

Var tredje tjej i åldern 15–24 år ser sig som "hundmänniska".



Hunden viktig för ungas identitet

Mer än var femte ung person i Sverige identifierar sig som "hundmänniska". Det visar en ny undersökning från analysföretaget Ungdomsbarometern.

TEXT & FOTO: ELIZA KAJANUS

I undersökningen fick 16.000 unga i åldern 15–24 år svara på frågor bland annat om hur de ser på samhället, sig själva och sin identitet.

22 procent angav att begreppet "hundmänniska" passade för att beskriva dem. Bland unga kvinnor var detta ännu vanligare. Där angav 28 procent – nästan var tredje ung kvinna – att de såg sig som en hundmänniska. Ju högre upp i åldersspannet desto starkare blev denna identitet.

Motsvarande siffra bland de unga männen var 15 procent.

– Det här är höga siffror,



Anton Landehag, expert vid Ungdomsbarometern.
Foto: Jens Eriksson

ror, säger Anton Landehag, samhällspolitisk expert vid Ungdomsbarometern. Undersökningen visar att hundar är viktiga för unga i Sverige idag. Att se sig som "hundmänniska" är ett starkare påstående än att säga att man "gillar hundar".

På tredje plats

Bland tjejerna var "hundmänniska" den tredje största identitetsgruppen av alla, större än till exempel "miljövän", "storstadsmänniska" och "gamer" (person som spelar data-spel).

Bara "feminist" (41 procent) och "antirasist" hade fler anhängare – den senare dock med bara en procentenhets marginal framför "hundmänniska".

Bland killarna dominerade "gamer", "sportfantast" och "prylnörd". Hundintresset hamnade utanför topp-fem.

– Tjejer bygger sin identitet på helt andra sätt än killar. De är mer politiskt orienterade och de bryr sig mer om mjuka värden än killarna. Hundintresset kan vara en del av en sådan "mjukare" aspekt, säger Anton Landehag.

Kan symbolisera trygghet

Han tror att de höga siffrorna för identitetsgruppen "hundmänniska" hänger samman

med att unga idag i stor omfattning exponeras för djur på sociala medier – katter till exempel, men även andra djur.

Samtidigt kan det tänkas att hunden står för trygghet i en orolig värld.

– Det pratas väldigt ofta om dagens generation som trygghetssökande. Det är möjligt att identiteten "hundmänniska" kan ha en sådan bakgrund.

Ungdomsbarometern är den största undersökningen med fokus på unga som genomförs regelbundet. Den aktuella studien är gjord under hösten 2016.

DE FEM STÖRSTA IDENTITETSGRUPPERNA BLAND TJEJER I ÅLDERN 15-24 ÅR:

1. Feminist (41 %)
2. Antirasist (29 %)
3. **Hundmänniska (28 %)**
4. Miljövän (26 %)
5. Storstadsmänniska (25 %)

DE FEM STÖRSTA IDENTITETSGRUPPERNA BLAND KILLAR I ÅLDERN 15-24 ÅR:

1. Gamer (38 %)
2. Sportfantast (29 %)
3. Prylnörd (24 %)
4. Datanörd (23 %)
5. Träningsfreak (21 %)

...
Hundmänniska: 15 %

Källa: Ungdomsbarometern.se