



Spreken met jongeren

over de **manosfeer**
en de **femosfeer**



Spreken met jongeren

**over de manosfeer
en de femosfeer**

Inleiding

Deze tool werd ontwikkeld door [MoveMen](#), een initiatief van [RoSa vzw](#) en [Keertij](#). Hij biedt ondersteuning om met jongeren in gesprek te gaan over de manosfeer en de femosfeer, en over de opvattingen die daarin circuleren. De tool kan losstaand gebruikt worden, maar ook als aanvulling op de [EquiSchools handleiding](#), die leerkrachten en begeleiders helpt om met jongeren te werken aan gendergelijkheid, gelijke kansen en geweldpreventie.

De manosfeer en femosfeer zijn een (internationaal) online fenomeen dat al even een opmars kent, maar de laatste jaren meer publieke belangstelling krijgt en veel vragen en bezorgdheden oproept bij ouders en professionals. Deze tool richt zich daarom tot iedereen die dicht bij jongeren staat. Je ontdekt wat de manosfeer en femosfeer zijn, en krijgt praktische handvaten om actief met jongeren aan de slag te gaan rond deze thema's.

Het doel is om jongeren uit te nodigen in een open gesprek over deze online werelden, over hun aantrekkingskracht en over de impact ervan op hun welzijn en hun kijk op de wereld. We benaderen jongeren met nieuwsgierigheid en empathie: niet oordelen, maar oprecht luisteren en proberen te begrijpen wat hen aantrekt in de online content die zij (vaak ook passief) consumeren. Tegelijk willen we jongeren stimuleren om kritisch na te denken over de vaak gepolariseerde ideeën over mannelijkheid en vrouwelijkheid die zij online opvangen.

Omdat de manosfeer en femosfeer slechts een klein stukje vormen van een groter maatschappelijke verhaal over gender, raden we je warm aan om ook de [EquiSchools handleiding](#) te gebruiken. Daarin vind je meer achtergrondinformatie en methodieken om met jongeren te werken rond gendergelijkheid.

Download de [EquiSchools handleiding](#)



Meer weten?

Achteraan deze tool vind je extra tips en doorverwijzingen.

Inhoudstafel

Inleiding	3
Inhoudstafel	4
Toeleiding en aantrekkingskracht	5
Manosfeer/femosfeer	6
Manosfeer	7
Femosfeer	8
Gedeelde visie op gender en seksualiteit	9
Stereotiepe visie op mannelijkheid en vrouwelijkheid	9
Heteronormativiteit en dubbele seksuele moraal	10
Antifeminisme	11
Impact op jongeren	12
Wat kan jij doen?	13
Tips om in dialoog te gaan met jongeren	13
Methodieken	17
<i>Verkenning: Story time - wat vertel jij online?</i>	17
<i>Methodiek 1. Hoe algoritmes je online wereld sturen</i>	19
<i>Methodiek 2. Online man box</i>	21
<i>Methodiek 3. Influencer for a day</i>	24
Verwijzingen	26
Meer info	26
Tools	27
Bijlage: Titels voor methodiek 1	28

Toeleiding en aantrekkingskracht

We leven in een complexe, onzekere wereld waarin we dagelijks overspoeld worden door een enorme hoeveelheid informatie, die via het internet sneller dan ooit op ons afkomt. Dat is meer dan een menselijk brein eigenlijk goed kan verwerken. Jongeren groeien bovendien van jongs af aan op met sociale media en komen er al vroeg in contact met uiteenlopende en vaak conflicterende ideeën, ook over gender. Dat kan overweldigend zijn en onzekerheid creëren. Tegelijk zitten jongeren in een uiterst turbulente levensfase. Hun hersenen zijn nog volop in ontwikkeling en ze zijn vaak zoekende: naar wie ze (willen) zijn, wat hun plaats is in de samenleving en hoe ze in relatie (willen) staan met de mensen in hun omgeving. Steeds vaker zoeken ze op het internet naar bevestiging en houvast, via voorbeelden, rolmodellen en duidelijke antwoorden op hun vragen.

Digitale gemeenschappen bieden daarin een **laagdrempelige en anonieme ruimte voor ontdekking**. Jongeren kunnen er makkelijk **informatie verzamelen** en vrijuit experimenteren zonder zich meteen kwetsbaar op te stellen.

Via onschuldige zoekopdrachten over *hot topics* bij jongeren zoals identiteit, geld, fitness, relaties en seksualiteit worden ze onbewust en geleidelijk richting de mano/femosfeer gestuurd. Onderzoek toont dat **algoritmes** vaak **genderstereotiepe content aanbevelen**: vrouwen krijgen sneller mode en make-up te zien, mannen sport en auto's. Platformen zoals YouTube, TikTok en Instagram spelen bovendien in op de beperkte aandachtsspanne en de onzekerheid van jongeren door steeds extremere en sensationelere video's en posts te tonen, want die genereren meer *views* en *clicks*. Jongeren komen dus meestal niet 'plots' of doelbewust in de manosfeer of femosfeer terecht: ze worden er stap voor stap naartoe geleid via algoritmes. Die algoritmes spelen in op onzekerheden en menselijke behoeften: aan exploratie, auto-

nomie, erkenning, en de nood om gezien, gehoord en geliefd te worden. Zo houden ze jongeren zo lang mogelijk actief op sociale media. Die blijvende interactie komt vooral de bedrijven achter die platforms ten goede en levert hen winst op.

De simpele boodschappen van de mano/femosfeer zijn bijzonder aantrekkelijk voor jongeren die nog volop in een ontdekkingsfase zitten. Groeperingen in de mano/femosfeer bieden niet alleen eenvoudige antwoorden en duidelijke verklaringen op kwetsbare en complexe vragen, ze bieden vaak ook **erkenning**, een **gevoel van ergens bij te horen**, concrete **voorbeelden** en **rolmodellen**. Zo schept deze online wereld een aantrekkelijk en helder kader voor jongeren: ze worden enerzijds overladen met stereotiepe ideaalbeelden van mannen en vrouwen, en krijgen anderzijds een veelvoud aan concrete adviezen aangereikt of zelfs een uitgewerkt stappenplan om die doelen te verwezenlijken.

Niet alle content in de mano/femosfeer is even extreem of schadelijk. Veel jongeren leren er ook over zelfontplooiing, zelfbeheersing, discipline, ambitie en doorverzettingsvermogen. Hoewel jongeren daar wel degelijk iets positiefs uit halen, zit het probleem in de **simplistische boodschappen**, **stereotiepe denkbeelden** en de vaak compleet **onrealistische idealen** die jongeren er krijgen voorgeschoteld.

Bovendien krijgen jongeren, naargelang ze op sociale media scrollen, **steeds extremere content aanbevelen**, met boodschappen die in het beste geval ongenueanceerd of polariserend zijn, en in het slechtste geval regelrecht discriminerend of zelfs gewelddadig. Zo proberen sociale media je aandacht te behouden en interactie uit te lokken, want jouw kijktijd en *clicks* genereren winsten. Er ligt dus een grote verantwoordelijkheid bij de bedrijven achter deze platformen die de onzekerheden van jongeren aangrijpen en uitbuiten.

Jongeren zoeken online antwoorden, erkenning en houvast. Ze zijn **vaak niet actief op zoek naar deze content**, maar worden **via algoritmes** toegeleid naar en gevoed door de mano/femosfeer. Daar krijgen ze simpele antwoorden over complexe vraagstukken, maar na verloop van tijd ook **steeds extremere content**, want die genereren meer *views* en *clicks*, en daarmee winst voor sociale mediabedrijven.

Manosfeer/femosfeer

De **manosfeer** en de **femosfeer** zijn online omgevingen waar jongens en mannen enerzijds, en meisjes en vrouwen anderzijds met elkaar in contact komen en gedachten uitwisselen vanuit **traditionele ideeën rond mannelijkheid** en **vrouwelijkheid**. Beide zijn een breed en gefragmenteerd netwerk van websites, blogs, fora, platformen, sociale media en (micro) influencers, waar niet altijd dezelfde ideeën gedeeld worden, maar waar bepaalde traditionele en stereotiepe ideeën rond gender en seksualiteit de basis vormen voor een gemeenschapsgevoel.

Centraal staat het idee van een inherente vrouwelijke natuur en van een inherente mannelijke natuur, die tegengesteld zouden zijn aan elkaar, en elkaar tegelijkertijd ook zouden aanvullen. Die overtuiging noemen we **genderessentialisme**, een visie die verschillen tussen mannen en vrouwen vooral of zelfs uitsluitend aan biologie/natuur toeschrijft, en niet of nauwelijks aan opvoeding en cultuur. Het is een visie

die genderstereotypen normaliseert en stelt dat het zinloos is om de inherente 'aard' van mannen en vrouwen te 'ontkennen' of 'in vraag te stellen'. In deze visie is het tegengestelde maar complementerende beeld van mannelijkheid en vrouwelijkheid niet alleen natuurlijk en dus onvermijdelijk, maar ook positief. Het zou **harmonie en duidelijkheid** scheppen. Zo worden niet alleen traditionele gendernormen en heteroseksualiteit voorgesteld als normaal en natuurlijk, maar worden mensen en gedragingen die hiervan afwijken als 'abnormaal' of als een bedreiging gezien.

De **aantrekkingskracht** van de manosfeer en de femosfeer zit vooral in hun **eenvoud**: ze formuleren een afgelijnd script over hoe je man of vrouw hoort te zijn. In een steeds complexere wereld, waarin jongeren zich nog moeten uitvinden, bieden de manosfeer en de femosfeer ontzettend veel **houvast**: duidelijke (maar vaak onhaalbare) idealen en simpele oplossingen voor ingewikkelde problemen.

