



ΠΑΝΤΕΙΟ ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΚΟΙΝΩΝΙΚΩΝ ΚΑΙ ΠΟΛΙΤΙΚΩΝ ΕΠΙΣΤΗΜΩΝ

ΣΧΟΛΗ ΔΙΕΘΝΩΝ ΣΠΟΥΔΩΝ, ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ ΚΑΙ ΠΟΛΙΤΙΣΜΟΥ

ΤΜΗΜΑ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ, ΜΕΣΩΝ ΚΑΙ ΠΟΛΙΤΙΣΜΟΥ

ΠΜΣ Πολιτιστική Διαχείριση, Επικοινωνία, Μέσα

Κατεύθυνση «Κοινωνία της Πληροφορίας, Νέα Μέσα και Τεχνολογία»



**Μέσα Κοινωνικής Δικτύωσης και κοινωνικές πρακτικές.**

**Το παράδειγμα της μεταφοράς του συνοικεσίου στην πλατφόρμα Tinder**

**ΔΙΠΛΩΜΑΤΙΚΗ ΕΡΓΑΣΙΑ**

**Αθανασία Παπαχριστοδούλου**

**Αθήνα, 2025**

### **Τριμελής Επιτροπή**

Αγγελική Γαζή, Αναπληρώτρια Καθηγήτρια Παντείου Πανεπιστημίου (Επιβλέπουσα)

Ψύλλα Μαριάννα, Αναπληρώτρια Καθηγήτρια Παντείου Πανεπιστημίου

Βώβου Ιωάννα, Αναπληρώτρια Καθηγήτρια Παντείου Πανεπιστημίου

## Πίνακας Περιεχομένων

|   |    |
|---|----|
| Πίνακας Περιεχομένων.....   | 3  |
| Περίληψη .....  | 5  |
| Abstract.....   | 6  |
| Εισαγωγή .....  | 7  |
| Κεφάλαιο 1ο: Το προξενικό.....  | 8  |
| 1.1. Το προξενικό στη Κύπρο .....   | 10 |
| 1.2. Το προξενικό σε άλλους λαούς.....                                      | 10 |
| 1.3. Η περίπτωση των μουσουλμάνων της Γερμανίας.....                        | 11 |
| 1.4. Τα συνοικέσια στη Βρετανία .....                                       | 12 |
| 1.5. Η εξέλιξη από τη προξενήτρα στο γραφείο συνοικεσιών.....               | 12 |
| 1.6. Οι επιστολές προς τα γραφεία συνοικεσιών .....                         | 13 |
| 1.7. Τα γραφεία συνοικεσιών σήμερα .....                                    | 14 |
| 1.8. Το προξενικό στην ελληνική τηλεόραση και στο θέατρο.....               | 16 |
| 1.9. Προξενιά στην ινδική και κινεζική οθόνη .....                          | 17 |
| Κεφάλαιο 2ο: Ψηφιακή εποχή και διαπροσωπικές σχέσεις.....                   | 18 |
| 2.1. Η εξέλιξη των μέσων κοινωνικής δικτύωσης.....                          | 20 |
| 2.2. Η πλατφόρμα TINDER.....  | 20 |
| 2.3. Η χρήση του Tinder στην Ελλάδα .....                                   | 21 |
| 2.4. Το Tinder στις χώρες του εξωτερικού .....                              | 23 |
| 2.5. Καινοτομίες του Tinder .....   | 24 |
| 2.6. Άλλες εφαρμογές .....  | 25 |
| 2.7. Κοινωνιοψυχολογικές προσεγγίσεις της χρήσης πλατφορμών γνωριμιών ..... | 26 |
| 2.8. Έμφυλες διαφορές .....   | 27 |
| 2.9. Πανδημία και η χρήση εφαρμογών.....                                    | 29 |
| 2.10. Ζητήματα προστασίας προσωπικών δεδομένων.....                         | 29 |
| 2.11. Το τέλος των εφαρμογών γνωριμιών (;).....                             | 31 |
| 2.12. Η είσοδος της τεχνητής νοημοσύνης .....                               | 32 |
| Κεφάλαιο 3ο: Συμπεράσματα .....   | 33 |
| 3.1. Το κόστος της διαμεσολάβησης .....                                     | 34 |
| 3.2. Διαφορές φύλου .....   | 35 |
| 3.3. Κοινωνική προσέγγιση .....   | 37 |
| Κεφάλαιο 4ο: Συζήτηση .....   | 42 |

|                    |    |
|--------------------|----|
| Βιβλιογραφία ..... | 45 |
| Ελληνόγλωσση.....  | 45 |
| Ξενόγλωσση.....    | 49 |

## Περίληψη

Η ραγδαία τεχνολογική εξέλιξη των τελευταίων δεκαετιών έχει εισβάλλει στη ζωή του ατόμου και αποτελεί πλέον σημαντικό κομμάτι της καθημερινότητάς του. Η παρούσα διπλωματική θέτει ως στόχο έρευνας τον τρόπο με τον οποίο έχει τροποποιηθεί το αίσθημα της συντροφικότητας και η αναζήτηση συντρόφου με τη χρήση των νέων μέσων. Επίσης, θα διερευνηθούν τα χαρακτηριστικά των ατόμων που χρησιμοποιούν τις ψηφιακές πλατφόρμες ως μέσο γνωριμιών. Το βασικό ερευνητικό ερώτημα, στο οποίο θα κληθεί να απαντήσει η παρούσα διπλωματική, είναι το πως η αλλαγή της αναζήτησης συντρόφου επηρέασε τη «δημιουργία» της αίσθησης του εαυτού και της εικόνας του. Τέλος, θα εστιάσουμε στον τρόπο μετάδοσης των νέων σχέσεων δίνοντας έμφαση και στο συνοικέσιο, εκτός από τους τρόπους γνωριμιών εντός του Κυβερνοχώρου. Η μεθοδολογία που θα χρησιμοποιηθεί είναι η ιστορική και η βιβλιογραφική επισκόπηση.

*Λέξεις- κλειδιά:* Γραφεία συνοικεσίων, Πλατφόρμες γνωριμιών, Ψηφιακές σχέσεις, Αυτοπροβολή, Άμεση επικοινωνία

**Social media and Social Practices. The transformation case of the traditional matchmaking in Tinder platform.**

**Papachristodoulou Athanasia**

**Abstract**

The rapid technological development of the last decades, has invaded the life of the individual and is an important part of his daily life. The present thesis aims to research the way in which the feeling of companionship and the search for companions has been modified with the use of new media. The characteristics of individuals, who use digital dating platforms will also be investigated. The main research question, which will be asked to answer, is how the modification of the search for a partner affected the creation of the sense of self and its image. The methodology used is the historical and literature review.

**Keywords:** Dating agencies, Tinder, Digital relationships, Pomposity, Direct communication

## Εισαγωγή

Στόχος της παρούσας διπλωματικής εργασίας είναι να παρουσιάσει το τρόπο με τον οποίο η πρόοδος της τεχνολογίας και συγκεκριμένα η χρήση του Διαδικτύου και του Κυβερνοχώρου μετέβαλε τα θέματα των διαπροσωπικών σχέσεων. Η εργασία διαρθρώνεται σε τέσσερα κεφάλαια. Στο πρώτο κεφάλαιο επιχειρείται μια ιστορική αναδρομή στο προξενικό, όχι μόνο στην Ελλάδα και στη Κύπρο, αλλά και στις περιοχές της Κίνας και της Ινδίας, αναδεικνύοντας κάθε φορά το ρόλο που αυτό επιτελούσε. Στη συνέχεια, με την έλευση της νεωτερικότητας, το προξενικό αντικαταστάθηκε από τα γραφεία συνοικεσίων, ως ένας νέος τρόπος προσέγγισης των κοινωνικών σχέσεων. Μέσα από τη παρουσίαση των πρώτων γραφείων γνωριμιών που αναδύθηκαν στη Μεγάλη Βρετανία, αλλά και στη μεταπολεμική Ελλάδα, προβάλλονται τα χαρακτηριστικά των ατόμων που απευθύνονται σε αυτά, αλλά και οι τρόποι που αυτά τα κοινωνικά δίκτυα χρησιμοποιούν για να πετύχουν το ευτυχές ταίριασμα.

Η «γέννηση» της ιδιωτικής τηλεόρασης σε Ελλάδα και εξωτερικό μεταβάλλει και μετατοπίζει τον τόπο των γραφείων συνοικεσίων και τα «μεταφέρει» σε μια διαμεσική σφαίρα της οθόνης, προωθώντας έτσι και το κομμάτι της προβολής του εαυτού και της εικόνας. Έτσι, στο δεύτερο κεφάλαιο θα εξετάσουμε τη μετάβαση στη ψηφιακή εποχή και την αλλαγή που αυτή επέφερε στον τρόπο δημιουργίας των διαπροσωπικών γνωριμιών. Συγκεκριμένα, θα μελετήσουμε μια από τις πιο δημοφιλείς πλατφόρμες κοινωνικής δικτύωσης, το Tinder, έτσι ώστε μέσα από τη λειτουργία του, τη χρήση του από το κοινό και τις καινοτομίες που παρέχει, να προβούμε σε συμπεράσματα για το πώς «κατασκευάζεται» ο εαυτός, αλλά και το πλαίσιο των ανθρωπίνων σχέσεων, δίνοντας έμφαση σε ψυχοκοινωνικές προσεγγίσεις και έμφυλες διαφορές που προκύπτουν.

Καθώς τα Μέσα Κοινωνικής Δικτύωσης αποτελούν πλέον αναπόσπαστο κομμάτι της μετανεωτερικής εποχής και έχουν εισβάλει στην ιδιωτική ζωή του ατόμου, θα συζητηθούν και ζητήματα προσωπικών δεδομένων που προκύπτουν, όπως επίσης θα επιχειρηθεί και μια κριτική θεώρηση για το κατά πόσο η είσοδος της τεχνητής νοημοσύνης ήρθε για να σημάνει το τέλος ή την ανατροφοδότηση των ψηφιακών μέσων.

Στο τρίτο κεφάλαιο αποτυπώνονται τα συμπεράσματα που προέκυψαν, όσον αφορά τη μελέτη των οικονομικών, κοινωνικών και διαφορών φύλου με τη μετάβαση από το κλασικό προξενικό στα ψηφιακά μέσα. Οδηγούμαστε στο συμπέρασμα ότι το

Διαδίκτυο, ένω φέρνει κοντά τους ανθρώπους και μειώνει τις γεωγραφικές αποστάσεις, εντούτοις έχει δημιουργήσει έναν κατακερματισμένο επικοινωνιακά άτομο, με ό,τι αυτό συνεπάγεται για τη μη αρμονία των σχέσεων.

Τέλος, το τέταρτο κεφάλαιο αποτελεί μέρος της γενικότερης συζήτησης για το πώς μπορεί να υπάρξει σήμερα μια εξισορρόπηση των σχέσεων με τη σωστή χρήση των νέων τεχνολογιών, όπως και να κατανοηθεί το γεγονός ότι η επιτυχία είτε των συμβατικών είτε των εικονικών σχέσεων βρίσκεται πρωτίστως στην εσωτερική ατομική ευτυχία.

## **Κεφάλαιο 1ο: Το προξενιό**

Τόσο κατά την αρχαιότητα όσο και κατά τα νεότερα χριστιανικά χρόνια, μέχρι τα μέσα του περασμένου αιώνα, τον πρώτο λόγο για το γάμο δύο ανθρώπων, τον είχαν συνήθως οι γονείς τους. Η πρακτική αυτή καταγράφεται από τα χρόνια του Βυζαντίου, μέχρι και την εποχή του Ιουστινιανού, όπου οι γυναίκες είχαν περιορισμένα κοινωνικά δικαιώματα. Στις παλαιότερες μάλιστα ανδροκρατούμενες κοινωνίες το λόγο είχε ο πατέρας. Ο νέος γνώριζε την μέλλουσα σύζυγό του είτε στην Εκκλησία είτε σε κάποιο πανηγύρι, είτε στη βόλτα του χωριού.

Οι γονείς θεωρούσαν δικαίωμα του σωστού κηδεμόνα να αποκαταστήσουν τα παιδιά τους. Αρχικά, έπρεπε να αποκατασταθούν τα θηλυκά της οικογένειας, αφού δεν εργάζονταν και δεν προσέφεραν κάτι στο σπίτι. Σημαντικός παράγοντας, αποτελούσε η προίκα της κοπέλας. Όσο περισσότερη, τόσο περισσότεροι άνδρες την ήθελαν. Το ρόλο της γνωριμίας των νέων αναλάμβανε η προξενήτρα. Το προξενιό γινόταν με μυστικότητα και εκεί συζητιόταν η προίκα, τα οικονομικά και τα προσόντα του κοριτσιού. Για να τελειώσει ένα συνοικέσιο έπρεπε να μπει στη μέση ο μεσάζοντας, κυρίως γυναίκα. Η επιβεβαίωση της συμφωνίας γινόταν με καταβολή ενός χρηματικού ποσού, το καπάρο (Μερακλής, 2004).

