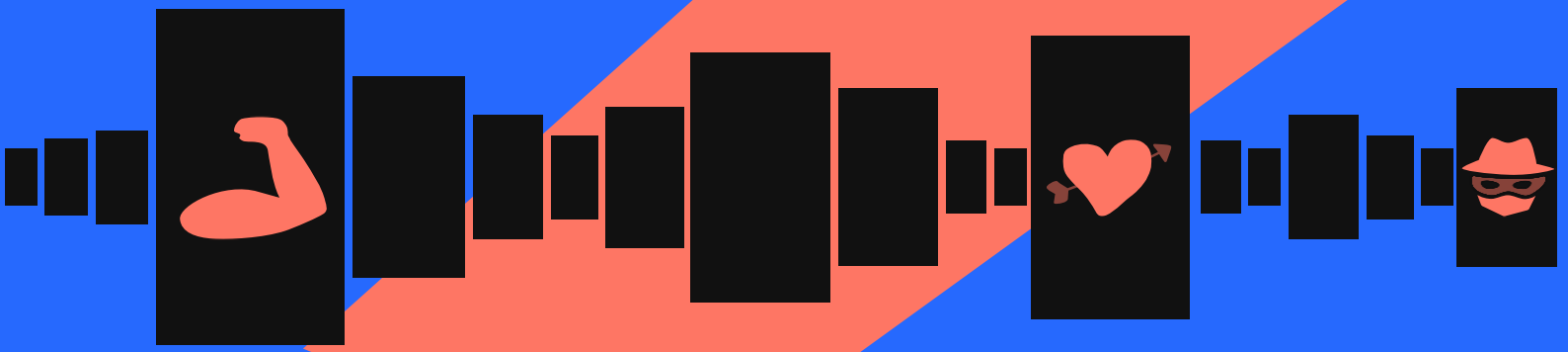
Manosfæren i unge mænds feeds

En undersøgelse af manosfærisk indhold og indhold med rigide mandeidealer i danske unge mænds feeds på TikTok



2026

Analyse & Tal

Center for Digital Pædagogik

Rapport udarbejdet af Center for Digital Pædagogik og Analyse & Tal på opdrag fra Forsknings-, Uddannelses- og Digitaliseringsministeriet og Beskæftigelses- og Ligestillingsministeriet

Udarbejdet af:

Center for Digital Pædagogik
Skanderborgvej 156
8260 Viby J
www.cfdp.dk

Analyse & Tal F.M.B.A
Thoravej 29
2400 København NV
www.ogtal.dk

På opdrag fra Forsknings-, Uddannelses- og Digitaliseringsministeriet og Beskæftigelses- og Ligestillingsministeriet

Udarbejdet i perioden oktober 2025 - oktober 2026

Eksternt review: Luna Sylvester Schumann, analytiker ved Center for Dokumentation og Indsats mod Ekstremisme (CDE)

Design og layout: Cecilie Astrupgaard
Visuelle elementer fra Magnific (premium)
Screenshots fra TikTok

Tak til
Rapporten bygger på bidrag fra en lang række unge og fagpersoner, som har delt viden, erfaringer og indsigter med os. Vi vil gerne rette en stor tak til alle, der har medvirket. Jeres bidrag har været afgørende for rapportens kvalitet og relevans.

Denne publikation eller dele af den må reproduceres til ikke-kommercielle formål med tydelig angivelse af kilde.

Center for Digital Pædagogik og Analyse & Tal. 2026. Manosfæren i unge mænds feeds. På opdrag fra Forsknings-, Uddannelses- og Digitaliseringsministeriet og Beskæftigelses- og Ligestillingsministeriet.

Manosfærens vej fra lyssky til mainstream

Hvordan bliver jeg en rigtig mand? Hvordan får jeg en kæreste? Hvordan bliver jeg god nok? Hvorfor er det hele så svært?

Mange unge bruger sociale medier til at finde gode råd og svar på de spørgsmål, de har svært ved at tale med venner eller forældre om. Der findes et virvar af svar online, og det er ikke altid let at gennemskue, hvem der står bag. En del af det digitale landskab, som tilbyder klare og håndfaste svar, er manosfæren.

Manosfæren er en fællesbetegnelse for online meningsdannere og fællesskaber, der dyrker en kritik mod kønsligestilling og en støtte til bestemte, rigide mandeidealer, som samlet bidrager til diskurser om at indskrænke kvinders frihedsrettigheder eller udfoldelsesmuligheder.

Manosfærens argumenter er grundlæggende bygget op om, at kvinders frigørelse bør tilbagerulles og hæmmes, fordi den undertrykker mænd og ødelægger samfundet.

MANOSFÆRENS UDVIKLING

Tidligere var manosfæren og dens tankegods forbeholdt lukkede, lyssky internetfællesskaber. Sådan er det ikke mere.

Da Center for Digital Pædagogik og Analyse & Tal i 2019 og 2020 kortlagde manosfæren, bestod den af en samling relativt afgrænsede subkulturer – involuntary celibates (incels), Men's Rights Activists (MRAs), Men Going Their Own Way (MGTOWs) og Pick-Up Artists (PUAs) – der florerede på en række fora på bl.a. 4chan, Reddit og andre hjemmesider.

I 2026 ser manosfæren noget anderledes ud. Grupperingerne og foraene er ikke forsvundet, men tankegodset er blevet markant mere mainstream og eksisterer nu også i feeds på sociale medier.

Derfor skal man heller ikke længere aktivt tilslutte sig eller fremsøge manosfæren. Som forbruger af sociale medier kan man nu passivt blive eksponeret for manosfæren og dens budskaber via anbefalingsalgoritmer.

Center for Digital Pædagogik. 2019. Vrede Unge Mænd. Rapport.
Center for Digital Pædagogik og Analyse & Tal. 2020. The Angry Internet. Rapport.

I 2026 kan det nemlig svare sig at producere manosfærisk indhold, hvis man ønsker lang rækkevidde på sine opslag. Algoritmer belønner grænsesøgende og polariserende indhold, fordi det skaber stort brugerengagement. Derfor kan det for nogle indholdsproducenter ses som en oplagt forretningsmulighed at indfange unge mænd ved at producere kontroversielt, polariserende og konspiratorisk indhold om bl.a. kvinder og ligestilling.

I 2020 var manosfærens æstetikker, ord og idéer afvigende og radikale. Dengang var det tydeligt, at man befandt sig et afvigende sted, når man trådte ind i et manosfære-forum. I 2026 er det i mindre grad tilfældet. Særligt for unge internetbrugere. Manosfærens æstetikker, ord og diskurser er nemlig blevet en del af humoren og omgangstonen i mange unges onlineliv. Det kan føre til en tidlig tilvænning, som resulterer i, at man ikke længere studser over det, hvis man pludselig befinder sig i manosfærens afkroge.

UNDERSØGELSE AF MANOSFÆREN I UNGE DANSKE MÆNDS FEEDS

Denne undersøgelse giver indblik i, hvordan manosfærisk indhold samt indhold med rigide mandeidealer optræder i unge mænds feeds. Samtidig undersøger vi, hvordan denne type indhold påvirker forventninger til og syn på køn, samfund og krop.

Det undersøger vi med en kombination af traditionelle og nye digitale metoder.

I denne rapport finder du blandt andet:

- En redegørelse for manosfærens udvikling gennem en kombination af desk research, feed-analyser og inddragelse af egen praksis.
- En analyse af fremherskende temaer, tendenser, sprogbrug og aktører gennem analyser af data fra kunstige profiler, datadonationer og interviews.
- En skitsering af udbredelse og eksponering gennem blandt andet en kombination af interviews og feeds fra unge mænd.
- En afsøgning af manosfærens påvirkning af unge mænd gennem blandt andet interviews med unge og cases fra fagpersoner.

God læselyst!

Rapportens hovedkonklusioner

1 Unge mænd møder manosfæren i deres TikTok-feeds

Manosfærisk indhold optræder bredt i unges feed på sociale medier, og det spredes blandt andet i sammenhæng med populære interesser som fitness og dating. Indholdet er kendetegnet ved, at det nedværdiger kvinder eller argumenterer for at indskrænke kvinders frihedsrettigheder og udfoldelsesmuligheder.

Undersøgelsen viser mere specifikt, at manosfæren på få år er gået fra at bestå af mere eller mindre lukkede, lyssky og afgrænsede grupperinger online til at være en del af unges feeds på TikTok

Konklusionen bygger på flere datakilder:

Forsøg med kunstige profiler viser, at unge mænd kan få manosfærisk indhold i deres feed efter kun at have scrollet i få sekunder eller minutter. Og i gennemsnit sker eksponeringen i forsøgene efter tre minutter.

Interviews med unge mænd og drenge samt fagpersoner bekræfter, at manosfæren er til stede i unge mænds feeds.

En stikprøve, hvor 29 unge mænd i alderen 15-22 år har doneret deres TikTok-data, viser, at manosfæren fylder. Nogle får markant mere manosfærisk indhold end andre, men gennemsnitligt bliver de 29 unge præsenteret for manosfærisk indhold næsten dagligt.

2 Feedet fodrer unge mænd med rigide mandeidealer

Manosfæren promoverer i vid udstrækning mandeidealer, der indskrænker unge mænd og drenges udfoldelsesmuligheder gennem rigide opfattelser af, hvad det kræver at være "en rigtig mand". Det er et gennemgående resultat i undersøgelsens forskellige datakilder, hvor eksempelvis stikprøven med datadonationer viser, at de unge mænd og drenge i gennemsnit fik to stykker indhold med rigide mandeidealer i feedet om dagen.

Særligt fylder idealet om, at "en rigtig mand" skal have et bestemt udseende for at opnå succes og kærlighed i livet, og at han bør være stærk og følelseskold.

I undersøgelsen af rigide mandeidealer har vi udelukkende fokuseret på eksponeringen for en bestemt samling rigide mandeidealer kaldet The Man Box. Forskning peger på, at tilsultning til netop disse idealer, kan udgøre markante konsekvenser for mænds trivsel, helbred og adfærd.

3 Looksmaxxing er begyndt at fylde mere

På et år er der sket en tredobling i mængden af indhold relateret til looksmaxxing. Det viser data fra stikprøven, hvor 29 unge mænd og drenge i alderen 15-22 år har doneret deres feed-data fra TikTok.

Looksmaxxing er et fænomen, der oprindeligt udspringer af manosfærens kvindehadske incel-miljøer. Noget af indholdet har derfor fortsat direkte og indirekte forbindelser til disse miljøer og trækker på manosfærens logikker. Indhold relateret til looksmaxxing medfører også eksponering for kvindehad, snævre skønhedsidealer og en vifte af skadelige praksisser for at optimere udseende – herunder ulovlige stoffer.

De unge, som donerede deres data til undersøgelsens stikprøve, blev i marts 2025 eksponeret for cirka otte stykker indhold med ord og hashtags relateret til looksmaxxing om ugen i deres TikTok-feed. De samme unge blev knap et år senere i gennemsnit eksponeret for 25 stykker looksmaxxing-relateret indhold om ugen på TikTok.

At unge mænd oplever en stigende eksponering for looksmaxxing understøttes i høj grad af interviews med unge drenge og mænd, som fortæller, at "looksmaxxing" fylder meget i deres feeds.

4 Fagpersoner oplever et skift i nogle drenges adfærd, ytringer og idealer

Lærere, pædagoger og andre fagpersoner beretter om en forandring i nogle drenges holdninger og sprogbrug i det fysiske rum. Det viser, at manosfærens budskaber ikke forbliver i de unges feed, men i nogle tilfælde adopteres og rykker med ud i det fysiske rum. Fagpersoner beretter i denne undersøgelse om flere forskellige eksempler på dette.

De har i stigende grad oplevet, at nogle drenge udviser ringeagt og manglende respekt overfor kvindeligt fagpersonale. Enkelte har tilmed haft oplevelser med drenge, der ikke vil undervises af kvindeligt fagpersonale. De oplever samtidig, at drengene hylder manosfærens aktører og kommer med misogyne kommentarer inspireret af dem. Tonen over for piger i klasseværelset opleves af nogle fagpersoner som mere nedladende, kønnet og seksualiseret end tidligere.

Endelig fortæller fagpersonerne om drenge, der har et stort fokus på træning men med et udtalt mål om at opnå det bestemte udseende, der passer med manosfærens fortællinger om, hvad der skal til for at være en rigtig mand.

5 Undersøgelsen finder ikke mandehadsk indhold i pigernes feeds

Vi har undersøgt forekomsten af mandehad i 59 unge kvinder og pigers TikTok-feeds med en definition, der er parallel til den, vi har anvendt til at identificere kvindehad i unge mænds feeds. Mandehad er her defineret som indhold, der nedværdiger mænd eller bidrager til diskurser om at indskrænke deres frihedsrettigheder eller udfoldelsesmuligheder.

Med en søgenøgle, der skulle indfange den type indhold, fandt vi ikke mandehad i de 59 kvindelige datadonores feeds. Det betyder ikke, at der ikke findes indhold på TikTok og andre platforme, som mænd kan opleve som stødende eller ubehageligt. Men på baggrund af vores datamateriale og definition kan vi ikke påvise en tendens til, at unge kvinder eksponeres for mandehad i deres feeds.

Centrale definitioner

I denne undersøgelse defineres, kategoriseres og analyseres konkret indhold snarere end grupperinger eller aktører. Vi har derfor udarbejdet operationaliserbare definitioner af henholdsvis manosfærisk indhold og rigide mandeidealer.

MANOSFÆRISK INDHOLD

Online indhold, der nedværdiger kvinder og/eller bidrager til diskurser om at indskrænke deres frihedsrettigheder eller udfoldelsesmuligheder.

I dette projekt arbejder vi med manosfæren, som den kommer til udtryk i tekst, memes, billeder og videoer på sociale medier.

Manosfæren indeholder typisk bestemte aktører og andre narrativer end kvindehad, navnlig budskaber om hypermaskulinitet, transfobi, homofobi og racisme. I denne undersøgelse bliver dén type indhold kun kategoriseret som manosfærisk indhold, hvis det samtidig opfylder definitionen.

INDHOLD MED RIGIDE MANDEIDEALER

Online indhold, der indskrænker udfoldelsesmuligheder, forkertgør eller udskammer måder at være mand på gennem tilslutning til bestemte, rigide forestillinger om, hvad det kræver at være en "rigtig mand".

Vi har valgt at fokusere på et bestemt sæt mandeidealer baseret på det anerkendte framework "The Man Box" (se side 15), som er en metafor for det sæt af forventninger og kulturelle normer, der traditionelt definerer, hvad en "rigtig mand" er.

Vi har valgt dette framework, da flere studier viser, at presset for at leve op til netop disse idealer kan føre til dårligere mental sundhed som depression, selvmordstanker og selvmord, dårligere fysisk helbred samt øget risiko for vold, seksuel vold, seksuel chikane og risikoadfærd som spritkørsel. Vi kategoriserer kun et stykke indhold som "rigide mandeidealer", hvis det falder inden for The Man Box, selvom andet indhold også ville kunne anses for uhensigtsmæssigt.

MANOSFÆREN

Manosfæren er en fællesbetegnelse for online meningsdannere og fællesskaber, der dyrker en kritik mod kønsligestilling og en støtte til bestemte, rigide mandeidealer, som samlet bidrager til diskurser om at indskrænke kvinders frihedsrettigheder eller udfoldelsesmuligheder. Manosfærens argumenter er grundlæggende bygget op om, at kvinders frigørelse bør tilbagerulles og hæmmes, fordi den undertrykker mænd og ødelægger samfundet.

DEN RØDE PILLE

Manosfærens bærende metafor om at tage den røde pille er en reference til Matrix-filmene og handler om, at man derved ser sandheden om, hvordan verden faktisk er. Ifølge manosfæren er sandheden, at verden er styret af kvinder og feminister på en måde, der undertrykker, diskriminerer og fratager mænd deres rettigheder. Hvis du tager den røde pille, får du evnen til at navigere og dermed hæve dig over disse strukturer ved at manipulere kvinder og systemet til din fordel.

DEN SORTE PILLE

Alternativt – hvis du ikke lykkes – kan du tage den sorte pille ("blackpill"). Den giver dig sandheden om, at du er dårligt stillet inden for dette ufordelagtige system på grund af dit udseende. I den eksisterende verdensorden vil du blive valgt fra af kvinder og dermed nægtet et godt liv. Det efterlader dig med to muligheder: enten må du affinde dig med den tragiske skæbne, at du aldrig vil få et godt liv, medmindre kvinders ret over egen krop og partnervalg tilbagerulles. Ellers må du forsøge at forbedre dit ansigt og din krop som helhed, så du alligevel kan blive valgt til ("looksmaxxing").

LOOKSMAXXING

Looksmaxxing refererer til et digitalt fænomen, værdifællesskab og subkultur, hvor (primært) unge mænd gennem særlige metoder og hierarkier samles om at opnå det helt rette udseende for at tiltrække kvinder og succes. Looksmaxxing udspringer af incelsfærens blackpill-ideologi med udgangspunkt i, at kvinders frigørelse har gjort det nærmest umuligt for ikke-attraktive mænd at få et godt liv, hvorfor løsningen er at blive så attraktiv som muligt. Selvom looksmaxxing fokuserer på selvoptimering, ligger der både implicit og eksplicit en gennemgående kritik af kvinders frigørelse i miljøet.

Indhold

INDLEDNING

1	Baggrund	10
2	Metoder og datagrundlag	24

ANALYSE AF DANSKE UNGES FEEDS

3	Hvor meget fylder manosfæren i unge mænds feeds?	30
4	Hvordan ser manosfæren ud i unge mænds feeds?	39
5	Er der tilsvarende mandehad i unge kvinders feeds?	62

KONSEKVENSER OG LØSNINGER

6	Er unge mænd påvirkede af manosfæren?	66
7	Anbefalinger	77

01

Baggrund

Søger du baggrundsviden om manosfæren? Så er det her, du skal læse.

Dette kapitel kan hjælpe med at forstå rapportens analyser, men er ikke strengt nødvendig læsning. For at hoppe direkte til rapportens analyser, gå til kapitel 3-6.

I dette kapitel gives et overblik over nogle af de centrale elementer i manosfæren anno 2026 baseret på erfaringer og viden fra Center for Digital Pædagogiks mangeårige arbejde på området.

Vi redegører for nogle af de bærende begreber, og hvordan manosfæren har bevæget sig fra de mere lyssky dele af internettet – blandt andet inden for incel-miljøet – til at indgå i mere eller mindre mainstream indhold på sociale medier, sådan som det ses med bl.a. looksmaxxing-fænomenet.

Kapitlet beskriver også nogle af de centrale aktører inden for manosfæren anno 2026, og hvordan deres indhold bliver båret frem af platformenes algoritmer. I takt med at algoritmerne forstærker omfanget i unge mænds feeds, bliver det nemlig til en god forretning for *manfluencers* at producere kvindehadsk indhold.

Som i resten af rapporten fokuserer vi på de unge mænds feeds og virkelighed. Det betyder ikke, at manosfæren ikke også har indhold, grupperinger og aktører, der appellerer til fx kvinder eller midaldrende mænd. Det har den i høj grad, men det er ikke fokus for denne undersøgelse.

01

Manosfærens grundfortællinger

Manosfæren rummer adskillige grupperinger og retninger, der fremhæver forskellige samfundsproblemer og tilsvarende løsningsmodeller. Der findes dog en række centrale grundfortællinger om samfundet og køn, som går på tværs af manosfæren:

”Det er i kønnenes natur, at ..."

Mænd og kvinder er forskellige på et grundlæggende fysiologisk plan, hvilket betyder, at de fra naturens hånd er udstyret med bestemte talenter, præferencer og egenskaber, og samfundet bør indrettes efter disse naturgivne karakteristika ("biologisk essentialisme"). Mænd er skabt til at lede, beskytte og forsørge, hvorimod kvinder er skabt til at yde omsorg, føde børn og underkaste sig manden. Kvinders frigørelse, herunder særligt ret og rådighed over eget partnervalg anses altså for problematisk, da det betragtes som naturligt indlejret i kvinder kun at ville date de mest attraktive mænd ("hypergami").

”Adgang til sex og reproduktion er en manderet.”

Kvinders ret til at vælge og fravælge deres partnere anses i manosfæren som et problem, da det betyder, at mænd ikke er garanteret muligheden for sex eller at sætte børn i verden. Her er forskellige dele af manosfæren fortalere for forskellige løsningsforslag, som har det til fælles, at de udfordrer kvinders rettigheder og mulighed for at bestemme over egen krop. For eksempel findes der idéer om, at kvinder ikke må have flere sexpartnere ("tvungen monogami"), at kvinder bør være økonomisk afhængige af mænd, så de er nødsaget til at tilvælge sex med manden, eller at staten skal fordele sex med kvinder ligeligt mellem mænd ("seksuel marxisme").

"Rettigheder, ligestilling og frigørelse er et nulsumsspil."

Samfundet anses, som resultat af kvinders frigørelse, for at være indrettet efter kvinders behov og beskyttelse ("gynocentrisk samfund") på bekostning af mænds frihedsrettigheder, udfoldelsesmuligheder og trivsel. Et centralt narrativ er, at det i virkeligheden er kvinder, der styrer samfundet. Fortællingen er, at kvinders frigørelse har skabt et samfund, hvor kun de mest attraktive og succesfulde mænd har reelle muligheder for at lykkes. Kvinders frigørelse fremstilles derfor som en hovedårsag til mænds mistrivsel, ulykke og ensomhed. Samtidig hævdes det, at kvinder bevæger sig ubesværet gennem tilværelsen, mens mænd konstant må overvinde forhindringer, som direkte er skabt af denne samfundsudvikling.

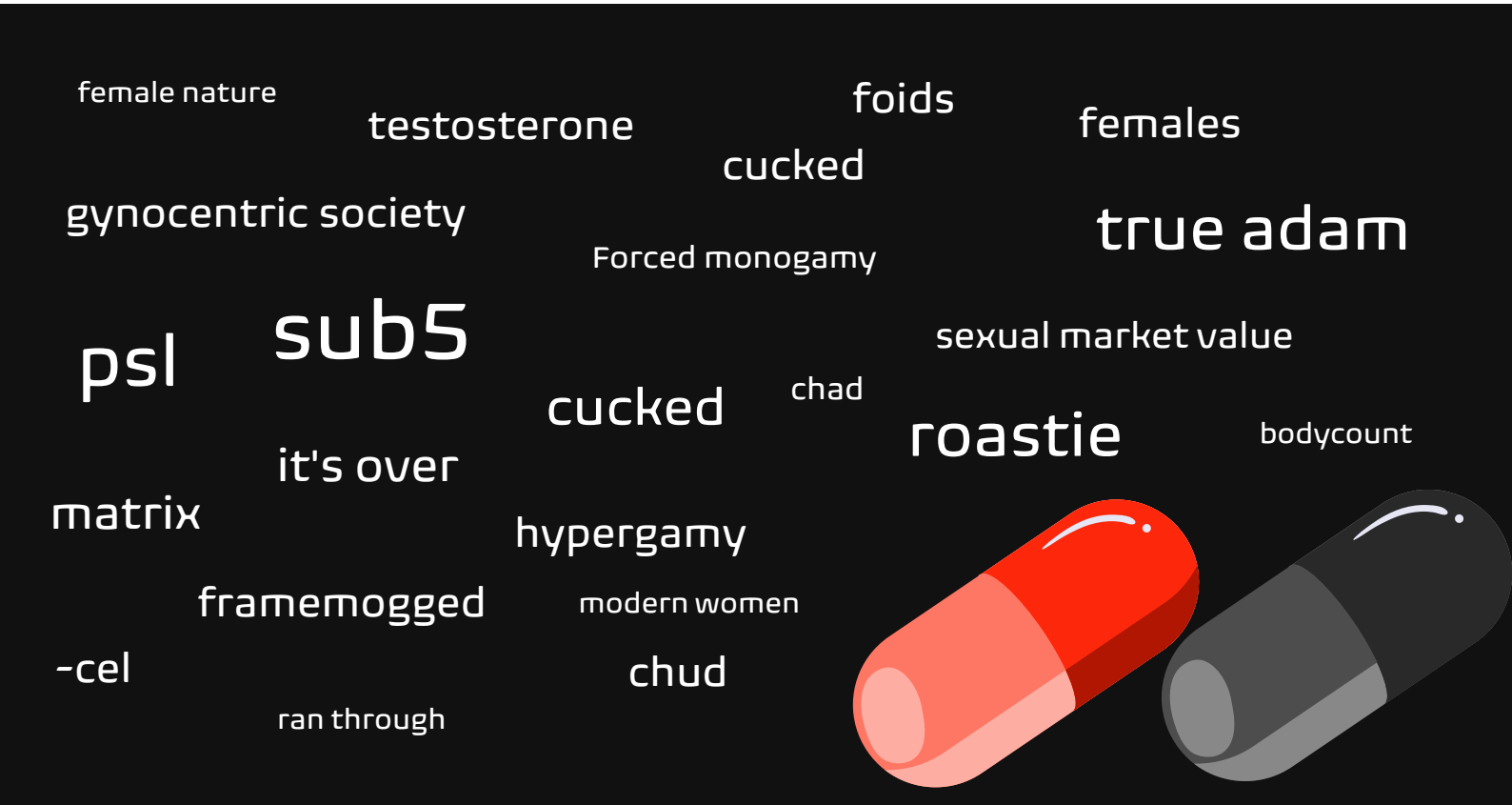
Manosfærens budskaber kommunikeres ofte i kodesprog

Når man skal vurdere, om et stykke indhold er manosfærisk, kræver det ofte dybdegående viden om manosfærens kvindehadske kodesprog. Kodesproget benyttes særligt til at undgå moderation på de store digitale platforme. Derudover har kodesproget den funktion, at det skal tale til dem, der er "med i klubben" og være usynligt for dem, der er "uden for klubben".