- **strikte, traditionele en complementerende genderrollen**
- **genderessentialisme**: tegengestelde ideeën over vrouwelijkheid en mannelijkheid worden gezien als natuurlijk, biologisch en evolutionair bepaald
- **eenvoudige antwoorden op complexe problemen**

Manosfeer

De **manosfeer** is een verzamelterm voor allerlei online gemeenschappen, digitale forums en sociale media waar jongens en mannen zich verzamelen rond het centrale en **antifeministische idee** dat zij een structureel benadeelde positie hebben ten opzichte van meisjes en vrouwen, en dat feminisme hier verantwoordelijk voor is. Het is een los netwerk van groepen en influencers, dat voornamelijk aanwezig is op bekende platformen zoals YouTube, Reddit, TikTok, Instagram en meer gespecialiseerde media en websites.

Er wordt **zelfhulpadvies** gedeeld en er worden ideeën uitgewisseld over hoe je een succesvolle man kan worden, of op zijn minst kan lijken. Succes wordt er in grote mate afgemeten aan rijkdom en bezit, zoals dure horloges, auto's en kledij maar ook vrouwen (die volgens de stereotiepe normen van de manosfeer het liefst mooi, jong en begeerlijk zijn). Van geld, gezondheid en fitness, over dating en religieus advies, tot radicaal-rechtse complottheorieën, haatspraak, verheerlijking van geweld en (extreme) misogynie: de content die circuleert in de manosfeer varieert sterk. **Seksisme** is in veel kanalen niet flagrant aanwezig, in anderen dan weer zeer expliciet aanwezig. Soms

wordt er zelfs niet over vrouwen of over genderrollen gesproken, maar enkel over discipline en doorzettingsvermogen om bepaalde doelen als man te bereiken. Daar hebben jongeren die op zoek zijn naar rolmodellen en duidelijke scripts veel aan. Die boodschappen kunnen hen bovendien motiveren om gezonde gewoonten te kweken en hen helpen zich positief te ontwikkelen. Niet alle content op de manosfeer is dus schadelijk en jongeren hebben er wel degelijk ook iets aan. Kortom, in de manosfeer wordt een brede waaier aan onderwerpen besproken, maar zelfverbeteringsadvies over **stereotiepe mannelijkheid** vormt de kern.

Dat ideaalbeeld van mannelijkheid in de manosfeer rust op traditionele waarden. Het krijgt bovendien betekenis door zich **af te zetten tegen vrouwelijkheid**, die binnen dit gedachtegoed als **ondergeschikt** wordt voorgesteld. Volgens de manosfeer moeten mannen sportief, sterk en zelfzeker zijn/overkomen, en de rol van beschermer en kostwinner opnemen. Ze horen hun emoties in toom te houden en geboren leiders te zijn, terwijl vrouwen op hun beurt onderdanig en gedienschtig horen te zijn ten opzichte van mannen.

Ter info.

Gemeenschappelijke factoren in de getuigenissen van mannen die uit de manosfeer stapten.

- **Initiële kwetsbaarheid:** velen onder hen werden aangetrokken door de manosfeer omwille van gevoelens van eenzaamheid, onzekerheid, of angst over veranderende genderrollen en economische veranderingen.
- **Valse beloftes:** de manosfeer beloofde snelle oplossingen voor zelfontwikkeling en dating succes, die vaak gepaard gaan met online trainings of producten die veel geld kosten.
- **Negatieve gevolgen:** in de plaats van zich gesterkt te voelen, ervaren velen van hen dat ze er slechter aan toe waren dan ervoor. Ze spreken van een toename in gevoelens van afwijzing en verwarring.
- **Het 'aha' moment:** Een cruciaal keerpunt was vaak een gesprek met een vertrouwde vriend of familielid, of een moment van zelfreflectie waarin ze de echte vrouwen in hun leven begonnen te zien als individuen, in plaats van als de abstracte of negatieve stereotypen die online werden gepresenteerd.
- **De ideologie confronteren en afwijzen:** Ze begonnen zich actief af te sluiten voor misogynistische inhoud of deze naast zich neer te leggen, en de schadelijke ideeën die ze hadden geïnternaliseerd ter discussie te stellen, vaak door zich uit te spreken tegen soortgelijke opmerkingen van anderen.
- **Weer verbinding maken met de realiteit:** De manosfeer verlaten houdt in dat men afstand neemt van de online echokamer om opnieuw betrokken te raken bij echte relaties en activiteiten, wat helpt om een evenwichtiger en menselijker perspectief te krijgen.
- **De behoefte aan gemeenschap:** Getuigenissen benadrukken vaak het gebrek aan oprechte gemeenschap binnen de manosfeer, in contrast met de echte, authentieke verbindingen die ze zochten en vonden nadat ze eruit stapten.

Femosfeer

De **femosfeer** krijgt wat minder aandacht, en is in omvang vermoedelijk ook kleiner dan de manosfeer, maar kan beschouwd worden als de vrouwelijke tegenhanger, of beter, het verlengde ervan. Want hoewel de femosfeer een verzamelnaam is voor online gemeenschappen waar *meisjes en vrouwen* samenkomen, liggen de centrale ideeën heel erg in lijn met die van de manosfeer.

In de femosfeer circuleren vooral visies op (hetero) relaties, genderrollen en een **stereotiep vrouwelijkheidsideaal**. Er worden tips gedeeld over hoe je een 'respectabele', 'high value' en gegeerde vrouw wordt, die mannen aantrekkelijk vinden en onder hun vleugels willen nemen. Volgens het gedachtegoed van de mano/femosfeer is het namelijk de taak van mannen om (hun) vrouwen financieel te onderhouden en (fysiek) te beschermen, naar veronderstelling tegen andere mannen. Vrouwen horen zich op hun beurt vooral te

focussen op hun uiterlijk om aantrekkelijk te zijn voor (hun) mannen. Een knappe vriendin of vrouw hebben is immers een statussymbool voor deze mannen. Wanneer meisjes en vrouwen investeren in hun uiterlijk en zich zorgzaam, gediensig en volgzzaam opstellen, 'verdienen' ze in ruil financiële en fysieke bescherming volgens de **transactionele logica over (hetero) relaties** van de femosfeer en de manosfeer.

Veel content in de femosfeer gaat over schoonheid, zelfzorg, mode en dating. In sommige groeperingen in de femosfeer worden ook tips gedeeld over huishoudelijke en zorgtaken. Andere leggen de nadruk op zelfontplooiing, zelfzorg en onafhankelijkheid. Wat die uiteenlopende groepen delen is **de nadruk op schoonheid in de vrouwelijke genderrol** en de **nadruk op financiële en fysieke bescherming in de mannelijke genderrol**.

Gedeelde visie op gender en seksualiteit

- **Gender** verwijst naar de dominante ideeën, sociale normen en maatschappelijke verwachtingen rond mannelijkheid en vrouwelijkheid, of hoe mannen en vrouwen “horen” te zijn.
 - **Genderidentiteit** verwijst naar iemands zelfbeeld en persoonlijk identiteitsgevoel op het spectrum van mannelijkheid en vrouwelijkheid.
 - **Biologisch geslacht** verwijst naar seksespecifieke aangeboren lichamelijke kenmerken op het vlak van genen, genitaliën en geslachtsklieren die geslachtshormonen zoals testosteron, oestradiol en progesteron aanmaken.
- Genderidentiteit en biologisch geslacht zeggen dus enerzijds iets over de identiteitsbeleving en anderzijds het lichaam van een *individu*, terwijl gender iets zegt over de verwachtingen en de structuren in de *samenleving*.
- Hoewel de samenleving verwacht mensen te kunnen opdelen in binaire hokjes m/v, is er veel meer **diversiteit** tussen mensen, zowel op het vlak van genderidentiteit als op het vlak van biologisch geslacht.

Meer over deze [terminologie](#).

Stereotiepe visie op mannelijkheid en vrouwelijkheid

Mannelijkheid en vrouwelijkheid worden in de manosfeer en femosfeer **stereotiep** en **traditioneel** ingevuld, en als **complementair** aan elkaar beschouwd.

In sommige groepen, vaak in de manosfeer, wordt hier bovendien een **hiërarchie** aan gekoppeld. Vrouwelijkheid – en de eigenschappen die ermee worden geassocieerd – wordt ondergeschikt gemaakt aan stereotiep mannelijke kenmerken, die maatschappelijk

hoger worden gewaardeerd. Vanuit die logica wordt **genderongelijkheid** als ‘**normaal**’, zelfs ‘**natuurlijk**’ beschouwd. Een concreet voorbeeld is de verwachting dat mannen de leiding nemen: thuis, op de werkvloer en in de politiek. Zo wordt de loonkloof, maar ook de financiële afhankelijkheid van vrouwen en de rol van mannen als kostwinner, als vanzelfsprekend voorgesteld.

Mannelijkheid	Vrouwelijkheid
in de visie van de mano/femosfeer	
leiderschap sterk en sportief overkomen bescherming bieden assertief zijn ambitie en carrière rationeel	volgzzaamheid aantrekkelijk en verzorgd overkomen zorgzaamheid gereserveerd zijn huiselijkheid emotioneel
↔ complementair, maar maatschappelijk ongelijk gewaardeerd → resulteert in, en normaliseert genderongelijkheid	

Belangrijk: deze stereotiepe kijk op mannelijkheid en vrouwelijkheid, en op relaties als transacties, komt niet alleen voor in de mano/femosfeer maar circuleren, vaak subtieler, **in de hele samenleving**. Genderstereotypen zijn diepgeworteld in onze cultuur en houden genderongelijkheid mee in stand.