Υπήρχαν περιπτώσεις που το προξενιό γινόταν με αντιπροσώπους γιατί ο γαμπρός βρισκόταν στο εξωτερικό και κυρίως στην Αμερική και έτσι το υποψήφιο ζευγάρι θα γνωρίζονταν με φωτογραφίες. Συγκεκριμένα, τη δεκαετία του 1950-60 η μετανάστευση των Ελλήνων στο εξωτερικό ήταν σε έξαρση. Οι πιο δημοφιλείς προορισμοί ήταν η Γερμανία, Αυστραλία, η Αμερική. Όσοι τα κατάφερναν να βάλουν

σε τάξη τη ζωή τους, δημιουργούσαν την οικογένειά τους. Οι περισσότεροι ήθελαν γυναίκα από την Ελλάδα. Έτσι, όσες κοπέλες ήταν στο εξωτερικό γίνονταν περιζήτητες νύφες. Οι υπόλοιποι αναζητούσαν το ταίρι τους στην Ελλάδα με προξενιό. Συνήθως, οι οικογένειες των υποψηφίων για γάμο έκαναν το προξενιό. Οι μετανάστευτες έκαναν δηλαδή τη «πρόσκληση μετανάστευσης» και οι κοπέλες έπαιρναν το δρόμο της ξενιτιάς. Υπήρχαν όμως και περιπτώσεις όπου οι νύφες δε γνώριζαν τίποτα για τον μέλλοντα σύζυγό τους. Έμπαιναν στα πλοία και έφευγαν με μια φωτογραφία στα χέρια τους. Μάλιστα πολλοί υποψήφιοι γαμπροί, από τη λαχτάρα τους για να παντρευτούν, εξαπατούσαν τις κοπέλες στέλνοντάς τους φωτογραφίες που ήταν νέοι ή ακόμη και παραποιημένες. Στο βιβλίο της συγγραφέως Παναγιώτας Νάζου, «Νύφες με προξενιό», σκιαγραφείται αναλυτικά η περίπτωση των νυφών που έφευγαν για την Αυστραλία τη δεκαετία 1950-60. Προκύπτει πως οι περισσότερες γυναίκες κατέφευγαν σε αυτή τη πρακτική προωθούμενες από αισθήματα κατωτερότητας και βάρους που ανήκουν στο γυναικείο φύλο, καθώς και από την εσωτερίκευση των συντηρητικών αξιών της ελληνικής κοινωνίας. Τέλος, αναφορικά με τη τελική επιτυχία του προξενιού και το αν θα επέλεγαν και εκείνες σήμερα έναν ανάλογο τρόπο να παντρέψουν τα παιδιά τους, οι περισσότερες υποστήριζαν ότι ο γάμος από προξενιό οδηγεί στη δημιουργία «πιο στέρεων οικογενειών», εφόσον αυτό γινόταν σε κλειστές κοινωνίες που γνωρίζονταν μεταξύ τους. Καταλήγουν όμως στη διαπίστωση ότι η σημερινή μορφή κοινωνιών έχει αλλάξει ριζικά, οπότε και ένας γάμος τέτοιας μορφής δεν έχει λόγο ύπαρξης (Παπαγεωργίου, 2014).

Το προξενιό κυριαρχούσε επίσης σχεδόν σε όλες τις ορεινές και αγροτικές περιοχές της Ελλάδος, όπως επίσης και στα Επτάνησα. Κοινό σημείο όλων των Επτανήσων ήταν το προξενιό, γάμοι από αγάπη σχεδόν ανύπαρκτοι. Στις περισσότερες περιπτώσεις, η οικογένεια του γαμπρού επέλεγε την οικογένεια με την οποία ήθελε να συμπεθερέψει. Προξενητής ήταν συνήθως, συγγενής ή στενός φίλος της οικογένειας, αλλά πάντα με σεβαστό όνομα. Αν οι γονείς της υποψήφιας νύφης δέχονταν αμέσως τον γαμπρό, γινόταν γρήγορα και ο γάμος. Αν πάλι επέμεναν να το σκεφτούν λίγο, αυτό θεωρούταν άρνηση. Σε πολλές περιπτώσεις ζητούσαν τη γνώμη της κοπέλας, η οποία δε τολμούσε να αρνηθεί. Με το που δινόταν ο λόγος, συζητούσαν το θέμα της προίκας. Οι διαπραγματεύσεις δεν γίνονταν μόνο στη συνολική αξία της προίκας, αλλά και σε είδος (ρευστό χρήμα, σπίτι). Αφού συμφωνούσαν για τη προίκα, ετοιμάζαν το προικοσύμφωνο. Στη συνέχεια, ακολουθούσαν τα «μπασίματα», όπου πήγαινε ο γαμπρός με την οικογένειά του με γλυκά και κουφέτα, να γνωριστούν οι συμπέθεροι.

Τέλος, γίνονταν οι αρραβώνες, όπου ο παππάς ευλογούσε τις βέρες (Ellinismos Online, χ.χ.).

### **1.1. Το προξενιό στη Κύπρο**

Στις παλαιότερες εποχές αποτελούσε χαρακτηριστικό θεσμό στην Κύπρο η προξενήτρα και σπανιότερα ο προξενητής. Τα προξενιά ήταν έθιμο που συνδεόταν στενά με τα αυστηρά ήθη που επικρατούσαν στη Κύπρο τους περασμένους αιώνες. Η προξενήτρα μετέφερε τα προξενιά εκ μέρους του μέλλοντα γαμπρού και της οικογένειας του στην οικογένεια της νύφης. Σύμφωνα με τα έθιμα η προξενήτρα πήγαινε να ζητήσει τη νύφη την «Τσικνοπέφτη» και πάντα πριν το γάμο προηγούνταν τα «χαρτώματα(αρραβώνες).. Λόγω της χαλάρωσης από τις καθημερινές γεωργικές ασχολίες, η περίοδος της Αποκριάς θεωρούταν η πιο κατάλληλη για τη σύναψη αρραβώνων. Πολλές φορές χρέη προξενητή εκτελούσε η μητέρα, ο πατέρας ή άλλος συγγενής. Αν το προξενιό γινόταν δεκτό ακολουθούσαν τα λογιάσματα, όπου γίνονταν συνήθως στο σπίτι της οικογένειας της νύφης. Συνήθως,παρευρισκόταν και ο ιερέας, ως μάρτυρας και ως συντάκτης του προικοσύμφωνου.(Χριστοδούλου,χχ)

### **1.2. Το προξενιό σε άλλους λαούς**

Προσπαθώντας να αναλύσουμε το έθιμο του προξενιού, η εργασία θα επιχειρήσει τη διερεύνηση αυτού του φαινομένου και σε λαούς εκτός της Ευρώπης. Ένας λαός που αξίζει να μελετηθεί είναι η Ινδία, αφού οι τελετές του Ινδουϊσμού είναι στενά συνυφασμένες με έθιμα και παραδόσεις. Αναφορικά με τους γάμους στην Ινδία, αυτοί διαφέρουν ανάλογα με την περιοχή, την κοινότητα και τη θρησκεία. Παλαιότερα η ηλικία για γάμο ήταν μικρή για τις γυναίκες και οι κανονισμένοι γάμοι ήταν πρότυπο στην Ινδία εδώ και πολλά χρόνια. Αναφορικά με τους γάμους από προξενιό στην ευρύτερη περιοχή της Ασίας, αξίζει να αναφερθεί η περίπτωση των κανονισμένων γάμων, στη περιοχή Dhanusha του Νεπάλ, όπου ακόμη και σήμερα το προξενιό ισχύει σε μεγάλο βαθμό. Η έρευνα υποστηρίζει πως το ψυχολογικό αντίκτυπο των γυναικών επηρεάζεται περισσότερο, αφού η επιλογή της νύφης γίνεται κυρίως με βάση τα πρότυπα ομορφιάς, το χρώμα του δέρματος, τη χροιά της φωνής και το ύψος. Ο προκαθορισμός μιας τέτοιας επιλογής οδηγεί τις γυναίκες σε χαμηλή αυτοεκτίμηση,

ψυχολογική δυσφορία και αισθήματα ανεπάρκειας. Μάλιστα παρόλο που σήμερα, στις αστικές κυρίως περιοχές της χώρας, ασκούν ρόλο και άλλοι παράγοντες, όπως η επαγγελματική αποκατάσταση των γυναικών, εντούτοις κεντρικό σημείο είναι τα πρότυπα ομορφιάς και οι δεξιότητες των γυναικών στις οικιακές εργασίες. (Chaudari,2024)

Ομοίως και στη Κίνα, οι γάμοι θεωρούνταν η φυσική κατάληξη και η επιλογή συντρόφου καθορίζονταν από κοινωνικές νόρμες και πρακτικές. Ειδικά στη φεουδαρχική κοινωνία, πριν το 1949, η επιλογή του άνδρα γινόταν με πατρική απόφαση και το ρόλο του διαμεσολαβητή είχε κυρίως γυναίκα προξενήτρα, η οποία γνώριζε την οικογενειακή κατάσταση και τα χαρακτηριστικά των ανδρών της περιοχής. Ο βασικός κανόνας που ίσχυε τότε για ένα πετυχημένο προξενιό στη Κίνα, ήταν το ταίριασμα να γίνονταν με άτομο της ίδιας κοινωνικής και οικονομικής κατάστασης. Επειδή ήταν χαρακτηριστικό των λαών της Ανατολής η πίστη τους σε κακοδαιμονίες, πριν το γάμο με προξενιό, αν δε συνέβαιναν δυσοίωνα σημάδια, όπως το σπάσιμο ποδιού ή αρρώστια κάποιου στην οικογένεια, τότε οι γονείς του γαμπρού συμβουλευόνταν Κινέζο αστρολόγο, για να δουν αν ταιριάζει ζωδιακά με το αντίστοιχο ταίρι. Αν το ζωδιακό ταίριασμα δεν ήταν ευνοϊκό, τότε δε προχωρούσε το προξενιό.

### **1.3. Η περίπτωση των μουσουλμάνων της Γερμανίας**

Το χαρακτηριστικό των συγκεκριμένων γάμων από συνοικέσιο, είναι η απόλυτη διαμεσολάβηση των γονέων και όλης της υπόλοιπης οικογένειας. Η επιλογή συντρόφου, στη περίπτωση των Μουσουλμάνων έγκειται στα πλαίσια συνέχισης της εξέλιξης της οικογένειας και γίνεται πάντα σε καθεστώς ενδογαμίας. Στο σημείο αυτό θα πρέπει να γίνει διάκριση μεταξύ του γάμου από εξαναγκασμό και του συγκεκριμένου τύπου συνοικεσίου. Οι συγκεκριμένοι γάμοι καθορίζονται από ηθικά και κοινωνικά κριτήρια που διατηρούν την εσωτερική ενότητα και τη συνέχεια της οικογένειας, εντός συγκεκριμένων πολιτισμικών πλαισίων, έχοντας αποτελέσει αντικείμενο έρευνας για ανθρωπολόγους και ερευνητές.(Hense & Scorch,2011)

#### **1.4. Τα συνοικέσια στη Βρετανία**

Ξεκινώντας θα πρέπει να αναφερθούμε στους τρεις κυρίως τρόπους εύρεσης συντρόφου στο αμερικάνικο πλαίσιο. Έτσι, η διαμεσολαβημένη γνωριμία στη προ-ίντερνετ εποχή της Βρετανίας αποτελούνταν από τις γνωριμίες των ατόμων μέσω αγγελιών σε εφημερίδες και περιοδικά, τα γραφεία γνωριμιών και τα τέλος την εισαγωγή δεδομένων για εύρεση συντρόφου μέσω υπολογιστή. Οι πιο χαρακτηριστικές εφημερίδες της περιόδου του 1970, που εισήγαγαν αγγελίες γνωριμιών ήταν οι: «Time out», «Singles and Private eyes», «The London Weekly Advertiser». Το συνοικέσιο συνεχίστηκε με την «έκρηξη» των γραφείων γνωριμιών τη δεκαετία του 1970-80. Από τα πιο γνωστά γραφεία γνωριμιών ήταν του Heather Janner (ίδρυση 1939) και της Katherine Allen (ίδρυση 1960). Τα πρώτα γραφεία γνωριμιών υπόσχονταν εύρεση συντρόφου και αποκατάσταση στηριζόμενα κυρίως στην εξωτερική εμφάνιση.

Με την κοινωνική και οικονομική αλλαγή όμως της περιόδου 1980-90, τα σύγχρονα πια γραφεία γνωριμιών υπόσχονταν εκτός από αποκατάσταση και ταίριασμα με βάση το οικονομικό και επαγγελματικό προφίλ. Τοποθετημένοι ανάμεσα στις δύο αυτές πρακτικές, έρχεται η τρίτη πρόταση που είναι η χρήση υπολογιστή για ασφαλές ματσάρισμα. Με τη χρήση καινοτόμων διαδικασιών, όπως τη συμπλήρωση ερωτηματολογίου και τη χρήση ψυχολογικών προσεγγίσεων, η γνωριμία μέσω υπολογιστή παρουσιαζόταν σαν μια ρομαντική τεχνολογία που υποσχόταν όχι μόνο ποσότητα, αλλά και ποιότητα. (Strimpel,2017)

#### **1.5. Η εξέλιξη από τη προξενήτρα στο γραφείο συνοικεσιών**

Σταδιακά με την εξέλιξη της κοινωνίας και την είσοδο στη νεωτερική εποχή, ο θεσμός της προξενήτρας περιθωριοποιείται. Η αναζήτησή της θεωρήθηκε σύμβολο μιας ξεπερασμένης εποχής, που δε ταιριάζει με τη νέα. Η σύγχρονη εποχή επιδεικνύει αλαζονεία στο παρελθόν και παράλληλα ενώ υποσχέθηκε να βοηθήσει στον εκσυγχρονισμό του ατόμου, τον στερεί από δίκτυα επικοινωνίας, φέρνοντας έτσι τον ατομικισμό. Αυτός είναι και ένας από τους κύριους λόγους που «γέννησαν» τα γραφεία συνοικεσιών. Η μοναξιά και η αδυναμία εύρεσης συντρόφου, δίνει στα γραφεία συνοικεσιών το ρόλο του διαμεσολαβητή, που παλιότερα είχε η προξενήτρα (Αυδίκος, 2010). Η κατανόηση αυτού του φαινομένου θα πρέπει να στηριχτεί στο σύστημα της νεωτερικότητας, που αποδίδει ο Giddens. Θεωρεί δηλαδή ότι η επιβίωση παλιών

μορφών πολιτισμικής συμπεριφοράς ενσωματώνονται στο μοντέρνο. Τα γραφεία συνοικεσίων προσεγγίζουν το φαινόμενο αυτό, καθώς η νεωτερικότητα εξέθρεψε την ανάπτυξή τους με τον κατακερματισμό του κοινωνικού ιστού. Τα πρώτα γραφεία συνοικεσίων κάνουν την εμφάνισή τους στην Ελλάδα, ήδη από το 1940 με αποκορύφωμα τις δεκαετίες 1970-90. Το φαινόμενο να απευθύνονται σε γραφεία για ανεύρεση σύντροφο δεν είναι μόνο ελληνικό, καθώς εμφανίζεται με ένταση στις δυτικές χώρες και στις Η. Π. Α. Στις αρχές του 1990, εκδηλώνεται ενδιαφέρον και στη Σοβιετική Ένωση για τη σύναψη γάμων, αλλά και με προσέλκυση υποψήφιων νυφών στις χώρες της Δύσης.

