at vejlede læseren inden for denne generalisering. Som Goffman pointerer, er det selve rammen, der organiserer, hvad der er meningsfuldt at beskæftige sig med. Når *Vi Unge* konstruerer en ramme, giver det dem dermed legitimitet til at vejlede 'piger' i, hvad der er meningsfulde aktiviteter og handlinger. Med andre ord, når artiklerne har rammesat 'piger' som en gruppe, der eksempelvis finder udseende centralt, bliver det meningsfuldt at vejlede i træning, ansigtspleje og makeup for at opnå visse idealer omkring skønhed.

Smuk og naturlig

Inden for *Vi Unges* vejledninger omkring skønhedspraksis er der et paradoksalt syn på kroppen. Det anses som ideelt kvindeligt, når man bruger tid på at gøre kroppen 'smuk' og 'frisk', men disse skønhedspraksisser skal ikke være tydelige for andre, fordi kroppen skal fremstå som 'naturlig'.

Vi Unges læsere opfordres til at forme deres kroppe til at se mere friske og attraktive ud ved at bruge makeup, træne og fjerne kropsbehåring. For eksempel i artiklen “Forårslækker” fra 2004 bliver læseren vejledt til, at ‘piger’ er mest ‘lækre’ med øjenskygge, eyeliner, mascara og lipgloss, og at blush får en til at se mere ‘frisk’ og ‘sund’ ud. Her bliver den modne pigekrop nærmere et spørgsmål om fremtoning og det ydre end helbred og det indre. På den anden side lægges der vægt på, at kroppen skal fremstå så naturlig som muligt. Som der står i artiklen *Få styr på dine øjenbryn* fra 2013: “Det er tit flottest, hvis du holder dig til din naturlige facon og kun fjerner de hår, der vokser uden for faconen”. Selvom moden inden for skønhedspraksis skifter gennem årene, er det gennemgående, at fysisk skønhed er en kvalitet, ‘piger’ skal stræbe efter, men at det er upassende, hvis det er for tydeligt. Som det formuleres i 2016: “Tricket er, at din blush faktisk ikke skal kunne ses – den skal bare give en effekt!”. ‘Piger’ opfordres derfor til at gå op i deres udseende, men den interesse skal ikke være tydelig for andre.

At skønhedspraksis er en aktivitet, der for *Vi Unge* kendetegner kategorien ‘piger’, kan også ses ved, at det direkte fremstilles som en aktivitet, der ikke er for ‘drengene’. Især makeup fremstilles som upassende for ‘drengene’. I de fleste artikler er det en underforstået del af vejledningen, at rådene kun er til ‘piger’. Det kan for eksempel ses i 2014: “Her får du Cecilies 25 bedste tips til at få lange, lækre Bambi-vipper, som alle tøserne i klassen vil misunde”. I dette citat er det ikke alle i klassen, der vil misunde de lange vipper, men kun ‘tøserne’. Det er derfor implicit, at ‘drengene’ ikke går op i makeup. I artiklen *Dreng, få fingrene ud af vores makeuppung!* fra 2008 fremhæves det dog mere direkte, at makeup på ‘drengene’ er upassende. Artiklen viser forskellige kendte mænd med makeup og spørger læseren, om de er “hot eller not?”. Det er suppleret med en afstemning blandt *Vi Unges* læsere, der viser, at 58% synes, at makeup er til piger og 18% synes, at de kendte mænd er ‘ulækre’. Også i artiklen *Molles verden* fra 2010 vil drengen Mølle ikke gå med makeup. Han svarer på et dilemma om at bære rød neglelak eller mascara i en uge. Han vælger den røde neglelak, for han “kan jo bare gå med handsker!”. Hverken makeup eller neglelak er derfor passende for en ‘dreng’ at have på, særligt ikke hvis andre kan se det.

Vi Unges syn på, hvad ‘piger’ er og bør gøre, har i løbet af de sidste tyve år ændret sig på visse områder, og rammen er derfor foranderlig og under forhandling. Alligevel er den måde, artiklerne præsenterer ‘piger’ som optagede af udseende, stabil gennem tiden. Ved at skabe en ramme hvor ‘piger’ og ikke ‘drengene’ går op i skønhed på en subtil og underspillet måde, kan *Vi Unge* vejlede i god praksis for at lægge makeup og opretholde skønhed med blandt andet cremer og barberskrabere. Disse vejledninger gøres meningsfulde gennem en implicit forståelse af, at det er sådan, at medlemmer af kategorien ‘piger’ gør.