Heteronormativiteit en dubbele seksuele moraal

De mano/femosfeer gaat ervan uit dat er slechts twee biologische geslachten zijn, en dat iedereen zich comfortabel voelt in die binaire hokjes m/v. Beide beschouwen heteroseksualiteit bovendien als natuurlijk en 'normaal', en andere seksuele of romantische oriëntaties daardoor als 'abnormaal'. Die ideeën versterken niet alleen **heteronormativiteit** (het idee dat heteroseksualiteit 'normaal' is), maar wakkeren ook afkeer en zelfs vijandigheid aan tegenover wie niet in die hokjes past. Daarmee draagt het gedachtegoed van de mano/femosfeer bij aan **holebifobie** en **transfobie**.

Ook promoten beide sferen een **dubbele seksuele moraal**: mannen zouden van nature een hoge biologische nood aan seks hebben en worden aangemoedigd om seksuele ervaringen op te doen, op elke seksuele opportuniteit in te gaan en altijd paraat te staan. Hierdoor is er meer **taboe rond maagdelijkheid bij jongens**: dat is niet 'stoer'. Vrouwen daarentegen zouden van nature selectief en seksueel terughoudend (moeten) zijn.

Dat leidt tot een **ongelijke beoordeling** van hetzelfde gedrag: seksuele activiteit levert jongens en mannen status en aanzien op, terwijl het voor meisjes en vrouwen juist statusverlies betekent of hun vermeende 'waarde' doet dalen. Hun uiterlijk speelt daarbij ook een grote rol: meisjes worden vaak gereduceerd tot een cijfer of louter beoordeeld op hoe aantrekkelijk ze zijn. De seksuele gendernormen van de manosfeer en femosfeer sluipen ook in het schoonheidsideaal dat meisjes wordt opgelegd: meisjes moeten begerlijk en sexy zijn, maar tegelijk niet té uitdagend – een moeilijke evenwichtsoefening.

Deze dubbele seksuele moraal voedt **slut shaming**: meisjes die zich 'te sexy' presenteren of seksueel actief zijn, worden veroordeeld of uitgescholden. In de manosfeer gebeurt dit vaak expliciet, via scheldwoorden en misogynie tirades. In de femosfeer heerst eerder een 'pick me' mentaliteit: meisjes halen andere meisjes naar beneden om zichzelf voor te stellen als een meer geschikte partner: niet 'sletterig' of 'feministisch', wat negatieve connotaties heeft in zowel de manosfeer als grote delen van de femosfeer.

Misogynie is haat, extreme afkeer of minachting ten opzichte van vrouwen.

Deze beperkende normen over seks en relaties zijn breder aanwezig in onze samenleving, maar worden in de mano/femosfeer in soms extreme vormen gepromoot. Ze hebben niet alleen een negatieve impact op meisjes, maar niet in het minst ook op jongens. Waar er binnen feminisme en in onze samenleving al meer aandacht is voor de seksualisering en objectivering waar meisjes mee te maken krijgen, is er nog onvoldoende aandacht voor hoe **gendernormen ook jongens en mannen negatief beïnvloeden**. Ook jongens ervaren druk om te voldoen aan het stereotiepe beeld van een man, die daadkrachtig, gespierd en zelfzeker hoort te zijn, ook in (eerste) seksuele ervaringen. Dat kan gepaard gaan met **prestatiedruk**. Tegelijk resulteert de verwachting dat jongens 'altijd zin' hebben in **minder aandacht voor hun grenzen en agency in seks**. Toestemming wordt bijvoorbeeld maar al te vaak gereduceerd tot iets dat meisjes moeten geven en jongens van hen moeten vragen. Dit maakt het voor jongens moeilijk om hun eigen grenzen te leren kennen en aan te geven, en om over eventuele ervaringen van seksueel grensoverschrijdend gedrag te spreken. Omdat van hen wordt verwacht dat ze altijd rationeel, emotioneel onaantastbaar en seksueel beschikbaar zijn, ligt er bij jongens **meer stigma op intimiteit dan op seksualiteit**, wat hun relationele en seksuele ontplooiing bemoeilijkt.

Zowel jongens als meisjes hebben dus te winnen bij minder beperkende genderstereotypen en meer individuele vrijheid om volledig mens te zijn. Die gedeelde kwetsbaarheid wordt in de mano/femosfeer echter niet herkend: in plaats daarvan worden feminisme en gendergelijkheid er voorgesteld als de oorzaak van deze problemen.

Feminisme is de verzameling maatschappelijke en politieke stromingen die ongelijke genderverhoudingen kritisch analyseren en gendergelijkheid nastreven. Hoe ze gendergelijkheid invullen, verschilt echter van stroming tot stroming, en individu tot individu. Lees meer over [feminisme](#).

Antifeminisme

Dat brengt ons bij een laatste, gedeeltelijke gelijkenis tussen de manosfeer en de femosfeer: het antifeministische sentiment. Volgens het overheersende gedachtegoed in deze sferen zou feminisme niet alleen achterhaald zijn, maar zelfs de oorzaak van veel problematieken die in deze online gemeenschappen worden aangeklaagd. Het **verlies van een duidelijk script** voor (hetero)relaties en om man of vrouw te zijn, is daar een van. Heel wat mannen in de manosfeer hebben het gevoel dat feminisme hen van hun 'natuurlijke' rol als kostwinner en beschermer beroofd heeft. Velen zijn bovendien gefrustreerd over een feministisch discours dat hen ongenueanceerd als 'toxisch' of geprivilegieerd brandmerkt, terwijl zij dat niet zo ervaren. Het gebrek aan maatschappelijke erkenning voor de uitdagingen en nadelen die mannen ervaren, draagt dan ook bij aan hun defensieve reactie op feminisme.

In de femosfeer leeft eerder het idee dat feminisme vrouwen valse beloftes heeft gemaakt of 'in een mannelijke rol heeft geduwd,' die tegen hun natuur ingaat. Ook is er weerstand tegenover een stereotiep beeld van feminisme, dat zogenaamd traditionele genderrollen zou afkeuren, terwijl feminisme net gaat over de vrije keuze hebben om bijvoorbeeld carrière te maken of huisvrouw te zijn, zonder daarbij structureel benadeeld te worden. Er is kortom een belangrijke rol weggelegd voor feminisme om zich inclusief op te stellen ten opzichte van iedereen, ongeacht genderidentiteit en de levenskeuzes die iemand maakt.

Aangezien feminisme ijvert voor minder strikt afgebakende genderhokjes, meer individuele vrijheid en bovenal meer gendergelijkheid, staat dit haaks op het gedachtegoed van de manosfeer en de femosfeer.

Waar antifeminisme **fundamenteel en expliciet** deel uitmaakt van het gedachtegoed in de **manosfeer**, is de visie op feminisme in de **femosfeer complexer en meer uiteenlopend**. Sommige groeperingen roepen het failliet of verraad van feminisme uit en distantiëren zich expliciet van de feministische beweging. Andere groeperingen profileren zich daarentegen wel als feministisch, hoewel ze stereotiepe ideeën en tra-

ditionele genderrollen promoten. Zo wordt structurele genderongelijkheid in sommige groeperingen wel erkend, maar wordt dit beantwoord met individualistische, en vaak emotioneel manipulatieve adviezen over hoe je een man zover kan krijgen om jou 'princess treatment' te geven door je 'vrouwelijkheid' uit te spelen. Meisjes en vrouwen krijgen dus de boodschap dat ze hun individuele voordeel moeten halen uit de ongelijke status quo, in plaats van genderongelijkheid collectief aan te vechten.

- **holebifobie en transfobie:** wie niet in strikte genderhokjes past of hetero is, wordt als 'abnormaal' en minderwaardig gezien
- **dubbele seksuele moraal:** seksuele activiteit versterkt de status en het aanzien van jongens, maar tast die van meisjes juist aan
- **genderstereotypen en beperkte seksuele normen** zijn beperkend voor iedereen
- **antifeminisme:** genderongelijkheid wordt als natuurlijk beschouwd en soms zelfs verheerlijkt

Impact op jongeren

Veel boodschappen in de mano/femosfeer zullen jongeren inspireren, aanmoedigen of iets bijleren. Sommige video's en posts hebben dus ook een positief effect. Tegelijkertijd schetst ook deze content vaak een beperkend en onrealistisch wereldbeeld. Jongens worden aangemoedigd om hun succes – en hun mannelijkheid – te meten aan geld, spieren, dure spullen, status en hun succes bij meisjes. Meisjes leren hun waarde meten aan de mate waarin zij beantwoorden aan een rigide schoonheids- en vrouwelijkheidsideaal. Die **verwachtingen** zijn even **genderstereotiep** als **onhaalbaar** voor de meeste jongeren.

Jongeren spiegelen zich aan de esthetische plaatjes en geïdealiseerde rolmodellen die ze op sociale media te zien krijgen. Wie zich daarin niet herkent, kan zich abnormaal, mislukt of minderwaardig voelen. Die **onrealistische standaarden** versterken twijfel, onzekerheid en frustratie. Dat kan zich intern uiteten in een **lager zelfbeeld** en soms zelfs depressieve gevoelens, en extern in rancuneus, verwijtend of zelfs agressief gedrag.

Dit leidt tot een **vicieuze cirkel**. De mano/femosfeer teert op de onzekerheid en frustratie van jongeren: hoe onzekerder en verongelijkt zij zich voelen, hoe meer ze online blijven, op zoek naar content die een houvast en erkenning biedt. De simplistische 'zelfhulp' adviezen van de mano/femosfeer zijn dan bijzonder aantrekkelijk. *“Als jij deze simpele stappen volgt, kan je even succesvol of knap worden als mij”*, houden influencers hen voor. Die boodschap slaat aan bij een grote groep, zeker kwetsbaar gemaakte, jongeren.