Συμπερασματικά, τα γραφεία συνοικεσίων λειτουργούν ως ένα κοινωνικό δίκτυο που εκμεταλλεύονται και διαμορφώνονται σε δεδομένο κοινωνικό πλαίσιο, όπου έχουμε αποσύνθεση των σχέσεων και «κατακερματισμό» του χώρου.

## **1.6. Οι επιστολές προς τα γραφεία συνοικεσίων**

Από την αρχή της εμφάνισής του, τα γραφεία συνοικεσίων αντιμετωπίζονται διστακτικά από το κοινωνικό περίγυρο και επικρατεί η άποψη ότι τα άτομα που αναζητούν σύντροφο με τέτοιο τρόπο, είναι με κάποιες πνευματικές ή σωματικές αδυναμίες. Η άποψη αυτή προβάλλεται και στον ελληνικό κινηματογράφο της περιόδου που τα γραφεία αυτά «ανθίζουν». Χαρακτηριστικές είναι οι ταινίες «Δεσποινίς ετών 39» και «Ησαΐα χόρευε», όπου παρουσιάζουν ένα πλέγμα παραμόρφωσης της πραγματικότητας για να παντρέψουν ανθρώπους με προβλήματα. Σταδιακά, αρχίζουν να λειτουργούν ως συμπληρωματικοί θεσμοί, που εξυπηρετούσαν ανθρώπους μοναχικούς ή που ήθελαν να ανέλθουν κοινωνικά. Για το λόγο αυτό αυτές οι επιστολές είναι γραμμένες, κυρίως από άνδρες και γυναίκες νεαρής σχετικά ηλικίας, που επιθυμούν ένα καλύτερο μέλλον. (Αυδίκος, 2010)

Στις αρχές όμως της δεκαετίας του 1990, με την αύξηση των διαζυγίων στη νεωτερική εποχή, αυξάνονται οι περιπτώσεις ατόμων διαζευγμένων, που απευθύνονται στα γραφεία, λόγω του αισθήματος της μοναξιάς. Στις εν λόγω επιστολές, τα άτομα που αναζητούν σύντροφο, παρουσιάζουν την οικογενειακή τους κατάσταση, ενώ παράλληλα προβάλλουν και τα περιουσιακά τους στοιχεία. Οι επιστολές περιέχουν μια προσωπική αφήγηση, στη προσπάθεια που κάνουν για να μη στιγματιστούν ως διαζευγμένοι, που αναζητούν εναγωνίως σύντροφο. Σύμφωνα με τον Goffman, το

διακριτικό γνώρισμα κάποιων ανθρώπων μετατρέπεται σε καθοριστικό στοιχείο για τη συγκρότηση της ταυτότητάς τους.

Η τελευταία κατηγορία περιλαμβάνει τους Έλληνες της Διασποράς. Το βασικότερο κίνητρό τους και ο λόγος που απευθύνονται στα γραφεία συνοικεσίων, είναι για να δημιουργήσουν ένα δίκτυο για επαναπατρισμό και να κάνουν μια αλλαγή κεφαλαίου στη ζωή τους. (Αυδίκος, 2010)

### **1.7. Τα γραφεία συνοικεσίων σήμερα**

Η μετάβαση από τη νεωτερικότητα στη μετα-νεωτερικότητα έχει οδηγήσει και στην «αναγέννηση» των γραφείων συνοικεσίων σήμερα. Ξεκινώντας από την Ελλάδα, στην περιοχή του κέντρο της Αθήνας, λειτουργούν γραφεία συνοικεσίων σήμερα, με μεγάλη επιτυχία. Τα άτομα που απευθύνονται σε αυτά είναι κυρίως μεταξύ 20 και 50 ετών και ο βασικός λόγος είναι το επιθυμητό ταίριασμα για συντροφιά. Δε λείπουν βέβαια και τα άτομα μεγαλύτερης ηλικίας, κυρίως χήροι, οι οποίοι μετά από ένα διάστημα αναζητούν αντίδοτο στη μοναξιά τους. Τα άτομα των μικρότερων ηλικιών που απευθύνονται στα γραφεία γνωριμιών, αποζητούν κάτι ασφαλές, αλλά θεωρούν ότι ο σύγχρονος τρόπος ζωής έχει οδηγήσει σε έλλειμμα επικοινωνίας, γι αυτό και δυσκολεύονται να βρουν συντροφιά. Αν και στις μέρες μας τα γραφεία συνοικεσίων έχουν βρει πάλι την παλιά τους αίγλη, είναι αξιοσημείωτο το γεγονός ότι σε αυτά απευθύνονται πολύ συχνά οι γονείς των ελεύθερων ατόμων, παρά τα ίδια τα άτομα (κυρίως σε ηλικίες 30-45). Οι ηλικίες αυτές αντιμετωπίζουν διστακτικά τα γραφεία συνοικεσίων, οπότε οι γονείς κάνουν το πρώτο βήμα, πολλές φορές χωρίς να το μαθαίνουν ποτέ τα ίδια. Η επιτυχία ενός τέτοιου συνοικεσίου δεν είναι πάντα δεδομένη, αν και υπάρχουν περιπτώσεις ευτυχούς κατάληξης με τα άτομα να μαθαίνουν τη παρέμβαση των γονιών τους μια εβδομάδα πριν το γάμο.

Χαρακτηριστικές είναι επίσης οι περιπτώσεις ξένων, κυρίως από χώρες της Γερμανίας και της Αυστραλίας, που έρχονται μόνοι τους για διακοπές στην Ελλάδα το καλοκαίρι, λατρεύουν τη χώρα, οπότε και απευθύνονται στα γραφεία συνοικεσίων για εύρεση συντρόφου, με σκοπό ή να παραμείνουν εδώ ή αφού βρουν σύντροφο να επιστρέψουν πάλι στη χώρα τους. Προς επίρρωση της έλευσης της μετανεωτερικότητας και του Κυβερνοχώρου, τα γραφεία συνοικεσίων σήμερα, προκειμένου να συναγωνιστούν τις πλατφόρμες γνωριμιών έχουν δημιουργήσει σελίδα στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης, όπως επίσης πραγματοποιούν εκπομπές μέσω του YouTube ή

παρευρίσκονται καλεσμένοι σε εκπομπές, αναλύοντας τη «δύναμη» των γραφείων γνωριμιών σήμερα. (Παμπουλίδης,2025)

Το φαινόμενο αυτής της επανεγκαθίδρυσης των γραφείων συνοικέσιο δεν είναι μόνο ελληνικό. Όπως τονίζει έρευνα της εφημερίδας «ΤΟ ΘΕΜΑ» (Αδάμου, 2022) σε ένα από τα πιο γνωστά γραφεία συνοικεσίων στη Κύπρο, οι προτεραιότητες του κόσμου έχουν αλλάξει τα τελευταία χρόνια. Δεν είναι μόνο η οικονομική κρίση που δημιουργεί ανασφάλεια για τη δημιουργία οικογένειας, αλλά πλέον και το γεγονός ότι οι κοινωνίες, οι προτεραιότητες και οι επιθυμίες έχουν αλλάξει. Τα άτομα πλέον θέτουν υψηλά τον πήχη και έχουν σήμερα περισσότερες απαιτήσεις.

Εκτός από την Ελλάδα και την Κύπρο, προκύπτει πως το προξενικό και η παρέμβαση των γονιών για επιλογή συντρόφου, ισχύει και σε περιπτώσεις αστικών ζευγαριών στη Κίνα. Συγκεκριμένα, σύμφωνα με έρευνα του Πανεπιστημίου της Σιγκαπούρης, οι γονείς των ζευγαριών στη Κίνα είναι ιδιαίτερα παρεμβατικοί στην επιλογή συντρόφου, ενώ μάλιστα τα κίνητρα για την επιλογή είναι κυρίως οικονομικά και κοινωνικά. Η έρευνα εστιάζει στις περιπτώσεις των αγροτικών και των αστικών οικογενειών της Κίνας. προκύπτει πως στις αστικές περιοχές οι γονείς είναι λιγότερο επεμβατικοί απ ό τι στις αγροτικές. Επιπλέον η μόρφωση των γονιών έχει καταλυτικό ρόλο στο τι θέλουν να επιλέξουν για τα παιδιά τους. Οι γονείς με ανώτερη μόρφωση επικεντρώνονται λιγότερο στα οικονομικά κριτήρια, γεγονός που δε συμβαίνει με τους γονείς χαμηλότερου μορφωτικού επιπέδου. Σίγουρα πάντως προκύπτει πως είναι κοινωνική επιταγή η μορφή αυτή του συνοικεσίου από τους γονείς και φαίνεται να είναι περισσότερο καταπιεστική απέναντι στο γυναικείο φύλο. Ολοκληρώνοντας, η έρευνα καταλήγει στο συμπέρασμα πως είτε για αστικές ή για αγροτικές περιοχές, η ανάμειξη των γονέων στην επιλογή συντρόφου, οδηγεί σε χαμηλότερους δείκτες αρμονίας και ευτυχίας ανάμεσα στο ζευγάρι (Huang, & Ginger & Lixin, 2012). Αξίζει εδώ να αναφερθούμε στο εξωτικό νυφοπάζαρο της Σανγκάης, μια υπαίθρια αγορά γάμου, η οποία υφίσταται ακόμη και σήμερα ως κοινωνική πρακτική. Διάφοροι υπαίθριοι προξενητές, αλλά και γονείς τοποθετούν αγγελίες των ανύπαντρων παιδιών τους. Ο γάμος είναι οικογενειακή υπόθεση στη Κίνα και περισσότερο σχετίζεται με την ένωση των οικογενειών, παρά με τη δημιουργία οικογένειας. Για πολλά χρόνια, οικογένειες με τη βοήθεια ενός προξενητή κανόνιζαν γάμους ανάμεσα σε οικογένειες σε παρόμοιο οικονομικό επίπεδο και η γνώμη των νεόνυμφων δεν είχε ιδιαίτερη σημασία (Sheehan, 2015).

## 1.8. Το προξενικό στην ελληνική τηλεόραση και στο θέατρο

Μετά την εδραίωση των γραφείων συννοικεσίων, ένα καθολικό μέσο έρχεται πλέον να δράσει διαμεσολαβητικά στη ζωή των ατόμων. Η εμφάνιση της ιδιωτικής τηλεόρασης, τις δεκαετίες 1980-1990, συμπίπτει χρονικά με τη συνεχή εξέλιξη της κοινωνίας. Έτσι, «εκμεταλλευόμενη» την άνοδο των γραφείων συννοικεσίων τα προβάλλει και η ίδια, αρχικά με αναφορές σε πρωινές τηλεοπτικές εκπομπές, όπως συγκεκριμένα: «Ελλάς το μεγαλείο σου» του Γιώργου Παπαδάκη (1991), «Πρωινό Παράθυρο» στο Mega (1993) και έπειτα στην ET1 το 1994. Το ραδιόφωνο είχε αρχίσει να δηλώνει ήδη ενδιαφέρον από τα τέλη της προηγούμενης δεκαετίας (Αυδίκος, 2010).

Σταδιακά ξεκινά και η τηλεόραση να δημιουργεί ένα «καθεστώς ορατότητας», των απλών ανθρώπων και να προσπαθεί να καλύψει βασικές τους ανάγκες. Στα τέλη της δεκαετίας του 1990, η τηλεόραση μοιάζει να επιλαμβάνεται ακαριαία των ατομικών προβλημάτων και να βρίσκει λύσεις σε ζητήματα της καθημερινότητας των ανθρώπων. Χαρακτηριστικές είναι οι εκπομπές «Χρυσό κουφέτο» της Αννίτας Πάνια, από το 1995 ως το 1998, το «Je t'aime» και οι «Λογοδοσμένοι», που προσπάθησαν να μετατρέψουν σε τηλεοπτικό σόου το θέμα αυτό. Πρόκειται πλέον για εκπομπές μεικτού τύπου, οι οποίες συνδύαζαν την εκπομπή συννοικεσίων με την ανάδειξη νέων ταλέντων. Οι εκπομπές εξέθεταν τους επίδοξους γαμπρούς/νύφες στο πλατό, όπου με ζωντανά τηλεφωνήματα στον αέρα της εκπομπής, οι ενδιαφερόμενοι προσπαθούσαν να επιλέξουν το κατάλληλο σύντροφο. Πλέον η τηλεόραση, μέσω της εργαλειοποίησης των ατόμων, μετατρέπεται σε μια οθόνη, όπου τα όρια μεταξύ δημόσιου και ιδιωτικού καταργούνται. Τα άτομα που αναζητούν συντρόφους αποκτούν δημοσιότητα και προβολή. Ακόμη και μέσα από τις ιδιαιτερότητές τους, παύουν να προβάλλουν ως «προβληματικές» προσωπικότητες (Βώβου, 2023). Ενδεχομένως και το στερεότυπο, ότι ο εισερχόμενος στα γραφεία συννοικεσίων είναι «προβληματική» περίπτωση, διαμορφώθηκε από τις άνωθεν τηλεοπτικές εκπομπές, οι οποίες ως ένα βαθμό, προωθούσαν το πρότυπο αυτό. Το μεταίχμιο γραφείου συννοικεσίων και τηλεόρασης είναι η δημοσιότητα και η «τηλεοπτική καριέρα». Στα γραφεία συννοικεσίων, στον αντίποδα, η βασική πρόθεση είναι η αντιμετώπιση της μοναξιάς, που λαμβάνει χώρα μακριά από την αυτοπροβολή.