Den kropslige flirt

Fyre, ‘flirt’ og ‘kærlighed’ er nogle af ‘pigers’ interesser i *Vi Unge*, og vejledningerne oplærer dem i at blive ‘kvinder’, der kan ‘flirte’. Hvordan romantiske relationer skrives om, og hvad ‘pigerne’ opfordres til at gøre, har ændret sig gennem tiden. Indtil 2020 beskrives forelskelser og flirt stort set kun i forbindelse med ‘drengene’. Men også her er rammen foranderlig. I begyndelsen vejledes ‘piger’ i at gøre sig attraktiv overfor ‘drengene’ til dernæst at blive vejledt til at tage initiativ. Her bevæger spørgsmålet om ‘flirt’ sig fra det passive til det mere aktive. I de senere år har *Vi Unge* skiftet fokus fra strategier til flirt og kærlighed til ‘drengene’ til at beskæftige sig mere med selvkærlighed og dybe relationer.

I start 2000’erne handler artiklernes vejledning i flirt mest om at fremvise sig selv som tiltrækkende, da man som ‘pige’ helst skal ‘scores’. Læserne vejledes i at være søde, have humor, se godt ud og ikke være for snobbende. Artiklen *Fyr op under fyren* fra 2000 beskriver for eksempel, hvordan man kan



Barbiefigurer i forskellige sexstillinger er at finde på *side sex* i *Vi Unge* fra 2009-2012. Foto: Forfatteren 2024.



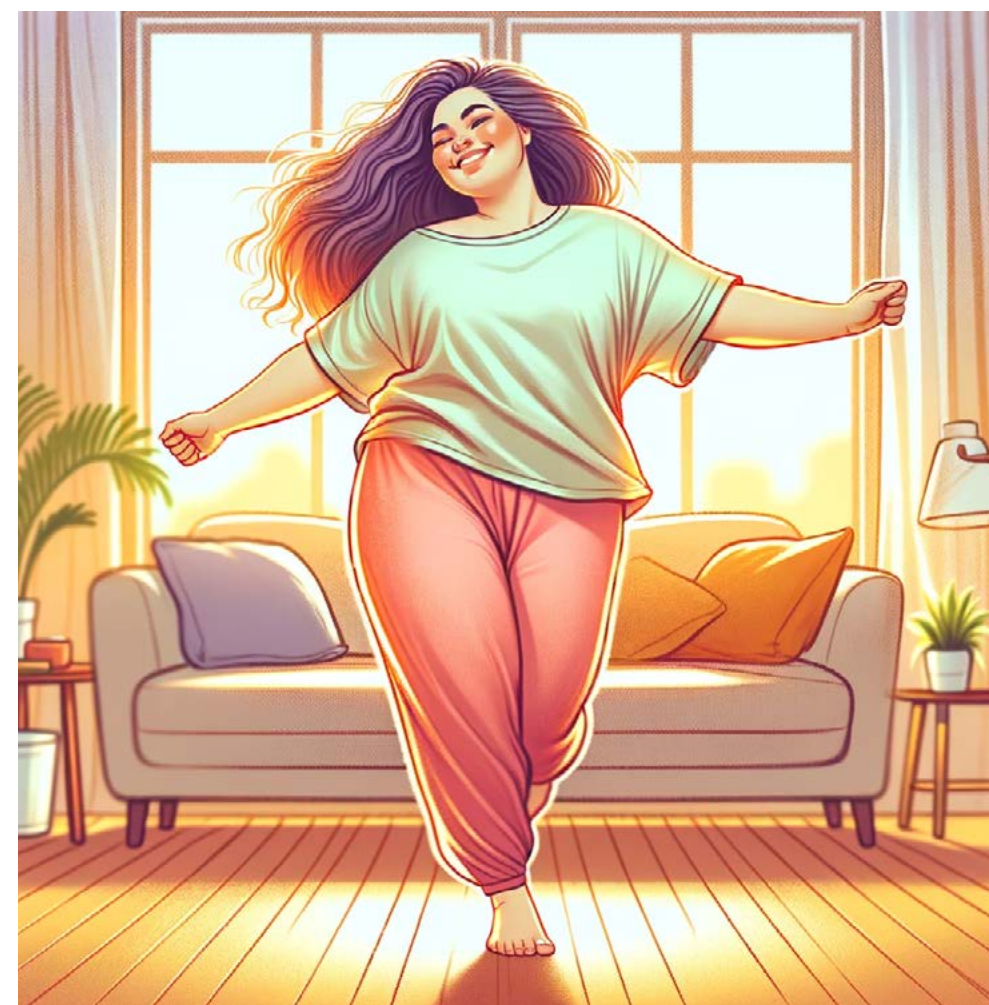
AI-genereret visualisering af rådene til læseren i artiklen *Fyr op under fyren* fra 2000. Genereret med DALL-E 3 af Jonathan H. Rystrom og forfatteren 2024.