Bovendien is de **prefrontale cortex**, die verantwoordelijk is voor kritisch denken en impulscontrole, bij -25-jarigen nog niet volledig ontwikkeld. Daardoor reageren ze sterker op prikkels die emoties, ego of groepsdruk aanwakkeren. Ook hier wordt sterk op ingespeeld door influencers die een stevige duit verdienen aan de onzekerheden van hun volgers.

De ideeën over mannelijkheid en vrouwelijkheid in deze online gemeenschappen zijn dus niet onschuldig. Ze lijken structuur en houvast te bieden, maar creëren een onrealistisch ideaal en stereotiep **keurslijf** dat druk legt op jongeren, hun zelfbeeld en hun relaties.

Deze beperkte beelden beïnvloeden niet alleen hoe jongeren naar zichzelf kijken, maar ook hoe ze **anderen beoordelen en behandelen**, zowel in individueel contact als naar bepaalde groepen. Dit wereldbeeld bevordert seksisme, holebifobie en transfobie, en in extreme gevallen ook regelrechte misogynie, discriminatie, en (hetzij verbaal of fysiek) geweld: zowel naar vrouwen, die als minderwaardig worden gezien, als naar iedereen die afwijkt van traditionele gendernormen. Denk daarbij aan LGBTQIA+-personen maar evengoed mannen die niet (willen) voldoen aan het stereotiepe en beperkende beeld van een “succesvolle man”.

- **onrealistische standaarden** → constant gevoel van falen en lager zelfbeeld
- **vicieuze cirkel**: onzekerheid en frustratie leiden naar mano/femosfeer en wordt daar versterkt
- **stereotiepe verwachtingen**: naar zichzelf, maar ook naar anderen → vooroordelen

Wat kan jij doen?

Deze tool reikt handvaten aan om met jongeren in gesprek te gaan over (de impact van) de manosphere en de femosphere. Hieronder geven we tien concrete tips om een constructieve en wederzijds respectvolle dialoog aan te gaan met jongeren. Het doel is om ze kritisch aan het denken te zetten over de online content die zij (vaak ook passief) consumeren. Dat vraagt eerst en vooral om een open houding en begripvolle intentie. Weerstand of terughoudendheid tijdens zulke gesprekken is bovendien te verwachten: veel jongeren

hebben al opgepikt dat volwassenen de manosphere en de femosphere meestal afkeuren. Probeer hun aarzeling te erkennen en te bespreken, zonder druk te zetten. Respecteer dus ook hun grenzen: soms is het voldoende om een zaadje te planten en op een later moment de draad opnieuw op te pikken. Meer tips en ondersteuning bij het voeren van gevoelige gesprekken met jongeren vind je in [de EquiSchools handleiding](#) (pp. 15-20).

Tips om in dialoog te gaan met jongeren

1. LUISTEREN EN BEGRIJPEN, NIET OORDELEN OF PREKEN

Laat je eigen overtuigingen, ervaringen en waarden even los. Focus op aandachtig luisteren en probeer jongeren oprecht te begrijpen. Wees vriendelijk, open en nieuwsgierig. Let hiervoor zowel op je verbale als non-verbale communicatie. Stel vragen die jongeren aanmoedigen om hun ideeën en ervaringen verder te verkennen en meer gedetailleerd toe te lichten. Reageer niet veroordelend of paniekerig als je iets hoort dat niet strookt met jouw waarden. Nodig hen uit om samen te reflecteren in plaats van hen terecht te wijzen. Een empathische, uitnodigende houding (*calling in*) verkleint de kloof tussen jullie en bevordert eenzelfde respectvolle houding bij jongeren. Wie niet gehoord wordt, zal immers ook niet luisteren. Preken of bestraffen (*calling out*) zijn begrijpelijke reacties die vertrekken vanuit angst en morele veroordeling over de boodschap, maar ze hebben vaak een averechts effect op de boodschapper. Het schildert individuele jongeren af als 'schuldig' of 'problematisch' en lokt dan ook vaak een defensieve reactie uit. Door jongeren empathisch te benaderen nodig je hen uit voor een constructief gesprek om vervolgens samen de eigenlijke boodschap kritisch te analyseren.

vb. *“Wat zien jullie zoal op TikTok? Wie volgen jullie? Wat vind je goed aan die influencers of aan hun content? Zijn er ook aspecten die je minder interessant of goed vindt aan die influencers en hun boodschappen?”*

Leer meer over 'calling in' vs 'calling out' in [de TEDxTalk](#) en [het boek](#) van Loretta J. Ross.

2. WEES EEN KRITISCHE, MAAR BEGRIPVOLLE VRIEND

Geef jongeren de ruimte om vrijuit te spreken over hun ideeën en overtuigingen, vanuit hun eigen ervaringen en leefwereld. Respecteer en erken dat hun perspectief kan verschillen van jouw beleving en visie, maar daarom niet minder 'waar' is in hun beleving. Toon begrip voor hun gevoelens en interpretatie van de wereld, maar weerleg feitelijk onjuiste informatie. Eventueel kan je samen meer informatie zoeken via betrouwbare bronnen. Vermijd echter om met cijfers en statistieken hun ongelijk te bewijzen. Dit werkt vaak averechts, omdat jongeren zich niet gehoord of overtroffen voelen. Stel liever nieuwsgierige, kritische vragen die hen aanmoedigen om meer genuanceerd na te denken. Nodig hen uit om stil te staan bij de context van hun ervaringen en de factoren die mogelijk meespelen. Geef gerust mee dat je “advocaat van de duivel speelt”. Zo maak je duidelijk dat het niet je intentie is om aan te vallen of in twijfel te trekken, maar je hen wil prikkelen om hun gedachten verder uit te diepen bij wijze van filosofische gedachteoefening. Jongeren voelen zich dan vrijer en meer uitgedaagd om hun standpunten te verkennen vanuit een ander perspectief. Het gesprek blijft zo open, veilig en nieuwsgierig in plaats van belerend en corrigerend.

vb. *“Waarom heb je het gevoel dat mannen gediscrimineerd worden? Op welke vlakken worden zij gediscrimineerd volgens jou? Geldt dit voor alle mannen, in alle contexten? Welke worstelingen hebben jongens volgens jou die meisjes niet meemaken? En omgekeerd? Wat met trans personen of non-binaire personen? In welke situaties? Hoe ontstaan die worstelingen*

volgens jou en wat kan je eraan doen? Kan eenzelfde persoon tegelijkertijd bevoordeeld worden én gediscrimineerd worden? Op welke vlakken?”

3. PROBEER DE ACHTERLIGGENDE NOOD TE BEGRIJPEN

Luister naar waarom jongeren zich aangesproken voelen door de man sfeer en femo sfeer, en naar de vragen of onzekerheden waarmee ze daar terecht komen. Meestal zijn jongeren niet proactief op zoek naar ideologische of politieke boodschappen over gender en seksualiteit, maar komen ze in de man sfeer of femo sfeer terecht in hun zoektocht naar advies over bijvoorbeeld relaties, seksualiteit, fitness, geld... Een luisterend oor bieden en empathie tonen voor de oprechte en onschuldige vragen die hen naar deze content leiden en daadwerkelijk proberen te begrijpen waar jongeren mee zitten, is essentieel om te begrijpen wat jongeren in de man o/femo sfeer drijft én houdt. Vanuit dat begrip kan je verbindend in gesprek gaan en samen op zoek gaan naar minder beperkende en meer genuanceerde alternatieven.

vb. “Wat vind je zo interessant aan die content? Hoe kwam je daar terecht? Was je naar iets specifiek op zoek? Waarom vond je de adviezen van die influencer waardevol? Wat heb je daaraan gehad? Heb ze je geholpen? Wanneer wel en wanneer niet? Welke andere plekken ken je waar je advies kan krijgen over die thema’s?”

4. VERKEN SAMEN VERSCHILLENDE STEMMEN

Laat jongeren kennismaken met diverse rolmodellen die positieve, verruimende boodschappen brengen over gender, relaties en identiteit. Roldoorbrekende rolmodellen tonen dat niet iedereen (op dezelfde stereotiepe manier) man of vrouw moet zijn, en dat iedereen zichzelf kan zijn. Vraag jongeren of ze zelf online voorbeelden kennen die meer verruimende boodschappen brengen over gender en seksualiteit. Stel ze eventueel voor aan influencers met feministische boodschappen om de influencers en boodschappen van de man sfeer en femo sfeer uit te dagen. Vergeet ook de kracht van offline rolmodellen niet: hoe meer jongeren aansluiting vinden bij inspirerende mensen in hun omgeving, hoe minder vat de simplistische boodschappen van man o/femo sfeer op hen hebben. Door jongeren in contact te brengen met een brede waaier aan diverse rolmodellen, stemmen en boodschappen, zowel online als offline, zet je diver-

siteit en individuele verschillen in de kijker. Zo help je hun blik te verruimen en stimuleer je hen om ook buiten hun online wereld rolmodellen te zoeken en meer met anderen te verbinden ‘in real life’.

vb. “Naar welke mensen in je omgeving kijk je op? Waarom? Zijn er ook mensen van een andere gender-identiteit waarnaar je opkijkt? Als zij influencers waren, welke content of boodschappen zouden zij verspreiden? Zouden algoritmen op sociale media helpen om mee deze boodschappen te verspreiden? Waarom wel of niet?”

Door een diverse groep jongeren te vragen wie ze volgen en wat ze leuk vinden op sociale media, komt een brede waaier aan rolmodellen en boodschappen aan bod zonder dat jij ze voorstelt. Probeer zoveel mogelijk voorbeelden uit de groep zelf te laten komen. Dat heeft meer impact dan dat jij een rolmodel naar voren schuift.