Από τη στιγμή της μετατόπισης των ορίων μεταξύ δημόσιας και ιδιωτικής σφαίρας και τη συγχώνευση τους, όλα είναι πιθανά. Πλέον, πρόκειται για μια νέα

δημόσια σφαίρα, διαμεσική, στην οποία βασικές ανάγκες του ατόμου προβάλλονται και αξιολογούνται διαφορετικά.

Η ιστορία όμως του προξενιού έχει απασχολήσει και το θέατρο. Σύμφωνα με ρεπορτάζ της εφημερίδας «Πρώτο Θέμα», η θεατρική παράσταση «Δια μίαν ανάμνησιν» του Παναγιώτη Λιαρόπουλου (2023, θέατρο Μπέλλος), πραγματεύεται το θέμα του προξενιού στα Βαλκάνια. Συγκεκριμένα, πραγματεύεται το προξενιό, τον γάμο και την πυρηνική οικογένεια στο χώρο των Βαλκανίων. Στη σκηνή παρουσιάζονται Έλληνες και ξένοι ηθοποιοί από τη Βουλγαρία, τη Ρουμανία και την Αλβανία, όπου παρουσιάζουν μια πολυπολιτισμική εμπειρία βασισμένη σε μαρτυρίες, στην παράδοση, αλλά και στην καλλιτεχνική αντίληψη των νέων ανθρώπων πάνω στον έρωτα.

### **1.9. Προξενιά στην ινδική και κινεζική οθόνη**

Το **Indian Matchmaking**, είναι μια ινδική τηλεοπτική σειρά ριάλιτι του 2020, που έκανε πρεμιέρα στο Netflix, στις 16 Ιουλίου του 2020. Το 2021, ανανεώθηκε για δεύτερη σεζόν και το 2022 για τρίτη. Η Σίμα Ταπάρια, σύμβουλος γάμου από τη Βομβάη, χρησιμοποιώντας την εμπειρία της στο προξενιό, προσπαθεί να καθοδηγήσει «πελάτες» στις Η. Π. Α και την Ινδία στη διαδικασία του κανονισμένου γάμου. Συγκεκριμένα, μέσω του ριάλιτι προβάλλεται η εμμονή της ινδικής κοινωνίας με το θέμα του γάμου, η σύναψη σχέσεων από την ίδια κοινωνική κάστα, καθώς και τα εμπόδια των σύγχρονων γυναικών που θέλουν να ακολουθήσουν τη καριέρα τους. Στην ουσία παρουσιάζεται η «σύγκρουση» του γάμου αγάπης με το συμφωνημένο γάμο, καταλήγοντας στο ότι οι οικογένειες διαδραματίζουν στην Ινδία πρωτεύοντα ρόλο στη δημιουργία της ένωσης που λέγεται γάμος.

Μια άλλη τηλεοπτική σειρά-ριάλιτι της Ινδίας, που έκανε πρεμιέρα στις 30 Ιανουαρίου του 2020 και αυτή στο Netflix, είναι το **What the love!** Επί της ουσίας ο παρουσιαστής Karan Johar, προσπαθεί με τη βοήθεια επώνυμων καλεσμένων να βοηθήσει έξι ανύπαντρους να βρουν την αγάπη. Μέσω του ριάλιτι προβάλλεται και εδώ η σπουδαιότητα της σύναψης γάμου για την ινδική κοινωνία, τα στερεότυπα, αλλά και το γεγονός ότι ο γάμος στη σύγχρονη Ινδία έχει γίνει ένα πολιτιστικό και καταναλωτικό θέαμα.(Ghosh,2022)

Τέλος, πρεμιέρα στο Netflix, έκανε στις 25 Ιανουαρίου του 2025, η ρομαντική κωμωδία «**Το τέλειο προξενιό**». Μας έρχεται από τη Κίνα και αποτελείται από 36

επεισόδια θυμίζοντας τηλεοπτική νουβέλα. Κατά τη διάρκεια της βασιλείας του Ρεντσόνγκ, η κυρία Λι, με καταγωγή από μια πλούσια οικογένεια, μετακομίζει με την οικογένειά της στο Μπιαντζίνγκ, για να βρει συζύγους για τις πέντε κόρες της. Για να το πετύχει αυτό αποφασίζει να ιδρύσει μια επιχείρηση που θα εμπορεύεται σπίρτα.

Καταλήγοντας, αντιλαμβανόμαστε πως η έλευση των νέων ψηφιακών πλατφορμών, μπορεί να χρησιμοποιηθεί για να προβάλει παλαιότερες κοινωνικές πρακτικές, οι οποίες εξακολουθούν με κάποιες διαφοροποιήσεις να ισχύουν ακόμη ή μέσω της χρήσης του κοινά αποδεκτού Netflix, να παρουσιάσει σύγχρονες μορφές συνουικεσίου.

## **Κεφάλαιο 2ο: Ψηφιακή εποχή και διαπροσωπικές σχέσεις**

Με τη μεταβολή των κοινωνιών και την είσοδο πλέον στην νεωτερικότητα, οι διαπροσωπικές σχέσεις έχουν επηρεαστεί και εκείνες σε βαθμό, έτσι ώστε έχουν γίνει περισσότερο απρόσωπες και επιφανειακές. Σύμφωνα με τον Bell, η «Κοινωνία της Πληροφορίας» με την ανάδειξη των νέων μέσων, όπως κινητά, ηλεκτρονικοί υπολογιστές, βοήθησε από τη μία πλευρά στην αμφίδρομη και πολλαπλή επικοινωνία μεταξύ των ατόμων, από την άλλη όμως η πληροφορία έγινε περισσότερο κατακερματισμένη. Πίσω από τις οθόνες το μήνυμα γίνεται πολλαπλό, ο καθένας πλέον εκφράζεται πιο αυθόρμητα, αφού έχει την κάλυψη που του παρέχει η οθόνη. Παράλληλα, οι δυνατότητες που δίνονται για πολλαπλή χρήση των νέων μέσων, έχουν καταστήσει περισσότερο την ψηφιακή επικοινωνία ως ένα φαινόμενο που απλά συμπληρώνει τον ελεύθερο χρόνο. Πλέον, η επικοινωνία ξεφεύγει από τη γραμμικότητα του κλασικού μοντέλου του Lasswell (McQuail & Deuze, 2021).

Τα σύγχρονα συστήματα επικοινωνίας έχουν γίνει λιγότερα γραμμικά, αφού έχει γίνει σαφές, ότι πλέον βασικό στοιχείο είναι η κοινωνική αλληλεπίδραση.

Χαρακτηριστικά είναι τα μοντέλα του Newcomb και των Shannon and Weaver. Η βασική καινοτομία και των δύο μοντέλων είναι ότι πλέον δε δίνεται έμφαση τόσο στο μήνυμα, αλλά κυρίως στον κοινωνικό στόχο της επικοινωνίας που είναι η διατήρηση των σχέσεων μεταξύ των ανθρώπων. Στο δεύτερο μοντέλο η πηγή είναι αυτή που αποφασίζει ποιο μήνυμα θα σταλεί. Το επιλεγμένο μήνυμα μετατρέπεται από έναν μετασχηματιστή σε σήμα και στη συνέχεια αποστέλλεται μέσω του καναλιού στον αποδέκτη. Τα δύο αυτά μοντέλα είναι χαρακτηριστικά του τρόπου με τον οποίο λειτουργούν σήμερα οι διάφορες πλατφόρμες κοινωνικής αλληλεπίδρασης και γνωριμιών.

Πλέον το κοινωνικό δίκτυο δεν είναι πια τα γραφεία συνεικεσιών, αλλά ο Κυβερνοχώρος. Με την κυνικότητα και τους γρήγορους ρυθμούς ζωής που διέπουν το κόσμο, τα άτομα θέλουν έναν εύκολο και διαμεσολαβημένο τρόπο επικοινωνίας. Παρόλο που η εποχή μας είναι περισσότερο ελεύθερη, παρόλο που τα άτομα είναι περισσότερο κοινωνικοποιημένα, εντούτοις έχουν μεγαλύτερη δυσκολία να εκφραστούν αληθινά διά ζώσης. Επιπροσθέτως, το βασικό χαρακτηριστικό των ψηφιακών μέσων είναι ότι έχουν εισβάλλει στη ζωή του ατόμου με έναν τρόπο που θεωρούνται ως το αναγκαίο κακό. Εξάλλου όλες οι ψηφιακές πλατφόρμες είναι άμεσα διαθέσιμες, μέσω της οθόνης του υπολογιστή. Υπάρχουν επομένως σταθερά πλάι μας και αρκεί ένα απλό κλικ για να εισέλθουμε στη διάδραση (McQuail & Deuze, 2021).

Ανακεφαλαιώνοντας, τα νέα μέσα έχουν τη δυνατότητα να είναι πιο συμμετοχικά, να έχουν μεγαλύτερη κοινωνική παρουσία, να προσφέρουν μεγαλύτερη αυτονομία. Επιπλέον, επιτρέπουν περισσότερο το παιχνίδι και την αλληλεπίδραση ανάμεσα στους ανθρώπους. Οι σχέσεις που δημιουργούνται ή διαμεσολαμβάνονται από τις νέες μηχανές επικοινωνίας συχνά είναι παροδικές, επιδερμικές και χωρίς δεσμεύσεις. Μπορούν να θεωρηθούν ως ένα αντίδοτο στη μοναξιά και τον ατομικισμό που συνδέεται με τη σύγχρονη ζωή και λιγότερο σαν μια λογική εξέλιξη στις μορφές της κοινωνικής αλληλεπίδρασης.

Οι πολιτιστικές απαιτήσεις για τη συμμετοχή και την ικανοποίηση από τη χρήση της επικοινωνίας διαμέσου των ηλεκτρονικών υπολογιστών ανήκουν στο πλαίσιο της μετανεωτερικότητας. (McQuail & Deuze, 2021).

## 2.1. Η εξέλιξη των μέσων κοινωνικής δικτύωσης

Το διαδίκτυο και ο Κυβερνοχώρος παρέχουν ακαριαία επαφή σε παγκόσμιο επίπεδο. Εισάγουν το υποκείμενο της νεωτερικότητας και της ύστερης νεωτερικότητας σε μια δικτυωμένη μηχανική συσκευή. Το νέο στο διαδίκτυο είναι ο συνδυασμός της αλληλεπιδραστικότητας, η τεράστια έκταση στο ακροατήριο και η οικουμενική φύση της επικοινωνίας. Προκύπτει λοιπόν, ότι τα βασικά γνωρίσματα των μέσων κοινωνικής δικτύωσης είναι η δυνατότητα των χρηστών να δημιουργούν μια ψηφιακή ταυτότητα, να έχουν πρόσβαση σε άλλα προφίλ, καθώς και να επικοινωνούν με περισσότερο κοινό.

Πλέον κάνουμε λόγο για τα συλλογικά συμμετοχικά μέσα, που βοηθάνε όχι μόνο σε ανταλλαγή πληροφοριών, αλλά και στην ανάπτυξη ενεργών προσωπικών σχέσεων. Η εμπορική πτυχή αυτών των μέσων είναι ενσωματωμένη στις διαδικτυακές πλατφόρμες, που μετατρέπουν σε προϊόντα και κάνουν εικονικές όλες τις όψεις της ζωής των ανθρώπων (Uber, **Tinder**, Airbnb).

Η βασικότερη όμως αλλαγή που έφεραν τα Μέσα Κοινωνικής Δικτύωσης, είναι ότι τα άτομα τώρα πρέπει να κάνουν περισσότερες επιλογές, να διαθέτουν περισσότερη γνώση και να καταβάλλουν μεγαλύτερη προσπάθεια για να ενσωματώσουν και να κατανοήσουν την επικοινωνία. Το διαδίκτυο φέρνει περιπλοκές και μεταβολές, με νέους τύπους σχέσεων, νέους ανταγωνιστές και νέους κανόνες. (McQuail & Deuze, 2021).

## 2.2. Η πλατφόρμα TINDER

Η μεγαλύτερη ίσως αλλαγή που έφερε η χρήση των ψηφιακών μέσων, ήταν αναμφίβολα η δημιουργία των ψηφιακών πλατφορμών γνωριμιών, ως αντικατάσταση της κλασικής προξενήτρας και των μετέπειτα γραφείων συνοικεσίων. Κάποιες από τις πιο δημοφιλείς πλατφόρμες στην Ελλάδα και όχι μόνο, είναι οι: Badoo, Jaumo, Bumble και η πλατφόρμα Tinder. Από αυτές θα αναλύσουμε και θα δούμε τους όρους και τον τρόπο χρήσης της πλατφόρμας Tinder, ως την δημοφιλέστερη πλατφόρμα και αυτή με τη μεγαλύτερη αποδοχή.