Indhold præget af kodesprog kan i nogle tilfælde være mere bekymrende end det eksplicitte had, da det kan:

- Være sværere for praktikere at vurdere alvorsgraden
- Være sværere for uvidende internetbrugere at vide, at de interagerer med et radikalt stykke indhold
- Være en indikation på, at algoritmen vurderer, at den pågældende bruger er dybere nede i manosfærens kaninhul og altså udgør det tiltænkte publikum

Det er dog vigtigt at graduere sin bekymring og ikke vurdere en persons påvirkning af manosfæren, alene på baggrund af tilstedeværelsen af manosfærisk kodesprog, eftersom dette også kan indgå humoristisk og ironisk i andre onlinefællesskaber og feeds. Eksempler på kodesprog fra manosfæren er fx nedenstående:



Viden baseret på Center for Digital Pædagogiks praksis, netnografi, tidligere rapporter og deskresearch.

Kvindehad skjules bag mandeidealer

Når man følger udviklingen i manosfærens måde at kommunikere på, er der sket en udvikling i takt med, at manosfæriske narrativer har bevæget sig fra det lukkede til det mainstream: Kvindehadet er blevet mindre åbenlyst og budskaberne mere subtile.

Mange af manosfærens narrativer pakkes nu typisk ind i retningslinjer for, hvordan du som mand bør se ud, hvilke holdninger du bør have, hvordan du bør opføre dig, hvad din tilgang til mænd og kvinder skal være, og hvordan du er en rigtig mand.

Her kan det være vigtigt at have for øje, at de narrativer, som ved første øjekast lader til primært at være skadelige for kvinder, i den grad også kan være skadelige for mænd og omvendt.

KVINDEHAD	⇔	RIGIDT MANDEIDEAL
Kvinder har behov for at blive styret af en mand	⇔	En mand skal være dominerende og kontrollerende
Vi bør ikke have et ligestillet velfærdssamfund, da det er umandigt og feminiserende	⇔	En mand skal kunne klare sig selv og må ikke søge hjælp hos andre
Kvinder er følelsesstyrede og kaotiske fra naturens side, og bør derfor kontrolleres af mænd	⇔	En mand skal styre sin kvinde
Det bør være en rettighed for mænd at have adgang til sex og dermed kvinders kroppe	⇔	En mand bør have mange sexpartnere og har fra naturens side altid lyst til og brug for sex
Kvinder hører til i hjemmet og bør ikke arbejde	⇔	En mand skal forsørge familien og må ikke være huslig
Kvinders seksuelle frigørelse er farlig, da den fører til fravalg af ikke-attraktive mænd	⇔	En mand skal se ud på den helt rigtige måde

EXPLAINER

Center for Digital Pædagogik

&# Analyse & Tal

THE MAN BOX er en metafor, der beskriver en række rigide, begrænsende stereotype forventninger til, hvad det vil sige at være en "rigtig mand". Disse idealer er en stor del af manosfærens ideal om en rigtig mand, men det er ikke noget, der kun promoveres af manosfæren. Disse idealer en også en del af de kulturelle og sociale normer, drenge og mænd er underlagt. Derfor er kendskabet vigtigt i ethvert arbejde med drenge og unge mænd.

Flere studier peger nemlig på, at presset for at tilslutte sig disse idealer kan føre til dårligere mental sundhed, depression, selvmordstanker og selvmord, dårligere fysisk helbred samt øget risiko for at udøve vold, seksuel vold, seksuel chikane og forskellige typer risikoadfærd.

At tilslutte sig et eller flere af disse idealer kan naturligvis være en legitim måde at være mand på, men forventningerne om, at mænd generelt bør tilpasse sig dem, kan være skadelige.

THE MAN BOX

Mænd skal holde deres smerte for sig selv: En mand, der taler meget om sine bekymringer, frygt og problemer, bør ikke få respekt. Mænd bør selv kunne løse alle deres personlige problemer uden at søge hjælp hos andre.

Det rette udseende: Det er meget svært for en mand at få succes, hvis han ikke ser godt ud.

Hyperseksualitet: En rigtig mand bør have så mange seksuelle partnere som muligt og bør aldrig sige nej til sex.

Aggression, kontrol og dominans: Mænd bør om nødvendigt bruge vold for at få respekt. I heteroseksuelle forhold bør det altid være manden, der har det sidste ord angående beslutninger om forhold eller ægteskab. Hvis en mand har en kæreste eller kone, fortjener han at vide, hvor hun er hele tiden.

Mænd skal være stærke og følelseskolde: En rigtig mand er stoisk, stærk, kontrollerende, dominerende og viser ikke følelser. En mand, der ikke slår fra sig, når andre tryner ham, er svag. Mænd bør være hårde, selv når de føler sig bange eller nervøse indeni.

Rigide kønsroller: I heteroseksuelle forhold bør det være manden, der forsørger husholdningen. En mand bør ikke skulle lave huslige pligter.

Homofobi og transfobi: Homoseksuelle og transkønnede mænd er ikke rigtige mænd. Rigtige mænd kan ikke være venner med homoseksuelle mænd, transkønnede eller kønsdiverse personer.

Heilman, Brian, Carlos M. Guerrero-López, Christina Ragonese, Maren Kelberg og Gary Barker. 2019. The Cost of the Man Box: A Study on the Economic Impacts of Harmful Masculine Stereotypes in the US, UK, and Mexico – Executive Summary. Washington, DC og London: Promundo-US og Unilever.
Heilman, Brian, Gary Barker, og Alejandra Harrison. 2017. The Man Box: A Study on Being a Young Man in the US, UK, and Mexico. Washington, DC: Promundo
Barker, Gary, og Brian Heilman. 2018. Masculine Norms and Violence: Making the Connections. Washington, DC: Promundo.
Hill, Andrea L., Elizabeth Miller, George E. Switzer, Lu Yu, Brian Heilman, Ruti G. Levtov, Katarina Vlahovicova, Dorothy L. Espelage, Gary Barker, og Robert W. S. Coulter. 2020. "Harmful Masculinities among Younger Men in Three Countries: Psychometric Study of the Man Box Scale." Preventive Medicine 139.
Jesuit Social Services. 2024. The Man Box 2024. Melbourne

Algoritmer belønner grænsesøgende indhold: Derfor kan der være penge i kvindehad

Det kan være en økonomisk indbringende forretning at producere grænsesøgende og polariserende indhold, uanset om man er enig i budskaberne eller ej. Det gælder også kvindehad.

Forretningsmodellen for TikTok, YouTube, Instagram og de andre online platforme er baseret på at kunne fastholde brugere så længe som muligt. Et vigtigt konkurrence-parameter er derfor at kunne udvikle algoritmer, der sikrer opmærksomhedsskabende indhold målrettet den enkelte bruger. Det har vist sig, at grænsesøgende og polariserende indhold er effektivt til dette, da det fremkalder stærke følelser og derved reaktioner. Det gælder også kvindehad. Og derfor bliver børn og unge passivt eksponeret.

For den enkelte influencer på en platform medfører det et incitament til at producere det grænsesøgende og polariserende indhold, da det når ud til flere. Og på den måde bliver manosfærisk indhold et værktøj til at tjene flere penge gennem reklamer, produkter og budskaber til et større publikum.

Og det har affødt en ny type manosfære-aktør, nemlig manfluenceren.

Viden baseret på Center for Digital Pædagogiks og Analyse&Tals praksis, netnografi, tidligere rapporter og deskresearch.

Analyse & Tal, TrygFonden, og Os & Data. 2025. *Angreb og had i den offentlige debat på Facebook 2021–2024*. Rapport.
Analyse & Tal. 2025 *Techgiganternes hemmeligheder*. Rapport på opdrag fra Digitaliseringsministeriet.
Center for Digital Pædagogik. 2026. Risikoadfærd Online. Rapport.
Paolo Gerbaudo 2024. TikTok and the algorithmic transformation of social media publics: from social networks to social interest clusters
Reset Tech og Equimondo. 2026. The Grift Economy: How Young Men Are Being Sold Fake Belonging and Fake Wealth Online.

https://www.tiktok.com/legal/page/row/terms-of-service/en tilgået 2026-08-28

https://digital-strategy.ec.europa.eu/da/policies/digital-services-act

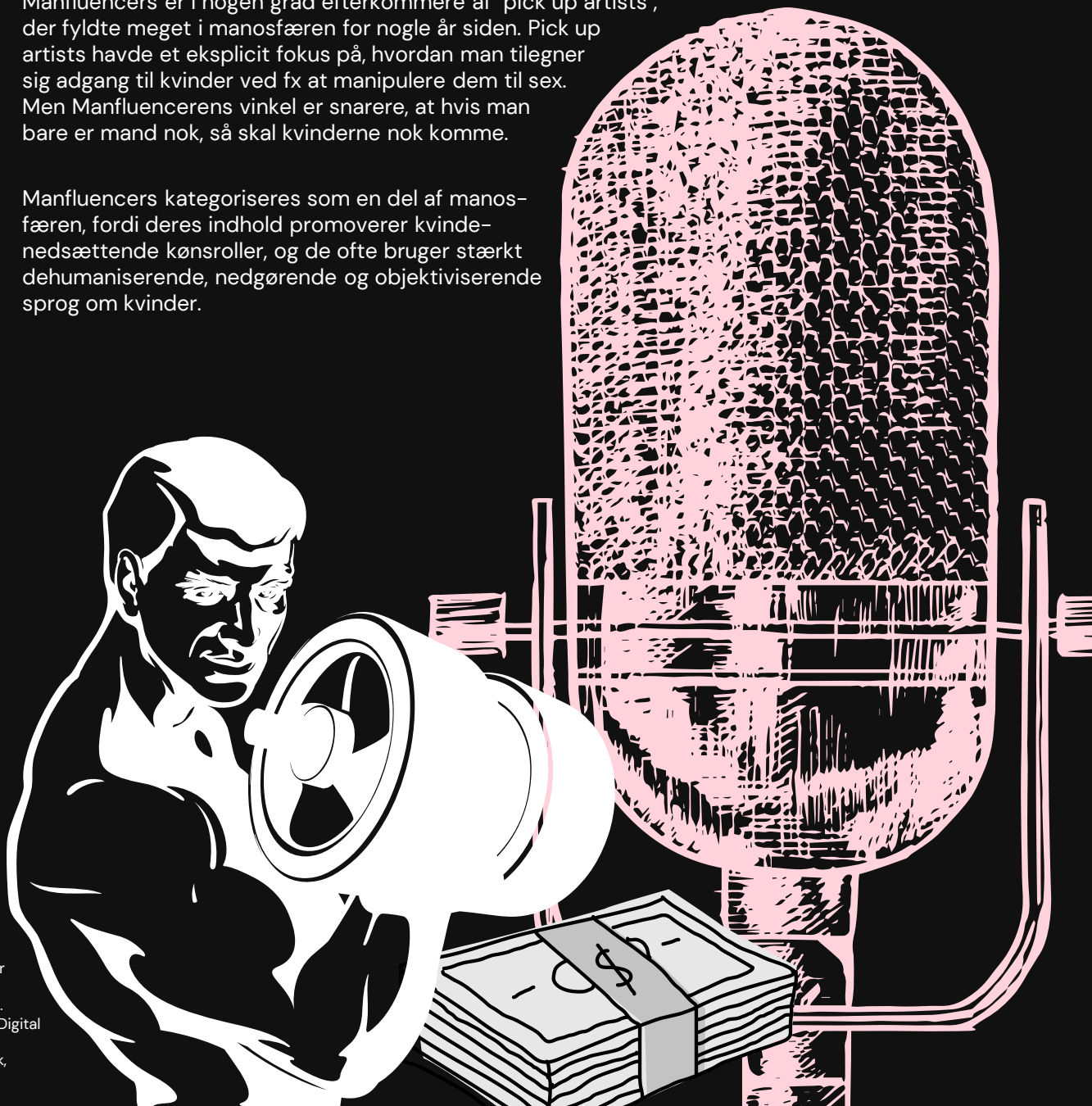
Manfluencers

En mandlig influencer, der fremmer anti-ligestilling og kvindehadske budskaber for økonomisk vinding. Han fungerer som meningsdanner for et primært ungt, mandligt publikum og portrætterer ligestilling og kvinders frigørelse som en trussel mod mænds status, maskulinitet og succes.

Manfluencers er det nyeste skud på stammen i manosfæren. Manfluencers er kort fortalt influencers, der promoverer at være 'rigtige mænd' med succes, og som vil vise andre mænd, hvordan de kan opnå det samme. Succes defineres her som økonomisk uafhængighed, fysisk styrke, et velplejet ydre og let adgang til kvinder og opnås gennem hårdt arbejde ("grindset") og smarte tricks ("hustle").

Manfluencers er i nogen grad efterkommere af "pick up artists", der fyldte meget i manosfæren for nogle år siden. Pick up artists havde et eksplicit fokus på, hvordan man tilegner sig adgang til kvinder ved fx at manipulere dem til sex. Men Manfluencerens vinkel er snarere, at hvis man bare er mand nok, så skal kvinderne nok komme.

Manfluencers kategoriseres som en del af manosfæren, fordi deres indhold promoverer kvindenedsættende kønsroller, og de ofte bruger stærkt dehumaniserende, nedgørende og objektiviserende sprog om kvinder.



Viden baseret på Center for Digital Pædagogiks praksis, netnografi og deskresearch. For mere viden: Center for Digital Pædagogik. 2026. "Hvad er manfluencers?" SkærmSnak, podcast.

Andrew Tate og Tristan Tate

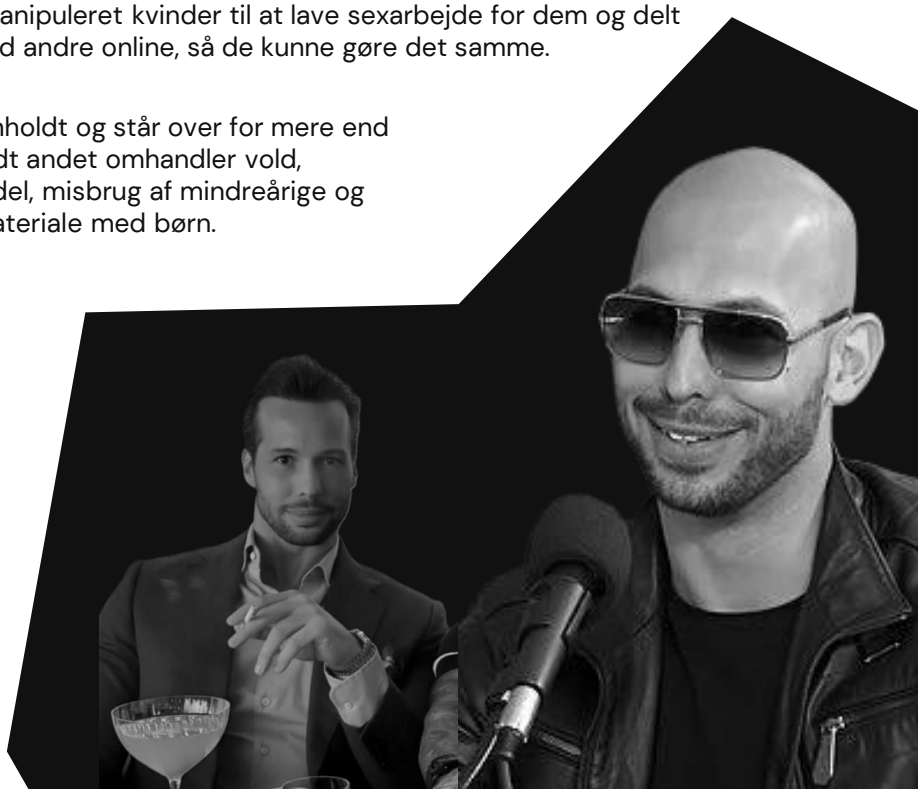
VERDENS STØRSTE MANFLUENCERS

Andrew Tate er nok den manosfæreaktør, de fleste kender. Han er arketypen på en manfluencer, som promoverer en livsstil, hvor man skal "grinde", og man skal slippe ud af "matrixen"/hamsterhjulet. Han lægger billeder op på sociale medier, der iscenesætter en livsstil forbundet med idealet om en "alpha male". Han bokser, ryger cigarer, sejler på store både og er omgivet af unge, smukke kvinder. Derudover har han relationer på den amerikanske politiske højrefløj, som giver ham ekstra status og et billede af magt.

Andrew Tates bror, Tristan, er mindre kendt, men optræder ofte på sociale medier sammen med Andrew. Det er også sammen, at de har platformen "The Real World" (tidligere kaldt "Hustlers University"), som er et kursus, man kan købe for mellem $99 og $499 om måneden, og hvor man bliver hjulpet til at "slippe ud af matrixen" og tjene mange penge hurtigt. Livet uden for matrixen er et liv uden for det klassiske lønarbejde med en fri livsstil, hvor man kan arbejde alle steder i verden og på alle tidspunkter af døgnet. Det fortæller han ofte om i videoer, hvor han fx går rundt på sit dyre hotelværelse og ryger en cigar. Ofte kalder han seerne for tabere og fortæller, hvor meget federe han har det end dem.

Tate-brødrene er af flere omgange i flere lande blevet anklaget for menneskesmugling, seksuelle overgreb og voldtægter. Brødrene havde angiveligt et menneskesmuglingsforetagende i Rumænien, hvor de tvang og manipulerede unge kvinder til at lave pornografisk indhold, der efterfølgende blev brugt til at få mænd til at sende penge. Efter disse anklager blev Tate-brødrene fjernet fra Facebook, TikTok, YouTube, Twitter og Instagram. Brødrene sad varetægtsfængslet for disse tiltaler i 2022 og 2023. I dag er de tilbage på både Instagram, X (tidl. Twitter) og Rumble. I juni 2026 udgav *The New Yorker* en længere artikel, som beskrev, hvordan Tate-brødrene igennem en årrække har manipuleret kvinder til at lave sexarbejde for dem og delt deres råd og erfaringer med andre online, så de kunne gøre det samme.

Tate-brødrene blev i juli anholdt og står over for mere end 50 nye anklager, som blandt andet omhandler vold, voldtægter, menneskehandel, misbrug af mindreårige og besiddelse af overgrebsmateriale med børn.



Viden baseret på Center for Digital Pædagogiks netnografi og deskresearch.

For mere viden om Tate-brødrenes karriere og kriminalhistorik:
Blake, Heidi. 2026. "Andrew Tate's Empire of Abuse." *The New Yorker*, 15. juni 2026.

Genstart. 2026. "Tate-brødre buret inde." Podcast-lyd. DR Lyd, 4. august 2026.

Incelsfæren er blevet mainstream

UDBREDELSE AF INCEL-SPROG GENNEM MEMES OG LOOKSMAXXING

Looksmaxxing er noget, der fylder både i medierne og i unge mænds feeds og liv anno 2026. Looksmaxxing stammer oprindeligt fra incel-miljøet, men har bevæget sig ud på mainstream sociale medier, hvor det for flere og flere unge mænd er fast inventar. Den grundlæggende idé er, at mænd, der ikke har et millimeterperfekt udseende, er dømt til et liv uden sex, kærlighed og succes. Derfor bør den enkelte mand ifølge looksmaxxing gå til ekstreme længder for at opnå det rette udseende. I de senere år er der sket en eksplosiv stigning i populariteten af indhold relateret til looksmaxxing, hvilket kan skabe en normalisering af begrebet og samtidig øge risikoen for, at unge ledes direkte videre ind i de voldsforherligende, ekstremistiske og selvskadende incelmiljøer.

Looksmaxxing er dog ikke den eneste kultureksport fra incel-miljøet, vi har set over de seneste år. Andre incel-udtryk er efterhånden blevet en fast og uundgåelig del af unges onlinesprog med ord som "mogged", "bonesmashing", "framemogging", suffixet "–cel" og det ekstremt nedsættende kvindesynonym "foid". Her kan de bruges med en lang række forskellige betydninger, som i varierende grad afviger fra deres oprindelige brug i incelsfæren.

Denne udbredelse af kultur og idéer fra incelsfæren er formentlig en stor del af forklaringen bag, at særligt én bestemt incelside har set en enorm tilvækst i antallet af medlemmer. Fra 6.000 medlemmer i 2020 over 65.000 medlemmer i 2025 og nu mere end 180.000 i 2026*. Det er mere end en tredivedobling siden 2020 og en stigning på over 130% alene det sidste år.

Viden baseret på Center for Digital Pædagogiks praksis, netnografi og tidligere udgivelser.

For mere viden om mainstremificeringen af incelsfæren:
Center for Digital Pædagogik 2025. Forundersøgelse: Incelsfællesskaber i Stor Vækst.
NOVA. 2026. "Looksmaxxing der giver manden et lykkeligere liv." En til en med Daniel Cesar. Podcast, 1. april 2026.

*Tallene er fra juli 2020, april 2025, juli 2026

Incels

Incels er en betegnelse for medlemmer af incelsfæren (altså anerkendte incelfora). Det vil sige personer, der aktivt tilslutter sig incelsfærens logikker og værdier, kaldet the blackpill.

Selvom ordet "incel" er en sammentrækning af 'involuntary' og 'celibate', altså 'ufrivilligt cølibat', dækker definitionen *ikke* over mænd, der blot har svært ved at tilegne sig sex eller romantiske forhold med kvinder.

"Incelsfæren" er et online værdifællesskab, hvis verdenssyn bygger på ideen om, at det er nogle mænds lod at være dømt til et sexløst (og ofte kærlighedsløst) liv grundet en række medfødte biologiske markører, som gør, at de fravælges af kvinder. Disse karakteristika kan for eksempel være et svagt kæbeparti, spinkel statur, autisme, hårtab eller en bestemt hældning på øjnene. Disse karakteristika er millimeternøje defineret i incelsfærens ideologiske grundtekster.

Incelsfæren mener, at kvinder som følge af feminismen har fået for stor autonomi over partnervalg og krop og derfor kun vælger de flotteste (mest maskuline) mænd, hvilket efterlader de "grimme", forkerte (umaskuline) mænd alene.

Der er mange forskellige strømninger internt og flere forskellige bud på, hvordan man bør navigere i det: Forbedring af udseende ("looksmaxxing"), legalisering af voldtægt, voldsforherligelse og ideer om statslig omfordeling af kvinder ("seksuel marxisme"). Disse løsningsforslag er ikke indbyrdes udelukkende. På incelsfærens fora optræder træningstips, opskrifter på klorgas, anmeldelser af hudcreme og meningsmålinger om legalisering af voldtægt side om side.

Dele af incelsfæren er per definition ekstremistiske* og er bl.a. nævnt i vurderingen af terrortruslen mod Danmark. Incels har i de sidste 15 år stået for en række ideologisk motiverede massedrab og terrorhandlinger i bl.a. USA og Canada. Det er dog vigtigt at huske, at en persons tilknytning til eller fascination af incelsfæren ikke behøver føre til ekstremisme.

***"Ekstremisme betegner personer eller grupper, som begår eller søger at legitimere vold eller andre ulovlige handlinger med henvisning til samfundsforhold, de er utilfredse med."** (*Justitsministeriet 2016. "Den nationale handleplan: forebyggelse og bekæmpelse af ekstremisme og radikalisering, 2016.")*

Viden baseret på Center for Digital Pædagogiks praksis, netnografi og tidligere udgivelser.