5. TOON INTERESSE IN HUN OFFLINE ÉN ONLINE WERELD

Het lijkt vanzelfsprekend, maar dat is het helemaal niet. Jongeren zijn opgegroeid met het internet en sociale media. Hun sociale leven speelt zich zowel offline als online af, en die twee werelden lopen voor hen naadloos in elkaar over. Wat ze meemaken op sociale media heeft evenveel impact als wat er in de klas, op straat of thuis gebeurt. Vraag actief naar wat ze online te zien krijgen, wat ze volgen en leuk vinden – niet om te controleren, maar om te begrijpen wat hen bezighoudt. Als zij daarvoor open staan, kan je samen door hun feed scrollen en hierover in gesprek gaan. Stel veel open vragen en oordeel niet. We vragen gemakkelijker naar hun offline leven op school of bij de jeugdbeweging, maar te weinig naar wat ze dagelijks online te zien krijgen. Door daar open over te praten en veel vragen te stellen, help je hen om kritisch na te denken over de inhoud die ze online tegenkomen.

vb. “Wat zijn dingen online die jou raken of bijblijven? Heb je eens iets online gezien dat je aan het denken zette (positief of negatief)? Wat zou ik moeten volgen om jongeren beter te begrijpen volgens jou? Zijn er online plekken waar je je echt ‘thuis’ voelt? Hoe zou jij willen dat volwassenen interesse tonen in jouw online wereld?”

6. GEEN ANTI-VERHAAL OF ALLES-OF-NIETS, FOCUS OP NUANCE

Vermijd een alles-of-niets benadering waarbij je de man sfeer en femo sfeer in hun geheel veroordeelt of afschrijft als problematisch. Daarmee erken je de beleving van jongeren niet, terwijl ze er vaak wél iets aan hebben. Dan voelen jongeren zich veroordeeld en afgeschreven als zij dergelijke content (graag) consumeren. Onderzoek liever samen welke adviezen en boodschappen jongeren waardevol vinden en waarom: bijvoorbeeld concrete en praktische tips over het belang van routines om bepaalde doelen te bereiken, advies over sparen, fitness of nieuwe trends. Sta lang genoeg stil bij de positieve, motiverende boodschappen die ze meekrijgen uit de man sfeer en femo sfeer, en gebruik die als vertrekpunt om samen een overschouwende analyse te maken. Zet jongeren aan om zelf te onderscheiden welke content constructief of nuttig is. Kom samen tot een genuanceerde analyse van de content die ze online te zien krijgen.

vb. *“Welke ideeën vind je waardevol en welke vind je mogelijk schadelijk? Waarom? Wat haal je eruit dat wel behulpzaam is of kan zijn? Welke ideeën plaatsen mensen in bepaalde hokjes? Welke ideeën zijn mogelijk kwetsend voor anderen? Wat wil je meenemen en wat wil je links laten liggen?”*

7. GA IN GESPREK MET IEDEREEN

Als je in groepscontext met jongeren werkt, is het raadzaam het gesprek over de man sfeer en femo sfeer open te trekken naar de volledige, liefst gemengde, groep. Het gebeurt in gesprekken vaak dat de aandacht vooral uitgaat naar jongens of naar specifieke jongeren die vaak genderstereotiepe opmerkingen maken. Nodig daarentegen alle jongeren uit om hun mening te delen. Bevraag je eigen vooroordelen hierover en moedig interactie tussen jongeren aan. De verschillende meningen onderling hebben vaak meer effect dan jouw inbreng of kritische vragen. Wel kan je onderstrepen dat beelden over mannelijkheid, vrouwelijkheid en relaties ons allemaal raken en beïnvloeden hoe we met elkaar omgaan. Door met de hele groep een gesprek te voeren, vermijd je stigmatisering en maak je duidelijk dat dit geen ‘jongensprobleem’ is, zoals het vaak wordt geportretteerd, maar dat het om een maatschappelijk fenomeen gaat dat iedereen aanbelangt. Zo creëer je wederzijds respect én gedeelde verantwoordelijkheid.

vb. *“Is wat X vertelt herkenbaar voor de rest van de groep? Ziet jullie feed op sociale media er ook zo uit? Welke content krijgen jullie te zien? Hoe verschilt die van elkaar? Wat vinden jullie daarvan? Waarom denk je dat die content bij jou verschijnt en niet bij X? Welke mechanismen zitten hierachter?”*

8. FOCUS OP DE BOODSCHAP, NIET DE BOODSCHAPPER

Net zoals je geen specifieke jongeren wil viseren, vraag je ook beter niet naar specifieke influencers of platforms. Houd de focus op de ideeën over mannelijkheid, vrouwelijkheid en relaties die online gedeeld worden. Door te praten over het onderliggende gedachtegoed, blijft het gesprek actueel en relevant, ook als populaire rolmodellen of trends veranderen. Zo help je hen te herkennen en analyseren welke waarden en overtuigingen breed gedeeld worden. Dat geeft hen inzicht in patronen en de mogelijke invloed van deze content op zichzelf en anderen. Bovendien voorkom je op deze manier dat jongeren zich aangevallen voelen of zich gaan verdedigen wanneer iemand ter sprake komt die ze volgen, waar ze naar opkijken of waar ze zichzelf mee identificeren.

vb. *“Welke ideeën en inzichten blijven je het meest hangen van de video’s die je online bekijkt? Waarom vond je die waardevol? Hoe hebben die jou geholpen? In welke contexten kwam dat advies van pas? Welke impact kunnen die ideeën nog hebben, bijvoorbeeld op specifieke personen of groepen? Wat als iedereen daarvan overtuigd zou zijn? Hoe ziet onze samenleving er dan uit? Zouden sommige mensen of groepen dan minder kansen of minder vrijheid krijgen?”*

9. STEL GRENZEN BIJ HAATSPRAAK, MAAR ERKEN DE KWETSBAARHEID ERACHTER

Discriminerende boodschappen en haatspraak komen vaak voort uit onbekendheid, onzekerheid of kwetsbaarheid. Reageer onmiddellijk wanneer een uitspraak een persoon of een groep beledigt of kwetst vanwege persoonlijke kenmerken zoals: genderidentiteit, huidskleur, seksuele oriëntatie, religie, handicap... Hoe langer je wacht om te reageren, hoe meer jongeren het signaal krijgen dat dergelijke boodschappen aanvaardbaar zijn. Benoem de uitspraak als een veralgemening die seksisme, racisme, holebifobie, ... in stand houdt. Vermijd om de jongere zelf als seksistisch, racistisch, homofoob of anderzijds discriminerend te

bestempelen. Zo geef je duidelijk aan dat de boodschap niet aanvaardbaar is en leg je uit aan welke dynamieken die bijdraagt, maar behoud je tegelijkertijd ruimte om te begrijpen waar die vandaan komt. Reageer steeds rustig, maar kordaat. Onderzoek op een empathische manier welke gevoelens, ervaringen of overtuigingen achter de uitspraak schuilgaan.

vb. *“Zulke uitspraken zijn kwetsend/beledigend en die zijn hier niet welkom, maar ik wil wel heel graag begrijpen van waar die komt. Kan je me uitleggen waarom je dat zegt? Scheer je zo niet alle mannen over één kam? Zou jij dat leuk vinden als dit met jou gebeurde op basis van jouw identiteit? Begrijp je hoe dergelijke boodschappen kwetsend zijn en discriminatie in de hand werken?”*

Bij kwetsende, beledigende en discriminerende uitspraken is het cruciaal om steeds te reageren op het moment zelf en voor de volledige groep. Zo stel je een duidelijke grens en krijgt iedereen dat signaal. Wel kan het zinvol zijn om het gesprek op een later moment en apart verder te zetten met de specifieke jongere. Zo viseer je die niet in groep, maar kan je wel achterhalen welke ervaringen en gevoelens hebben geleid tot de uitspraak. Behoud een open en empathische houding.

vb. *“Dat vond ik een straffe uitspraak. Waarom zei je dat? Heb je die uitspraak ergens opgepikt? Heb je iets meegemaakt waardoor je dat denkt? Ik wil graag begrijpen waarom je dat denkt.”*

10. KRUISPUNTDENKEN, GEEN HOKJESDENKEN

Maak jongeren bekend met kruispuntdenken, oftewel intersectionaliteit. Ga samen op zoek naar de verschillende ervaringen van jongens, meisjes en jongeren die zich niet in die binaire hokjes herkennen. Let erop niet te vervallen in hokjesdenken en stereotypering: ondanks gedeelde ervaringen, is er ook individueel verschil. Vraag naar de verschillende ervaringen van jongeren met sociale media. Grijp die vervolgens aan om op zoek te gaan naar de verschillende ervaringen tussen jongens, meisjes en non-binaire jongeren, en naar de verschillende ervaringen onderling.

vb. *“Welke content krijgen jongens vaker te zien? Welke content verschijnt vooral bij meisjes? Hebben alle jongens dan dezelfde feed? Waarover gaan de posts die jullie benoemen? Zijn jullie allemaal daarin geïnteresseerd? Waarin wel, waarin niet? Welke (andere) eigenschappen bepalen volgens jou wat je te zien krijgt op sociale media?”*

Meer info over kruispuntdenken op de website van [RoSa vzw](#) en [Ella vzw](#).

Meer info over meervoudige discriminatie op de website van [RoSa vzw](#) en [Unia](#).

Methodieken

Jongeren groeien op in een digitale omgeving waarin algoritmen, influencers en gendernormen voortdurend hun aandacht sturen en mee vormgeven hoe zij naar zichzelf en anderen kijken. Veel boodschappen zijn subtiel of verpakt als entertainment, waardoor ze vaak pas zichtbaar worden wanneer je er bewust bij stilstaat.