Αρχικά, η πλατφόρμα Tinder είναι μια διαδικτυακή εφαρμογή γνωριμιών και γεωκοινωνικής δικτύωσης που ξεκίνησε να λειτουργεί το 2012 με έδρα τη Καλιφόρνια των Η. Π. Α. Είναι διαθέσιμη σε πάνω από 190 χώρες και σε 40 γλώσσες. Ο διευθύνων σύμβουλος της εταιρείας είναι η Φαίη Ιοσοταλούνο και οι ιδρυτές οι Σον Ραντ και Τζάστιν Ματίν. Έχει πάνω από 75 εκατομμύρια μηνιαίους ενεργούς χρήστες και παρακάτω θα δούμε το σχεδιασμό και τις ιδιαιτερότητές του. Το πρώτο και το βασικό

του χαρακτηριστικό που αφορά στο σχεδιασμό του είναι η προσβασιμότητά του σε συστήματα Android και Ios. Η εφαρμογή κατεβαίνει δωρεάν σε App store και Google play, ενώ διατίθεται τόσο με συνδρομή, όσο και δωρεάν. Η δημιουργία προφίλ είναι σχετικά απλή, αφού βασικό είναι το ανέβασμα ευκρινών φωτογραφιών. Στη συνέχεια υποβάλλεις ένα σύντομο βιογραφικό του εαυτού σου. Στα χαρακτηριστικά που καθιστούν το Tinder μια ασφαλή πλατφόρμα γνωριμιών, σύμφωνα με τους δημιουργούς του είναι οι δύο βασικές λειτουργίες, σύρσιμο δεξιά και αριστερά. Στην ουσία είναι η επιβεβαίωση ή μη, αν το ένα μέλος αρέσει στο άλλο. Επιπλέον, για την εγκυρότητα των προφίλ στη πλατφόρμα, η εφαρμογή προσφέρει επαλήθευση φωτογραφιών για να βεβαιωθεί κάποιος ότι αυτός που μιλά είναι το ίδιο άτομο με τις φωτογραφίες. Τα επαληθευμένα προφίλ, εμφανίζονται πάντα με μπλε τικ. Ως τελευταίο μέσο για διασφάλιση και εγκυρότητα της εφαρμογής, είναι το γεγονός ότι η πλατφόρμα απαγορεύει τη χρήση ατόμων κάτω των 18 ετών. Φυσικά δεν είναι εύκολος ο αποκλεισμός τους, αφού μπορεί κάποιος να δηλώσει ψεύτικη ηλικία κατά τη δημιουργία λογαριασμού. Επίσης, όπως και οι υπόλοιπες εφαρμογές διαθέτουν την επιλογή του μπλοκαρίσματος, ενώ υπάρχει δυνατότητα καταγγελίας στη Δίωξη Ηλεκτρονικού Εγκλήματος.

Ο Justin Mateen, co-founder και CMO της παγκόσμιας εφαρμογής, αποκαλύπτει κάποιους από τους λόγους που τον έκαναν να δημιουργήσει το Tinder. Όπως αρχικά είπε η πλατφόρμα σε συνδέει αποτελεσματικά με κάποιον που θέλεις να γνωρίζεις ακόμη περισσότερο. Το πρόγραμμα είναι συνεχώς εξελισσόμενο και στο μέλλον θα υπάρξουν επιλογές για καλύτερη γνωριμία. Η εφαρμογή χρησιμοποιεί το λογαριασμό στο Facebook, έτσι ώστε να διατηρείται κάποια ιδιωτικότητα και παράλληλα να υπάρχει ένα σχεδιάγραμμα κοινών κοινωνικών ενδιαφερόντων. Ολοκληρώνοντας τη παρουσίαση του Tinder, ο Mateen τονίζει το γεγονός ότι το Tinder μιμείται την ανθρώπινη αλληλεπίδραση με τη μόνη διαφορά ότι γνωρίζεις εξ αρχής τα βασικά που σε συνδέουν με τον άλλο χρήστη. Ο τελικός στόχος του Tinder είναι να συνδέει ανθρώπους για κάθε είδους λόγο. Είτε για φιλία, είτε για δουλειά, είτε για ραντεβού.(Πάντα-Χαρβά,2014).

### **2.3. Η χρήση του Tinder στην Ελλάδα**

Η εφημερίδα LIFO παρουσιάζει σε ένα ρεπορτάζ εμπειρίες ατόμων που αποκόμισαν θετικά στοιχεία από τη χρήση της εν λόγω πλατφόρμας. Κάποιοι ερωτηθέντες

αναφέρουν ότι προχώρησαν σε σχέση, κάποιοι άλλοι ότι ήταν καλό απλά σε φιλικό επίπεδο. Το βασικότερο χαρακτηριστικό όμως ήταν η αναφορά στο γεγονός ότι το Tinder ήταν πιο εύκολα προσβάσιμο στο λεγόμενο ψηφιακό φλερτ, αφού υπάρχουν άτομα που διά ζώσης είναι περισσότερα διστακτικά και δε κάνουν εύκολα την πρώτη κίνηση. Επιπλέον, είναι μια καλή εναλλακτική επιλογή για άτομα που μένουν στην επαρχία και δεν έχουν τόσο ανεπτυγμένο κύκλο γνωριμιών (Ψωμιάδης, 2022).

Στη συνέχεια του ίδιου άρθρου αναφέρονται και κάποια μελανά σημεία που εντόπισαν οι χρήστες του. Το βασικότερο θέμα αφορά το γυναικείο πληθυσμό, αφού σύμφωνα με μαρτυρίες γυναικών-χρηστών υπάρχει στερεότυπο από τους Έλληνες άντρες χρήστες του Tinder. Αυτό είναι το γεγονός ότι οι άνδρες της εφαρμογής θεωρούν τις γυναίκες που χρησιμοποιούν τη πλατφόρμα ως αποκλειστικά διαθέσιμες και με τελικό σκοπό τους μόνο το γάμο.

Επίσης, το βασικότερο ζήτημα που αφορά και κάθε επικοινωνία που στερείται ουσιαστικής επαφής, είναι το γεγονός της εύκολης σύνδεσης με κάποιον, αλλά η δυσκολία να κερδηθεί η εμπιστοσύνη και να υπάρξει χημεία όταν πια βρίσκεσαι μαζί του διά ζώσης. Σου δίνεται δηλαδή η δυνατότητα να γνωρίσεις άτομα, αλλά με λίγους μπορείς να συνυπάρξεις (Ψωμιάδης, 2022).

Ωστόσο αξιοσημείωτο παραμένει το γεγονός ότι πολλοί από τους χρήστες της πλατφόρμας Tinder είναι ήδη σε σχέση και οι μισοί δε θέλουν καν ραντεβού. Οι εφαρμογές γνωριμιών έχουν γίνει κυρίως πηγές ψυχαγωγίας και κοινωνικής σύνδεσης για τους χρήστες και όχι μέρη για να κανονίσουν ραντεβού ή γνωριμίες. Σχεδόν τα 2/3 των ανθρώπων που χρησιμοποιούν το Tinder είναι ήδη σε σχέση. Επίσης, όσον αφορά την ψυχολογία τους και την αυτοεκτίμησή τους, για όσους χρησιμοποιούν την εφαρμογή, η έρευνα αναφέρει πως πολλοί επιλέγουν να μένουν ενεργοί στις πλατφόρμες αυτές, περισσότερο για λόγους τόνωσης της αυτοπεποίθησής τους. Πρόκειται μάλλον για ένα «παιχνίδι εξαπάτησης», όπως ισχυρίζονται οι ειδικοί, καθώς πολλοί θεωρούν ότι δε βρίσκουν ταίρι στην πραγματική ζωή, γιατί οι επιλογές είναι λιγότερες. Όταν όμως ανακαλύπτουν ότι και πάλι περιφέρονται από πλατφόρμα σε πλατφόρμα και δε μένουν ικανοποιημένοι, τότε βιώνουν αρνητικά συναισθήματα (HuffPost Greece, 2023).

Τέλος, σύμφωνα με την εφημερίδα «Καθημερινή», πολλοί χρήστες της εφαρμογής αισθάνονται «εξάντληση» και εθισμό από τη χρήση της πλατφόρμας. Συγκεκριμένα, η αναμονή για εύρεση συντρόφου και ευτυχία ήταν επώδυνη για πολλούς χρήστες. Αποτελεί επίσης γεγονός ότι πολλοί από τους χρήστες αναφέρουν το

πλαίσιο της παρενόχλησης ακόμη και όταν δε δείχνουν πια ενδιαφέρον ή ακόμη και ότι λαμβάνουν εικόνες με άσεμνο περιεχόμενο. Όπως επίσης είναι πάντα ανοιχτό το ενδεχόμενο να γίνουν αυτές οι εφαρμογές στόχος απατεώνων και με ανησυχία για την ανταλλαγή πληροφοριών. Βέβαια για τη καταπολέμηση αυτών των ζητημάτων, το Tinder επενδύει σε μέτρα ασφαλείας, όπως η επαλήθευση της ταυτότητας και του ιστορικού.

#### **2.4. Το Tinder στις χώρες του εξωτερικού**

Οι πλατφόρμες γνωριμιών είναι ιδιαίτερα διαδεδομένες και σε χώρες όπως η Κίνα. Παρόλο που τα τελευταία χρόνια, το Tinder έχει αποκλειστεί εκεί, εντούτοις οι κάτοικοι μπορούν να έχουν πρόσβαση σε αυτό χρησιμοποιώντας το VPN (Virtual Private Network). Με το τρόπο αυτό εξασφαλίζεται η προστασία των προσωπικών δεδομένων και η ασφαλής πλοήγηση στον Κυβερνοχώρο (Portholes, 2023). Το αξιοσημείωτο όμως που παρατηρείται στη Κίνα, είναι πως ολοένα και περισσότεροι νέοι άνθρωποι το χρησιμοποιούν για να αναζητήσουν εργασία, καθώς η οικονομική ύφεση που παρατηρείται στη χώρα είναι αυξημένη μετά και τον αντίκτυπο της πανδημίας.

Στη περίπτωση της Κύπρου η χρήση πλατφορμών γνωριμιών είναι ιδιαίτερα διαδεδομένη λόγω και του μεγάλου αριθμού ξένων ατόμων που ζουν στη περιοχή. Θεωρείται όμως περισσότερο μια εφαρμογή «γρήγορων»γνωριμιών με όχι πάντα ασφαλή αποτελέσματα. Για το λόγο αυτό δύο φοιτητές από την Κύπρο, ο Εύρος Νεοφυτίδης και ο Γιώργος Χρυσόχου, με πτυχίο στις Γραφικές τέχνες ο πρώτος και στις Διεθνείς Ευρωπαϊκές Οικονομικές σπουδές ο δεύτερος, θέλησαν να φτιάξουν μια εφαρμογή που θα πρόσφερε ασφάλεια και εχεμύθεια, ενώ παράλληλα θα εξασφάλιζε πως όλες οι γνωριμίες θα ανταποκρίνονταν στην πραγματικότητα. Η εφαρμογή ονομάζεται «Private talk» και προσφέρει τη δυνατότητα να πιστοποιείται η αυθεντικότητα της φωτογραφίας προφίλ του κάθε χρήστη. Η πλατφόρμα λειτουργεί από τον Σεπτέμβριο του 2016 και η διαφορά που υπόσχεται σε σχέση με το tinder είναι τα αυθεντικά προφίλ σε αντίθεση με το tinder και άλλες εφαρμογές γνωριμιών (Κάτσης, 2016).

Τέλος, σύμφωνα και με τον co-founder και C. M. Ο της εφαρμογής, οι πιο ενεργές περιοχές χρήσης του Tinder είναι οι Η. Π. Α, Μεγάλη Βρετανία και Βραζιλία. Συγκεκριμένα, παρακολουθώντας το παράδειγμα του Tinder, start up βρετανική

εταιρεία Hectare που δραστηριοποιείται στον τομέα της κτηνοτροφίας παρουσίασε τη δική της εκδοχή, η οποία ωστόσο δεν έχει ανθρώπους, αλλά ζώα. Η εφαρμογή έχει προφίλ με χαρακτηριστικά ζώων από 42.000 φάρμες του Ηνωμένου Βασιλείου σε μια προσπάθεια να βοηθήσει τους ιδιοκτήτες να βρουν το κατάλληλο ταίριασμα για τα ζώα τους. Η μετονομασία της εν λόγω εφαρμογής είναι Tudder, σαν παράφραση του Tinder (The Guardian, 2019).

## 2.5. Καινοτομίες του Tinder

Όπως είναι ήδη γνωστό για να κάνει κάποιος χρήση της εφαρμογής, δε χρειάζεται να πληρώσει για αυτό. Ωστόσο αν κάποιος χρήστης θέλει να αναβαθμίσει την εμπειρία του από τη χρήση του Tinder, για επιπλέον οφέλη, μπορεί έναντι πληρωμής να αποκτήσει το Tinder gold ή το Tinder platinum.

Συγκεκριμένα, με το Tinder gold, ο χρήστης εξοικονομεί χρόνο, γιατί του δίνεται η δυνατότητα να δει ποια είναι τα άτομα που του έκαναν like. Μετά με ένα απλό πάτημα μπορεί να ταιριάζει, να απορρίψει και να μεγαλώσει τις φωτογραφίες για να δει το πλήρες προφίλ και να χρησιμοποιήσει καλύτερα τον χρόνο του στο Διαδίκτυο. Στην ίδια λογική το tinder platinum, δίνει τη δυνατότητα στο χρήστη του να στέλνει επισυναπτόμενο μήνυμα σε κάθε like, αυξάνοντας έτσι τις πιθανότητες ταιριάσματος μέχρι και 25%. Στα πλαίσια της αύξησης της δημοτικότητας του στη γενιά Z, το Tinder προσφέρει τη δυνατότητα Explore. Με αυτή τη νέα προσθήκη, που περιλαμβάνει τη χρήση βίντεο σε προφίλ, δημιουργείται γενικά μια πιο διαδραστική εμπειρία. Η δυνατότητα αυτή είναι ήδη διαθέσιμη από τον Σεπτέμβριο του 2021. Στο παράθυρο του Explore μπορείς να δεις μόνο επιλεγμένα προφίλ και να ανακαλύψεις αν ταιριάζουν τα ενδιαφέροντά σας. (LifO Newsroom, 2019).