For mere viden om incels:
Center for Digital Pædagogik. 2020. Vrede unge mænd. Rapport.
Center for Digital Pædagogik 2025. Forundersøgelse: Incelsfællesskaber i Stor Vækst.
Center for Terroranalyse. 2021. Vurdering af terrortruslen mod Danmark.*
*samt tilsvarende rapporter for 2022, 2023, 2024, 2025 og 2026.

Clavicular

DEN FØRSTE MAINSTREAM LOOKSMAXXING-INFLUENCER

Streameren "Clavicular" med det borgerlige navn Braden Eric Peters er en af de mest kendte og omtalte “looksmaxxere”. Clavicular, oftest blot kaldet Clav, er 20 år gammel og bruger meget af sin tid på at streame online på mediet Kick. Indholdet af hans streams kan variere, men noget af hans typiske indhold inkluderer at feste, sidde og vurdere sine (betalende) følgeres udseende eller gå i byen og bedømme kvinders udseende. Når han indimellem ikke har så meget at lave på streamen, gambler han på onlinekasinosider.

Mange bliver eksponeret for Clavicular, og det skyldes især, at hans livestreams bliver gjort til små, opsigtsvækkende klip, der er designet til at gå viralt på sociale medier. Clavicular har mange ansatte, hvis arbejde det er at skabe disse virale klip. Clavicular har desuden gjort mange ting gennem sin korte karriere, der også har bidraget til berømmelsen. Det inkluderer blandt andet kriminelle forhold såsom tilsyneladende at køre en person ned og at skyde en alligator på sin livestream. Det, han gik mest viralt på, var at synge "heil Hitler" med Andrew Tate, Myron Gaines og en række andre manosfære-aktører på en fælles bytur i Miami. Det var den hændelse, der for alvor kickstartede det hele.

Som ung teenager begyndte han at være hyppig bruger af incelsfære-forummet Looksmax.org, hvor han i dag er moderator. Det var også på denne hjemmeside, at han fik ideerne til at eksperimentere med ekstreme metoder til at 'ascend' (blive mere attraktiv og dermed få adgang til kvinder og succes). Mest kendt er han for at bonesmashe (bruge en hammer til at slå sig selv i ansigtet for at opnå bestemte, efterstræbelsesværdige ansigtstræk) og tage peptider.

Ifølge Clavicular er udseende altafgørende for, hvordan en mand klarer sig igennem livet, og hvilke muligheder han får. Penge (moneymaxxing) kan også påvirke ens status og muligheder, men udseende er det område, hvor man bedst kan forbedre sine muligheder, mener han.

Clavicular deler også de klassiske manosfæriske fortællinger om kvinder – dog med særligt fokus på kvinders naturlige hang til hypergami (at kvinder altid vil date den flottest mulige mand og dermed efterlade mindre attraktive mænd alene). Derudover mener han også, at kvinder skal passe hjemmet, og at manden bør være beslutningstager.

Clavicular er generelt fortaler for blackpill-ideologien.

Viden baseret på Center for Digital Pædagogiks praksis, netnografi og deskresearch.

For mere viden om Clavicular: *Information*. 2026. ”Man(d) må lide for skønheden.” *Dagbladet Information*, 24. januar 2026.
Samt: Press-Reynolds, Kieran. 2026. ”Inside Clavicular’s Thirsty Tour of New York City.” *GQ*, 19. februar 2026.

Rumble og Kick

Rumble og Kick er begge mindre modererede udgaver af de mere kendte platforme YouTube og Twitch. Her kan "creators" uploade videoer og streame mere frit, da der er mere lempelige regler. Flere kendte manosfæriske profiler såsom Fresh&Fit og Andrew Tate er rykket hen på disse platforme, efter mere mainstream platforme har afskåret dem fra at kunne tjene penge på reklamer eller helt har smidt dem af. Ligesom på YouTube og Twitch kan man på Rumble og Kick tjene penge på sine videoer og livestreams.

På medier som TikTok, YouTube og Instagram kan man dog stadig se korte nedklip fra videoer, som er uploadet på Rumble eller Kick. Flere kanaler og "creators" har nemlig ansat “clippers”, som klipper små bidder ud af de længere originale videoer og uploader til platformene. De korte klip leder derefter seeren til de originale, længere videoer på Rumble og Kick.

Manosfærepodcasts

I podcasten “Fresh&Fit” er manosfæreaktørerne Myron Gaines og Walter Weekes værter. Podcasten bliver livestreamet med en livechat på mediet Rumble. Fresh&Fit er selvbeskrevet en selvoptimerings-podcast til mænd, der fortæller mænd sandheden om kvinder, økonomi og fitness. Hvad der dog oftest bliver talt om er dating med stor fokus på, at kvinder kun har værdi igennem deres udseende, og hvordan manden skal være den eneste beslutningstager i hjemmet. “Fresh&Fit” er en af de mest kendte podcasts indenfor deres felt, og deres typiske format er at have omkring fem unge kvinder i studiet. Episoderne starter med at stille kvindelige gæster spørgsmål om bodycount (antal sexpartnere), om de bruger prævention, og hvad deres uddannelsesniveau er. De kvindelige gæster har oftest en tilknytning til sexarbejde i form af OnlyFans eller strip. Fortrinsvis at invitere sexarbejdere i studiet har sandsynligvis til formål at skabe en falsk repræsentation af kvinder generelt, da det giver en illusion om, at de fleste kvinder er sexarbejdere eller altid “bare kan blive sexarbejdere” og dermed har en unfair fordel. Værten Myron Gaines har flere gange udtalt, at feminisme er det værste, der er sket for kernefamilien, og at kvinder har en medført værdi igennem deres udseende og seksualitet, hvorimod mænd skal optjene deres værdi.

I podcasten "Whatever" er manosfæreaktøren Brian Atlas vært. "Whatever" bruger næsten det samme format som “Fresh&Fit”, hvor en gruppe unge kvinder er inviteret i studiet for især at diskutere dating. Den udkommer primært på YouTube, Rumble og Kick. I "Whatever" er der altid mindst én sexdukke i studiet, og generelt er podcasten meget seksuelt eksplicit. Brian Atlas udtaler blandt andet, at det er utroskab, hvis kvinder går i byen, mens de har en kæreste. En præmis for podcasten er også at udstille kvinder og gøre nar af dem. Det kan for eksempel være ved at få dem til at sige, hvor pæne de er på en skala fra et til ti og derefter grine og kalde dem virkelighedsfjerne ("delusional"), hvis de har givet sig selv et højt tal. De bliver også hængt ud, hvis de har et for højt “bodycount” eller laver en form for sexarbejde, hvilket de ofte gør grundet casting – ligesom i "Fresh&Fit".

Som det er typisk for denne slags podcast, florerer et utal af korte klip derfra på sociale medier som TikTok, og det er her, de fleste stifter bekendtskab med indholdet. Både "Fresh&Fit" og "Whatever" livestreamer deres podcast-episoder. Her kører der en livechat sideløbende med udsendelsen, hvor seere kan kommentere. I chatten bliver der ofte gjort grin med de kvindelige gæster, og kommentarerne er oftest meget hadefulde og ekstreme i deres sprog. Hvis man donerer et højt nok beløb som seer, kan man få læst en kommentar op på streamen. Det kan fx være spørgsmål, onde kommentarer eller memes, som ofte nedgør gæsterne.

I studiet for begge podcast kan man desuden ofte finde kendte skikkelser fra manosfæren.

02

Metoder og datagrundlag

Analyse & Tal
Center for Digital Pædagogik

Undersøgelsen af manosfærisk indhold og rigide mandeidealer i unges feeds er baseret på tre forskellige datakilder:

- **8 sock puppets** – kunstige TikTok-profiler, der efterligner drenge og unge mænd med forskellige interesser. Sock puppet-profilerne giver indblik i, hvordan platformene reagerer på bestemte interesser og adfærd i et kontrolleret eksperiment. Det kan fortælle noget om, hvorvidt og hvor tæt forbundet manosfæren er til øvrigt indhold på TikTok.

- **Stikprøve med 29 datadonationer** af unge mænds TikTok-feed – dvs. data om rigtige unge mænds eksponering af online indhold. Datadonationerne giver et organisk billede af, om almindelige unge faktisk møder manosfæren i deres feeds, og i så fald hvilke typer indhold.

- **Interviews med 15 unge mænd og 10 fagpersoner samt beretninger fra yderligere 59 fagpersoner**. Interviewene supplerer de digitale data med fortællinger om, hvordan manosfæren smitter af på og opleves uden for de online kulturer, hvor den udspringer.

Tilsammen viser datakilderne, hvordan manosfærisk indhold og rigide mandeidealer kan dukke op i tilsyneladende urelaterede emner, hvorvidt det faktisk er en del af de unges feeds, og hvilken betydning det kan have for dem.

02

Sock puppets

Sock puppet-eksperimenter betegner brugen af fiktive profiler på sociale medier, der er oprettet for at undersøge, hvordan platformene reagerer på forskellige interaktionsmønstre. Ordet "sock puppets", eller sokkedukker, henviser til, at profilerne efterligner faktiske profiler, men de kan styres og få de karakteristika, vi gerne vil undersøge. I dette tilfælde bruger vi dem til at undersøge eksponering for manosfærisk indhold og rigide mandeidealer, når unge interagerer med videoer relateret til hhv. fitness, dating, investering, gaming og manosfære-aktører.

Vi har oprettet otte sock puppet-profiler, som foregiver at være unge mænd med forskellige interesser, aldre og navne. Profilernes interesser etableres ved at foretage en række søgninger inden for emnet og derefter se eller interagere med relevante videoer. Fx bliver en interesse for fitness indarbejdet i to af profilerne ved at foretage 3-4 søgninger på "workout", "fitness motivation", "gym motivation" og "gym" og dernæst interagere med omkring 30 videoer. Al manosfærisk indhold, der ikke også passer ind i interessen, bliver i den forbindelse forbigået uden interaktioner for ikke at anspore profilerne til eksponering af den type indhold.

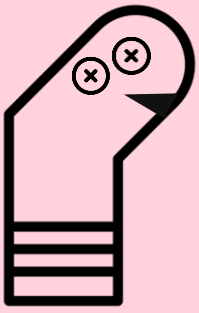
Herefter sættes profilerne til at auto-scroll i en time – dvs. at de "ser" alt indhold, der præsenteres uden at interagere yderligere med noget af det.

På den måde bliver der indsamlet data fra i alt 1.123 videoer fra de otte fiktive profilers TikTok-feed.

De otte profiler er ikke repræsentative for en gruppe. De er kvalitative cases på, hvad der kan møde unge med tilsvarende interesser.

To af profilerne har fået navne, der hovedsageligt anvendes af minoritetsetniske mænd, for at teste, om dette medfører markante udslag i, hvad algoritmerne eksponerer profilerne for. Det ser dog ikke ud til at have nogen betydning i vores forsøg.

Metoden er forklaret mere fyldestgørende i appendiks, hvor vi også diskuterer nogle af metodens ulemper og begrænsninger.



1.123

stykker indhold fra otte sock puppets

Datadonationer af TikTok-feeds

Vi har udnyttet EU's krav om, at de store sociale medier skal gøre deres brugeres data tilgængelig gennem en dataeksportfunktion. Herigennem har 29 unge mænd i aldersgruppen 15-22 år indvilliget i at hente deres data fra TikTok og videresendt det til os gennem en krypteret adgang. Det kaldes for datadonationer.

Udgangspunktet var at indsamle data fra TikTok, Instagram og YouTube, som alle benytter algoritmestyrede feeds med korte videoer og er udbredte blandt unge.

Det data, Instagram giver adgang til, viste sig imidlertid at være for begrænset til at kunne danne grundlag for en meningsfuld analyse. Udfordringen var, at brugernes dataeksport primært indeholdt links til indhold, de havde liket, og ikke indhold i deres faktiske feed. Vi har derfor fravalgt Instagram som datakilde. Det er særligt ærgerligt, da vores erfaring fra arbejde med platformene peger på, at Instagrams algoritme i særlig høj grad eksponerer brugerne for voldsomt eller antidemokratisk indhold.

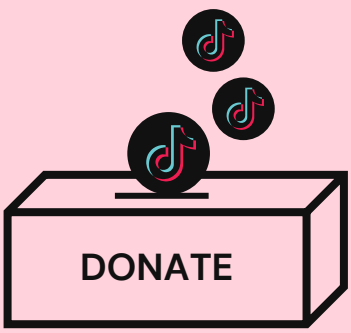
Vi indsamlede også YouTube-data fra ni unge, men da størstedelen af det i forvejen begrænsede materiale viste sig at komme fra én datadonor, vurderede vi det uhensigtsmæssigt at inddrage YouTube som datakilde i analysen.

TikTok leverer en fyldig historik over brugerens feed, og det lykkedes at indsamle 29 datadonationer fra unge mænd med knap 3,3 millioner unikke stykker indhold. Valget af TikTok som analysens datagrundlag er således også praktisk hensyn.

Datasættet indeholder links til videoer fra det seneste år samt tidsstempel for, hvornår de har set dem. Derudover har vi scrapet metadata til de enkelte videoer og billeder – dvs. information om afsender, hashtags, interaktioner og indholdsbeskrivelse.

Modsat de eksperimentelle sock puppets giver datadonationerne adgang til kolossale datamængder om virkelige unges adfærd på sociale medier. På den måde kan vi se, om de tendenser, vi finder gennem forsøg med kunstige profiler, også findes i virkelige unge mænds feeds. Der er ikke tale om en repræsentativ stikprøve af unge mænd, så resultaterne kan ikke uden videre generaliseres til hele befolkningsgruppen, men skal ses som et bidrag til det samlede billede.

Derudover har vi 54 TikTok-donationer fra unge kvinder i aldersgruppen 15-19 år, der ligeledes udgør omkring 3,3 millioner stykker unikt indhold. Dette datasæt anvendes i en separat analyse af mandehadsk indhold (se kapitel 5).



3,3 mio.

unikke stykker indhold

29 unge mænd

har doneret deres feed-data til undersøgelsen

DATADONATIONER GIVER ET INDBLIK I UNGE MÆNDS FEEDS

Det er på nuværende tidspunkt ikke muligt at lave en total og fyldestgørende opgørelse af mængden af manosfære-indhold i et feed. Analysemulighederne med de data, vi har fra datadonationer, er begrænsede af, at meget indhold ikke kan identificeres med de automatiserede værktøjer, der er nødvendige for at behandle så store datamængder. Desuden er meget skadeligt indhold fjernet gennem platformens moderation, inden det kan kategoriseres gennem en søgenøgle.

Det skyldes, at meget af indholdet ikke er identificerbart. Der er en forholdsvis stor andel af manosfære-relateret indhold, der ikke har en metatekst. Uden en metatekst – altså indholdsbeskrivelse og hashtags – der giver en indikation af indholdets karakter, kan det ikke opfanges og kvantificeres med en søgenøgle, da søgenøgler kun kan fange tekst.

Den manuelle gennemgang af indhold i forbindelse med sock puppet-eksperimentet viser desuden, at der er en del indhold, der er tydeligt manosfærisk, uden at det indikeres i metateksten. Ved at skjule det i metateksten eller slet ikke have metatekster undgår indholdet således at blive fanget af nysgerrige blikke udefra og måske også platformens egen moderation.

Omkring 20% af det donerede indhold var allerede slettet, da vi modtog datadonationerne. Det inkluderer med al sandsynlighed en del manosfærisk indhold, især i den groveste ende, der bryder platformenes retningslinjer. Det er uvist, hvor længe indholdet har været tilgængeligt på TikTok, inden det blev fjernet, men det har været der længe nok til, at de unge mænd havde fået det ind i deres feeds.

Tilsammen giver det et potentielt stort mørketal, hvorfor resultaterne kun kan ses som et minimum for mængden af manosfære-indhold. Det er dog også nok til, at vi kan vise, hvorvidt indholdet eksisterer i almindelige unge mænds feeds og hvordan det konkret kan se ud, når det gør. Derudover kan vi pege på eventuelle tendenser i indholdet.

AFGRÆNSNING AF ANALYSEMATERIALE GENNEM SØGENØGLER OG KODNING

For at kunne identificere relevant indhold til analysen har vi udviklet en søgenøgle. Den består af navne på aktører, centrale begreber, hashtags, vendinger og tematikker, som går igen i manosfæren. Søgenøglen fanger 39.008 stykker af det samlede indhold. Af det har vi gennemgået et tilfældigt udsnit på 2.585 stykker indhold og kodet det manuelt. Dette materiale er så yderligere blevet inddelt i analytiske kategorier, der beskriver forskellige temaer inden for manosfæren.

Nogle mere simple søgenøgler bruges desuden til at undersøge omfanget af fitness, dating, looksmaxxing og manosfære-aktører. Derudover har vi udviklet en separat søgenøgle til at identificere mandehadsk indhold i de unge kvinders feeds.

Interviews

Den kvalitative dataindsamling består af gruppeinterviews med fagpersoner og med drenge og unge mænd.

FAGPERSONER

I alt har vi talt med 69 danske fagpersoner på tværs af faggrupper og landsdele. Det inkluderer efterskolelærere, klubpædagoger, folkeskolelærere, gymnasielærere, skolepædagoger, erhvervsskolelærere og medarbejdere i SSP. 10 af dem er interviewet i grupper med fokus på, hvordan de oplever, at det digitale påvirker deres drenge, om de ser tråde fra manosfæren i deres praksis, og hvad de kunne tænke sig, at der blev gjort ved det.

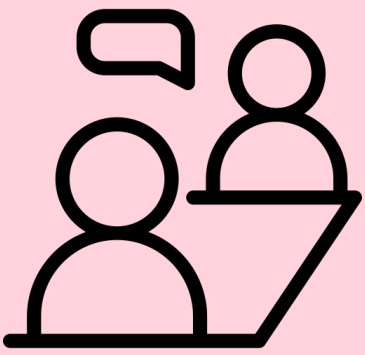
Fra de øvrige 59 har vi i løbet af efteråret 2025 og foråret 2026 indsamlet skriftlige beretninger. Her har vi spurgt dem om, hvorvidt de oplever, at drengene i deres praksis er påvirket af manosfæren, og hvordan dette konkret kommer til udtryk.

DE UNGE MÆND

Vi har i alt talt med 15 unge mænd, alle sammen i Hovedstadsområdet. De unge mænd er mellem 15 og 23 år gamle.

De unge mænd har vi interviewet om, hvilken betydning køn og kønsidealer har for dem, og hvordan det kommer til udtryk i deres forventninger, synspunkter og adfærd, og hvordan de oplever, at deres feeds påvirker dette.

Vi har ikke eksplicit spurgt dem ind til manosfæren, medmindre de selv bragte det op.



15 unge mænd

69 fagpersoner

(interviews med 10 fagpersoner og beretninger fra 59 andre fagpersoner)

03

Hvor meget fylder manosfæren i unge mænds feeds?

Analyse & Tal
Center for Digital Pædagogik

Resultaterne i dette kapitel beskriver omfanget af manosfærisk indhold og rigide mandeidealer i de unge mænds feeds baseret på datadonationer og sock puppet-profiler.

Stikprøven med datadonationer viser, at manosfærisk indhold og rigide mandeidealer optræder bredt i de unge mænds feeds. Selvom vi ikke ud fra materialet kan sætte et præcist, generaliserbart tal på mængden for alle drenge, dokumenterer data en bred tilstedeværelse. Variationen er stor, og eksponeringen spænder fra ugentligt til flere gange dagligt.

Samtidig belyser undersøgelsen en tendens til, at manosfærisk indhold ikke primært eksisterer som afgrænsede online fællesskaber, men i højere grad er blevet indlejret i mainstream indhold. Forsøg med de kunstige sockpuppet-profiler indikerer, at relativt almindelige interesser som fitness og dating kan overlappe med manosfærisk indhold og indhold med rigide mandeidealer. I kapitlet udfoldes, hvordan dette overlap ser ud.

03

Manosfærisk indhold er hverdagsstof for unge mænd

Næsten hver dag på trods af stort mørketal

Manosfærisk indhold og rigide mandeidealer rammer næsten samtlige unge mænd i undersøgelsen.

I stikprøven med 29 mandlige datadonorer har vi i gennemsnit kunnet identificere 290 stykker indhold på det år, vi har indsamlet data. Det svarer til, at de næsten dagligt bliver eksponeret for en visning af manosfærisk indhold – eller 5-6 videoer om ugen.

På nær to datadonorer, hvoraf den ene generelt ikke har været meget på TikTok sammenlignet med de øvrige 28, er de alle blevet eksponeret for manosfærisk indhold. Det er ikke isoleret til få personer, der kan have en interesse for emnet. Det er dog heller ikke ligeligt fordelt mellem datadonorerne – én person har fået vist mindst 18 stykker manosfærisk indhold om ugen, mens de fleste andre har fået vist mellem 1 og 12 om ugen.

Derudover bliver datadonorerne i gennemsnit eksponeret for 13-14 stykker indhold med rigide mandeidealer om ugen. Det svarer til to om dagen eller 700 stykker indhold om året.

Det er afgørende at understrege, at disse tal repræsenterer et minimumsskøn. På grund af skjult metatekst og platformens egen moderation er der et betydeligt mørketal, og derfor er mængden af manosfære-indhold i de unges feeds med stor sandsynlighed endnu mere omfattende.

Det mest interessante resultat er derfor også, at manosfærisk indhold optræder jævnligt hos næsten samtlige af de unge mænd, der har doneret deres data til undersøgelsen. Det er usandsynligt, at de alle skulle have en aktiv interesse for manosfærens budskaber, så hvorfor optræder det i nærmest samtlige af de unges TikTok-feeds, og hvilken rolle spiller TikToks anbefalingsalgoritme i det? En forklaring på det er, at datadonorerne alle er unge mænd, og at forskellige tilsyneladende urelaterede interesser kan overlappe med manosfærisk indhold. Den forklaring udfoldes i det følgende gennem sockpuppet-eksperimentet.

Primært amerikansk manosfære-indhold

Det manosfæriske indhold og indholdet med rigide mandeidealer, vi fandt i danske unge mænds feeds, var primært internationalt – særligt amerikansk. Dansk manosfære-indhold var stort set ikke til stede i de analyserede feeds. Det betyder ikke, at der ikke eksisterer dansk manosfære-indhold eller danske manosfære-aktører, men det indikerer, at internationalt indhold fylder mere i de unges feeds, og at de danske manosfære-aktører i perioden for datadonationerne ikke henvendte sig til den unge målgruppe. Feltet rykker sig dog hurtigt, og der er siden perioden for dataindsamlingen kommet flere større danske aktører, der henvender sig til unge mænd på sociale medier.

INTERESSER INDEN FOR FITNESS OG DATING SANDSYNLIGGØR EKSPONERING FOR MANOSFÆREN

Manosfærisk indhold kan snige sig ind i feedet gennem unge mænds almindelige interesser. Gennem vores sock puppet-eksperimenter har vi undersøgt, hvor hurtigt man kan blive eksponeret for manosfærisk indhold og skadelige mandeidealer, når man interagerer med indhold om fitness, dating, investering, gaming og manosfære-aktører.

I tabellen nedenfor ses de overordnede resultater af sock puppet-eksperimenterne. Vi har selv givet dem navn og alder og tildelt dem interesser ved at søge på og se indhold inden for de pågældende områder. Kolonnerne med hhv. første stykke manosfæriske indhold og rigide mandeidealer viser, hvornår de stødte på indhold af den type, og procenttallene angiver, hvor stor en del af indholdet ud af en times auto-scroll, der var hhv. manosfærisk og rigide mandeidealer.

Det fremgår blandt andet, at de profiler, der var sat op til at interessere sig for dating, hurtigt blev eksponeret for manosfærisk indhold og rigide mandeidealer. Den ene blev eksponeret for manosfærisk indhold efter 21 sekunder, og i alt udgjorde materialet mere end en femtedel af feedet i den time, profilen blev sat på auto-scroll.

Eksperimentet viser også, at interesse for fitness ligeledes kan styre en ung mand i retning af manosfærisk indhold og især rigide mandeidealer. Den type indhold udgjorde mere end hver fjerde video hos de profiler med interesse for fitness.

De to profiler med minoritetsetniske navne, Ahmed og Muhammad, er blevet eksponeret for samme niveau af manosfærisk indhold som de øvrige profiler. Undersøgelsen giver derfor ikke belæg for at antage, at etnicitet har en betydning for algoritmerne.