tænde ‘drene’ gennem at spille på sin kvindekrop ved at kærtegne en banan med munden, stikke numsen i vejret eller gå med g-streng. Læseren opfordres til at være på en bestemt måde eller vise sin krop fra en bestemt vinkel i håb om, at den interessante ‘dreng’ (eller ‘drene’ generelt) af sig selv lægger mærke til dig. Handlingerne er ikke aktivt rettet mod pigens ‘crush’, men derimod fokuseret mod ‘pigen’ selv og hendes krop. Den kropslige flirt i start 2000’erne handler derfor om at spille på sin ‘kvindelighed’ med henblik på at fremstå mest mulig attraktiv, så ‘drengen’ tager initiativ.

Fra 2011 ændrer *Vi Unge* måden at skrive om flirt. Udover det faste indslag *Side Sex* fra 2006 (der i 2014 skifter navn til *Under dynen*) med informationer og statistikker om sex, prævention og kønssygdomme, begynder flere artikler fra 2011 at skrive mere direkte og vejledende i romantiske relationer. Modsat i start 2000’erne, hvor ‘piger’ vejledes til at gøre deres kroppe attraktive, vejleder *Vi Unge* i 2011-2020 til aktivt at henvende sig til ‘drenge’ og ‘score’ ham. Det kan man gøre både ved at være sød, sjov, give komplimenter og være i kontakt med ham, men der er også stadig stor fokus på

at bruge kroppen. Smil, øjenkontakt og berøring er de helt store råd for at vise, at man er interesseret og ønsker at fange interesse, som er begyndende færdigheder til at blive en flirtende kvinde. Berøring kan for eksempel ses som et vigtigt led i forførelsen i dette *Månedens kærlige tip* fra 2016: “Prøv at lade din hånd hvile på din flirts inderlår, næste gang I tager i biffen. I mørket kan du nusse ham, uden at andre ser det. Det er superfrækt og virkelig dejligt for ham”. Flirten fra 2011 til 2020 handler derfor om at tage initiativ, og at bruge kroppen aktivt henvendt til sit ‘crush’ fremfor sig selv.

Fra 2021 er der ikke mange direkte artikler om fyre og flirt. I årene 2021 og 2022 findes emnet dog i artiklerne *Under dynen* og *Micks Kærlighedskuffert*. Her handler flirt mindre om kropslighed og mere om dybe relatio-



AI-genereret visualisering af *Vi Unges* vejledning i godt humør og energi fra artiklen *SUND + GLAD* fra 2021. Genereret med DALL-E 3 af Jonathan H. Rystrom og forfatteren 2024.