Εφόσον σκοπός των εφαρμογών αυτών είναι και η αποδοχή που προκύπτει μέσω των κατάλληλων φωτογραφιών που αναεβάζει ο κάθε χρήστης, το Tinder σχεδιάζει μελλοντικά να χρησιμοποιήσει τη τεχνητή νοημοσύνη, για να φαίνονται τα άτομα πιο ελκυστικά στις φωτογραφίες που δημοσιεύουν. Ο διευθύνων σύμβουλος της εταιρείας Bernard Kim, δήλωσε ότι οι χρήστες του πολλές φορές διστάζουν όταν πρόκειται να ανεβάσουν στο Tinder φωτογραφίες, έτσι ώστε να βρουν τις κατάλληλες. Η επιλογή όμως των φωτογραφιών δε θα είναι το μόνο μέρος όπου η τεχνητή νοημοσύνη μπορεί να κάνει την εμφάνισή της. Η εταιρεία σχεδιάζει επίσης να χρησιμοποιεί τεχνητή νοημοσύνη για να προτείνει ιδανικά ταίρια στους χρήστες. Η

ελπίδα αυτής της λειτουργίας είναι πως οι χρήστες θα μπορούν πλέον να περνούν λιγότερο χρόνο κάνοντας swiping δεξιά και αριστερά και περισσότερο χρόνο για σύνδεση με πιθανούς συντρόφους. Ήδη η εφαρμογή από τον Ιούλιο του 2023 έχει θέσει σε λειτουργία ένα χαρακτηριστικό επαλήθευσης με ΑΙ που απαιτεί από τους χρήστες να ανεβάσουν μια selfie σε μια προσπάθεια να καταπολεμήσει τα ψεύτικα προφίλ (catfishing).

Στα πλαίσια διασφάλισης της προσιτότητας σε όλες τις κατηγορίες χρηστών, η εφαρμογή έθεσε σε λειτουργία το 2019, τη λειτουργία «Travel Alert». Η λειτουργία αυτή προστατεύει τα μέλη της LGBTQ κοινότητας (lesbian, gay, bisexual, transgender and queer), όταν ταξιδεύουν στο εξωτερικό και τους ενημερώνει όταν βρίσκονται σε μια από τις 70 χώρες του κόσμου όπου οι ομοφυλόφιλοι αντιμετωπίζουν κυρώσεις. Μόλις οι χρήστες λαμβάνουν την ειδοποίηση, έχουν την επιλογή να αποκρύψουν το προφίλ τους στη συγκεκριμένη τοποθεσία ή ακόμη και αν συνεχίσουν να το χρησιμοποιούν, ο σεξουαλικός προσανατολισμός και η ταυτότητα φύλου θα αποκρύβονται μέχρι να φύγουν από την περιοχή. Η λειτουργία αυτή είναι διαθέσιμη και σε χρήστες iOS όσο και για Android (LifO Newsroom, 2019).

Τέλος, μια σημαντική αλλαγή που γεννήθηκε τη περίοδο του κορωνοϊού ήταν το ραντεβού μέσω βιντεοκλήσης, το οποίο εγκαινιάστηκε από το tinder τον Ιούνιο του 2020. Η εφαρμογή είναι δωρεάν και ελέγχεται από ομάδα moderators, για έλεγχο κακόβουλου ή προσβλητικού λογισμικού. Για τα ραντεβού μέσω βιντεοκλήσης είναι υποχρεωτική η συναίνεση και των δύο πλευρών (PowerGame, 2025).

## **2.6. Άλλες εφαρμογές**

Μια πριβέ εφαρμογή γνωριμιών για διάσημους είναι το λεγόμενο Raya. Η εφαρμογή ξεκίνησε τη λειτουργία της το 2015 και η εγγραφή σε αυτή είναι πολύ πιο απαιτητική από τις άλλες πλατφόρμες γνωριμιών. Οι ενδιαφερόμενοι χρήστες υποβάλλουν αίτηση και περνούν μια διαδικασία αξιολόγησης. Η πλατφόρμα γνωριμιών είναι επίσης αυστηρή ως προς τη συμπεριφορά που επιτρέπει, καθώς απαγορεύει την εγγραφή όχι μόνο σε άτομα κάτω των 18 ετών, αλλά και σε όσους χρησιμοποιούν ρητορική μίσους, εκφοβισμού και βίας. Συνολικά, το Raya δέχεται μόνο το 8% των αιτούντων. Αυτοί που κυρίως χρησιμοποιούν το Raya είναι επαγγελματίες αθλητές, χορευτές, γκουρού ομορφιάς στο You Tube. Επιβεβαιωμένα μέλη είναι μεταξύ άλλων οι: Channing Tatum (ηθοποιός), Amy Schumer (κωμικός), Trevor Noah (κωμικός) (Φράγκου, 2025)

Ένα νέο dating app, το οποίο έρχεται από τη Ρωσία, φαίνεται να έχει σοβαρές πιθανότητες να συναγωνιστεί το tinder. Ο λόγος για το «Lovina», πίσω από το οποίο κρύβεται το μεγαλύτερο μέσο κοινωνικής δικτύωσης της Ρωσίας. Το «Lovina» επιχείρησε, στην ίδια λογική με το Tinder, όταν γίνεται το ταίριασμα με έναν πιθανό σύντροφο, να μιλάνε μέσω βιντεοκάμερας για λίγα λεπτά. Με το τρόπο αυτό πετυχαίνεται η μείωση δημιουργίας ψεύτικων λογαριασμών, όπως επίσης και η δυνατότητα μέσω του video-chat, να ξέρεις ακριβώς πως μοιάζει ο άλλος, δίχως τα φίλτρα των φωτογραφιών. Παρατηρείται λοιπόν πληθώρα εφαρμογών γνωριμιών, οι οποίες επιχειρούν με παρόμοιους τρόπους εμπορικούς, να πετύχουν αύξηση χρηστών και κέρδους.

## **2.7. Κοινωνιοψυχολογικές προσεγγίσεις της χρήσης πλατφορμών γνωριμιών**

Είναι πράγματι εντυπωσιακός ο αριθμός φωτογραφιών που διακινούνται στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης. Με τον τρόπο αυτό δημιουργείται η συνθήκη ότι το σώμα στο διαδίκτυο προβάλλεται και κατά συνέπεια εκτίθεται σε μαζική κλίμακα. Υπάρχουν πολλοί λόγοι που εδραιώθηκε αυτή η πρακτική ως ένα συλλογικό habitus, σύμφωνα με τον Habermas. Τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης λειτουργούν ως μια πλατφόρμα στην οποία οι άνθρωποι δηλώνουν τη κοινωνική τους παρουσία. Η κοινωνική παρουσία μέσω της εικόνας ικανοποιεί με τη σειρά της μια αλληλουχία από ανάγκες. Ανάμεσα σε αυτή είναι και εκείνη της κοινωνικής αποδοχής. Επιπροσθέτως, η αυτοπαρουσίαση μέσω της εικόνας αποτελεί μια δήλωση της ταυτότητας του ατόμου (Θεοφανέλλης & Καραγεωργίου, 2018).

Το διαδίκτυο παρέχει άπειρα τη δυνατότητα αυτή, όπως επίσης και τη δυνατότητα των ελιγμών σε σχέση με τη διατήρηση των σχέσεών τους. Η συμμετοχή στη πλατφόρμα Tinder, κατοχυρώνει την εικόνα ως απόλυτο κριτήριο επιλογής ή απόρριψης, σε μια διαδικασία που η αναζήτηση συντρόφου μοιάζει δραματικά με την αναζήτηση ρούχου από διαφημιστικό κατάλογο.

Στη συνέχεια της έρευνας για την ανάλυση των χαρακτηριστικών και της συμπεριφοράς των ατόμων που χρησιμοποιούν τις πλατφόρμες γνωριμιών, προκύπτει πως οι περισσότεροι έχουν μια τάση προβολής και επιβεβαίωσης, όταν χρησιμοποιούν έναν τέτοιο τρόπο προσέγγισης. Αυτό αποδεικνύεται και από το γεγονός, ότι οι

φωτογραφίες που ανεβάζουν κυρίως είναι επιλεγμένες με τέτοιο τρόπο, έτσι ώστε να δίνουν μια καλή πρώτη εντύπωση (Θεοφανέλλης & Καραγεωργίου, 2018). Όσον αφορά τη διαχείριση του εαυτού εντός και εκτός ίντερνετ, η πραγματικότητα είναι πως οι χρήστες επιδεικνύουν πιο αυθόρμητη συμπεριφορά μέσω των πλατφορμών γνωριμιών, καθώς δε φοβούνται να παρουσιάσουν την εικόνα τους, ενώ εκτός ίντερνετ δεν εμφανίζουν την ίδια αυτοπεποίθηση για τον εαυτό τους. Βέβαια αυτό είναι σχετικό και με το βαθμό αυτοεκτίμησης των ατόμων. Έτσι παρατηρείται ότι άτομα με υψηλή αυτοεκτίμηση και κυρίως οι άνδρες, δεν εμφανίζουν αναντιστοιχία στη συμπεριφορά τους εντός και εκτός ίντερνετ (Sumter et al., 2016).

Το ίδιο ακριβώς δε συμβαίνει και με τις γυναίκες, οι οποίες ακόμη και αυτές που φαίνονται να έχουν αυτοεκτίμηση, εμφανίζουν διαφοροποίηση στην online και offline επικοινωνία. (Haade&Vdadova&Bender,2022

Αυτό στηρίζεται στο γεγονός ότι οι γυναίκες εμφανίζονται επιλεκτικότερες στον τρόπο χρήσης αυτών των πλατφορμών γνωριμιών, αφού ακόμη και όταν χρησιμοποιούν το Tinder, δεν εμφανίζουν καθαρά τις προθέσεις τους, ως προς τη χρήση της εφαρμογής ,ενώ παράλληλα εγκαταλείπουν ευκολότερα μια συνομιλία πριν καν ολοκληρωθεί (Ratzini & Lutz, 2016). Η περίπτωση αυτή αφορά κυρίως την Ελλάδα και τον τρόπο που παρουσιάζεται στο Tinder το γυναικείο φύλο (Vice, 2017).

## **2.8. Έμφυλες διαφορές**

Είναι φανερό ότι η άνοδος των εφαρμογών γνωριμιών έχει μεταβάλει τις ρομαντικές συναναστροφές. Πλέον η πρόσβαση σε αυτές είναι πολύ εύκολη και υπάρχει τεράστια επιλογή σε προφίλ και προτιμήσεις. Όσον αφορά όμως τις έμφυλες διαφορές κατά τη χρήση των εφαρμογών, προκύπτει μια εντελώς διαφορετική θεώρηση από τη πλευρά των γυναικών και από αυτή των ανδρών.

Έτσι, σύμφωνα με την εταιρεία γνωσιακών και συμπεριφοριστικών σπουδών, υπάρχουν διαφορετικά κίνητρα και δυναμικές κατά τη χρήση των εφαρμογών, μεταξύ των δύο φύλων. Αναφορικά, οι άντρες φαίνεται πως τείνουν να αναζητούν περιστασιακές και ευκαιριακές σχέσεις, ενώ οι γυναίκες πιο συχνά συναισθηματικές συνδέσεις ή και μη σεξουαλικές σχέσεις. Σχετικά με την αυτοπαρουσίαση των γυναικών στις εφαρμογές και συγκεκριμένα στη πλατφόρμα Tinder, προκύπτει πως οι γυναίκες ανεβάζουν περισσότερες φωτογραφίες, συχνά με έμφαση στην εξωτερική τους εμφάνιση. Στο σημείο αυτό αξίζει να αναφερθεί πως περισσότερο οι γυναίκες

βλέπουν τα σώματά τους, ως αντικείμενα για αξιολόγηση από τους άλλους, όπως επίσης προβαίνουν περισσότερο σε συνεχή παρακολούθηση του βάρους τους, με διάφορες ανθυγιεινές συμπεριφορές. Οι άντρες αντίθετα προβάλλουν μια εικόνα εμπιστοσύνης και κύρους, όμως και εκείνοι παρουσιάζεται να επηρεάζονται από την εικόνα. Έτσι, παρατηρείται πως πολλοί συγκρίνονται με πρότυπα μυϊκής μάζας και σωματικής δύναμης.(Johannsdottir,2023)

Έντονες είναι και οι διαφορές που προκύπτουν στα ζητήματα ασφαλείας από τη χρήση των dating apps. Οι γυναίκες σε μεγάλη ποσοστά αναφέρουν αισθήματα απογοήτευσης και ασέβειας, με πολλές να βιώνουν δυσάρεστες και επιθετικές συμπεριφορές. Επίσης, δείχνουν πιο έντονα την απροθυμία στη μετάβαση από τις διαδικτυακές αλληλεπιδράσεις σε κατά πρόσωπο συναντήσεις (Μαλαχτάρη & Καράμπελα, χχ).

Ανάλογα στοιχεία προκύπτουν και από έρευνες στο εξωτερικό, σε σχέση με το τρόπο χρήσης και προβολής του εαυτού από τη χρήση των ψηφιακών πλατφορμών. Σύμφωνα με έρευνα του πανεπιστημίου της Μελβούρνης, οι γυναίκες μέσω της χρήσης των εφαρμογών γνωριμιών, φαίνεται να έχουν μια αρνητική αυτοεκτίμηση και για το λόγο αυτό χρησιμοποιούν τις εφαρμογές, προσπαθώντας όμως σχεδόν πάντα να δείχνουν μια τέλεια εξωτερική εικόνα. Έτσι, η έρευνα καταλήγει στο συμπέρασμα πως οι γυναίκες που κάνουν συνεχή χρήση αυτών των εφαρμογών, εμφανίζουν σε μεγάλο βαθμό συμπτώματα υπερφαγίας ή αισθήματα ντροπής για το σώμα τους (Strimpel, 2017).