Navn	Alder	Interesse	Første manosfærisk indhold	Første indhold med rigide mande-idealer	Manosfærisk indhold udgør %	Rigide mandeidealer udgør %
Ahmed	17	Dating	3m 47s	1m 33s	16,6%	23,2%
Victor	19	Dating	21s	1m 22s	21,5%	24,8%
Emil	16	Fitness	1m 53s	1m 2s	4,4%	29,4%
Muhammad	19	Fitness	6m 52s	1m 33s	1,3%	25,2%
Oliver	17	Gaming	-	-	-	-
Malthe	18	Investering	-	1m 22s	0,9%	12,8%
Mathias	18	Manosfære-aktører	3m 36s	21s	16,1%	23,9%
Mikkel	16	Manosfære-aktører	2m 14s	1m 22s	20%	25,4%

Note: Varigheden af TikTok-indhold varierer fra få sekunder til flere minutter. Tidsforbruget vil derfor afhænge af, om profilerne tilfældigvis får vist en lang video eller flere korte klip. For at fjerne denne variation har vi beregnet den gennemsnitlige varighed af indholdet i undersøgelsen til 10,5 sekunder og anvendt denne varighed for hvert stykke indhold i tidsestimaterne ovenfor.

Baseret på analyser af data fra sockpuppet-forsøg.

Almindelige interesser leder til manosfæren

Det er en gennemgående pointe i undersøgelsen, at manosfærisk indhold ikke nødvendigvis findes isoleret fra andre interesseområder. Netop dating og fitness har grænseflader til og overlapper med manosfæren, især når der er fokus på tiltrækningsstrategier inden for dating og motivationsstrategier inden for fitness, som sock puppet-eksperimentet eksemplificerer. Også investeringsinteresser gav anledning til eksponering for rigide mandeidealer, mens algoritmen ikke knyttede manosfære-relateret indhold til gaming-interessen i dette eksperiment.

I det følgende beskrives mere detaljeret, hvordan manosfærisk indhold og rigide mandeidealer optrådte inden for de forskellige interesse-profiler.

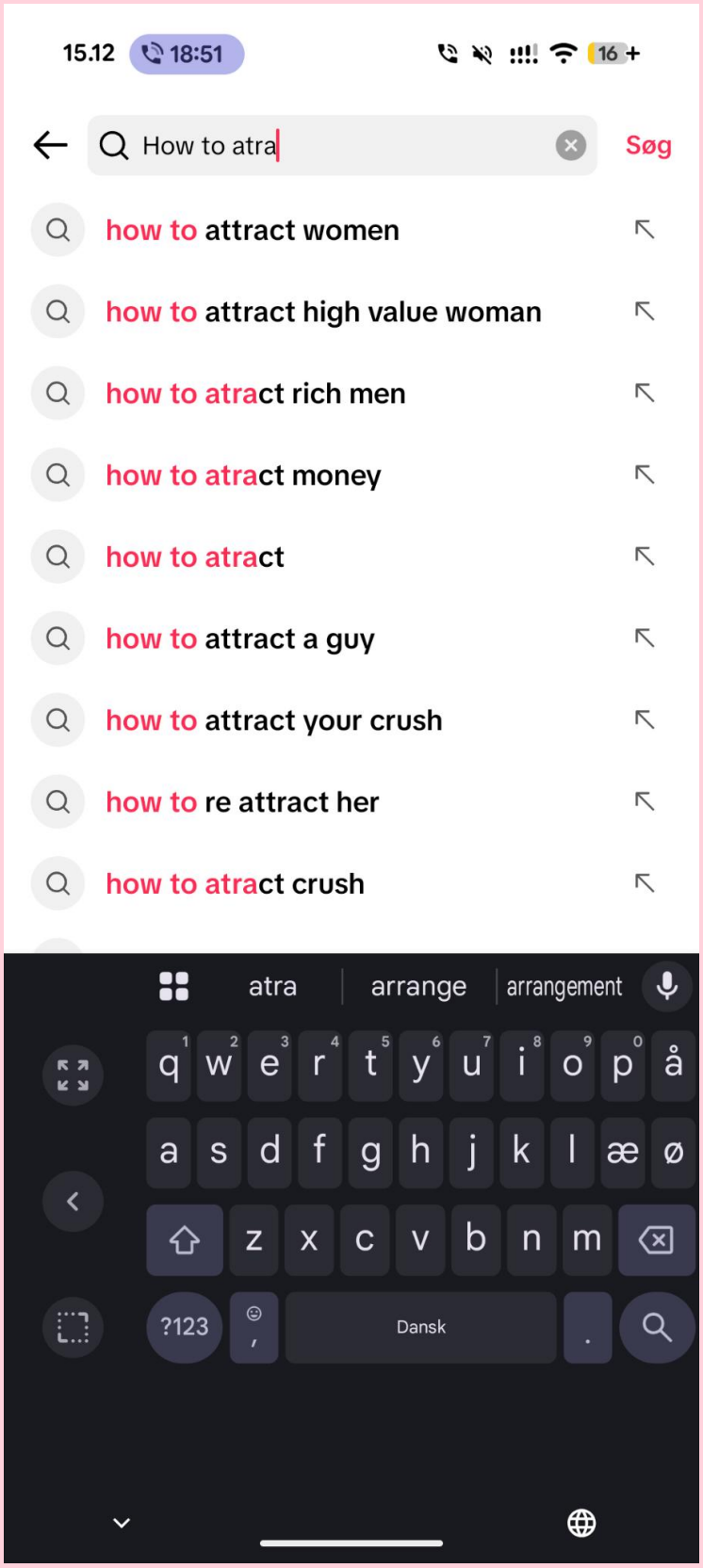
TIKTOKS SØGEFUNKTION NUDGER MANOSFÆRISK INDHOLD

Den interessetype, der fik den største andel af manosfærisk indhold, var dating. Det manosfæriske indhold hos denne interessetype handlede i høj grad om opfordring til manipulation, objektivisering og ringeagt af kvinder. Det var stærkt præget af en biologisk essentialisme i form af (nedgørende) antagelser om kvinders natur, og hvordan man som mand kan 'hacke' denne. Der lå en underliggende antagelse om mænds hyperseksualitet og ret til kvinder, og at mænd skal være følelseskolde, ubehagelige og kontrollerende for at blive valgt til af kvinder.

En vigtig pointe i den forbindelse er, at dating (ligesom fitness og investering) er et bredt interesseområde med mange forskellige typer af indhold. Vi valgte at følge nogle af TikToks egne søgeforslag, og det er sandsynligvis dem, der bidrager til at gøre vores dating-interesser så tæt overlappende med manosfærisk indhold, som det er tilfældet.

Allerede søgefunktionen er med til at nudge unge mænd mod manosfærisk indhold og rigide mandeidealer. Screenshottet på næste side viser fx, at TikTok foreslår søgningen "how to attract high value women", når vi på vegne af en falsk profil ville søge på "how to attract women". Netop "high value women" er del af en jargon, der går igen inden for manosfæren.

Eksperimentet illustrerer således, hvor stor betydning algoritmen bag TikTok kan have for at lede brugere i retning af manosfærisk indhold – også selvom det ikke er brugerens oprindelige hensigt.



Genskabt eksempel på søgning, der illustrerer, hvordan TikTok foreslår bestemte søgefraser

TIKTOK MODERERER KENDTE MANOSFÆREAKTØRER

Interessetypen med næststørst forekomst af manosfærisk indhold var 'kendte manosfære-aktører'. At interessen for kendte manosfære-aktører ikke gav mere manosfærisk indhold, skyldes efter vores vurdering blandt andet, at indhold med Andrew Tate er stærkt modereret på TikTok. Faktisk er både søgeforslag og søgeresultater med Tate stærkt begrænsede og tydeligt modererede og indeholder ydermere advarsler om hadefuldt indhold. Hashtags relateret til Andrew Tate er ligeledes fjernet fra platformen. Andre manosfæreaktører som Brian Atlas, Myron Gaines eller Sneako virker derimod ikke til at være modererede, og der kommer ingen advarsler ved søgning på disse.

Mandeidealet blandt disse aktører bygger i høj grad på at være følelseskold, have kontrol, og at det bør være lidelsesfuldt at være mand. Profilerne var sat op til at interessere sig for manosfæreaktørerne Fresh&Fit, Whatever Podcast, Andrew Tate, Tristan Tate og Sneako, men fik bl.a. også passivt serveret indhold med andre manosfære-aktører som for eksempel Clavicular (7 videoer) og Justin Waller (13 videoer).

INTERESSE FOR FITNESS GIVER STØRST EKSPONERING FOR RIGIDE MANDEIDEALER

Interessetypen fitness var den interessegruppe, der blev eksponeret for den største mængde af indhold med 'rigide mandeidealer' (27,3%). Her fyldte især budskaber om, at en mand skal være stærk, følelseskold og isoleret for at være en rigtig mand. Omvendt var det kun cirka tre procent af indholdet hos profilen med fitness som interesse, der var direkte manosfærisk.

INTERESSE FOR PENGE GIVER INDHOLD MED RIGIDE MANDEIDEALER, MEN IKKE MANOSFÆRISK INDHOLD

Interessetypen investering fik 13% videoer med rigide mandeidealer, hvoraf de fleste handlede om, at en rigtig mand ikke har brug for andre mennesker og bør være følelseskold. Her var der flere forekomster af rigide mandeidealer leveret af Andrew Tate. Der var til gengæld kun enkelte videoer med decideret manosfærisk indhold (1%). Der var flere mandeidealer om, at rigdom er det eneste, der giver en mand værdi – eller opfordringer til at blive rig gennem umoralske og ulovlige metoder. Selvom disse kan være problematiske, er de ikke talt med i opgørelsen, da de ikke falder inden for afgrænsningerne af rigide mandeidealer i undersøgelsen.

GAMING-PROFILEN FIK INTET MANOSFÆRISK INDHOLD ELLER INDHOLD MED RIGIDE MANDEIDEALER

Interessetypen gaming fik hverken decideret manosfærisk indhold eller indhold med rigide mandeidealer. Indholdet var markant mere barnligt end det, de andre profiler fik, og det handlede næsten udelukkende om gaming i alle forsøgets faser. Profilen blev ikke eksponeret for noget, der gav udslag som manosfærisk eller rigide mandeidealer, men den blev dog præsenteret for enkelte tilfælde af andre typer problematisk indhold såsom kønsstereotypiserende og racistisk indhold.

Hvad siger feedet om kvinder, mænd og samfund, hvis man interesserer sig for ...

Dating

Kvinder er manipulerende, løgnagtige, hypergamiske, ekstremt følelsesstyrede og går kun op i mænds udseende og status. **Kvinder bør** være bløde, loyale, medgørlige og altid respektfulde overfor mænd, og det bør være deres rolle at bringe ro og balance ind i en mands liv. Kvinder ved ikke selv, hvad der er bedst for dem og ønsker i virkeligheden ikke en god mand. Kvinder ønsker derimod at være underkastede, bløde og traditionelt feminine. De ønsker drama og uforudsigelighed i et forhold. Kvinder ønsker at undgå at tage beslutninger selv og at blive guidet af en mand.

Mænd er naturligt territoriale og dominerende. **Mænd bør** være følelseskolde, kontrollerende og utilgængelige. De bør undgå at være søde ved kvinder, følsomme eller bløde. De forventes at lede og forsørge.

Samfundet favoriserer kvinder frem for mænd og feminiserer mænd, så de bliver bløde og svage.

Fitness

Kvinder er overfladiske. De vil være dig utro og knuse dit hjerte. De tiltrækkes kun af stærke, succesfulde mænd. Kvinder er en distraktion og belønning for en mands succes.

Mænd er i konstant konkurrence med alle andre mænd. De skal være stærke, følelseskolde og disciplinerede og skal konstant kunne præstere. De bør have et perfekt ansigt og en veltrænet krop, og hvis ikke de formår det, er de dømt til at fejle i livet. "Without opening his mouth, a dude who is fit [...] immediately gets attention, recognition and respect". **Mænd bør** være rige og succesfulde for at få adgang til kvinders kroppe og andre mænds anerkendelse. At være mand er at lide, og en mands eneste hindring for at blive til noget er hans eget svage sind. Mænd fortjener ikke, at andre kan lide dem. Omsorg fra andre gør mænd svage, og de bør bruge fitness som det eneste afløb for psykisk smerte og mistrivsel. "Life just sucks. That's just life."

Samfundet forfordeler mænd og ophøjer kvinder. Livet som mand er lidelsesfuldt og ensomt, og ingen vil mænd det godt. Ingen kan lide, elske, acceptere eller respektere mænd, der er overvægtige eller ikke arbejder hårdt.

Penge

Kvinder er et mål, der kan opnås gennem succes og rigdom, på samme måde som dyre biler. Samtidig er kvinder og sex med kvinder en distraktion fra, at du kan opnå dit fulde potentiale som rig mand. "Focus on money, love is a scam."

Mænd bør være følelseskolde, hårdtarbejdende og villige til at være umoralske og til tider kriminelle i deres stræben efter rigdom. Allerede som helt ung bør en mand fokusere al sin tid og energi på at blive så rig som muligt. En rig og flashy livsstil er målet og bør opnås gennem hårdt arbejde ('grind') og smarte tricks ('hustle'), hvorimod et almindeligt lønarbejde er umandigt og uværdigt. Unge smukke kvinder og store dyre biler er billedet på en mands succes. Hvis du som mand ikke er økonomisk velstillet, er det udelukkende din egen skyld, da intet livsvilkår kan være skyld i, at du er fattig – kun din egen mangel på beslutsomhed, hårdt arbejde og smarte tricks.

Samfundet: Almindelige lønarbejdere er undertrykte og underlagt et samfund, der ikke vil mænd godt.

Manosfære-aktører

Kvinder er uintelligente, promiskuøse, løgnagtige, manipulerende, hypergame og selvforherligende. De er arrogante og virkelighedsfjerne, fordi de konstant er omsværmede af mænd, der giver dem komplimenter og gaver. De er uegnede til magt og politik grundet deres overdrevne empati, og deres plads bør være i hjemmet. Kvinder mister værdi med alderen og antal sexpartnere og rangeres herefter på SMV ('seksuel markedsværdi'). Kvinder elsker at spille ofre. De bør ikke gå i byen, være letpåklædte eller have mange sexpartnere. **Kvinder bør** være ungdommelige, jomfruelige, smilende, feminine og overbærende. Kvinder er som børn, der ikke formår at tage beslutninger selv og er impulsstyrede. Derfor har de brug for ledelse. De har brug for mænd til at sørge for deres fysiske sikkerhed, økonomiske velstand og til at tage beslutninger. De vil udelukkende have mænd, der er meget succesfulde, og det er dermed kvinders skyld, at mænds liv er præget af lidelse og hårdt arbejde.

Mænd er i konkurrence med alle andre mænd. En mands respekt og værdi er bundet til status og præstation. **Mænd bør** være hårde og følelseskolde. Utroskab er naturligt for mænd.

Samfundet ville være bedre for både mænd og kvinder, hvis kvinder fokuserede på at få en familie i stedet for at få en uddannelse eller karriere. Kvinders empati ødelægger samfundet. Samfundet ville være bedre, hvis kvinder ikke havde stemmeret. Samfundet er indrettet til kvinders fordel, og ingen kerer sig om mændene.

04

Hvordan ser manosfæren ud i unge mænds feeds?

&# Analyse & Tal
Center for Digital Pædagogik

Hvor sidste kapitel beskrev omfanget af manosfærisk indhold og indhold med rigide mandeidealer i unge mænds feeds baseret på data fra sock puppet-eksperimenter og datadonationer, beskriver dette kapitel, hvordan det så ser ud i unge, danske mænds feeds, og hvordan både fagpersoner og de unge selv oplever det. I dette kapitel inddrages data på tværs af datakilder – datadonationer, sock puppet-eksperimenter, interviews med unge mænd og fagpersoner.

Tematisk er kapitlet bygget op omkring de enkelte idealer fra *The Man Box (se side 15)*. Følgende afsnit behandles i kapitlet:

- Mænd skal holde deres smerte for sig selv
- Looksmaxxing: Mænd skal have det helt rette udseende
- Idealet om hyperseksualitet indebærer mænds ret til kvinders kroppe
- Aggression, kontrol og dominans: Mænd bør bestemme over kvinder
- Mænd skal være stærke og følelseskolde: Mænd er kolde, kvinder er for følelsesstyrede
- Rigide kønsroller: En rigtig mand forsørger sin familie, og kvinder trives bedst i hjemmet
- Homofobi og transfobi: Queerness er udtryk for et samfund i forfald

04

Mænd skal holde deres smerte for sig selv

Du bør være i konstant konkurrence med alle andre mænd, og de vil dig det som udgangspunkt ikke godt. I undersøgelsen, særligt blandt sock puppet-profilerne, finder vi narrativer om, at andre mennesker vil mænd det dårligt, at støtte fra andre gør mænd svage, og at mænd er i konstant konkurrence med andre mænd.

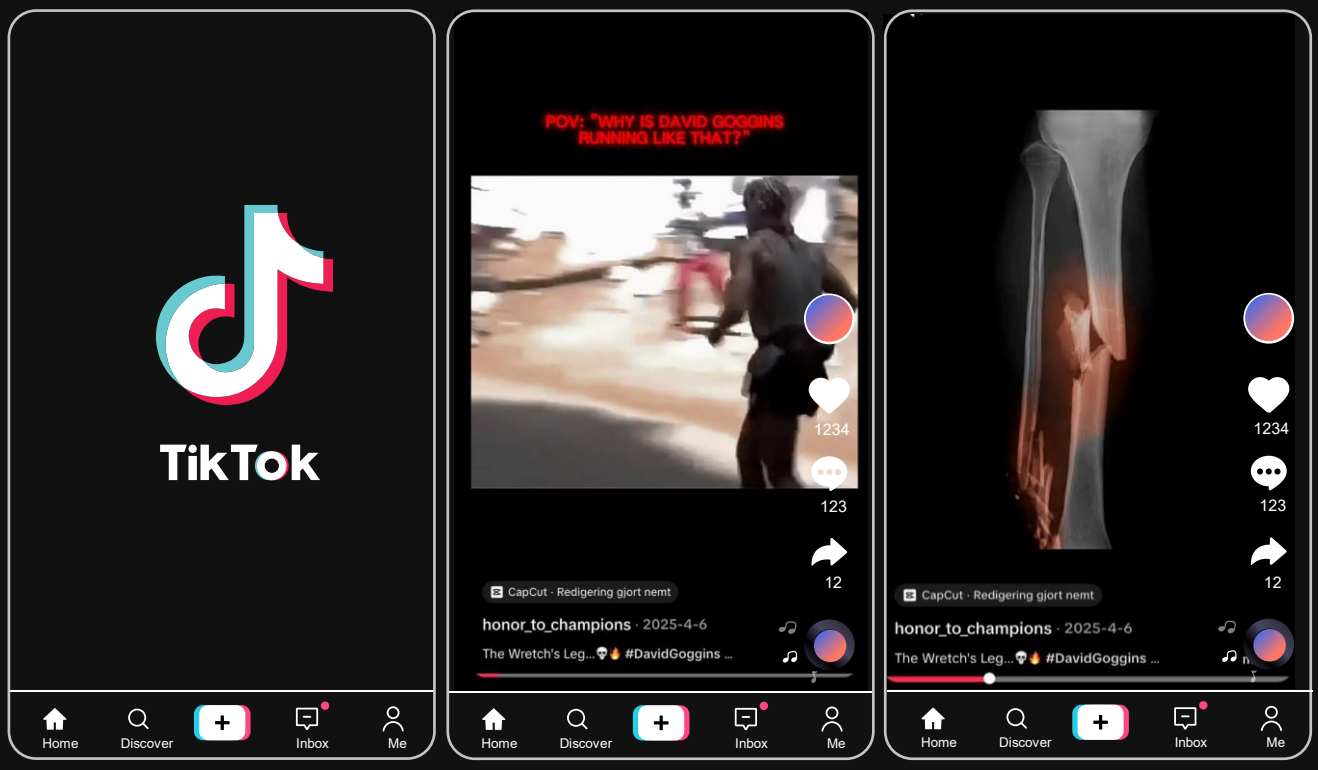
At være mand er at lide i stilhed. Ideen om at være mand er – og bør være – at lide. Det er et af de mest betydningsfulde narrativer på tværs af indholdet, vi har analyseret. Det kommer til udtryk på flere måder i indhold. Det kan være ved at pointere, at mænd er svage, hvis de søger hjælpe, eller at de bør holde deres følelser for dem selv. Men vi finder også indhold, der direkte prædiker, at mænd ikke må hygge sig. Det kan være indhold, der gør grin med mænd, der har lyst til at være glade, være sammen med deres venner uden et større formål eller 'spilder deres tid' med fx at spille videospil.

En mand skal være stærk, både fysisk og mentalt. Indhold om, at mænd bør være fysisk stærke og mentalt stærke, følges ofte ad. Denne styrke rammesættes ofte som evnen til at udholde og skjule smerte, hvad end den er fysisk eller mental.

David Goggins fortæller unge mænd, at de skal holde deres smerte for sig selv, og at de ikke har brug for andre mennesker. I både datadonationer og hos de fitness-interesserede sock puppet-profiler er forfatter, maratonløber og tidligere soldat David Goggins en af de mest prominente figurer, når det kommer til rigide mandeidealer. Goggins' videoer med disse budskaber er set af mindst 1/3 af alle vores mandlige datadonorer. For profiler, der interesserer sig for fitness, udgør indhold med Goggins hele 11% af alt indhold*. Indholdet udgør også en betydelig andel af indholdet med rigide mandeidealer fra datadonationer. Det er – som med de fleste aktører – sjældent Goggins selv, der er afsender på indholdet, men rettere en lang fragmenteret række af profiler, der klipper indhold ud og formidler hans budskaber. Budskaber, der fortæller de unge mænd, at de bør holde deres fysiske og psykiske smerte for sig selv, at de ikke har brug for andre mennesker, og at andres omsorg er negativ. Nogle af de mest gengivne citater fra Goggins på tværs af feeds er "It's you against you ...", "You had nobody anyway motherfucker, look around you. There was no fucking team." og hans slogan "stay hard".

**baseret på sock puppet-eksperimentet: Goggins figurerer 34 gange ud af de i alt 309 videoer set af de fitness-interesserede profiler*

'En rigtig mand løber med et brækket ben'



"Why is David Goggins running like that?", står der hen over skærmen på et videoklip af Goggins, der løber et ultramaraton. Derefter klippes der til en samling billeder af røntgen af et brækket ben, et billede af et svært brækket ben og en video, hvor Goggins langsomt piller sine sorte tånegle af sin fod.

Under videoen står der hashtags som #gogginsmentality, #resilience og #motivation efterfulgt af "Discover the incredible motivation behind David Goggins' 135-mile run and the challenges he faced with his legs. Join his journey of resilience!"

Denne video er altså et stykke motivationsindhold, der viser et ideal om, at en rigtig mand kan løbe et maraton med et brækket ben uden at fortrække en mine.

Data: TikTok video fra datadonationer. Den optræder hos en enkelt donor.