Met deze methodieken onderzoeken jongeren hoe zij online content consumeren, welke expliciete en impliciete boodschappen ze internaliseren, en hoe onzekerheden of kwetsbaarheden hen naar bepaalde online ruimtes kunnen leiden. Je verkent samen hoe ogenschijnlijk onschuldige zelfontwikkelingstips of datingadvies vervlochten kunnen raken met extreme ideeën.

De methodieken zijn bedoeld om samen met jongeren kritisch te reflecteren zonder te moraliseren. Het zijn handvaten voor moeilijke gesprekken, die begeleiders versterken in het ondersteunen van jongeren die dagelijks navigeren tussen inspiratie, desinformatie, sociale druk en schadelijke online narratieven.

Iedere methodiek kan afzonderlijk gebruikt worden, maar je kan ook meerdere methodieken combineren of inzetten binnen een traject rond het thema mansfeer en femosfeer. Deze methodieken zijn een aanvulling op de [EquiSchools handleiding](#), maar kunnen even goed los daarvan worden toegepast.

VERKENNING: STORY TIME – WAT VERTEL JIJ ONLINE?

Doel

- Kritisch nadenken over de content die we consumeren, creëren en waarmee we interageren.
- Bewust worden van de invloed van online content op onze blik op onszelf, op anderen en op de wereld.

Materiaal

- ±10 sticky notes per deelnemer
- Stift/balpen per deelnemer
- Twee grote vellen: 'Platformen' en 'Content'

Duur

30 min

Verloop

1. Platformen

- Geef elke deelnemer ±10 sticky notes.
- Vraag iedereen om op drie sticky notes de drie digitale platformen te schrijven waar zij het meest tijd op doorbrengen.
- Laat hen die op het vel 'Platformen' kleven en groepeer dezelfde antwoorden.

2. Content

Stel vragen over hun online gedrag, zoals:

- Welke content zie jij op jouw sociale media?
- Op welke content reageer je?
- Welke soort posts *like* je op die platformen?
- Wat post je zelf op die platformen?
- Welk type content creators/influencers volg je?
- Welke online content raakt jou of blijft je bij?

3. Geef deelnemers de tijd om te reflecteren en start een groepsdiscussie.

Discussie

Reflecteer samen over patronen en ervaringen:

- Hoe kwam je terecht bij deze content?
- Welke content krijg je te zien zonder er zelf naar te zoeken? Welke soort content wordt aan jou voorgesteld op die platforms?

- Sluit dit aan bij wat je offline belangrijk vindt?
- Wat maakt deze content interessant of helpend?
- Is er content die je níét interessant vindt maar toch te zien krijgt? Welke content is dat dan? En waarom vind je dit niet interessant? Waarom denk je dat je die te zien krijgt?
- Welke content krijg je net níét te zien? Waarom denk je dat je die niet te zien krijgt?
- Heb je eens iets online gezien dat je aan het denken zette (positief of negatief)?
- Wat is de impact van wat je online wel en niet te zien krijgt op:
 - je zelfbeeld
 - je dagelijks leven
 - je ideeën over de wereld
 - relaties met anderen
 - je kijk op mannen, vrouwen, liefde, relaties, succes, identiteit
- Welke content heeft invloed gehad op jouw kijk op:
 - mannen
 - vrouwen
 - liefde
 - relaties
 - seks
 - succes
 - identiteit
- Wat zouden volwassenen moeten volgen om jongeren beter te begrijpen?
- Hoe zouden volwassenen best interesse tonen in jouw online wereld?

Afsluiting

Wat neem je hiervan mee? Wat heeft er jou verrast? Wat was er nieuw voor jou?

Kernboodschappen

- Wat je online te zien krijgt, wordt gestuurd door algoritmes, eerdere interacties en keuzes. Dit bepaalt mee onze blik op onszelf, op anderen en op de wereld.
- Niet alles wat verschijnt, heb je zelf gekozen. Sommige content wordt je aangeboden zonder dat je ernaar vraagt. Dat kan verrijken, maar ook beïnvloeden of vertekenen.
- Online content heeft impact: zowel wat je ziet als wat je níét te zien krijgt, beïnvloedt je ideeën, gevoelens, relaties en gedrag.

METHODIEK 1. HOE ALGORITMES JE ONLINE WERELD STUREN

Doel

- Inzicht krijgen in hoe algoritmes bepalen welke content je te zien krijgt.
- Ervaren dat sensationele en extreme content sneller wordt aanbevolen door het verdienmodel van platformen.
- Begrijpen hoe algoritmes bubbels (*echo chambers*) creëren en wat je daardoor wél en niét ziet.
- Kritisch reflecteren op persoonlijke impact en hoe je zelf invloed kunt uitoefenen op je algoritmische bubbel.

Materiaal

- Kaartjes met neutrale tot sensationele titels (zie bijlage achteraan)
- Stift/balpen per deelnemer

Duur

45 min

Verloop

Variant A - Rangschikken van neutraal tot sensationeel

1. Vorm groepjes van 3 deelnemers.
2. Geef elke groep een set van 5 variaties van een titel van een sociale media post.
3. Laat deelnemers de titels rangschikken van 'neutraal' naar 'sensationeel'.
4. Bespreek in de groep: op welke titels zou je zelf klikken? Waarom wel/niet?

Variant B - Verzin zelf de meest sensationele titel

1. Vorm groepjes van 3 deelnemers.
2. Geef elk groepje verschillende titels van sociale media posts.
3. Laat de deelnemers een meer sensationele versie van elke titel verzinnen.
4. Verspreid de verschillende variaties per titel in de ruimte en laat deelnemers een stip zetten bij titels waar ze zelf op zouden klikken.
5. Bespreek de titels met de meeste '*clicks*'/stippen:
 - Wat maakt dat bepaalde titels veel '*clicks*'/stippen krijgt?
 - Wat zorgt voor sensatie?
 - Waarom is het belangrijk dat titels veel clicks genereren? Voor wie is dat belangrijk? Welke invloed heeft dat op sociale media en hun gebruikers?
 - Wat gebeurt met content die weinig clicks krijgt?

Leg uit: het algoritme en het verdienmodel

- Sociale media platformen verdienen geld door **aandacht** → meer gebruikers en meer interactie = meer verkoop van advertenties.
- Daarom belonen algoritmes content die **emotie, sensatie of verontwaardiging** uitlokt.
- Het algoritme baseert zich op:
 - wat je liket, deelt, bekijkt
 - hoe lang je naar iets kijkt
 - wie je volgt
 - eerdere interacties

Dit vormt **je bubbel**.

Discussie

- Waarom verschilt de content die jullie zien van persoon tot persoon?
- Welke mechanismen bepalen wie wat te zien krijgt?
- Welke content krijgen jongens vaker te zien dan meisjes, en omgekeerd?
- Welke persoonlijke eigenschappen en keuzes beïnvloeden je feed?
- Hoe kun je zelf het algoritme beïnvloeden?
- Wat zijn de voor- en nadelen van je algoritmische bubbel?

Afsluiting

Wat neem je hiervan mee? Wat heeft er jou verrast? Wat was er nieuw voor jou?
Wat ga je vanaf nu anders doen?

Kernboodschappen

- Algoritmes zijn ontworpen om je aandacht vast te houden, niet om je de waarheid te tonen.
- Sensationele of extreme content krijgt meer zichtbaarheid omdat het meer clicks oplevert.
- Je ziet niet alles: je zit in een bubbel gevormd door je gedrag én het platform.
- Je kunt je bubbel beïnvloeden, maar vaak minder dan je denkt.
- Bewustwording helpt om kritischer en gezonder met online content om te gaan.

Met jongeren werken rond mediawijsheid? Ontdek het lespakket [Online Invloeden](#) van Mediawijsheid.

Het werd ontwikkeld voor leerkrachten in het secundair onderwijs, maar kan breder worden ingezet in jeugdwerk, jeugdzorg en andere contexten. Het pakket bevat concrete methodieken om met jongeren in gesprek te gaan over online beïnvloeding en digitale subculturen: hoe sociale media kunnen inspireren, maar ook misleiden. Jongeren leren kritischer kijken naar wat ze online zien, delen en meemaken, terwijl begeleiders meer zicht krijgen op hun digitale leefwereld.

METHODIEK 2. ONLINE MAN BOX

Doel

- Bewust worden van welke genderstereotypen online worden bevestigd.
- Kritisch nadenken over hoe helpend, schadelijk of onrealistisch deze ideeën zijn en hoe ze ieders leven beïnvloeden.

Materiaal

- Groot papier of bord
- Stiften in twee kleuren

Duur

50 min

Verloop

1. Teken een **groen** vierkant op een vel papier. Dit is jullie 'man box'.
2. Vraag deelnemers welke boodschappen (direct of indirect) ze online al eens zagen over *hoe een man zich hoort te gedragen*. Noteer de kernwoorden **in het vierkant**, maar **niet in het groen**.
Je kan even de tijd nemen om ze te bespreken:
 - Waarom deelt iemand zo'n boodschap?
 - Hoe voelt het om die te zien?
 - Heb je erop gereageerd? Hoe?
3. Nu onderzoeken jullie wat er buiten de 'man box' valt. Vraag deelnemers welke boodschappen ze online zien over gedrag dat *niet* stereotiep mannelijk zou zijn? Noteer de kernwoorden **rondom het vierkant, niet in het groen**.
4. Vraag deelnemers welke scheldwoorden ze online tegenkwamen die worden gebruikt tegen mannen die níét voldoen aan het stereotiepe beeld van een succesvolle man? Noteer deze scheldwoorden **rondom het vierkant, in het groen**.
5. Vraag aan de deelnemers welke invloed de groene woorden hebben op jongeren. Leg uit dat de woorden in het groen druk uitoefenen om wél te voldoen aan de verwachtingen in de 'man box'.