Ο βαθμός επιλεκτικότητας των γυναικών κατά τη χρήση αυτών των εφαρμογών, εντοπίζεται και στη περίπτωση της Γερμανίας. Έρευνα αναδεικνύει πως οι μορφωμένες Γερμανίδες έχουν τη τάση να είναι περισσότερο επιλεκτικές ως προς το άλλο φύλο, ενώ παράλληλα χρησιμοποιούν καλύτερα και ασφαλέστερα το διαδίκτυο, για επιλογή κατάλληλου συντρόφου. Αντίθετα, οι άνδρες φαίνεται πως αν και κάποιοι έχουν ανώτερη εκπαίδευση δε παρακινούνται να επιλέξουν την ίδια κοινωνική βαθμίδα και στις υποψήφιες συντρόφους. Τέλος, όσοι μορφωμένοι άνδρες έχουν γνωρίσει τη σύντροφό τους διαδικτυακά, είναι λιγότερο πιθανό να συμμαρρίζονταν τις απόψεις για την ίση συνεισφορά των ανδρών στο γάμο και την οικογένεια (Potarca, 2021).

## **2.9. Πανδημία και η χρήση εφαρμογών**

Η εποχή του κορωνοϊού επηρέασε σε τεράστιο βαθμό τις ζωές των ανθρώπων σε όλο το κόσμο και αναθεώρησε το πλαίσιο της ανθρώπινης επικοινωνίας. Έτσι, θεωρητικά τα άτομα θα αναζητούσαν εναλλακτικούς, εξ αποστάσεως τρόπους για να επικοινωνήσουν, να αστείευτούν, να φλερτάρουν, να ερωτευτούν.

Σύμφωνα με τον επικεφαλής του Tinder, Έλι Σίντμαν, η έξαρση των κρουσμάτων του κορωνοϊού και η επιβολή περιοριστικών μέτρων, είχε θετικές αλλά και αρνητικές συνέπειες για τις διαδικτυακές πλατφόρμες γνωριμιών. Στις 29 Μαρτίου του 2020, στο αποκορύφωμα του κορωνοϊού, το Tinder είχε τρία δισεκατομμύρια χτυπήματα. Τα περισσότερα που έχουν καταγραφεί σε μια ημέρα, από την έναρξη λειτουργίας της εφαρμογής. Ωστόσο το αξιοσημείωτο είναι πως ο εγκλεισμός του κόσμου στα σπίτια του και η αναστολή εργασιών είχε σαν αποτέλεσμα οι χρήστες να διαθέτουν λιγότερα χρήματα για τις υπηρεσίες αυτές. Ειδικά στις Η. Π. Α εκείνη τη περίοδο επισήμανε ο Σίντμαν, οι αριθμοί της ανεργίας ήταν ιδιαίτερα υψηλοί (Athens Voice, 2020).

Στο σημείο αυτό, αξιοσημείωτο είναι ένα ακόμη άρθρο της εφημερίδας LIFO, το οποίο αποτυπώνει μια παρόμοια κατάσταση και στην Ελλάδα, την περίοδο του κορωνοϊού. Συγκεκριμένα, αποτυπώθηκε πως εκείνη τη περίοδο οι χρήστες χρησιμοποιούσαν κυρίως το smartphone ή το tablet τους για να συνδεθούν. Ωστόσο, αποδείχτηκε πως λιγότερος αριθμός ατόμων χρησιμοποίησε τελικά τις εφαρμογές γνωριμιών επί καραντίνας. Αυτό συνέβη γιατί η καραντίνα μετασημάτισε τον ψυχισμό, τις ανάγκες και τις προτεραιότητες των ανθρώπων. Καθώς με τη πάροδο του χρόνου ο εγκλεισμός δε μειωνόταν, οι άνθρωποι έβλεπαν αβέβαιο το μέλλον των διαπροσωπικών τους σχέσεων, ενώ και η οικονομική αβεβαιότητα δεν άφηνε περιθώρια για «επένδυση» στο φλερτ (LIFOTEAM, 2020).

## **2.10. Ζητήματα προστασίας προσωπικών δεδομένων**

Ένα εύλογο ερώτημα που προκύπτει με τη χρήση των ψηφιακών πλατφορμών γνωριμιών είναι το πώς κατοχυρώνονται και διασφαλίζονται τα προσωπικά δεδομένα των χρηστών.

Ως προς τη περίπτωση αυτή, χαρακτηριστική είναι η υπόθεση Tinder στο Παρίσι, όπου μια Γαλλίδα δημοσιογράφος μετά τη χρήση της εν λόγω εφαρμογής, είχε απορίες ως προς τις πληροφορίες που το Tinder γνώριζε για εκείνη. Έτσι, μέσω του

δικηγόρου της, ζήτησε από την εταιρεία να της αποσταλούν το σύνολο των πληροφοριών. Όταν το Tinder της απέστειλε 800 σελίδες από το σύνολο των πληροφοριών της, η δημοσιογράφος έμεινε έκπληκτη με τη σωρεία στοιχείων που η εταιρεία είχε συγκεντρώσει. Εδώ προκύπτει το θέμα της σύγκρουσης του χρήστη και του «δημιουργού». Δηλαδή η πλατφόρμα Tinder δε μπορούσε να αρνηθεί την αποστολή των στοιχείων, αλλά ταυτόχρονα η χρήστης δε μπορεί να προβεί σε νομική κίνηση, αφού οι πληροφορίες αυτές είναι βασικό προαπαιτούμενο για να λειτουργεί κάποιος την εφαρμογή, έτσι ώστε να πετύχει το τέλειο match (Μπαριτάκη, 2020). Λόγω της ραγδαίας ανάπτυξης της τεχνολογίας και την είσοδό της σε όλες τις πτυχές της ανθρώπινης ζωής, κρίνεται απαραίτητο και ο εκσυγχρονισμός του δικαίου συστήματος, με την εισαγωγή νέων όρων (Δίκαιο Πληροφορικής).

Επιπλέον, η διακύβευση των προσωπικών δεδομένων, φαίνεται να επηρεάζεται και από τις τεχνικές προγραμματισμού των εν λόγω εταιρειών, σε εφαρμογές κινητών τηλεφώνων με λειτουργικό android. Συγκεκριμένα, μετά από έρευνα στο λογισμικό του Tinder, παρατηρήθηκαν προβλήματα που αφορούσαν στη χρήση μη ασφαλών αλγορίθμων κρυπτογράφησης( βιβλιοθήκες τρίτων), λόγω ύπαρξης προβλήματος στη γεννήτρια τυχαίων αριθμών. Είναι άρα βασικό ο δημιουργός της κάθε mobile εφαρμογής να μπορεί να «τρέχει» αυτοματοποιημένα τεστ, ώστε να διορθώνει προβλήματα που υπάρχουν, καθώς η χρήση των εφαρμογών γνωριμιών από τα κινητά είναι η πιο συνήθης πρακτική.

Το ζήτημα όμως δεν αφορά μόνο σε θέματα προστασίας προσωπικών δεδομένων, αλλά και στις λεγόμενες «ρομαντικές» απάτες. Σύμφωνα με τον Amer Owaidά, μέλος της κοινότητας της εταιρείας κυβερνοασφάλειας ESET, εξηγεί τους τρόπους που χρησιμοποιούν οι επιτήδειοι, για να ξεγελάσουν τα θύματά τους στο Διαδίκτυο. Έτσι, χρησιμοποιούν κυρίως δελεαστικές φωτογραφίες, οι οποίες ωστόσο δεν είναι αληθινές. Υπάρχει όμως τρόπος ελέγχου των φωτογραφιών, μέσω του google images.(ΟικονομικόςΤαχυδρόμος,2021).

Επίσης, παρόλο που η επιθυμητή έκβαση του διαδικτυακού φλερτ είναι μια προσωπική συνάντηση, στην περίπτωση των απατεώνων δεν ισχύει κάτι τέτοιο, αφού πάντα θα επιχειρούν με διάφορες προφάσεις να αναβάλουν τη συνάντηση. Άρα, η χρήση των εφαρμογών γνωριμιών θα πρέπει να γίνεται με σύνεση και να μη δίνονται περιττές ή αχρείαστες πληροφορίες στο συνομιλητή μας (Κεσόπουλος, 2015).

## 2.11. Το τέλος των εφαρμογών γνωριμιών (;)

Είναι φανερό το γεγονός πως τα dating apps δεν ακολουθούν την ίδια θεαματική ανάπτυξη των προηγούμενων χρόνων. Η εξάντληση από το ατελείωτο swiping αποδείχτηκε μη αναστρέψιμη, όπως αποδείχτηκαν φρούδες και οι υποσχέσεις των dating apps.

Σύμφωνα με διαδικτυακό άρθρο της ερτ news, στις Η. Π. Α το 46% όλων των χρηστών και το 51% των γυναικών είχαν αρνητική εμπειρία από τις διαδικτυακές γνωριμίες. Το 90% των τριαντάρηδων( γενιά Z), εκφράζει απογοήτευση από τις εφαρμογές γνωριμιών. Τέλος, μια αίσθηση ανησυχίας και αβεβαιότητας κρατά τις γυναίκες μακριά από την «έκθεση» στις πλατφόρμες. Όπως αναφέρθηκε στη παρούσα διπλωματική τα στοιχεία αυτά αφορούν και τη περίπτωση της Ελλάδος με πολλούς χρήστες να δηλώνουν απογοητευμένοι από τη χρήση των πλατφορμών γνωριμιών και ειδικά τον γυναικείο πληθυσμό να «παραπονιέται»για σεξουαλική παρενόχληση και για γενικότερα ζητήματα δεοντολογίας.

Το Tinder στη προσπάθειά του να αναζωπυρώσει το ενδιαφέρον των χρηστών, στρέφεται και αυτό στη τεχνητή νοημοσύνη. Η προσθήκη αυτή του tinder στοχεύει να προσφέρει μια εναλλακτική λύση στους «κουρασμένους» από το swipe χρήστες. Οι προτάσεις που δημιουργούνται μέσω AI θα παρέχουν πιο «προσωποποιημένες» και ελκυστικές αντιστοιχίσεις. Όπως δήλωσε ο οικονομικός διευθυντής της Match Group, Γκάρι Σούντλερ, η νέα λειτουργία θα προσφέρει στους χρήστες έναν διαφορετικό τρόπο να γνωρίσουν πιθανούς συντρόφους και θα είναι διαθέσιμη στο πολύ κοντινό μέλλον (Σίμου, 2024).

Τέλος, με αφορμή αυτό το «κύμα» απογοήτευσης από τις πλατφόρμες γνωριμιών, τον Δεκέμβριο του 2024, η θεατρική συγγραφέας Δανάη Λιοδάκη, δημιουργεί τη παράσταση «Match». Το έργο είναι μια σκληρή κωμωδία για το τέλος του έρωτα και θέτει το ερώτημα του κατά πόσο ο έρωτας θα ξεπεράσει εμπόδια όπως ο ατομισμός, ο καταναλωτισμός και η αβεβαιότητα των πολλαπλών επιλογών. Θέλει επίσης να καταδείξει την αντίφαση που υπάρχει πλέον στις σύγχρονες κοινωνίες. Όλοι επιθυμούμε να είμαστε άνετοι, να μη τα δίνουμε όλα, να περνάμε πρώτα καλά εμείς οι ίδιοι και αυτό βέβαια είναι σωστό, αλλά ταυτόχρονα θέλουμε και τον ρομαντισμό. Επεξηγεί τη διαχωριστική γραμμή ανάμεσα στην ανεξαρτησία και την ανάγκη για επαφή (Κατσαρός, 2024).

## 2.12. Η είσοδος της τεχνητής νοημοσύνης

Η εξέλιξη της τεχνολογίας είναι πια τόσο αλματώδης που πλέον έχουμε ξεφύγει από την έννοια της μετανεωτερικότητας και βρισκόμαστε στη metaverse εποχή, όπου πρόκειται για έναν φανταστικό κόσμο στον οποίο οι διαχωριστικές γραμμές μεταξύ πραγματικής και ψηφιακής ζωής είναι ιδιαίτερα αχνές.

Ένα κομμάτι της εποχής αυτής είναι οι εφαρμογές τεχνητής νοημοσύνης, μέσω των οποίων μπορεί πλέον κάποιος να βρει τον ιδανικό σύντροφο. Στην ουσία πρόκειται για chatbots, τα οποία μέσω λογάρθμου δημιουργούν τον τέλειο χαρακτήρα, με τον οποίο ο καθένας, αφού του αποδώσει τα χαρακτηριστικά που θέλει, μπορεί να συζητά ανά πάσα στιγμή, όπως με έναν άνθρωπο, χωρίς να φοβάται ότι αυτός θα τον απορρίψει ή θα τον αφήσει στο διαβάστηκε. Παραδείγματα τέτοιων εφαρμογών είναι το Character A. I και το Iris Dating. Το chatbot απαντά αμέσως, είναι ευγενικό και δείχνει ενσυναίσθηση. Χαρακτηριστική είναι η ξένη ταινία, παραγωγής 2013, «Her» που διαδραματίζεται στο προσεχές μέλλον και στην οποία ένας μοναχικός άντρας ερωτεύεται ένα λειτουργικό σύστημα και μια γυναικεία φωνή, που ακούει στο όνομα Σαμάνθα.