Altså, det er jo svært ikke at tænke på Andrew Tate, og at han har haft stor indflydelse på min udvikling. Der er ret mange, der for eksempel tager stoicisme og laver et forvrænget billede af, at du overhovedet ikke må vise følelser, og det kan godt blive lidt giftigt

Martin, 21 år

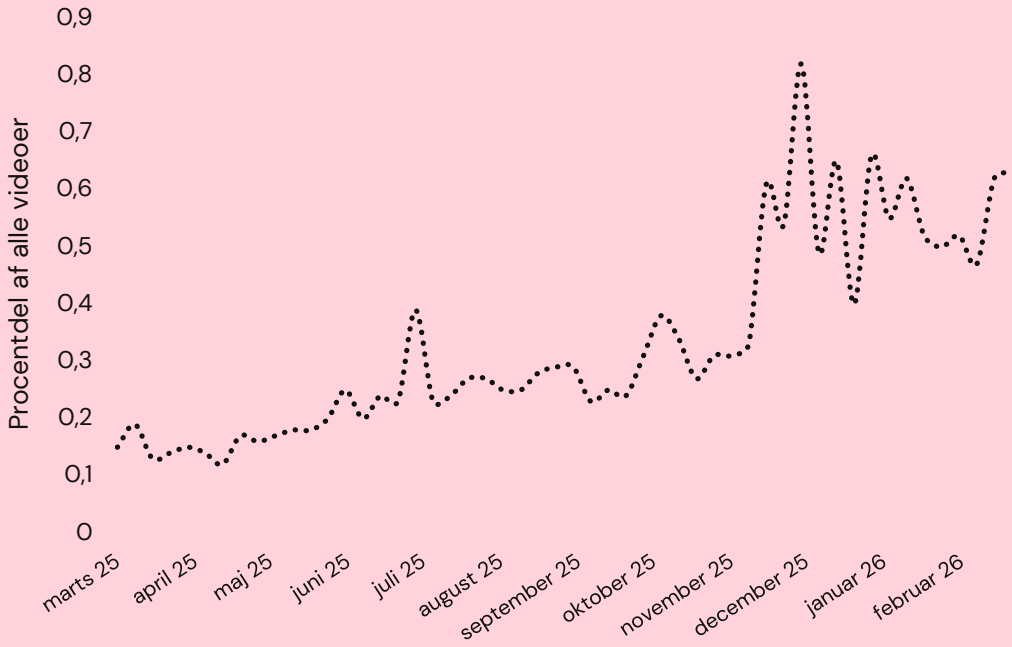
Looksmaxxing: Mænd skal have det helt rette udseende

Looksmaxxing boomer i unge mænds feeds. Den mest markante udvikling, vi har identificeret i vores datadonationer fra de 29 unge mænd, er stigningen i mængden af indhold relateret til manosfære-fænomenet looksmaxxing. Baseret på vores analyse af hashtags og fraser relateret til looksmaxxing så vores mandlige datadonorer i snit 25 videoer om ugen i februar 2026, der relaterede sig til looksmaxxing. Det udgør en stigning på 200% sammenlignet med marts 2025. Stigningen tog for alvor fart fra slutningen af 2025, hvor eksponeringen steg fra 0,3% til 0,6% af det samlede indhold, og i en enkelt periode nåede det helt op på at udgøre 0,8% af den samlede mængde indhold i de unges feeds.

Looksmaxxing-indhold udbreder også kvindehad. Looksmaxxing stammer fra den kvindehadske incelsfæren (læs mere i kapitel 1, side 20-21). 17% af looksmaxxing-indholdet i undersøgelsen er kategoriseret som decideret manosfærisk. Det er især grundet indhold med stærke narrativer om hypergami og objektivisering af kvinder.

Looksmaxxing-influenceren Clavicular fylder meget. Det store spring i slutningen af 2025 falder sammen med en hastigt fremvoksende popularitet hos en influencer med profilnavnet *Clavicular*. Clavicular er den looksmaxxing-influencer, der fyldte mest i de undersøgte feeds doneret af unge, danske mænd og drenge. Han gik også igen i samtlige fokusgruppeinterviews med drenge og unge mænd, hvor drengegrupperne selv bragte ham op. (Læs mere om Clavicular i kapitel 1, side 21).

Udvikling af eksponering for looksmaxxing-indhold



Opgørelsen baserer sig på data fra 29 unge mænd, som har givet os lov til at få adgang til det seneste års visnings-historik på Tiktok.

Note: Looksmaxxing er identificeret ud fra en søgenøgle bestående af en lang række hashtags og ord, der er relateret til fænomenet. Det er for eksempel hashtags som #looksmaxxing, #clavicular, #blackpill, #bpedit og #sub5 eller ord som psl rating, framepill og lignende.

Looksmaxxing giver målet, midlet og grunden til at opnå det rette udseende. Looksmaxxing handler overordnet om, hvordan du optimerer dit udseende, så du får et millimeterperfekt ansigt, de helt rette brede skuldre og den rette højde. Det hele pakkes ind i narrativer om, at det perfekte udseende er nøglen til et godt liv med succes, sex og kærlighed. Der er også andre narrativer om det rette udseende, der fylder i unge mænds feeds, for eksempel idealet om den muskuløse krop og narrativer om at overvægt er det ultimative tegn på, at man har svigtet som mand.

Looksmaxxing-indhold opfordrer unge mænd til at nedgøre og vurdere hinandens udseende i kommentarsporet. Data fra både sock puppet-profiler og datadonationer viser, at både indhold relateret til looksmaxxing og indhold relateret til dating opfordrer unge mænd til at uploade et billede af sig selv i kommentarsporet for at få svar på, hvorvidt de er dømt til et dårligt liv eller et liv uden kærlighed. Til billederne af deres ansigt skriver de ofte "am I cooked?" (som betyder 'er jeg for grim'), "is it over for me?" ('kan jeg lige så godt give op?') eller "how can I fix it?" (med reference til deres ansigt og dermed deres chancer for kærlighed og/eller sex). "Go to the comments and type 'am I cooked' and let them decide."

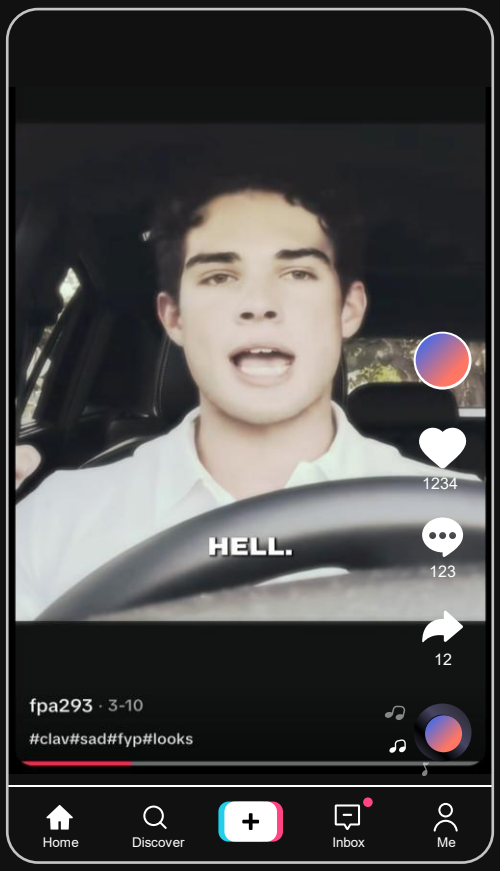
Looksmaxxing-indhold promoverer stoffer og kirurgi. På tværs af unge-interviews, sock puppet-profiler og datadonationer viser undersøgelsen, at looksmaxxing-indhold i mange tilfælde promoverer stoffer – særligt ulovlige peptider og hormoner. Data fra datadonationer viser også, at kirurgi og nogle gange andre ekstreme metoder som bonesmashing (at slå sig selv i ansigtet med en hammer for at styrke knoglestrukturen i ansigtet) også promoveres sammen med looksmaxxing som midler til at opnå det perfekte udseende.

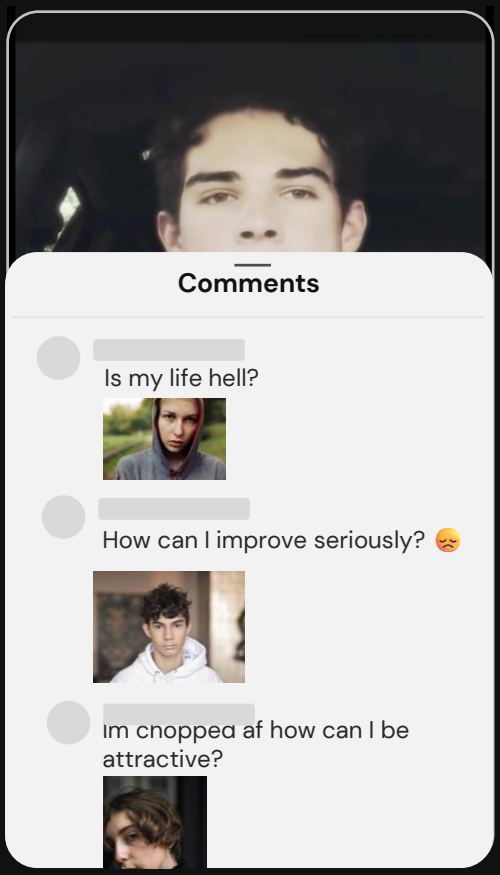
Fagpersonerne ser en ekstrem optagethed af egen krop blandt de unge mænd, men de kalder det ikke looksmaxxing. Undersøgelsens interviews med fagpersoner viser, at mange oplever, at overdreven fokus på udseende har spredt sig blandt drengene. Fagpersonerne italesætter det ikke selv som looksmaxxing. Det kan bl.a. skyldes, at disse interviews fandt sted, inden der var mainstream mediebevågenhed på fænomenet.

Unge mænd får reklamer for apps, der giver et lynkursus i incel-ideologi. Datadonationerne viser, at unge, danske mænd møder mange reklamer for looksmaxxing-apps. Disse apps har ifølge reklamerne til formål at analysere dit ansigt og give dig tips til, hvordan du kan forbedre dit udseende. Før man får adgang til funktionaliteterne i appen, skal man i flere tilfælde klikke sig igennem et lynkursus i incel-ideologi ("blackpill"). Her får man en nedkogt gennemgang af centrale ideer, udtryk og logikker fra blackpill. For at få en AI-vurdering af sit ansigt skal man typisk vælge, om man vil betale eller modtage appens reklamer for looksmaxxing-udstyr, herunder peptider, hagerem eller mundtape. (Læs mere om *blackpill* i kapitel 1).

Looksmaxxing-indhold er en forretning. Clavicular og hans følgere udnytter det, der kaldes *clipping economy*, hvor fx et interview klippes op i mange små bidder i stedet for at blive delt som én lang video. Med den strategi delte Clavicular og mange andre profiler 69.000 videoklip på tværs af platforme på en måned med over 2 milliarder visninger i alt (opgjort af streaming-platformen Kick, 5. marts – 5. april 2026). På den måde bliver algoritmen bag fx TikTok styret i retning af hans indhold, der således bliver præsenteret hyppigere i de unges feeds. (Læs mere om Clavicular i kapitel 1, side 21).

"Jeg kan garantere dig, at hvis du ikke er attraktiv, så vil dit liv være et helvede"





"Jeg kan garantere dig, at hvis du ikke er attraktiv, så vil dit liv være et helvede". Det fortæller den virale looksmaxxing-influencer og Kick-streamer Clavicular.

Han fortæller, at så snart du begynder at få et bedre udseende, ændrer alt sig pludseligt for dig. Kommentarsporet er fyldt med unge mænd, der vil vide, om de kan forvente, at deres liv bliver et helvede og søger råd til, hvad de kan gøre ved det.

Læs mere om Clavicular og Kick i afsnit 1, side 21-22.

Peptid-salg med #looksmaxing

Indhold fra en dansksproget profil der åbenlyst sælger peptider. I opslaget lover de hurtig levering og viser et lager af forskellige peptider og uregulerede lægemidler.

Data: Begge eksempler er TikTok-videoer fra datadonationer. Ved det øverste eksempel er medtaget tre anonymiserede kommentarer til videoen. Det nederste eksempel er set af 10 ud af de 29 mandlige datadonorer.

Der kommer jo nogle tanker, som jeg ikke lige tænker stammer fra det her content, men så ser du dig selv i spejlet og tænker: 'okay, ser jeg mærkelig ud i ansigtet?' **- Lucas, 15 år**

Jeg får mest sådan nogle before and after. Ofte en gut som starter med at være usikker på sig selv og så sprøjter han nogle research chemicals ind i sin krop og får en bedre knoglestruktur i ansigtet og bliver flottere og sådan noget. Og så inspirerer det andre til at, ja, sprøjte peptides og steroider ind i kroppen. Så, ja, det er mest de videoer, jeg ser, eller jeg får i min For You Page. **- Oscar 15 år**

Hear me out. Jeg tror faktisk at blackpill har en god fanbase. Det handler jo bare om at være den bedste version af sig selv, og den ideologi er jo god nok. Men altså, at begynde at bonesmashe og sprøjte peptider, det er jo måske skidt.
- Elias, 15 år

Det er jo også vigtigt at snakke med hinanden om det. Vi ved jo i teorien ikke, om vores klassekammerat går hjem og ser på blackpill og looksmaxxing, og er så deep into it, at han tager livet af sig selv. Det ved vi jo ikke ***- Mathias, 15 år***

Min For You-page, er bare fyldt med det der peptides.
Jeg tror BP [blackpill-indhold, red.] *er tre eller fire ud af fem videoer i mit feed* **- Oscar, 15 år**

Drengene er generelt begyndt at drikke mindre end pigerne, fordi de går op i deres fitness goals. Til gengæld er de begyndt at tage steroider, for det ser de blive normaliseret på nettet
- SSP medarbejder

Idealet om hyperseksualitet indebærer mænds ret til kvinders kroppe

Interesse for dating promoverer mænds hyperseksualitet. Sock puppet-analysen finder, at særligt unge mænd med interesse for dating får indhold, der promoverer mænds hyperseksualitet. Her er det særligt indhold om, hvordan man kan manipulere kvinder til at have sex med sig, der fylder. Det samme gælder profilerne med interesse for kendte manosfære-aktører, men her handler indholdet mere eksplicit om at bruge mænds hyperseksualitet og kvinders ansvar herfor til at underbygge anti-ligestillingsnarrativer. I de dating-interesserede feeds kommer det ofte til udtryk i AI-genererede videoer om scoretricks og i indhold fra dating-guruer.

Mænds hyperseksualitet naturliggør begrænsning af kvinders udfoldelsesmuligheder. I data fra både datadonationer og sock puppet-profiler finder vi, at begrænsningen af kvinders udfoldelsesmuligheder retfærdiggøres med, at mænd ikke kan lade være med at have sex med, forsøge at have sex med eller forsøge at score kvinder, der går i byen eller er letpåklædte. Indhold om at mænd (modsat kvinder) gerne må være utro, fordi det er biologisk indlejret i dem, fylder også. Disse narrativer bruges hyppigt til at forklare mænds behov for kontrol og dominans i romantiske relationer til kvinder.

Manosfære-podcasts er hyppige afsendere af idealet om mænds hyperseksualitet. Indhold om mænds hyperseksualitet og det afledte kontrolbehov over kvinder kommer oftest til udtryk i klip fra kendte manosfære-podcasts som Fresh&Fit og Whatever Podcast.

Fagpersoner oplever en grov, seksualiseret og kønnet omgangstone. De oplever, at den indbyrdes omgangstone blandt unge er blevet grovere og af mere seksualiseret og kønnet karakter, særligt rettet fra drengene mod pigerne og kvinderne. Fagpersonerne fortæller, at dette skaber en utryghed for deltagelse i det større fællesskab blandt pigerne, og i enkelte tilfælde en seksuelt ladet ringeagt for kvindeligt fagpersonale.

Baseret på analyser af data fra sock puppet-forsøg, datadonationer og interviews med danske fagpersoner.

Kvinders værdi falder med alderen, men mænds stiger

Myron Gaines fra Fresh&Fit Podcast forklarer, at en kvindes seksuelle markedsværdi ('SMV') falder, efter hun er 35 år gammel, hvorimod en mands værdi stiger.

Dette skyldes ifølge Myron Gaines, at det, kvinder har at byde på (ungdommelighed, sex, seksuel attraktivitet, fertilitet) falder med alderen, mens det, en mand har at byde på (rigdom og succes), stiger.

Dette bruger han til at underbygge, at kvinder ikke bør gøre karriere og få lange uddannelser, da deres værdi når at falde for meget med årene, så de ender med at stå tilbage uden værdi (for mænd) som 35-årige.

Alt dette bruger han til at sige, at feminismen er vores samtids største problem, da verden bør indrettes efter mænds og kvinders biologisk indlejrede forskelligheder.

Han siger, at en kvindes primære 'agency' hverken er hendes karriere, intellekt eller uddannelse, men snarere hendes evne til at reproducere – det feministiske samfund berøver altså kvinders mening med livet, når de opfordres til at få en karriere. Det eneste, der kan give kvinder en mening med livet, er nemlig familie.

Data: Dette er en TikTok-video fra datadonationer

En dreng sagde til en af de store pigers lillebror, at 'hvis du ikke passer på, så voldtager jeg din søster'.
Klubpædagog

Der kan af og til komme nogle ytringer – både fra piger og drenge – som enten stammer direkte fra manosfæren/Tate eller refererer dertil. Udsagn som 'hun skal bare kende sin plads', 'Hun er en klam sædbank' og lignende
Lærer på ungdomsuddannelse

Nogle drenge i min gamle 8. klasse gik meget op i Andrew Tate pga. træning og kost. Jeg tog nogle citater med fra Andrew Tate for at vise hans mest problematiske sider. Et af dem handlede om, at kvinder i let påklædning, som gik alene om natten, selv var skyld i, hvis de blev voldtaget. Det viste sig, at drengene i stort omfang var enige i citatet. Kvinder skulle tænke over sit tøj og lade være med at gå steder, hvor de var særligt udsatte, for ellers var de i hvert fald delvist selv skyld i, at de blev voldtaget.
Folkeskolelærer

Vi havde en elev, der ikke ville undervises af en kvindelig lærer. Da han kom til samtale om det efterfølgende, fulgte han op med detaljeret at beskrive, hvad han ville gøre ved hende seksuelt.
SSP-konsulent

Aggression, kontrol og dominans: Mænd bør bestemme over kvinder

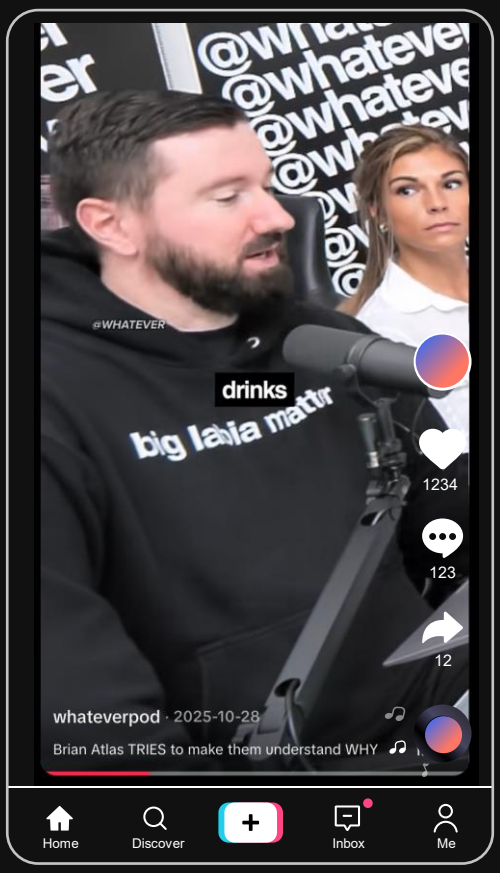
Dating-indhold til mænd prædiker dominans over kvinder. Det ser vi gennem vores sock puppet-undersøgelse, hvor interesse for dating afføder indhold om kontrol af kvinder. Ideen er, at kvinder bør kontrolleres og domineres med hård hånd. Dette forklares blandt andet med, at det er naturligt for mænd at dominere og nødvendigt for kvinder at blive domineret. I sockpuppet-undersøgelsens dating-interesserede feeds var et gennemgående argument også, at kvinder er biologisk disponerede til at manipulere og kontrollere mænd, hvis ikke mænd kontrollerer og dominerer kvinder.

'Mænd bør kontrollere, hvad deres partner har på og ikke lade dem gå i byen'. Det er et af de typiske narrativer om kontrol, der florerer i undersøgelsens manosfæriske indhold såvel som datadonationer og sock puppets. Det fremføres som naturgivent, at kvinder ikke bør have mulighed for at gå i byen, være letpåklædte eller være venner med mænd. Nødvendigheden af denne kontrol underbygges typisk med, at (andre) mænd ikke kan lade være med at forsøge at have sex med kvinder, hvis muligheden byder sig.

Aggression er et ideal i fitness-indhold. Fitness-indholdet i vores sock puppet-undersøgelse optræder ofte sammen med aggressiv underlægningsmusik, klip fra voldsom kampsport og belærende, aggressive råb. Indholdet promoverer generelt en meget aggressiv og vred tilgang til livet.

Mandighed bindes op på testosteronniveau og aggressivitet. I data fra datadonationer florerer en bio-essentialistisk idé om, at mængden af testosteron i kroppen er afgørende for ens mandighed, da det blandt andet gør mænd mere aggressive. Det rammesættes sommetider som 'testosteronemaxxing'. Indholdet kan fx være afbildninger af aggressive mænd i sort/hvid, der enten slås, råber, laver armbøjninger eller spænder deres muskler – som regel ledsaget af et lydspor med voldsom musik og/eller en mandestemme, der råber. Der figurerer en idé om, at både bestemt mad, men også bestemt onlineindhold, kan fremme forekomsten af testosteron hos mænd. Mandighed er altså bundet op på testosteronniveau og aggressivitet.

Unge mænd oplever, at samfundet forventer, at de er aggressive. I de udførte interviews med drenge og unge mænd gav flere af dem udtryk for, at aggressivitet er vigtigt for at være en rigtig mand i samfundets øjne.



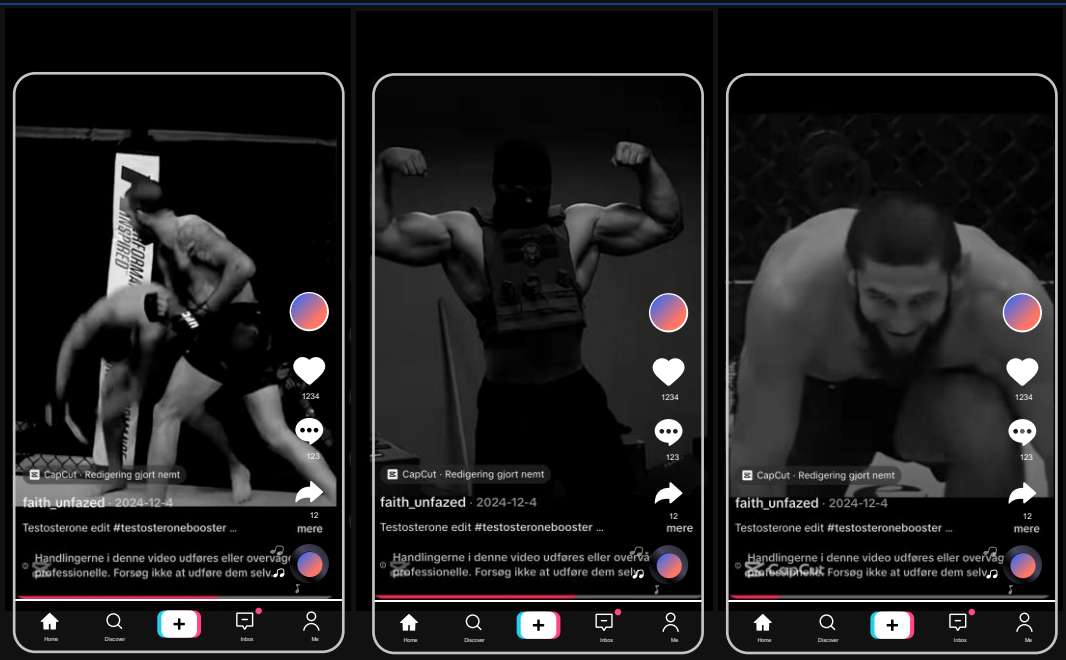
Mænd bør kontrollere deres kærester ...

De bør ikke lade dem gå i byen, eftersom de kommer til at få opmærksomhed fra andre mænd, der vil have sex med dem.

Brian Atlas fra Whatever Podcast forklarer dette koncept til kvinder ved at spørge dem, om deres mand måtte have lov til at gå i byen, hvis han var lige så omsværmet af kvinder, der ville have sex med ham, som kvinder er af mænd i nattelivet.

Han opstiller et scenarie, hvor 'manden' i dette tilfælde vil vælge enhver kvinde til, som er flottere end hans nuværende partner. Dette taler direkte ind i manosfærens typiske fortællinger om hypergami og et gynocentrisk samfund: altså henholdsvis at kvinder altid vil vælge at date opad, såfremt de har muligheden, at kvinder er omsværmede og lever livet let i modsætning til mænd.

Alt dette bruges som et argument for, at det er fair, at mænd bør have kontrol over deres kvinders udfoldelsesmuligheder – specifikt i forhold til at lade dem gå i byen. Læs mere om Whatever Podcast i kapitel 1, side 23.



Aggression giver dig testosteron

En sammenklipning af mænd, der slås, med en stemme, der siger "listen to the sound of destruction" og aggressiv underlægningsmusik. Dette kaldes en "testosterone booster" med logikken om, at det højner ens testosteron og mandighed, hvis man ser på aggressivitet.