ner, følelsesmæssig intimitet og egen lyst. For eksempel svarer Mick i 2021 på et spørgsmål om at flirte: “Hvad med at starte i det små og sende nogle små hints til ham? Måske et hjerte i stedet for en smiley? Eller spørge ham om nogle mere personlige og dybe ting?”. Han vejleder ikke kun til at gøre bestemte handlinger men også at lære ‘crushet’ bedre at kende og skabe en dybere relation. Artiklerne i *Vi Unge* i disse år handler meget mere om selv-værd, kvindelig nydelse og om at mærke efter, hvad man selv har lyst til. Det kan for eksempel ses ved, at artiklerne fremhæver dét at have et godt forhold til sig selv og sin egen krop ved for eksempel at få nok søvn, lave knibeøvelser og danse sig til godt humør. Det kan også ses i quizzen *Hvor meget ved du egentlig om sex?* fra 2021, som blandt andet handler om samtykke, orgasmer og erogene zoner: “Der findes ikke nogen aldersgrænse for, hvornår man er gammel nok til at onanere. Det handler derimod om at lytte til sig selv og sine lyster”. Den kropslige flirt er på en måde rettet tilbage mod ‘piger’ men på en helt anden måde end fremstillingen i start 2000’erne. Målet er ikke længere at opnå ‘drengenes’ opmærksomhed og anerkendelse, men derimod at acceptere sig selv og lære sin egen krop og nydelse at kende. Der er derfor fokus på den individuelle læsers lyst og nydelse og mindre fokus på, hvad ‘piger’ som gruppe forventes at gøre over for ‘dreng’. På trods af, at forventningerne til ‘piger’ har ændret sig, vejleder *Vi Unge* stadig ud fra en kategori om ‘piger’ og unge ‘kvinder’, der er baseret på biologiske fænomener.

Ramme til forhandling?

Jeg har i artiklen fokuseret på, hvordan *Vi Unge* konstruerer en ramme for kategorien ‘piger’ og unge ‘kvinder’, der hviler på implicite antagelser om biologisk køn. Hvordan ‘piger’, der er på vej til at blive ‘kvinder’, skal se ud, være og gøre er blevet (re)produceret og forhandlet i magasinet gennem tiden. Fremstillingen af skønhedspraksisser er forblevet nogenlunde stabil, mens fremstillingen af romantiske relationer har ændret karakter. I de sidste par år af *Vi Unge* som trykt magasin har der dog været tendenser til, at diskursen omkring ‘piger’ er begyndt at ændre sig. I stedet for formuleringer som “vi piger” eller “os tøser”, skriver artiklerne blot “vi” eller “os”. Derudover sniger der sig ord som “måske” og “hvis” ind i artiklerne, når det handler om at bruge bestemte produkter, prøve at flirte eller fjerne kropsbehåring. Fra 2020 begynder artiklerne også at bruge kønsneutrale pronomen om romantiske relationer. Disse forandringer er med til at mindske generaliseringen af ‘piger’ som gruppe samt at udfordre tidligere artiklers heteronormativitet. Det kunne give læseren mere albuerum til at forhandle sin egen kønsidentitet i mødet med artiklernes fremstilling. Artiklen essentialiserer dog stadig dét at være en ‘pige’ eller ung ‘kvinde’ ud fra biologiske fænomener, som for eksempel voksende bryster, klitoris og menstruation. På trods af, at rammen er under forhandling og diskursen viser tegn på foran-

dring, udfordrer *Vi Unges* artikler derfor ikke selve kategorien, de konstruerer og skriver til. En reel udfordring af den kategori ville komplicere *Vi Unges* legitimitet til at vejlede, som de hidtil har gjort. Selv efter deres digitale transformation skal *Vi Unge* derfor forholde sig til en udfordring: Hvordan kan artiklerne vejlede inden for en meningsfuld ramme, der bevæger sig videre fra essentialiserende køns kategorier?

Forslag til videre læsning

Erving Goffman (1986) *Frame Analysis: An Essay on the Organization of Experience*. Boston: Northeastern University Press.

Marcia Texler Segal og Vasilikie Demos (2018) *Gender and the Media: Women's Places*. London: Emerald Publishing Limited.

Nicola Brown, Christine Campbell, Craig Owen og Atefeh Omrani (2020) *How Do Girls' Magazines Talk about Breasts?*. *Feminism & Psychology* 30, nr. 2, side 206-226.



Om forfatteren

Amalie Søvnald er BA i Antropologi fra Aarhus Universitet og KA-studerende på Sustainable Heritage Management på Aarhus Universitet. Hun arbejder i øjeblikket på et projekt i samarbejde med Aarhus Bibliotekerne om stueplanter og deres relationer til mennesker omkring dem i forhold til deres kolonialistiske og kønnede kulturarv.