MAN BOX



Optioneel: Onderzoek aan de hand van deze 'box' oefening de betekenis van de termen *alpha*, *beta* en *sigma* die in de manosphere frequent gebruikt worden om mannen te categoriseren.

6. Bespreek jullie 'man box':
 - Waar komen deze ideeën vandaan?
 - Hoe voelt het om binnen deze box te moeten passen?
 - Wat maakt het belangrijk om te voldoen aan deze normen?
 - Welke impact hebben deze online ideeën op je dagelijks leven?
 - Wat gebeurt er als je niet voldoet aan de box? Bestaat er iemand die volledig in de box past?
 - Wat gebeurt er wanneer je je buiten de box begeeft? Hoe voel je je daarbij?
 - Ken je iemand die niet aan deze verwachtingen voldoet? Hoe is dat voor die persoon?
 - Heb je zelf ooit zo'n boodschap gedeeld? Waarom toen?
7. Vraag of er ook een gelijkaardige box bestaat voor vrouwen en welke boodschappen (direct of indirect) ze online al tegenkwamen over *hoe een vrouw zich hoort te gedragen*.
8. Teken een nieuw groen vierkant en herhaal de oefening met de 'vrouw box'.

Discussie

Leg de twee boxen naast elkaar en start de discussie.

- Welke betekenis krijgt mannelijkheid en vrouwelijk online?
- Wat is de impact van die ideeën?
- Welke invloed hebben de man sfeer en de femo sfeer op deze ideeën?
- Hoe zou onze samenleving eruit zien als iedereen zich strikt aan deze boxen moest houden?
- Bestaan er vrouwen die de eigenschappen van de man box hebben? Bestaan er mannen die de eigenschappen van de vrouw box hebben?
- Hoe is het voor een vrouw om stereotiep mannelijke eigenschappen te hebben?
Hoe is het voor een man om stereotiep vrouwelijke eigenschappen te hebben?
Wat maakt dit moeilijk/ gemakkelijk?
- Is het moeilijker/makkelijker voor mannen om uit de box te stappen dan voor vrouwen?
Waarom wel of waarom niet? Hoe komt dat?

Meer info over de man sfeer en de femo sfeer op p. 6 in deze tool.

Achtergrondinfo. Hoewel de feministische beweging doorheen de jaren veel beperkende hokjes voor vrouwen heeft opengebrouwen, is er historisch onvoldoende aandacht geweest - zowel binnen de feministische beweging als in de bredere samenleving - voor het realiseren van een vergelijkbare emancipatiebeweging voor mannen. Daardoor zijn gendernormen rond mannelijkheid vandaag op veel vlakken sterker begrenzend dan die rond vrouwelijkheid en daar lijden we allemaal onder. Denk aan de ongelijke zorgverloven en de ongelijke verdeling van zorgtaken.

Dat de hokjes rond mannelijkheid veel strikter zijn, komt onder meer door de ongelijke maatschappelijke waardering voor eigenschappen en domeinen die we met mannelijkheid associëren in vergelijking met die eigenschappen en domeinen die we met vrouwelijkheid linken. Denk bijvoorbeeld aan campagnes die meisjes en vrouwen stimuleren om door te stromen naar STEM-richtingen of naar politieke functies - prestigieuze en goed betaalde domeinen waar voornamelijk mannen actief zijn. Wanneer vrouwen deze traditioneel mannelijke terreinen betreden, beschouwen we dat als vooruitgang.

Wanneer mannen daarentegen interesse tonen in sectoren die vandaag vooral door vrouwen worden gedragen, zoals de zorg- of dienstensector, wordt dit zelden als vooruitgang gezien. Integendeel: het wordt vaak en onbewust geïnterpreteerd als een verlies aan status of zelfs als een inbreuk op iemands mannelijkheid. Die dynamiek toont hoe hardnekkig en beperkend gendernormen blijven werken, voor iedereen, maar op dit vlak voor mannen in het bijzonder. Je zou dus kunnen stellen dat de 'man box' meer rigide is dan de 'vrouw box'.

- Wat is het effect van de woorden die we in het groen opschreven?
- Kan je 'mannelijkheid' of 'vrouwelijk' verliezen?
- Wat zijn de voor- en nadelen van de box?
- Wat heb je zelf nodig om vaker uit de box te stappen? Wat kan je doen om anderen te ondersteunen?

Afsluiting

- Wat neem je hiervan mee? Wat heeft er jou verrast? Wat was er nieuw voor jou?
- Wat ga je vanaf nu anders doen?

Kernboodschappen

- Online content versterkt en versmalt genderstereotypen.
- Deze beelden zijn niet neutraal: ze sturen gedrag, keuzes en zelfbeeld, en beperken onze vrijheid om te zijn wie we (willen) zijn.
- Mannelijkheid en vrouwelijkheid bestaan in veel meer vormen dan de boxen die we online zien.

METHODIEK 3. INFLUENCER FOR A DAY

Doel

- Inzicht krijgen in hoe influencers werken en welke technieken zij gebruiken.
- Reflecteren over positieve online invloed en hoe je zelf helpende, constructieve boodschappen vormgeeft over relaties, identiteit, succes en zelfvertrouwen.
- Kritisch nadenken over de invloed van mano/femosfeer en genderstereotypen

Materiaal

- Groot papier of bord
- Papier en stift/balpen per deelnemer
- Creatief materiaal om content visueel te maken

Duur

100 min

Verloop

1. Leg uit dat jullie het zullen hebben over influencers en hoe die invloed uitoefenen.
Brainstorm en noteer de kernwoorden op een groot papier. Stel vragen zoals:
 - Wat maakt een influencer overtuigend?
 - Wat komt vaak terug in hun berichten?
2. Noteer de 3 V's op een groot papier en leg verbanden met de voorbeelden die de jongeren aanhaalden:
 - Vertrouwen: persoonlijk aanspreken, "authenticiteit"
 - Verlangen: het mooiste leven tonen, FOMO (*fear of missing out*) creëren
 - Verleiden: snelle keuzes, challenges, promoties

Variant A - Jij bent influencer

1. Iedere deelnemer beeldt zich in dat ze op hun favoriete platform hun eigen kanaal hebben met meer dan 15.000 volgers.
2. Geef hen de opdracht om content te creëren met een positieve boodschap over een thema dat tijdens deze workshops aan bod kwam:
 - Dating en relaties
 - Zelfvertrouwen
 - Een succesvol leven
 - Mannelijkheid en vrouwelijkheid
3. Denk vragen om het creatieproces te begeleiden:
 - Wat is je positieve boodschap?
 - Op wie richt je je?
 - Hoe gebruik je de 3 V's?
 - Wat is het doel van je content? Wil je helpen, inspireren, waarschuwen,...?
 - Welke titel kies je?
 - Hoeveel clicks verwacht je, en waarom?
4. Laat de deelnemers hun content creatief uitwerken, bijvoorbeeld met een tekening, een mindmap, een tekst of een video.

Variant B - Een positief rolmodel

1. Deelnemers kiezen iemand uit hun omgeving naar wie ze opkijken. Ze beelden zich in dat deze persoon een platformkanaal heeft.
2. Geef hen de opdracht om content te creëren voor dit fictieve kanaal.
3. Denk vragen om het creatieproces te begeleiden:
 - Welke positieve boodschappen zou deze persoon verspreiden?
 - Wat zou die te vertellen hebben over:
 - Dating en relaties
 - Zelfvertrouwen
 - Een succesvol leven
 - Mannelijkheid en vrouwelijkheid

- Hoeveel clicks zou deze content krijgen?
 - Zou het algoritme deze content promoten of eerder wegduwen? Waarom?
4. Laat de deelnemers het fictieve kanaal creatief uitwerken, bijvoorbeeld met een tekening, een mindmap, een tekst of een video.

Discussie

- Hebben influencers invloed op jou? Hoe merk je dat?
- Wat is de impact van influencers op
 - je zelfbeeld
 - je dagelijks leven
 - je relaties met anderen
 - je wereldbeeld
 - je ideeën over mannelijkheid en vrouwelijkheid
 - je ideeën over succes
 - je ideeën over liefde en relaties
- Vergelijk je jezelf met influencers? Wat is daar het effect van?
- Welke doelen hebben influencers?
- Wat is voor jou het verschil tussen een influencer die iets 'deelt' en een influencer die iets 'verkoopt'?
- Wat betekent authenticiteit voor jou? Kunnen influencers echt authentiek zijn? Ook als ze geld verdienen met hun content? Wat maakt iemand voor jou authentiek?
- Hoe ga je om met influencers die enerzijds zeggen dat ze je helpen, maar tegelijk producten promoten die hun eigen winst vergroten?
- Moeten influencers een bepaalde verantwoordelijkheid hebben voor de impact die ze hebben op jongeren? Waarom wel/niet?
- Stel dat een influencer schadelijke informatie of desinformatie verspreidt: wie is dan verantwoordelijk
 - het platform, de influencer of de volgers?

In relatie tot manosfeer en femosfeer:

- Welke doelen hebben influencers in de manosfeer en de femosfeer?
- Waarom zijn ze populair?
- Wat is de impact van deze influencers op:
 - je zelfbeeld
 - je dagelijks leven
 - je relaties met anderen
 - je wereldbeeld
 - je ideeën over mannelijkheid en vrouwelijkheid
 - je ideeën over succes
 - je ideeën over liefde en relaties
- Waarom promoten algoritmes deze content vaak? Welke kenmerken maken deze content aantrekkelijk voor platforms?
- Hoe kan je opmerken dat een influencer of beweging jou langzaam steeds extremere ideeën voorschotelt?
- Wanneer wordt een online community een "echo chamber"? En hoe merk je dat je daar misschien zelf in zit?
- Welke vragen zou je stellen aan iemand die sterke mano/femosfeer-boodschappen deelt?
- Welke vragen zou je stellen aan iemand die extreme manosfeer- of femosfeer boodschappen deelt?