I kommentarerne er der udsagn som "this is the type of man I have to become" og "commenting to stay", hvilket refererer til, at man gerne vil have mere af denne type indhold i sit feed fremover.

Data: Begge eksempler er TikTok-videoer fra sock puppet-eksperimenter

[En rigtig mand er] stærk, aggressiv og selvsikker
Magnus, 15 år

Deres helte er personer, der er "rigtige mænd", stort kropsfokus og pigerne 'skal styres'
SSP-medarbejder

Mænd skal være stærke og følelseskolde: Mænd er kolde, kvinder er for følelsesstyrede

Manosfæren fortæller de unge mænd, at de skal være stærke og følelseskolde. Idealet om styrke og følelseskoldhed var et af de mest prominente rigide mandeidealer på tværs af undersøgelsens datakilder, hvor det fyldte næstmest i både datadonationer og i sock puppets. Samtidig var det et af de tydeligste narrativer i interviews med unge mænd. Det indhold, de møder ifølge datadonationer og sock puppets, lægger ikke skjul på, at mænd bør være fysisk og psykisk stærke, og at det i høj grad beror på decideret følelseskoldhed eller følelsesmæssig undertrykkelse, også kaldet neo-stoicisme.

'***Kvinder vil ikke have mænd, der er følsomme, empatiske eller søde ved dem.***' Det er et narrativ, som særligt vores dating-interesserede sock puppet-profiler fik i deres feeds. Det serveres gennem narrativer om, at kvinder kun vil have mænd, der er nonchalante, kolde og kontrollerende, og at mænd, der er søde, empatiske og behandler kvinder godt, inviterer til at blive manipuleret af kvinder. Dette narrativ læner sig ind i ideen om, at kvinder fra naturens side er manipulatorer, som – såfremt de ikke kontrolleres af manden eller samfundet – altid vil søge at manipulere mænd i relationer og på samfundsplan. Disse fortællinger kommer til udtryk i flere forskellige formater, og det er kun i sjældne tilfælde (ægte) kvinder, der siger disse ting – snarere er det mænd i podcasts og dating-guruer, der fortæller det i form af guides til kvinders psyke eller manipulationsteknikker, anonyme AI-stemmer eller AI-genererede kvinder i podcast-setups (se næste side).

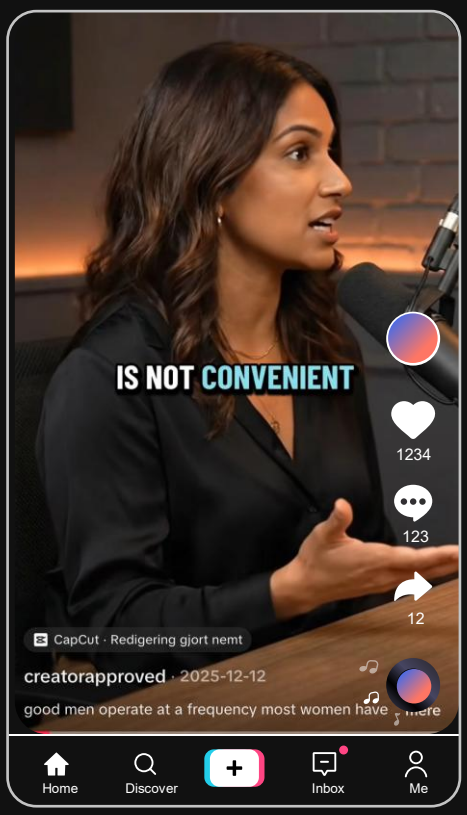
'***Mænd skal være følelseskolde. Kvinder er alt for følelsesstyrede.***' I dette udbredte narrativ ligger en præmis om, at kvinder fra naturens side er alt for empatiske, og blandt andet derfor er mænd nødt til at være uempatiske, kolde og kyniske. Denne kontrast bruges i yderste tilfælde til at underbygge ideen om, at kvinder ikke bør kunne deltage i demokratiet, da deres naturgivne empati og manglende evne til kynisme gør dem uegnede, fordi de lader sig styre af deres følelser.

Baseret på analyser af data fra sockpuppet-forsøg, datadonationer og interviews med unge mænd.

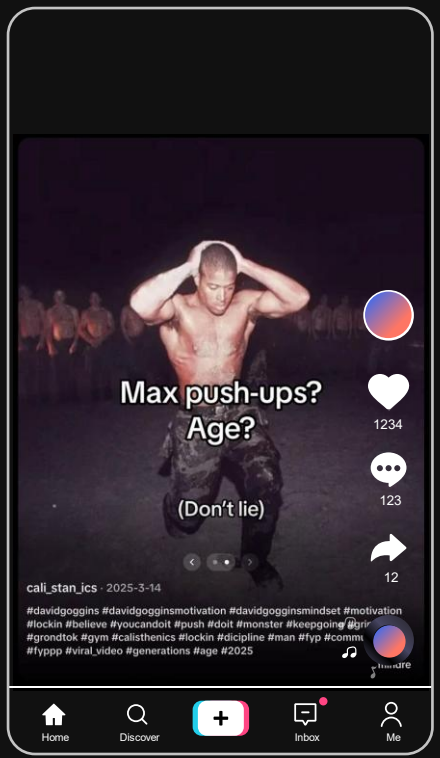
"A lot of women say they want a good man until they actually meet one and realise ..."

AI-kvinde fortæller, at kvinder i virkeligheden vil have en mand, der er stærk og følelseskold. Denne video er ét af flere eksempler, hvor netop AI-kvinder fortæller seerne, at det, manosfæren mener om kvinders præferencer og lyster, faktisk er rigtigt. De leverer som regel manosfæriske budskaber pakket ind i et kvindeligt perspektiv.

Kvinden udtaler, at kvinder i virkeligheden ikke vil have en god mand, der behandler dem godt. Hun fortæller, at når en mand ignorerer dig og er kold mod dig, er det ikke et udtryk for, at han giver dig den kolde skulder, men blot et udtryk for, at han besidder selvrespekt. Hun fortæller, at kvinder er uforudsigelige og bare vil have drama. De manipulerer og bruger deres følelser strategisk.



En rigtig mand skal kunne lave mange pushups, eller også er han helt fortabt!



"Lad os se, hvor fortabt og uduelig den her generation er ... hvor mange pushups kan du lave, og hvor gammel er du?"

Det står skrevet hen over skærmen på et billede af en skuffet David Goggins med underlægningsmusik af hård techno. Budskabet er, at man er uduelig, hvis man ikke kan lave mange pushups – er man ikke stærk, så er man ikke en rigtig mand. Det taler ind i et narrativ om, at den unge generation i dag er feminine og svage, modsat Goggins' generation, der var rigtige mænd.

Data: Øverste eksempel er en TikTok-video fra sock puppet-eksperimentet. Det nederste eksempel er en TikTok-video fra datadonationer. Den er set af 10 ud af 29 mandlige datadonorer.

Jeg får meget i mit feed om, at en mand skal være meget hård og være selvdisciplineret.
Emil, 20 år

Som ung mand eller ung dreng er det blevet sådan et personlighedstræk, at du skal være nonchalant. Du skal være pisseligeglad med alting, og der er ikke noget, der skal gå dig på, og du skal ikke vise nogen følelser. Du skal bare være ligeglad.
Klubpædagog

Rigide kønsroller: En rigtig mand forsørger sin familie, og kvinder trives bedst i hjemmet

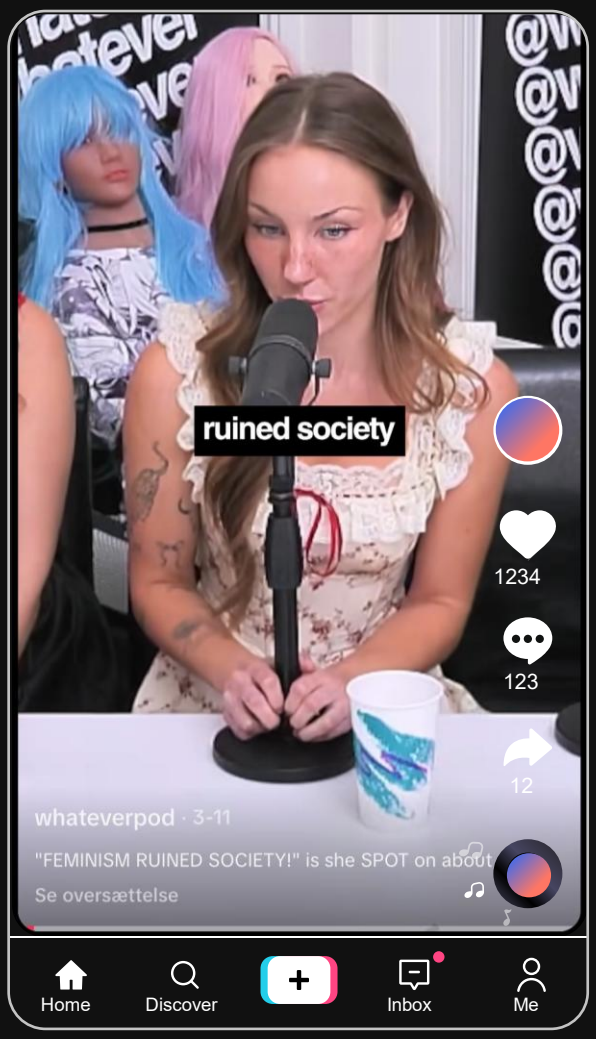
At kunne forsørge sin familie er afgørende for ens mandighed. De unge mænd, vi talte med i vores interviews, gav gennemgående udtryk for, at rigdom var et mål for dem, og mange uddybede med, at rigdommen skulle bruges til at forsørge deres fremtidige familie.

'Hvis du ikke kan forsørge din slægt, har du fejlet som mand, så køb vores kursus.' Det er et argument, der ofte leveres af manosfærens aktører, hvilket går igen særligt i feeds hos de sock puppet-profiler, der interesserer sig for investering eller manosfærens aktører. Det er ikke blot fokus på at forsørge sin kone og børn, men også i flere tilfælde et fokus på at forsørge fx sin mor. De sælger ideen om, at du som mand bør tilsidesætte dine behov, lyster og glæder for i stedet at vie dit liv til at akkumulere så meget rigdom som muligt. Allerede som ung teenager bør du være rig, ellers har du fejlet. Argumentet leveres fx af Andrew Tate og manfluenceren Justin Waller og bruges til at underbygge behovet for stor rigdom, og at du nærmest ikke kan være andet bekendt. Det passer godt med, at netop de to står bag og tjener penge på platformen "War Room", som bl.a. handler om at opbygge rigdom.

Fagpersoner oplever et overdrevent fokus på rigdom blandt unge mænd. Flere af de fagpersoner, vi har talt med til denne undersøgelse, lægger vægt på, at de unge mænd pludselig er meget optagede af rigdom. De beskriver, at det bl.a. kommer til udtryk ved interesse i influencers, der promoverer en rig livsstil og snakker meget om penge. I de værste tilfælde kommer det til udtryk ved unge mænd, der udøver kriminalitet i forsøget på at opnå rigdom og den efterstræbte livsstil hurtigst muligt – konkret gennem salg af ulovlige kopivarer.

'Kvinder er naturligt bedre til omsorg, så de bør blive i hjemmet.' Ideerne om, at kvinder er naturligt disponerede for omsorgsarbejde og uegnede til lederskab, er hyppige argumenter i manosfæren, som vi finder i både data fra datadonationer og sock puppets. For sock puppet-analysen er det særligt udtalt i dating-interesserede feeds, hvor pointen leveres af dating-coaches, der understreger, at kvinder bør underkaste sig manden, da det er hendes retmæssige plads. Det samme gør sig gældende i feeds med interesse i manosfære-aktører, hvor pointen ofte leveres i podcast-formater eller debat-formater, hvor udgangspunktet handler om, at det moderne samfund er i forfald. Disse bio-essentialistiske argumenter formuleres oftest som naturlig disposition, men er i virkeligheden blot en anden måde at sige på, at kvinders retmæssige plads er i hjemmet. Argumenterne bruges bl.a. til at tale imod kvinders stemmeret og adgang til uddannelse og følges ofte af beslægtede budskaber om, at kvinders værdi er bundet op på deres reproduktion.

Baseret på analyser af data fra sock puppet-forsøg, datadonationer og interviews med unge, danske mænd.



"I think feminism ruined society […] But I think men being the leaders, being providers, being the head of households should lead women towards goodness. […] Repeal the 19th [amendment] so that they [the women who don't want to be lead, red.] can't influence the shitty stuff anymore."

Mænd bør lede husholdningen, og kvinder bør ikke have stemmeret

Sådan siger en kvindelig gæst i et udklip fra Whatever Podcasts stream. Hun fortæller, hvordan feminismen har ødelagt samfundet, fordi det går imod kønnenes natur, hvor kvinder er underkastet deres mænd. Hun pointerer, at de kvinder, der ikke ønsker at blive ledet af mænd, bør uddø og ikke have indflydelse, hvorfor hun foreslår at fjerne kvinders ret til at stemme. En anden kvindelig gæst er enig i, at kvinder bør ledes af mænd, men ikke med at fjerne stemmeretten. Værten Brian Atlas fryder sig, og en tredje kvindelig gæst ser chokeret ud.

Denne logik er en del af et større argument fra manosfæren om, at kvinder er for følelsesladede, empatiske og ikke mindst venstreorienterede til at fortjene stemmeret. Det er et argument, der har vundet indpas og fået politisk medvind i senere år. I 2026 er der tale om at tilbagerulle kvinders stemmeret til fordel for 'one household vote', hvor hver mand i stedet stemmer for sin husholdning. Det har vundet indpas i manosfærens mere politisk etablerede kredse i USA såsom Turning Point USA. Både fortalerne for denne tilbagerulning i podcasten og forpersonen for Turning Point USA er kvinder. Det er vigtigt at huske på, at kvinder også er både vigtige, højtprofilerede og magtfulde aktører i manosfæren. Læs mere om Whatever Podcast i afsnit 1, side 23.

Data: Dette er en TikTok-video fra sock puppet-eksperimentet

Jeg ville føle, jeg havde fejlet som mand, hvis min fremtidige kone vil noget, vi økonomisk ikke kunne gøre.
Frederik, 20 år

Mine elever kan finde på at sige 'ud i køkkenet' til pigerne for at afslutte en diskussion
Lærer på ungdomsuddannelse

Jeg får 100% sikkert ting i mit feed, der påvirker mit syn på køn. Jeg vil sige, at i det seneste år – sammen med alt hvad der sker i verden – så er min For You Page blevet meget mere politisk, og der er kommet ekstremt meget af det. Altså, det er sådan hver anden video, hvis ikke mere end det, der er politisk eller har en eller anden politisk agenda. Jeg tror, det er svært at undgå at komme i kontakt med den slags. Især folk, især i USA, der siger sådan noget med, at mænd skal gå på arbejde, og kvinder skal være traditionelle huskoner og være hjemme og passe børnene og sådan noget der
Benjamin, 15 år

Homofobi og transfobi: Queerness er udtryk for et samfund i forfald

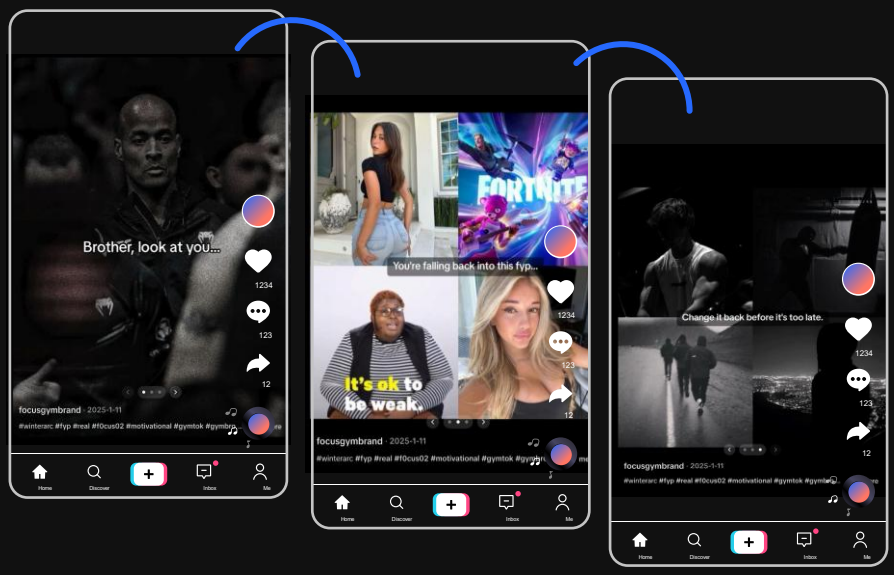
Homofobisk og transfobisk indhold er set af mange. Der er ikke meget homofobi og transfobi i data, men det indhold, der er, er set af mange af de mandlige donorer. Der er for eksempel flere videoer, hvor manosfære-aktøren Myron Gaines er homofobisk, som er set af mere end 1/3 af donorerne. Se mere om Myron Gaines på side 23. At det ikke fylder i datasættene, er ikke *nødvendigvis* udtryk for, at det ikke reelt fylder i unge mænds feeds, men muligvis til dels udtryk for metodiske begrænsninger som følge af platformens moderation af hadefuldt indhold.

Homofobisk og transfobisk indhold kommer til udtryk på flere måder. I data fra datadonationer og sock puppet-forsøg kom det til udtryk på særligt to måder: 1) Manosfære-aktører, der nedgør queerpersoner enten ansigt til ansigt eller i generelle termer, og 2) formater, hvor queerpersoner gøres til symbol på vestens forfald.

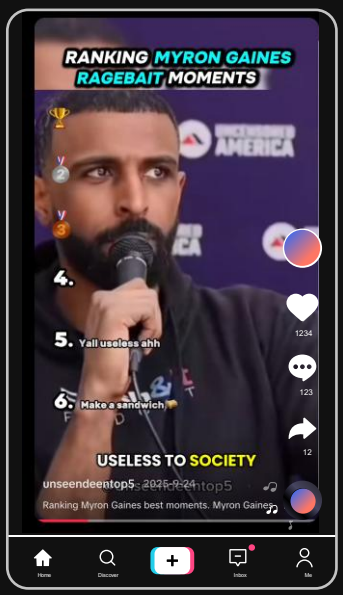
Skjult homofobi: 2-3 years Dagestan and forget. I vores data fra både datadonationer og sock puppets fandt vi flere videoer, der hylder den russiske MMA-kæmper Islam Makhachev, hvilket for almindelige mennesker kan virke urelateret, men faktisk er en reference til et voldeligt homofobisk meme og udtryk kaldet "2-3 year Dagestan and forget". Udtrykket referer til, at feminine mænd/drenge bør sendes til Dagestan (et land, hvor homoseksuelle ikke har rettigheder) og udsættes for vold i et par år, indtil de bliver heteroseksuelle og maskuline. Det kan man udtrykke ved blot at poste et billede af Makhachevs ansigt. Det bruges både som en måde at nedgøre og true queer mænd/drenge på samt til at få feminine eller bløde mænd/drenge til at agere inden for en snæver ramme af maskulinitet. Det postes ofte i helt unge drenges kommentarspor, hvis de for eksempel lægger makeup, danser eller griner.

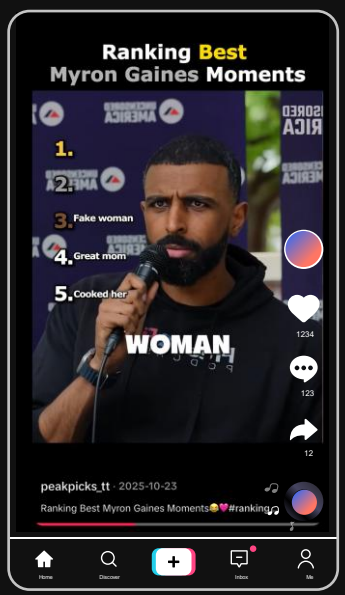
LGBTQIA+, gaming og OnlyFans er udtryk for åndelig forrådnelse

Foto-karrusellen starter med et billede af David Goggins med teksten "brormand, se lige dig selv". Næste foto er af to OnlyFans-modeller, videospillet Fortnite og en person i en stribet trøje, der siger "It's ok to be weak". Dette er et eksempel på et typisk indholdsformat, hvor ting, der er udtryk for et samfund i forfald, kontrasteres med idealer for den rigtige mand. Portrættering af OnlyFans-modeller og queer-personer er typisk i dette indholdsformat. Personen i den stribede trøje figurerer som en fast del af dette format og som en kontrast til, hvad en rigtig mand og et rigtigt samfund bør være. Vedkommende latterliggøres både for sin overvægt, queerhed og udsagnet om, at det er okay at være svag.



Transkønnede er intet værd, og lesbiske er ubrugelige for samfundet ...





I datadonationer fik vi flere videoer af Myron Gaines med titler som 'best Myron Gaines moments', hvor han i et debatformat formidler stærkt kvindehadske, homofobiske og transfobiske budskaber.

I én video gør han grin med en transkønnet kvinde i en debat, hvor han fortæller hende, at hun som kvinde fortjener mindre end mænd, og at hun som transkønnet kvinde fortjener endnu mindre.

I en anden video fortæller han en ung lesbisk kvinde, at lesbiske er ubrugelige for samfundet.

Læs mere om Myron Gaines i kapitel 1, side 23.

Data: Begge eksempler er TikTok-videoer fra datadonationer. Den øverste er set af 9 af de mandlige donorer, mens den nederste er set af 11 donorer.

05

Er der tilsvarende mandehad i unge kvinders feeds?

&# Analyse & Tal
Center for Digital Pædagogik

Undersøgelsen viser ikke en udbredelse af mandehad i unge kvinders feeds

På samme måde som undersøgelsen af kvindehad i unge mænds feeds har vi foretaget en undersøgelse af, hvorvidt der breder sig mandehadsk indhold i pigers og unge kvinders feeds. Det har vi gjort ud fra en definition af mandehadsk indhold, som er direkte overført fra definitionen af kvindehad: *"Onlineindhold, der nedværdiger mænd og/eller bidrager til diskurser om at indskrænke deres frihedsrettigheder eller udfoldelsesmuligheder."*

For at undersøge mandehadsk indhold i unge kvinders feeds udtrak vi et udpluk fra datadonationerne på 1,6 mio. unikke stykker TikTok-indhold. Datamaterialet er doneret fra 59 piger og kvinder i alderen 15-19 år. Det undersøgte vi med en søgenøgle bestående af hashtags, der ofte fremhæves som værende mandehadske. Det var fx #misandry, #femcel og #allmen. Andre oplagte hashtags som #hateallmen (had alle mænd), #hatemen (had mænd), #killallmen (dræb alle mænd) eller #menaretrash (mænd er skrald) er fjernet af TikTok, da de kan være forbundet med hadsk opførsel.

Søgenøglen indfangede i alt 21 videoer i de kvindelige datadonorers feeds, der på forskellig vis er negative over for mænd. Indholdet er især historier om overgreb – eller frygten for samme – og kritik af patriarkalske samfund og kønsroller.

Der var dog ingen af videoerne, der kunne karakteriseres som nedværdigende eller omhandlende indskrænkning af mænds frihedsrettigheder eller udfoldelsesmuligheder, som er definitionen i denne undersøgelse. Undersøgelsen udelukker ikke, at der kan findes mandehadsk indhold på TikTok eller andre sociale medier, men resultaterne peger på, at det ikke er en tendens i unge kvinders TikTok-feeds ud fra den anvendte definition af mandehad.

Søgeord	Videomatch
#manorbear	10
#misandry	5
#misandrist	3
#femcel	2
#allmen	1

De anvendte hashtags i søgenøglen, der gav matches med indhold

Baseret på analyser af data fra datadonationer.

Det hyppigste hashtag er #manorbear. Det er et tankeeksperiment, der gik viralt på TikTok, hvor kvinder spørges, om de helst vil efterlades alene i en skov med en mand eller med en bjørn. Her vælger mange kvinder bjørnen og begrunder det med, at et møde med en mand i en skov kan indebære en risiko for seksuelle overgreb eller vold, hvorimod en bjørn nøjes med at slå ihjel – og kun såfremt den er sulten. Samtidig fremhæves det, at der ved et bjørneangreb vil være mindre tvivl om en kvindes vidnesbyrd, og at man vil ikke kunne begrunde overfaldet med hendes påklædning og lignende. Vidnesbyrd og statistikker om kvindedrab og overgreb er hyppige narrativer under hashtagget.

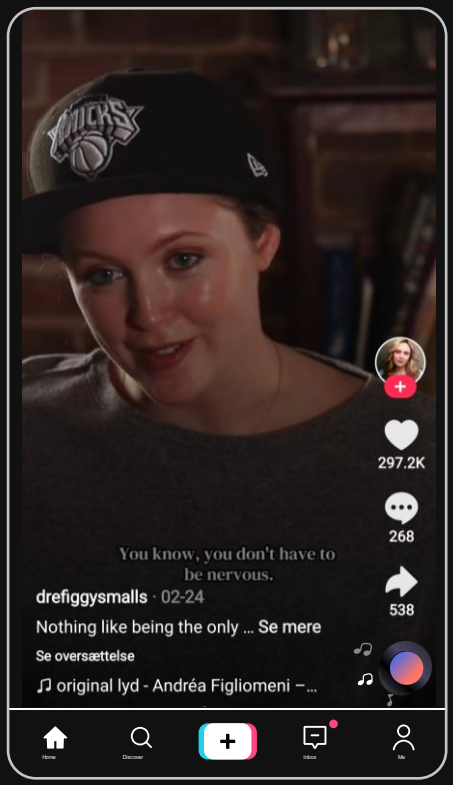
Under de to hashtags #misandry (mandehad) og #misandrist (mandehader) opfordrer kvinder andre kvinder til at gå fra deres voldelige eller kontrollerende kærester. Der deles også oplevelser med hverdagssexisme og historier om at blive antastet på arbejdspladsen.

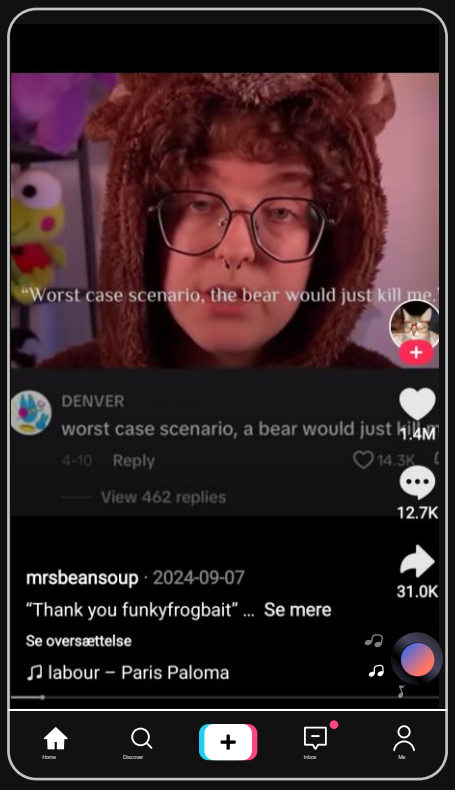
Den ene video under #femcel handler om kvinder, der har svært ved at date, fordi de mener, at mænd er overfladiske og hellere vil være sammen med smukkere kvinder. Der ligger dog ingen eksplicit eller implicit kritik af mænds frie partnervalg, som man kender det med omvendt fortegn i incel-indhold.

Baseret på analyser af data fra datadonationer.

EKSEMPLER

I videoen til højre laver en kvinde et skuespil, hvor hun spiller en fyr, der stiller ubehagelige spørgsmål til en servitrice (også hende selv) før lukketid. Hun viser, hvordan spørgsmål som "Hvornår har du fri?", kan opleves ubehagelige i sådan en situation.





I videoen her fortæller en kvinde i bjørnekostume med en kynisk mine om forskelle på at møde en mand eller en bjørn i skoven. Med "Worst case scenario, the bear would just kill me" henviser hun til, at et overgreb fra en mand kan medføre yderligere ubehageligheder, man vil skulle leve med efterfølgende.

Data: Begge eksempler er TikTok-videoer fra de kvindelige datadonorers feeds

Hvad er "femosfæren"?

Begrebet "femosfæren" bliver ofte fremhævet som den kvindelige, mandehadske pendant til manosfæren sammen med en række udtryk, trends og hashtags som fx #allmen, "man or bear" og "femcels". Selvom begreber som "femosfæren" ("femosphere") eller "femcels" trækker etymologisk på begreber fra manosfæren, dækker det ikke over det samme med omvendt fortegn, men er snarere udtryk for en kritik eller satire på manosfæren.

I forskningen – omend begrænset – dækker "femosfæren" over de *samme* anti-feministiske ideer som i manosfæren, blot med en feminin æstetik og pointer ekstrapoleret fra feministiske argumenter. Det kan fx være den feministiske kritik af, at mødre både forventes at varetage et fuldtidsjob i hjemmet og et lønnet fuldtidsjob. Dette argument bruges i femosfæren til at argumentere for, at det er mere fair, hvis kvinder ikke også arbejder uden for hjemmet.

I "femosfæren" findes der eksempler på grupper og enkelte influencere, der lærer kvinder, hvordan de kan manipulere rige mænd til at indgå i et forhold med dem for på den måde at opnå de økonomiske goder, som manden tilbyder. Dette rammesættes i femosfæren som en måde at navigere i patriarkalske magtstrukturer på ved netop at indordne sig dem, så man som kvinde 'i det mindste' kan opnå økonomisk vinding.

Viden baseret på Center for Digital Pædagogiks netnografi og desk research. For mere viden om "femosfæren" anbefaler vi:

Johanssen, Jacob, og Jilly Boyce Kay. 2025. "From Femcels to 'Femcelcore': Women's Involuntary Celibacy and the Rise of Heteronihilism." European Journal of Cultural Studies 28 (4): 981–999.
Kay, Jilly Boyce. 2024. "The Reactionary Turn in Popular Feminism." Feminist Media Studies. Online First.
Kay, Jilly Boyce. 2026. "A Tale of Two Angers: The Manosphere, the Femosphere and the Gender Politics of Mediated Rage." Feminist Theory 27 (1): 31–49.
Ritzau Fokus. 2025. "Manipulerende internetprinsesser maler kvindeundertrykkelse pink."

06

Er unge mænd påvirkede af manosfæren?

Analyse & Tal
Center for Digital Pædagogik

Dette kapitel analyserer, hvordan danske fagpersoner oplever, at de unge mænd og drenge i deres praksis er påvirket af manosfæren, og hvordan det kommer til udtryk i synlig, offline adfærd.

Første halvdel af kapitlet præsenterer en opsummering af fagpersonernes oplevelser, konkrete citater og deres ønsker til håndtering af unge mænds påvirkning af manosfæren.

I Center for Digital Pædagogik har vi i de senere år oplevet, at danske fagpersoner giver udtryk for et skift hos drengene i deres praksis, når vi er ude og holde oplæg, lave samarbejder eller lignende. Vi får også løbende bekymringshenvendelser om unge mænds påvirkning af manosfæren. De voksne omkring en ung vil ofte være de første til at bemærke et skift i vedkommendes adfærd eller verdenssyn. Derfor er lige netop fagpersoners perspektiv på manosfærens indflydelse særligt vigtigt at have med i en undersøgelse af fænomenet.

Vi har derfor indsamlet perspektiver fra 69 fagpersoner på tværs af faggrupper og landsdele. Det er fx pædagoger, erhvervsskolelære, SSP-medarbejdere, folkeskolelærere, efterskolepersonale og klubpersonale.

I anden halvdel af afsnittet giver vi ordet til de unge mænd selv: Hvilke refleksioner har de om deres eget onlineliv og køn? Hvad ville de ønske, de voksne i deres liv gjorde anderledes?

06

Manosfæren påvirker unge mænds adfærd i dagligdagen

Unge mænd vil for alt i verden være rige, store og stærke. Mange fagpersoner fortæller, at det for flere og flere drenge og unge mænd, er det ultimative mål at blive rig, stor og stærk. Rigdom er nøglen til succes, og særligt nemme veje til hurtige penge er noget, som fagpersonerne oplever en optagethed af. Endvidere ses en stigende tendens til overdreven træning og forherligelse af steroide-brug, også blandt de helt unge drenge.

Tilegnelse af ord, der stammer fra manosfæren. Derudover er ordforråd som eksplicit stammer fra manosfæren blevet en integreret del af de unges omgangstone. Her fremhæver de for eksempel manosfære-relaterede ord som *sigma*, *hustle* og *grind*, og misogynt online-slang som *chuzz*. Dette er ikke nødvendigvis i sig selv udtryk for direkte påvirkning fra manosfæren af enkelte unge, men måske snarere for udbredelsen af samme i kulturen bredt.

Nogle drenges adfærd skaber utryghed blandt pigerne. Fagpersonerne oplever samtidig, at den indbyrdes omgangstone blandt unge *er* blevet grovere og af mere seksualiseret og kønnet karakter, særligt rettet fra drengene mod pigerne. De oplever, at dette er med til at skabe en utryghed for deltagelse i det større fællesskab blandt pigerne.

En lille gruppe manosfære-påvirkede drenge dominerer. Det varierer, hvor stor påvirkningen fra manosfæren er, og her peger flere på, at det ofte er en lille gruppe af de populære og dominerende drenge, der styrer gruppedynamikkerne i retning af problematisk kønnet adfærd. De oplever, at det fører til en form for social kontrol, hvor de andre drenge ikke tør sige fra.

Respektløshed og ringeagt for kvindeligt fagpersonale fylder. Påvirkningen kommer blandt andet til udtryk gennem udtalt respektløshed og ringeagt for kvindeligt fagpersonale. Dette oplever både mandlige og kvindelige fagpersoner, vi har talt med. Kvindelige fagpersoners autoritet udfordres i langt højere grad – ofte på en mere kønnet og/eller seksualiseret måde.

Online rollemodeller påvirker unge mænd negativt. Fagpersonerne oplever, at drengenes væren i verden påvirkes af mandeidealer, der har en negativ indvirkning på deres selvværd, trivsel og adfærd. De vurderer, at påvirkningen kommer fra de personer, de følger online.

Kontroversielle figurer fylder hos grænsesøgende unge mænd. Flere fagpersoner fremhæver, at figurer som Andrew Tate, P. Diddy, Jeffrey Epstein og Nick Fuentes i perioder fylder for elever i udskoling og på mellemtrinnet. Selvom de ikke alle har en direkte relation til manosfæren, er onlineindhold med/om dem stærkt præget af kvindehad.

På de næste to sider har vi medtaget citater fra fagpersoner, der underbygger ovenstående. Derefter har vi samlet en oversigt over de løsninger, som fagpersonerne ser for sig.

Der er så meget af deres liv, der ligesom er omdrejningspunkt af, hvad der sker på internettet, og hvordan man kan leve op til det, til den standard, som de bliver præsenteret for, meget, meget tidligt. **- Klubpædagog**

Drenge, der investerer, og hvor målet blandt drengene er at tjene mange penge hurtigt, og gerne ved brug af tricks - (købe kopivarer sælge som originale). Samtidigt er deres helte personer, der er "rigtige mænd", stort kropsfokus og pigerne 'skal styres' **- SSP-medarbejder**

Vi har en gruppe drenge, der fylder rigtig meget lige nu. De tendenser, der fylder rigtig meget for dem, handler mest om, at det er mænd, der bestemmer. De hører også mere efter, hvad mændene i klubben siger, end hvad kvinderne siger. De har også tendens til at snakke om pigerne på en grim måde, både de unge og voksne. **- Klubpædagog**

Hustle og grind er blevet en del af gymnasieelevernes daglige tale. Det er ok at sælge kopivarer og falske abonnementer, da dem der køber det, er beta males og fortjener at blive snydt. **- Gymnasielærer**

Jeg havde en elev, som var meget opsat af min civilstatus og alder. Han var meget nysgerrig på, hvorfor og hvordan det kunne være, jeg var 27 år og ikke gift endnu, og han fortalte ulemperne ved ikke at være gift som 27-årige osv. osv. osv. **- Lærer på ungdomsuddannelse**

Drenge i udskolingen, som højlydt proklamerer, at meningen med livet er at tjene mange penge og have dyre ting. Så er man lykkedes i livet. Jeg troede, at det var en joke. Og de kunne ikke forstå, at jeg ikke troede, at de mente det alvorligt.
- Lærer på privatskole

I 8. klasse er de ved at opbygge en identitet, og så kan man sådan begynde at snakke med dem ordentligt i niende. Men det kunne bare være fedt, hvis man kunne møde dem allerede i fjerde og fastholde dem. For det kommer allerede der. De bliver mødt af det der. **- Klubpædagog**

Datakilde: Gruppenterviews med fagpersoner samt løbende anekdote-indsamling

Det er nemmere for mandlige lærere at sætte sig i respekt overfor drengene i vores klasse. **- Folkeskolelærer**

Har oplevet at en elev fra 8.klasse afbrød undervisningen, da han ikke længere ville høre på sin kvindelige lærer. Han afbrød undervisningen ved at fortælle hende, at hun skulle slæbes med ud i skoven, hvor hun kunne voldtages
SSP-medarbejder

Når vi fortæller om de her oplevelser, så kan det komme til at lyde som om, det er dem alle sammen, og det er det virkelig ikke. Altså, hvis vi sidder med en gruppe af 30 børn, så er det måske to, altså som virkelig sådan er lidt en pain in the ass, og så er der nogle få, der løber med, som man hurtigt kan lukke ned for.
- Klubpædagog

Mænd i dag har jo supersvært ved, hvordan er det at være maskulin? Fordi hvem skal jeg spejle mig i? Ja, du spejler dig op i alle de her fantasifigurer på nettet.
- Klubpædagog

Jeg har oplevet unge i klassen, der godt kunne lide at se videoer af Andrew Tate, og kunne finde på at genfortælle hans budskaber. De havde dog ikke en adfærd, der afspejlede "deres mund" **- Lærer på ungdomsuddannelse**

Jeg synes, at der er sket noget med drengene på de sidste par år. Nogle gange er jeg bange for, hvor mange af dem, der er decideret radikaliserede. Jeg håber, det går over, når de bliver ældre og mere modne **- Folkeskolelærer**

Engang kunne man godt bare komme hen og snakke med en voksen, som på en eller anden måde havde tid til at sidde og snakke om noget af det, der var svært i livet, som kærester, seksualitet, forældre og alle de der ting. I dag finder de svarene alle mulige andre steder. De finder ikke nødvendigvis svarene hos [mig eller mine kolleger]. De finder svarene på Instagram eller andre steder på nettet […] For så har de en eller anden urealistisk person på nettet som en MMA-kæmper eller Andrew Tate, som har recepten på det succesfulde liv.
- Klubpædagog

Vi oplever, at drengene helt nede i 3.-4. klasse godt kan lide Tate og ytrer rigtig nedladende holdninger om piger og kvinder. **- Folkeskolelærer**

Datakilde: Gruppenterviews med fagpersoner, samt løbende anekdote-indsamling

Hvilke løsninger kalder danske fagpersoner på?

Fagpersoner har et udtalt behov for ny viden, værktøjer og indsatser for bedre at kunne forebygge, opspore og håndtere drengenes interaktion med indhold på sociale medier. Følgende er de mest gennemgående i undersøgelsens interviews med fagpersoner – og de mest gennemgående, Center for Digital Pædagogik møder i deres arbejde med fagpersoner.

1 Flere konkrete, lettilgængelige værktøjer

En samlet værktøjskasse om digital dannelse i formater, der er lette at tilgå og overskue.

---

2 Flere hænder

En bedre normering i klubber og skoler og dermed mere tid til opkvalificering og fokus på digital dannelse mv.

---

3 Bedre forældrestøtte

Forældre bør få tilbudt værktøjer til at involvere sig i deres børns digitale liv, og der bør være fokus på et bedre samarbejde mellem institutioner og forældre.

---

4 Mere viden

Fagpersoner oplever udfordringer med at forstå og gribe ind overfor de online påvirkninger, da det er svært for dem at få de unge til at fortælle dem om, hvad der foregår.

---

5 Redskaber til at tale med drenge om køn, følelser og online liv

Fagpersoner ønsker redskaber til at tale med drenge om følelser; metoder til at håndtere grænseoverskridende og misogyn adfærd uden at miste autoritet; og værktøjer til at forstå og reagere på online påvirkninger på en konstruktiv måde.

---

6 Digital dannelse og seksualundervisning som fast fag

Digital dannelse og seksualundervisning bør prioriteres på regionsniveau, således at skolerne får mulighed for at tilbyde fagene tidligt og fast.

---

7 Økonomi til opkvalificering

Institutionerne ønsker et økonomisk råderum til at prioritere målrettet opkvalificering af fagpersonale.

TRE EKSEMPLER PÅ, HVAD FAGPERSONERNE SAVNER

Det er jo uhensigtsmæssigt, for eksempel sådan noget med at Epstein eller Andrew Tate er den fedeste, eller at piger bare er nogle koste. Man kunne godt have et eller andet, træning eller et action card eller et eller andet om, hvordan man lige griber de her samtaler med de unge, uden bare at stå og sige 'sådan vil jeg ikke høre, I snakker igen.' Jeg føler nogle gange – nok i kraft af at jeg er mand og ung – at jeg har en lille vej ind, når de kaster sådan noget ud, fordi de godt ved, at jeg forstår en smule af, hvad det er for en verden de færdes i. Men stadigvæk synes jeg, det er svært at italesætte de her ting uden bare at stå der og vifte med pegefingeren **- Klubpædagog**

Sådan noget som når I [Center for Digital Pædagogik] har været herude i dag har været sindssygt givende i forhold til at forstå, 'hvordan gør vi, hvad er det her for nogle termer, hvordan kan man egentlig arbejde ind i det' og sådan noget som at få det her URO-værktøj. Og bare sådan generelt mere viden på området om, hvordan møder vi børn og unge. **- Klubpædagog**

Der er ingen tvivl om, at forældrene bør løfte et større ansvar, fordi vi kan kun løfte det, vi har her. Altså, det vi har dem her. Vi kan sætte en masse regler op og en masse rammer op for, hvordan vi gerne vil have det her. Og ikke fordi at forældrene og hjemmene skal være ens med os, men forståelsen af, hvad det er, de sådan unlocker for deres børn i at give dem ubegrænset adgang til forskellige online medier, er mega vigtigt. Og jeg tror ikke, at det er alle, der måske forstår det. Også vigtigheden i at møde andre mennesker i det virkelige liv.
- Klubpædagog

Datakilde: Gruppenterviews med fagpersoner, samt løbende anekdote-indsamling

Hvad savner de unge mænd fra de voksne?

De unge mænd og drenge, vi interviewede, havde også nogle gennemgående ønsker til de voksne. Det er særligt følgende fire typer adfærd, de kunne ønske sig mere af fra de voksne i deres hverdag. Se citaterne på de følgende sider for de unges egne ord om deres onlineliv og de voksnes rolle.

1 Engagér jer, når det er risikofyldt, og når det er sjovt

Drengene beskriver, at det får dem til at føle sig trygge, når de kan mærke, at en voksen kan forstå referencer til deres online-virkelighed, fx memes eller jokes. Indsigt i det, der foregår online, er vigtigt for tillidsrelationen.

---

2 Sæt jer ind i det, før I kommer med modnarrativer

De voksne bør bruge tid på at sætte sig ind i bestemte onlinefænomener, før de begynder at fortælle de unge om, at det er uhensigtsmæssigt. De unge mænd udtrykker stor frustration over følelsen af, at de voksne ikke har sat sig nok ind i det digitale til at forstå, hvad drengene snakker om, og samtidig tager afstand fra det. De vurderer, at en øget forståelse ville gøre de unge mænd mere modtagelige for modnarrativer.

---

3 Mød os i øjenhøjde

De unge mænd kalder på en større forståelse og anerkendelse blandt voksne af, hvad det vil sige at være en ung mand i dag. Særligt de udfordringer, de unge mænd står i, og de forventninger, de oplever, der er til dem. De voksne skal være bedre til at møde dem i øjenhøjde uden fordømmelse og bedrevidenhed, men med nysgerrighed og rummelighed over for de unges livsverden.

---

4 Tal med os

Når vi spurgte de unge mænd, hvad de ønskede fra voksne omkring dem, svarede næsten alle noget relateret til dialog. De unge vil gerne tale med de voksne. De ønsker blot, at dialogen kan tages på en åben, respektfuld og nysgerrig måde i stedet for at blive mødt med bekymring eller fordømmelse.

UNGE MÆND OG DRENGES REFLEKSIONER OM DE VOKSNES ROLLE

Jeg ville downloade TikTok, hvis jeg var dem **- Mathias, 15 år**

Jeg tror, der er mange voksne, der i det hele taget ikke har nogen idé om, hvad det faktisk er, der er problematisk på sociale medier. Jeg tror ikke, de forstår hvad det er for en type politisk indhold, vi mødes af. Altså, det er jo sådan noget fascistisk, nazistisk indhold, der er på nettet. Jeg tror, at når de voksne tænker på problematisk onlineindhold, så tænker de mest bare på voldeligt indhold.
- Mikkel, 15

Det, jeg godt kunne lide ved ham, var, at han forstod børn mere end vores rigtige lærere gjorde, med de der jokes han lavede om 6-7 [en populær online joke, red.]. Så følte man sig lidt mere tryg som elev. **- Nicklas, 15 år**

De skal bare være lidt mere up to date, jo. **- Noah, 15 år**

Alle er jo bare mennesker, og en samtale er bare altid en god idé. De her ting på internettet kan få forskellige grupper til at blive mere polariserede. Så det kan være meget vigtigt. Så altså, bare sådan, hav en snak med mig. **- Lucas, 15 år**

Når vi siger noget, så sådan, nogle gange, så forstår de ikke rigtig, hvad vi siger agtigt. **- Mathias, 15 år**

Hvis man som pædagog hører nogen der snakker om noget, hvor man tænker, okay, det lyder lidt ekstremt, så måske opsøge barnet og tage en samtale med dem, ikke? **- Malte, 15**

Der er mange voksne, der undervurderer, hvad man kan se online. De har ikke selv været udsat for de her ting, og der er mange unge, der har været udsat for det, som ikke snakker om det. Jeg tror aldrig, jeg har snakket med mine forældre om, hvad jeg har set på de sociale medier. **- Jens, 15**

Datakilde: Gruppenterviews med fagpersoner, samt løbende anekdote-indsamling

UNGE MÆND OG DRENGES REFLEKSIONER OM ONLINELIVET

Instagram reels det er jo for mennesker, der er syge i hovedet. Altså det er jo vitterligt bare trafikulykker og grandvoksne mænd, der hater på børn i kommentarsporene. **- Malte, 15 år**

Det er mest bare TikTok, vi bruger, og når der kommer aldersgrænse næste år, så finder vi bare en vej. VPN, altså **- Noah 15, år**

Der er ikke nogen privatpersoner på YouTube Shorts. Det er alt sammen sådan nogle AI videoer, der er lavet på en fabrik. På TikTok er det ægte mennesker, der laver fx dansevideoer **- Noah, 15 år**

Mobning fylder mere på TikTok, end det gør på Insta
- Malte, 15 år

Det er ikke fordi, jeg har interesse for det, men jeg får nogle rigtig fucked up videoer. **- Asger, 21 år**

Sociale medier skaber splid. Både mellem mænd og kvinder, unge og gamle og sorte og hvide mennesker. **- Emil, 23 år**

Hvis man kommer til at kigge lidt for længe på et eller andet, så bliver man bare bombet af det **- Martin 22 år**

Datakilde: Gruppenterviews med fagpersoner, samt løbende anekdote-indsamling

UNGE MÆND OG DRENGES REFLEKSIONER OM ONLINE-INDHOLD OG KØN

Jeg får [indhold der handler om køn], men det er blandet med meget andet forskelligt indhold, så jeg lægger ikke så meget mærke til det. **- Nicklas, 15 år**

Dengang jeg havde TikTok, der var Andrew Tate bare over det hele **- Marc, 22 år**

På TikTok får jeg sommetider de der podcasts, der er blevet moderne. Jeg ved ikke, hvad de hedder. De der, hvor de sidder og sviner OnlyFans-modeller til **- Martin, 22 år**

[Noget indhold, der påvirker mit syn på køn] er de der BP-edits, som har været der i nogle år nu. Især Clavicular. Det er jo den klassiske! Ham kender alle. Han var meget dedikeret og begyndte at pinne roids [tage steroider, red.], da han var 14. **- Mathias, 15 år**

Hvis en kvinde laver en video, så kan kommentarerne godt være lidt onde. For eksempel kritisere dem for ikke at gøre som i gamle dage. De vil bare gerne holde sig til, hvordan det var i gamle dage. **- Magnus, 15 år**

Min For You Page er bare fyldt med peptider. Jeg tror BP [blackpill-indhold, red.] er tre eller fire ud af fem videoer i mit feed. Det er lidt for sjov, men jeg liker det også bare fordi, det er lidt tough [sejt, red.] nogle gange. **- Magnus, 15 år**

Jeg synes, det er dobbeltmoralsk, at kvinder ikke vil have, at man har det syn på dem, samtidig som nogle kvinder bare sidder der på OnlyFans og bare owner det. **- Asger, 21 år**

Der kan godt være en gråzone, hvor økonominfluencers og de der mandemænd, blandes lidt. Der synes jeg, den gik helt af sporet, og så måtte jeg aktivt scrolle meget hurtigt videre for ikke at få mere af det. Nu har algoritmen lært, at det skal jeg ikke have mere af. For det er ikke sejt. **- Asger, 21 år**

Datakilde: Gruppenterviews med fagpersoner, samt løbende anekdote-indsamling

07

Anbefalinger

Anbefalinger til ...