Afsluiting

- Wat neem je hiervan mee? Wat heeft er jou verrast? Wat was er nieuw voor jou?
- Wat ga je vanaf nu anders doen?

Kernboodschappen

- Iedereen heeft invloed – ook zonder groot bereik.
- Positieve invloed kan even krachtig zijn als negatieve.
- Rolmodellen helpen om je waarden en keuzes te ontdekken.
- Algoritmes versterken wat aantrekkelijk of polariserend lijkt, niet per se wat gezond of waar is.
- Kritisch denken beschermt je tegen schadelijke online ideeën.

Verwijzingen

Meer info

MoveMen is een initiatief van Keertij en RoSa vzw. Vanuit MoveMen zetten deze organisaties projecten op die jongens en mannen engageren binnen de strijd voor gendergelijkheid en geweldpreventie. Daarnaast coördineert MoveMen Platform MoveMen, het Belgische netwerk van organisaties die zich vanuit een intersectioneel perspectief verdiepen in het thema mannelijkheid.

Keertij streeft naar een wereld waarin relaties vrij zijn van geweld en waarin iedereen gelijke kansen heeft om zich veilig, gezien en gewaardeerd te voelen. We verbinden en activeren mensen en gemeenschappen om (ex-)partnergeweld en genderongelijkheid te voorkomen, bespreekbaar te maken en te doorbreken. Op onze website vind je al onze campagnes, tools, projecten en vormingen die ruimte creëren voor ontmoeting, begrip en herstel.

RoSa vzw is een kenniscentrum en bibliotheek gespecialiseerd in gender en feminisme. Op onze website ontdek je ons aanbod, waaronder vormingen en

tools, en vind je bovendien een schat aan informatie. Zo vind je er verschillende inhoudelijke dossiers, waaronder over de manosphere en de femosphere, en tal van lees-, luister- en kijktips. Een selectie:

- Ontdek onze [bibliotheekcollectie](#)
- Boekentips [manosfeer en femosphere](#)
- RoSa leest: [The Male Complaint - Simon Copland](#)
- RoSa luistert: [Podcast MoveMen vs. Manosphere](#)
- RoSa luistert: [Podcast The Story over de manosphere](#)
- RoSa luistert: [DS Vandaag podcast over de invloed van online misogynie](#)
- RoSa luistert: [DS Vandaag podcast over femosphere](#)
- RoSa kijkt: [Ben Hurst - "We need to talk to boys about online misogyny"](#)
- RoSa kijkt: [The Boys Are Not Alright: How the Manosphere is Radicalising Young Men](#)
- RoSa kijkt: [Britse miniserie Adolescence](#)
- RoSa kijkt: [Loretta J. Ross - "Don't call people out, call them in"](#)

Daarnaast verstuurt RoSa drie verschillende [nieuwsbrieven](#): twee inhoudelijke en één om op de hoogte gehouden te worden als we nieuwe tools of vormingen ontwikkeld hebben.

Pers:pectief is de tweewekelijkse RoSa-nieuwsbrief waarin we een actueel of onderbelicht thema op het vlak van gender en feminisme analyseren.

Uitgelezen is de driemaandelijks RoSa-nieuwsbrief die lees-, luister- en kijktips rond een specifiek gendergerelateerd thema in de kijker zet.

Updates over ons educatief aanbod houden je op de hoogte van ons aanbod. (max. 3 mails per jaar).

→ [Schrijf je in](#)

Voorgaande nieuwsbrieven over de manosphere en de femosphere:

- Uitgelezen Winter 2025: [Manosphere-femosphere](#)
- Uitgelezen Herfst 2024: [Online misogyny](#)
- Pers:pectief 27/06/2024: [Tradwives en stay-at-home girlfriends](#)
- Pers:pectief 27/04/2023: [Mannen in de manosphere: online haat en misogynie](#)

Tools

- [EquiSchools handleiding](#) (MoveMen)
- [RoSa toolkit](#) en [lessenpakket](#) gender in het secundair onderwijs
- RoSa's educatieve video van 50' voor secundair onderwijs: [de Grote Gendershow](#)
- Lespakket Mediawijsheid: [Online invloeden](#)
- Tools Bold Voices over Andrew Tate: voor [jongeren](#), [scholen](#) en [ouders](#)
- Rapport Equimundo: [The Manospere, Rewired](#)
- Lesplan Equimundo: [Online Messages on Manhood](#)
- Toolbox MenABLE over [online gendergerelateerd geweld](#)
- Handleiding Men, Masculinities and Countering Backlash Collective: [10 Ways to Engage Men & Boys to Counter Backlash](#)
- Handleiding Observatory on Cyberbullying, Cyberhate & Online Harassment, Anti-Bullying Centre (Dublin City University): [Addressing the impact of Masculinity Influencers on Teenage Boys](#)

We waarderen jullie feedback op deze tool.

Heb je nog vragen, bedenkingen of suggesties?

Deel ze met ons via dit [evaluatieformulier](#).



Bijlage: Titels voor methodiek 1

3 TIPS VOOR EEN BETER LEVEN

- 1 3 praktische tips om je dagelijks leven iets makkelijker te maken.
- 2 Hoe je met 3 simpele stappen je week beter kunt laten verlopen.
- 3 Deze 3 tips kunnen echt je leven veranderen.
- 4 3 geheimen die je leven drastisch verbeteren – de meeste mensen kennen ze niet.
- 5 De 3 ultieme levensveranderende tips voor een succesvol leven die je écht moet weten, anders mis je alles.

HOE SPREEK JE IEMAND AAN DIE JE LEUK VINDT?

- 1 Tips om iemand subtiel te benaderen die je leuk vindt.
- 2 Hoe begin je een gesprek met iemand die je aantrekkelijk vindt?
- 3 De beste manieren om je crush te laten merken dat je interesse hebt.
- 4 Zo pak je het aan als je écht indruk wilt maken op iemand die je leuk vindt.
- 5 De ultieme strategie om je crush te laten smelten – niemand vertelt je dit.

VEEL JONGENS VOELEN ZICH SOMS EENZAAM

- 1 Waarom jongens zich vaker alleen voelen dan je denkt.
- 2 Veel tienerjongens worstelen stiekem met eenzaamheid.
- 3 De schokkende waarheid: miljoenen jongens voelen zich dagelijks alleen.
- 4 De eenzaamheid van jongens is een stille crisis –niemand praat erover.
- 5 De male loneliness *epidemic* en wiens schuld het eigenlijk is.

HULP BIJ HET BEREIKEN VAN JE DOELEN

1 Handige tips om je doelen stap voor stap te bereiken.

2 Zo kun je beter plannen om je doelen te halen.

3 De beste strategieën om succesvol te worden.

4 De geheime methodes waarmee topmensen ALTIJD hun doelen bereiken.

5 Experts geven 5 life hacks om het beste leven te leiden.

HOE KAN IK UITBLINKEN IN IETS?

1 Tips om beter te worden in wat je leuk vindt.

2 Hoe je jezelf kunt verbeteren in een hobby of vak.

3 De 3 cruciale stappen die je nodig hebt om écht uit te blinken in iets.

4 Zo win je in korte tijd ieders respect in jouw domein.

5 De ultieme manier om iedereen te overtreffen – wordt de allerbeste.

HOE WORD JE HET SNEL RIJK?

1 Praktische manieren om geld te sparen of te verdienen.

2 Tips om je inkomen langzaam te verhogen.

3 Hoe je slimme keuzes kunt maken om sneller geld te verdienen.

4 De strategieën die rijke mensen gebruiken om hun vermogen snel te vergroten.

5 Wordt binnen enkele maanden rijk met deze geheimen die banken en miljonairs niet willen dat je kent.

ZO WEET JE WIE JE ECHTE VRIENDEN ZIJN

- 1 Tips om je echte vrienden van kennissen te onderscheiden.
- 2 Hoe je kunt merken wie je echt steunt en wie niet.
- 3 De signalen dat iemand een echte vriend is.
- 4 Zo ontmasker je de verraders onder je vrienden.
- 5 De ultieme test om te zien wie je vriend en wie je vijand is – schokkend resultaat gegarandeerd.

WAAR VROUWEN VOOR VALLEN

- 1 Dingen die vrouwen vaak aantrekkelijk vinden bij iemand.
- 2 Eigenschappen waar vrouwen meestal op letten bij een partner.

HOE OMGAAN MET STRESS OP SCHOOL?

- 1 Tips om rustig te blijven bij drukke weken en toetsen.
- 2 De beste technieken om schoolstress onder controle te houden.
- 3 Zo overwin je stress op school en verbeter je je prestaties drastisch.
- 4 Hoe beheers je je emoties en versla je het schoolsysteem.
- 5 De geheime methode die topstudenten gebruiken om nooit gestrest te raken – niemand vertelt het je.

- 3 De belangrijkste kenmerken die vrouwen vaak aantrekken in een persoon.

- 4 De geheimen achter wat vrouwen écht onweerstaanbaar vinden – veel mannen weten dit niet.

- 5 De schokkende waarheid over waar vrouwen écht voor vallen – dit verandert alles wat je dacht te weten.

“Niet alles
dat we onder ogen zien
kan veranderd worden,
maar niets
kan veranderd worden
totdat we het onder ogen zien.”

JAMES BALDWIN