Fagpersoner

Der er behov for øget opkvalificering og mere viden på området, så fagpersoner kan rustes bedre til at tackle de udfordringer, de oplever som værende direkte relateret til manosfærens indflydelse på unge mennesker.

Forældre

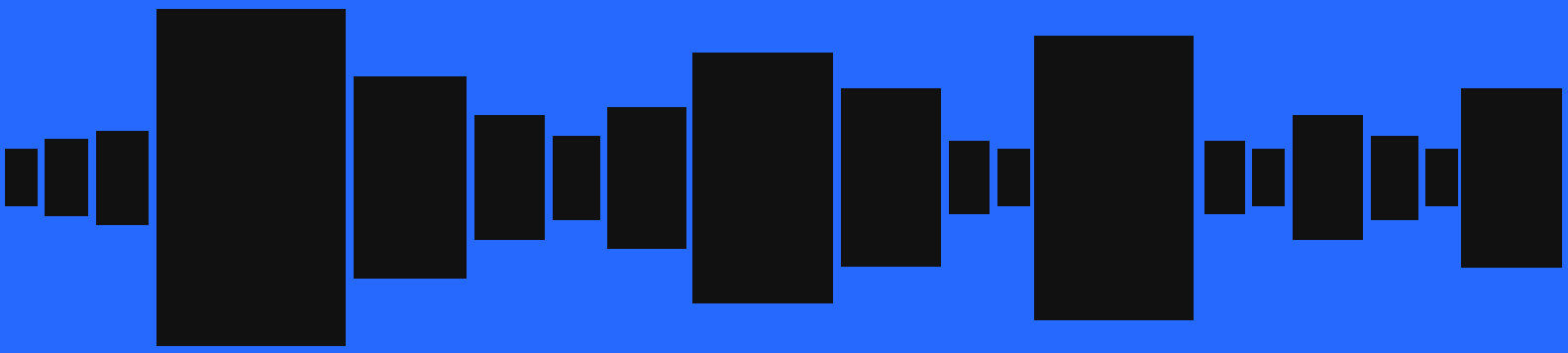
Forældre skal have forståelse for, at deres drenge passivt eksponeres for manosfæren og ikke nødvendigvis selv har fremsøgt eller udvist interesse for det. Forældre skal hjælpe deres drenge til at opbygge et robust selvværd og samtidig have en opmærksomhed på, at fænomener som looksmaxxing nedbryder drenges selvværd. Det handler om at tilbyde modnarrativer, men uden fordømmelse eller foragt for de idealer ens barn ser op til.

Politikere

Der kan med fordel indføres digital dannelse som en fast og tidlig del af skoleskemaet. Ligeledes kan seksualundervisning tilbydes tidligere end i dag med særligt fokus på relationer, venskaber og køn. Endvidere vil det være positivt, hvis frontpersonale løbende kan opkvalificeres inden for online risikoadfærd og manosfæriske tendenser, så de altid er opdaterede med nyeste viden og værktøjer. Der bør afsættes ressourcer til løbende monitorering og afrapportering, så vi baserer indsatser på opdateret viden.

Forskere

Feltet er stadig underbelyst, og der kan derfor med fordel forskes yderligere. I vores undersøgelse kigger vi på, hvordan kunstige profilers bestemte interesser påvirker deres eksponering for manosfærisk indhold. Denne analyse peger på et behov for at følge profilerne i længere tid. Endvidere bør sammenhængen mellem looksmaxxing og plastikkirurgi samt opfordring til indtag af peptider og andre ulovlige produkter blandt unge mænd undersøges.



Analyse & Tal

Center for Digital Pædagogik

Rapport udarbejdet af Center for Digital Pædagogik og Analyse & Tal på opdrag fra Forsknings-, Uddannelses- og Digitaliseringsministeriet og Beskæftigelses- og Ligestillingsministeriet

Metodisk bilag for Manosfæren i unge mænds feeds

Analyse & Tal
Center for Digital Pædagogik

Metoden i detaljer

KUNSTIGE PROFILER - SOCK PUPPET EKSPERIMENT

Metoden

Sock puppet-eksperimenterne anvendes til systematisk at få et indblik i, hvordan platformene behandler forskellige brugere under nogle kontrollerede betingelser, som vi opstiller for dem. Vi har oprettet otte sock puppets ud fra følgende tilgang og herunder foretaget valg om profilernes fiktive præferencer:

1. Profiler oprettes med forskellige demografiske karakteristika. Vi har oprettet otte profiler med forskellige drengenavne spredt i aldersgruppen 16-19 år.

2. Profilerne varmes op: Her begynder vi at forme deres interesseområde ved at søge på en række udvalgte fraser. Vi har valgt at undersøge interesseområderne: kendte manosfære-aktører, dating, fitness, gaming og investering. Inden for dating har vi valgt søgeord, som vi fra tidligere undersøgelser ved grænser op imod dele af manosfæren, men som TikTok selv foreslår at søge på. Det er især søgningen "How to attract high value women". På den måde får vi potentielt sat på spidsen, hvordan relativt almindelige interesser kan føre til eksponering af kvindehad og rigide mandeidealer, men vi simulerer samtidig den adfærd, som platformen selv fremmer.

3. Interaktion med indhold: Dernæst interagerer vi med 25-30 stykker indhold inden for interesseområdet for at skabe en mere virkelighedsnær situation. Eventuelt manosfærisk indhold blev forbigået uden interaktioner for ikke at prime profilerne til netop at blive eksponeret for dette – med undtagelse af de to med interesse for manosfære-aktører. Efter interaktion med interesse-relateret indhold er profilerne klar til at blive "sluppet løs" på platformen.

4. Autoscroll med profilerne: I den sidste fase sættes profilerne til at se det indhold, der bliver præsenteret for dem af algoritmen i en time, uden at de interagerer yderligere med det. Derigennem kan vi undersøge, hvilket indhold der bliver ved med at optræde i feedet, når profilen ikke længere aktivt fortæller algoritmen, hvad den vil se, og om algoritmen trækker profilerne ind i mere bekymrende indhold end det, de var sat op til gennem den indledende søgning og interaktion.

I tabellen på side 88 fremgår det, hvordan vores profiler er karakteriseret hver især, og hvilke søgeord der har været med til at forme deres profil.

Kvalitative cases – ikke repræsentativt sample

Et vigtigt opmærksomhedspunkt er, at netop søgeordene og den efterfølgende interaktion med indhold er afgørende for, hvad de efterfølgende bliver præsenteret for. De falske profiler er således ikke repræsentative for alle unge mænd eller unge mænd med hhv. dating-, fitness- eller investeringsinteresser, da man kan søge og interagere med indholdet på lige så mange måder, som der er brugere. Sock puppet-profilerne er kvalitative cases, der eksemplificerer, hvad unge bliver eksponeret for, når de interagerer med indhold inden for de udvalgte interesseområder.

Navn	Alder	Interesse
Mikkel	16	Manosfære-aktører
Emil	16	Fitness
Ahmed	17	Dating
Oliver	17	Gaming
Malthe	18	Investering
Muhammad	18	Fitness
Mathias	19	Manosfære-aktører
Victor	19	Dating

Efter dataindsamlingen er alt indhold blevet kodet manuelt ud fra en kodemanual som henholdsvis manosfærisk indhold, rigide mandeidealer eller ingen af delene, jf. definitionerne.

DATADONATIONER

"Donér din data"

Datadonationer henviser til, at enkeltpersoner kan downloade deres data fra forskellige platforme og så donere det til andre. Det er en mulighed, der er lovbestemt gennem EU.

I forbindelse med oplæg og workshops på en række skoler og fritidsklubber har vi fortalt om projektet og lært de unge, hvordan de selv kan få udleveret deres egne data fra sociale medier. Efterfølgende har de unge, som vil donere deres data, anmodet om en dataeksportfil og doneret til os ved at uploade deres data gennem vores datadonationsværktøj, der sikrer donorerne anonymitet og datasikkerhed.

Denne tilgang har givet os mulighed for at få nogle omfattende datasæt, der dækker de unges daglige interaktion med de tusindvis af videoer, de ser på særligt TikTok, hvor størstedelen af data kommer fra.

TikTok-data – de mindste detaljer tæller

Datamaterialet er doneret fra 85 unge, hvoraf 35 af donationerne er fra unge mænd i aldersgruppen 15-22 år. 29 af dem har doneret TikTok-data, som giver det mest omfattende og detaljerede data og derfor udgør det primære analysegrundlag i undersøgelsen. De øvrige donationer var YouTube-data, der dog både var markant mindre i omfang (7% af det samlede data) og detaljegrad, hvorfor vi har valgt at se bort fra det i analysen.

Datamaterialet fra de unge mænd består af 3,3 mio. stykker indhold og endnu flere millioner likes, søgninger, visninger og swipes, som medierne har indsamlet og udleveret til de unge. Det er også disse meget detaljerede registreringer, som platformene bruger til at udvikle og finjustere deres algoritmer: Hvilke videoer trykker vi på? Hvor længe ser vi med? Hvornår scroller vi videre? Hvad søger vi efter? Og hvem skriver vi med?

Alle disse informationer har vi suppleret med metadata om videoerne – dvs. hashtags, beskrivelser, visninger mv. – og samlet til et stort datasæt, vi kan analysere.

Dykker vi ned i overlappet mellem brugernes videoforbrug, kan vi se, at mange videoer bliver set af flere af vores donorer. På TikTok er 28,3% af indholdet set af mere end én donor. Desuden er 134.480 af indholdsstykkerne, svarende til knap 2%, set af 10 eller flere donorer. Det fortæller os, at der er tale om en relativt koncentreret distribution, hvor en mindre del af indholdet opnår en bredere udbredelse blandt brugerne.

Endelig viser tidsdimensionen i datasættet, at hovedparten af videoerne er fra 2025 og frem, med et relativt stabilt højt niveau på omkring 1,1 mio.-1,3 mio. visninger pr. måned. Dette indikerer et kontinuerligt og intensivt medieforbrug blandt brugerne i den seneste periode.

Afgrænsning af analysemateriale gennem søgenøgler og kodning

For at kunne identificere relevant indhold til analysen har vi udviklet en søgenøgle. Den består af navne på aktører, centrale begreber i manosfæren, hashtags, vendinger og tematikker, som går igen i kvindehadsk indhold og indhold relateret til manosfære-aktører. Søgenøglen fanger 39.008 af videoerne (både TikTok og YouTube).

Af de videoer har vi gennemgået et tilfældigt udsnit på 2.585 TikTok-videoer og 300 YouTube-videoer. Dem har vi kodet manuelt for at afgøre, hvor stor en andel der er eksplicit manosfærisk indhold, og hvor meget der er rigide mandeidealer. Dette materiale er så yderligere blevet inddelt i analytiske kategorier, der beskriver forskellige temaer inden for manosfæren.

Nogle mere simple søgenøgler bruges desuden til at undersøge omfanget af fitness, dating, looksmaxxing og manosfæriske aktører.

Derudover har vi udviklet en separat søgenøgle til at identificere mandehadsk indhold i de unge kvinders feeds.

Et konservativt bud på manosfærisk indhold

En del af de videoer, der indgår i datadonationerne, var ikke længere tilgængelige på platformene på tidspunktet for analysen. Omkring 20% af materialet kunne derfor ikke beriges eller kategoriseres yderligere. Videoerne kan være fjernet som følge af moderation, slettede opslag eller lukkede konti.

Vores erfaringer fra både datadonationer og sock puppet-eksperimenter peger på, at det indhold, der fjernes fra platformene, ofte er mere grænseoverskridende eller eksplicit end det indhold, der forbliver tilgængeligt.

Der kan derfor være mere problematisk indhold i materialet, end analysen har haft mulighed for at identificere. Det betyder, at analysens resultater sandsynligvis er konservative, og tallene derfor bør forstås som en nedre grænse for omfanget af manosfærisk indhold.

Detaljeret metodisk fremgangsmåde for sock puppet-eksperimenter

FORMÅL

Sock puppet-eksperimenterne har til formål at svare på undersøgelsesspørgsmålene:

"Hvor meget fylder manosfærisk indhold og indhold med skadelige mandeidealer i unge, danske mænds (16-19 år) feeds ved interesse for hhv. dating, fitness, penge, gaming og manosfære-aktører?"

"På hvilken måde påvirkes diskurserne om mænd, kvinder og samfund i unge mænds (16-19 år) feeds ved interesse for hhv. dating, fitness, penge, gaming og manosfære-aktører?"

OPRETTELSE AF SOCKPUPPET-PROFILER OG OPSÆTNING

Hver sock puppet har en alder mellem 15-19 år og et navn, der er typisk for årgangen. To af profilerne har fået typiske arabiske navne for at undersøge, om etnicitet påvirker forekomsten af manosfærisk indhold eller indhold med skadelige mandeidaler og/eller typen af indhold i brugerens feed.

Profilen oprettes i første omgang vha. en Gmail med navn og alder. De får også et telefonnummer.

Alle forsøg køres fra en burner-telefon (Android) med ens indstillinger og setup: Telefonen er gendannet til fabriksdata, indstillet til Danmark, dansk sprog, uden brug af lokation og koblet på internethotspot.

Til profilerne på TikTok bruges Gmail (profil) og telefonnummer (verifikation). TikTok-profilerne indstilles til privat konto med standard privatindstillinger og der vælges ingen interesser i 'vælg interesser'.

FREMGANGSMÅDE

1: Profilen primes med søgning og interaktion

Søgninger og interaktion med søgeresultater

Profilen foretager en række søgninger med fraser relateret til interessen. Ved hver søgning ser og interagerer* profilen med i alt 25-27 stykker indhold på tværs af søgningerne. Det er de første (mellem 2 og 10) videoer i søgeresultaterne, profilen ser og interagerer med.

Søgefraserne er som udgangspunkt udvalgt på forhånd, men forudsat at TikTok foreslår noget særligt relevant som søgeforslag, vil forslaget medtages som søgefrase. Det gjorde sig eksempelvis gældende ved søgefrasen "how to attract women", hvor søgefunktionen allerede ved søgning på "how to attract" foreslog "how to attract high value women". På den måde lader vi søgefunktionen indgå som en del af analysen af, hvilken retning algoritmerne (herunder søgealgoritmen) på platformen sender unge mænd i.

Se næste side for detaljeret oversigt over søgninger.

Interaktion med relevant indhold i feedet

Profilens feed (For You Page) genindlæses vha. træk og slip. Herefter ser og interagerer* profilen med de første 25 videoer relateret til interessen. Alt andet indhold scrolles hurtigt forbi. Dette gælder fx også decideret manosfærisk indhold.

2: Passiv scroll i profilens feed

Herefter ser profilen alt indhold, den eksponeres for, ligeligt og uden interaktion, i en time. Det vil sige, at alle stykker indhold ses en gang. Så vidt muligt sker dette vha. TikToks auto scroll-funktion. Dog er der tilfælde, hvor en profil ikke gives adgang til funktionen. I disse tilfælde emuleres auto scroll manuelt.

3: Data eksporteres og beriges

Efter nogle dage eksporteres dataene vha. TikToks 'download dine data'-funktion, hvorefter de gøres læsbare og lægges ind i et regneark.

4: Kodning af indhold (analyse)

Alle stykker indhold kodes som enten manosfærisk indhold, skadelige mandeidealer eller ingenting. Kodningerne er altid udført af eksperter.

Indhold kategoriseres kun som manosfærisk, såfremt det passer på definitionen af 'manosfærisk indhold'.

Indhold kategoriseres kun som skadelige mandeidealer, såfremt det passer på definitionen af 'skadelige mandeidealer' – altså indeholder idealer fra 'The Man Box'. Andre mandeidealer, som kan tolkes som uhensigtsmæssige eller begrænsende, kodes altså som 'ingenting'.

**Interaktionen sker ved en kombination af at scrolle i kommentarsporet, derefter like indholdet og se indholdet til ende. Alle stykker indhold ses kun én gang, og der scrolles videre, så snart videoen er færdig. I tilfælde, hvor et stykke indhold er for kort til at nå igennem hele interaktions-forløbet, vil det som udgangspunkt kortes ned til like og hurtig åbning af kommentarspor. Alle videoer over to minutter ses med speed-up-funktionen. I enkelte tilfælde kan der være tvivl om, hvorvidt en video er relateret til emnet; i disse tilfælde ses nogle sekunder af videoen og beskrivelsen læses eventuelt.*

Navn og alder	**Interesse**	Søgefraser	Set indhold per søgefrase (stk)
Mikkel 16 år	Manosfæreaktøre r	Søgning 1: Andrew Tate* Søgning 2: Fresh and fit Søgning 3: Whatever podcast Søgning 4: Andrew Tate** ** ved 1. søgning på Andrew Tate kom der intet manosfærisk.* ***søgt på igen for at undersøge, om TikTok ville vise Tates kvindehadske indhold, hvis brugeren på forhånd har udvidst interesse for manosfæreaktører. Det var ikke tilfældet.*	Søgning 1: 8 Søgning 2: 6 Søgning 3: 7 Søgning 4: 4
Emil 16 år	Fitness	søgning 1: gym motivation **for men** [forslag] Søgning 2: gym motivation Søgning 3: workout	Søgning 1: 9 Søgning 2: 7 Søgning 3: 9
Ahmed 17 år	Dating	Søgning 1 "how to attract women" Søgning 2 "dating advice **for men**" [forslag] Søgning 3: "how to attract **high value woman**" [forslag]	Søgning 1: 11 Søgning 2: 6 Søgning 3: 10
Oliver 17 år	Gaming	Søgning 1: Roblox Søgning 2: Roblox **story** [forslag] Søgning 3: Roblox **funny moments** [forslag] Søgning 4: Robux Søgning 5: Fortnite Søgning 6: ninja **fortnite** [forslag] Søgning 7: cs2 Søgning 8: Twitch **highlights** [forslag]	Søgning 1: 4 Søgning 2: 2 Søgning 3: 3 Søgning 4: 3 Søgning 5: 5 Søgning 6: 5 Søgning 7: 5 Søgning 8: 3
Malthe 18 år	Penge/investerin g	Søgning 1: investing Søgning 2: money **motivation** [foreslag] Søgning 3: wealth	Søgning 1: 10 Søgning 2: 7 Søgning 3: 8
Mathias 18 år	Manosfæreaktør er	Søgning 1: Whateverpod Søgning 2: Fresh and fit Søgning 3: Tristan Tate Søgning 4: Andrew Tate Søgning 5: Sneako	Søgning 1: 6 Søgning 2: 6 Søgning 3: 6 Søgning 4: 4 Søgning 5: 3
Muham mad 19 år	Fitness	Søgning 1: gym motivation for men Søgning 2: gym motivation **aggressive** [forslag] Søgning 3: gym motivation **pain** [forslag] Søgning 4: gym motivation Søgning 5: workout **motvation*** *stavefejl med vilje, fordi den foreslår det.	Søgning 1: 5 Søgning 2: 6 Søgning 3: 5 Søgning 4: 5 Søgning 5: 5
Victor 19 år	Dating	Søgning 1 "how to attract women" Søgning 2 "dating advice **for men**" [forslag] Søgning 3: "how to attract **high value woman**" [forslag]	Søgning 1: 10 Søgning 2: 6 Søgning 3: 10

Relevant litteratur

Følgende er en oversigt over relevant litteratur. Listen indeholder både litteratur rapporten trækker på, direkte eller indirekte, samt foreslået litteratur man kan dykke ned i, hvis man vil vide mere om rapportens forskellige aspekter.

OM MANOSFÆREN

Baker, Catherine, Debbie Ging, og Maja Brandt Andreasen. 2024. Recommending Toxicity: The Role of Algorithmic Recommender Functions on YouTube Shorts and TikTok in Promoting Male Supremacist Influencers. Dublin: DCU Anti-Bullying Centre, Dublin City University

Center for Digital Pædagogik og Analyse & Tal. 2020. The Angry Internet.

Center for Digital Pædagogik. 2019. Vrede unge mænd.

Center for Digital Pædagogik. 2025. Forundersøgelse: Incel-fællesskaber i stor vækst.

Center for Digital Pædagogik. 2026. Den om manfluencers. Skærmsnak (podcast).

Center for Terroranalyse. 2021. Vurdering af terrortruslen mod Danmark.
--- 2022.
--- 2023.
--- 2024.
--- 2025.
--- 2026. Vurdering af terrortruslen mod Kongeriget Danmark 2026.

Gerrand, Vivian, Debbie Ging, Joshua M. Roose, og Michael Flood. 2025. "Mapping the Neo-Manosphere(s): New Directions for Research." Men and Masculinities 28 (5): 443–464. https://doi.org/10.1177/1097184X251350277.

Justitsministeriet. 2016. Den nationale handleplan: Forebyggelse og bekæmpelse af ekstremisme og radikalisering.

Peters, Rikke, og Sandra Halskov. 2026. "Looksmaxxing." Lex.dk. Hentet 31. juli 2026. https://lex.dk/looksmaxxing.

Reset Tech og Equimondo. 2026. The Grift Economy: How Young Men Are Being Sold Fake Belonging and Fake Wealth Online.

United Nations. 2025. "Online 'Manosphere' Is Moving Misogyny to the Mainstream." UN News, 7. marts.

UN Women and Equimundo. 2026. Engaging Men, Ending Violence: Pathways to Safer Digital Futures.

Wescott, S., S. Roberts, and X. Zhao. 2023. "The Problem of Anti-feminist "Manfluencer" Andrew Tate in Australian Schools: Women Teachers' Experiences of Resurgent Male Supremacy." Gender and Education 36 (2): 167–82.

OM MANDEIDEALER MV.

Barker, Gary, og Brian Heilman. 2018. Masculine Norms and Violence: Making the Connections. Washington, DC: Promundo.

Børns Vilkår. 2023. Unge mænd i mistrivsel – Hvorfor søger de ikke hjælp?

Center for Digital Pædagogik. 2024. Hvorfor er unge mænd i særlig risiko.

Forum for Mænds Sundhed. 2025. Unge mænd og fortrolige relationer.

Heilman, Brian, Gary Barker, og Alejandra Harrison. 2017. The Man Box: A Study on Being a Young Man in the US, UK, and Mexico. Washington, DC: Promundo.

Hill, Andrea L., Elizabeth Miller, George E. Switzer, Lu Yu, Brian Heilman, Ruti G. Levtov, Katarina Vlahovicova, Dorothy L. Espelage, Gary Barker, og Robert W. S. Coulter. 2020. "Harmful Masculinities among Younger Men in Three Countries: Psychometric Study of the Man Box Scale." Preventive Medicine 139.

Jesuit Social Services. 2024. The Man Box 2024. Melbourne.

Lewis, C., Myrttinen, H., Gupta, T., Lauro, G., and Barker, G. (2026), Equimundo's State of Nordic Men, Equimundo: Center for Masculinities and Social Justice.

OM FEMOSFÆREN

Johanssen, Jacob, og Jilly Boyce Kay. 2025. "From Femcels to 'Femcelcore': Women's Involuntary Celibacy and the Rise of Heteronihilism." European Journal of Cultural Studies 28 (4): 981–999.

Kay, Jilly Boyce. 2024. "The Reactionary Turn in Popular Feminism." Feminist Media Studies. Online First.

Kay, Jilly Boyce. 2026. "A Tale of Two Angers: The Manosphere, the Femosphere and the Gender Politics of Mediated Rage." Feminist Theory 27 (1): 31–49.

Ritzau Fokus. 2025. "Manipulerende internetprinsesser maler kvindeundertrykkelse pink."

TV 2. 2025. "Kvinder deler tips til at narre mænd på sociale medier." 16. januar. .

OM ALGORITMER

Paolo Gerbaudo 2024. TikTok and the algorithmic transformation of social media publics: from social networks to social interest clusters