Ως αποτέλεσμα των παραπάνω, η τεχνητή νοημοσύνη έχει μεταμορφώσει τον τρόπο με τον οποίο επικοινωνούμε, συνδεόμαστε και αναζητούμε τη συντροφικότητα. Υπάρχουν κομμάτια της τεχνητής νοημοσύνης ικανά να παρέχουν συναισθηματική υποστήριξη, ιδιαίτερα σε περιόδους μοναξιάς ή συναισθηματικής δυσφορίας. Σε αντίθεση με τους ανθρώπους, οι AI σύντροφοι είναι πάντα διαθέσιμοι. Επίσης, πολλά ζευγάρια σε σχέσεις εξ' αποστάσεως εξερευνούν ψηφιακά avatar με τεχνητή νοημοσύνη, για να διατηρήσουν την οικειότητα και τη συντροφικότητα ανεξαρτήτως αποστάσεων.(Θερμόπουλος,2025)

Η βασικότερη παγίδα από τη χρήση τέτοιων εφαρμογών, έγκειται στο γεγονός, ότι ενώ η ανθρώπινη αγάπη βασίζεται στην αμοιβαιότητα, η AI περιπλέκει τα πράγματα. Αυτό συμβαίνει γιατί στερείται αληθινής συνείδησης, αυτογνωσίας και ικανότητας βίωσης συναισθημάτων. Έτσι, η αγάπη των ανθρώπων για ένα μάρφωμα AI είναι μονόπλευρη.

Συμπερασματικά, καθώς η τεχνολογία τρέχει με ιλιγγιώδεις ρυθμούς, πρέπει να τεθούν σε ισχύ ηθικές κατευθυντήριες γραμμές για «μορφώματα» AI, έτσι ώστε να μη προκύψουν επιπτώσεις στην κοινωνική και ψυχολογική ευημερία των ατόμων. Μελλοντικά, η τεχνητή νοημοσύνη μπορεί να φανεί «υποστηρικτική» σε περιπτώσεις

υποστήριξης ψυχικής υγείας των ατόμων, συνδυαστικά με την παραδοσιακή θεραπεία (Τσάβαλος, 2025).

### **Κεφάλαιο 3ο: Συμπεράσματα**

Η έρευνα ξεκίνησε την ιστορική αναδρομή με την έννοια του κλασικού προξενιού, μετά έγινε το πέρασμα στη νεωτερικότητα με τα γραφεία συνοικεσίων και καταληκτικά, στο πώς η σημερινή μετα-νεωτερική κοινωνία οδηγήθηκε στη σύγχρονη προξενήτρα, τα δίκτυα γνωριμιών. Η επεξεργασία των στοιχείων έγινε χρονολογικά, ξεκινώντας πρώτα από τις μεταπολεμικές δεκαετίες, στη συνέχεια έγινε μελέτη των δεκαετιών 1960-1980 και η έρευνα κατέληξε στο σήμερα, την εποχή του Κυβερνοχώρου. Βοηθητικά εργαλεία έρευνας ήταν εκτός από τα προαναφερόμενα και κάποια στοιχεία επί τεκμηρίων, από άτομα -ιδιοκτήτες γραφείων συνοικεσίων. (Παμπουλίδης, 2025). Καθώς το κομμάτι των ανθρωπίνων σχέσεων αφορά τη παγκόσμια κοινότητα, αφού αλλαγές συντελέστηκαν στις περισσότερες χώρες του

κόσμου με την εισαγωγή των νέων ψηφιακών μέσων, η διπλωματική ασχολήθηκε με τις διαπροσωπικές σχέσεις και τη «μετάλλαξη» τους στο χρόνο, όχι μόνο στη περίπτωση της Ελλάδας. Στο σημείο αυτό να τονιστεί ότι σημαντικό θα ήταν να υπάρξουν επιπλέον μελέτες στο κομμάτι του κατά πόσο ο Κυβερνοχώρος, μπορεί να αποτελέσει ένα ασφαλές πεδίο επιτυχημένων σχέσεων, μέσω των άπειρων επιλογών που προσφέρει.

Τέλος, αναφορικά με το κομμάτι της τεχνητής νοημοσύνης, θα πρέπει να μελετηθεί περισσότερο η συμβολή της στο κομμάτι της αλληλεπίδρασης, της επικοινωνίας και της συναισθηματικής υποστήριξης που αυτή παρέχει σε συγκεκριμένες κατηγορίες ατόμων. Μέσα από την προσεκτική εξέταση των προκλήσεων και των ηθικών ζητημάτων που προκύπτουν, είναι δυνατό οι νέες τεχνολογίες να βοηθήσουν στον επαναπροσδιορισμό της ανθρώπινης επαφής, χρησιμοποιώντας περισσότερο ενεργητικές τεχνικές για ουσιαστική γνωριμία και λιγότερο τεχνικές πρόκλησης εικόνας και προβολής ενός τέλει εαυτού.

### **3.1. Το κόστος της διαμεσολάβησης**

Αξίζει να επισημανθεί στο σημείο αυτό το οικονομικό στοιχείο από το κόστος της διαμεσολάβησης σε κάθε της μορφή. Όσον αφορά στη περίπτωση του παραδοσιακού προξενιού μέσω προξενήτρας και οι δύο μεριές ( πλευρά γαμπρού και νύφης) κατέβαλαν ποσό σε χρήμα ή σε είδος. Ήταν μια κλασική μορφή αγοραπωλησίας που υπαγορεύονταν από την ανάγκη της άμεσης αποκατάστασης, κυρίως των κοριτσιών μιας οικογένειας. Ο απώτερος σκοπός του προξενιού δεν ήταν η συντροφικότητα και το αντίδοτο στη μοναξιά, αλλά οι παραδοσιακές μορφές κοινωνιών. Η αντικατάσταση του προξενιού από τα γραφεία συνοικεσίων, στόχευε κυρίως στην καταπολέμηση της μοναξιάς και στη δημιουργία σχέσεων ή συντροφικότητας. Η αμοιβή πλέον οριζόταν σε δεδομένο χρηματικό ποσό, που απαιτούσε η εγγραφή στο γραφείο συνοικεσίων. (συνήθως από 600 ως 1. 000 ευρώ) με όρους ευρώ, ανεξάρτητα από τους πόσους υποψήφιους επέλεγε κάποιος. Σήμερα, το στενό δίκτυο των γραφείων, αντικαταστάθηκε από τις ψηφιακές πλατφόρμες γνωριμιών. Πίσω από κάθε ιντερνετική κίνηση του ενδιαφερόμενου, υπάρχει παγκόσμιος αλγόριθμος, ο οποίος καθορίζει και τον αριθμό των κερδών για αυτές τις πλατφόρμες.

Χαρακτηριστικά, η πλατφόρμα Tinder, που ανήκει στην παγκόσμια εταιρεία Match Group, γνωρίζει τεράστια οικονομική επιτυχία. Η εφαρμογή έχει γίνει μια

τεράστια επιχείρηση, η οποία έχει έσοδα δισεκατομμυρίων δολαρίων κάθε χρόνο. Το 2020, η Match Group, ανέφερε έσοδα ύψους 2, 4 δις. δολαρίων. Το Tinder κυριαρχεί στη βιομηχανία διαδικτυακών ραντεβού, με μερίδιο αγοράς άνω του 50% και αναγνωρισμένο εμπορικό σήμα. Ένα από τα κλειδιά της οικονομικής επιτυχίας ήταν η στρατηγική του για είσπραξη εσόδων. Ενώ η εφαρμογή είναι δωρεάν για λήψη, προσφέρει μια σειρά από επί πληρωμή χαρακτηριστικά που οι χρήστες μπορούν να αγοράσουν. Αυτά αποτελούν τη δυνατότητα να κάνει κάποιος like στο προφίλ του, τη δυνατότητα αναίρεσης των swipes και τη δυνατότητα χρήσης των σούπερ like. Επιπλέον το Tinder έχει εισαγάγει τη διαφήμιση στην πλατφόρμα του, επιτρέποντας στις επιχειρήσεις να προσεγγίσουν δυνητικούς πελάτες.

Άρα, το οικονομικό κομμάτι είναι παρόν και στις τρεις μορφές γνωριμιών. Στη περίπτωση του κλασικού συνοικεσίου και στα μετέπειτα γραφεία γνωριμιών το κόστος είναι αμοιβαίο(από τις δύο πλευρές των γνωριμιών). Επίσης τα αποτελέσματα που προκύπτουν ως προς τη σύναψη σχέσεων, φαίνονται περισσότερο ασφαλή, αφού κινούνται εντός συγκεκριμένου εύρους επιλογών. Όσον αφορά τη χρήση της πλατφόρμας Tinder, προκύπτει πως η φαινομενικά δωρεάν του χρήση, δεν αποδεικνύεται πάντα επιτυχής ως προς την εύρεση συντρόφου. Αντιθέτως, για να συμβεί αυτό ο χρήστης πρέπει να χρησιμοποιήσει εφαρμογές επί πληρωμή για να του εγγυηθούν τη σταθερότητα του αποτελέσματος. Η πληθώρα όμως των γνωριμιών μέσω Κυβερνοχώρου είναι συνεχής, με αποτέλεσμα ο χρήστης να κυνηγά ολοένα και περισσότερο «έξυπνους» τρόπους, που θα του εξασφαλίσουν το επιθυμητό αποτέλεσμα. Έτσι, το οικονομικό κόστος από τη χρήση αυτών των πλατφορμών και του ουσιαστικού οφέλους που προσφέρουν είναι δυσανάλογο.

### **3.2. Διαφορές φύλου**

Όσον αφορά τη μελέτη για το πώς τα δύο φύλα αντιλαμβάνονται τη σύναψη γνωριμιών και διαπροσωπικών σχέσεων, με τη χρήση των γραφείων συνοικεσίων και των πλατφορμών γνωριμιών, προκύπτει πως οι γυναίκες εμφανίζονται περισσότερο ώριμες και επιλεκτικές ως προς την επιλογή τους. Τόσο ως προς τη παρουσία τους στα γραφεία συνοικεσίων, αλλά και στη χρήση τους στο Tinder, προκύπτει πως δε ζητάνε το εφήμερο και το επιφανειακό, ενώ παράλληλα δείχνουν να έχουν υψηλά το πήχη ως προς τις προτιμήσεις τους, διατηρώντας πάντοτε και την ανεξαρτησία τους.

Συγκεκριμένα, για τα γραφεία συννοικεσίων το γυναικείο φύλο αναζητά τη συντροφικότητα, αλλά χωρίς να σημαίνει υποχρεωτικά και συγκατοίκηση με το άλλο φύλο. Ειδικότερα παρατηρείται το φαινόμενο αυτό στη σημερινή κοινωνία με την αλλαγή των κοινωνικών συνθηκών και την απελευθέρωση της γυναίκας. Από την άλλη, το ανδρικό φύλο προβαίνει ευκολότερα σε σύναψη γνωριμιών και σχέσεων, προτιμώντας πολλές φορές να καλύψει άμεσα τη μοναξιά του, ακόμη και σε σχετικά σύντομο χρονικό διάστημα αν μιλάμε για άντρες που έμειναν χήροι. Προκύπτει δηλαδή πως οι άνδρες προχωρούν ευκολότερα σε γνωριμίες, καθώς από τη φύση τους είναι λιγότερο ανεξάρτητοι και θέλουν κάποιον σαν στήριγμά τους (Παμπουλίδης, 2025).

Από την παρουσία των δύο φύλων στις εφαρμογές γνωριμιών γίνεται φανερό ότι οι γυναίκες είναι πιο διστακτικές και επιλεκτικές όχι μόνο ως προς τη παρουσία τους στις πλατφόρμες, αλλά και ως προς τη συνέχιση κάποιας γνωριμίας. Εμφανίζουν περισσότερες αναστολές για το αν πρέπει να συνεχίσουν, εξαιτίας και του κοινωνικού πλαισίου που έχει διαμορφωθεί στα μέσα γνωριμιών, φέρνοντας τις γυναίκες που χρησιμοποιούν αυτές, να θεωρούνται «εύκολες». Έτσι δέχονται έναν αριθμό σεξιστικών μηνυμάτων και παρενόχλησης, που πολλές φορές τις οδηγεί στο να διακόπτουν τη σύνδεσή τους με αυτές. Σε αντίθεση, το ανδρικό φύλο χρησιμοποιεί τέτοια δίκτυα γνωριμιών, αφού αρέσκεται περισσότερο σε εφήμερες και ευκαιριακές σχέσεις, με τελικό πολλές φορές προορισμό το «εύκολο σεξ». Ενδεικτικό είναι το γεγονός ότι σχετικά με την συναισθηματική ευεξία και αυτοεκτίμηση, οι γυναίκες εμφανίζουν υψηλότερα ποσοστά άγχους και κατάθλιψης από τη χρήση των μέσων γνωριμιών. Αυτό συμβαίνει λόγω της εικόνας που έχουν για τον εαυτό τους και για το σώμα τους. Οι άνδρες από την άλλη όταν εμφανίζουν παρόμοια συναισθήματα σχετίζονται κυρίως με χαμηλή αυτοεκτίμηση, αλλά λόγω χαμηλών ποσοστών ταιριάσματος (matching). Επιπλέον, σε αντίθεση με τις γυναίκες, οι άνδρες προτιμάνε το Tinder και τα άλλα ψηφιακά μέσα, καθώς τους είναι πιο εύκολο να επικοινωνούν έτσι και με λιγότερες αναστολές. Σε σχέση με την χαλάρωση και τη ψυχαγωγία που παρέχουν τα μέσα αυτά, προκύπτει πως αυτές αποτελούν και για τα δύο φύλα εξίσου, λόγο να τα χρησιμοποιούν.(Johannsdottir,2023). Ως προς το κομμάτι των έμφυλων στερεότυπων, καταλήγουμε στο ότι πράγματι ο σχεδιασμός των εφαρμογών γνωριμιών και η λειτουργία των αλγόριθμων συμβάλλουν στην διαίωνιση των παραδοσιακών έμφυλων ρόλων. Τα κοινωνικά στερεότυπα θέλουν τη γυναίκα να ακολουθεί πρότυπα στάσης και αυτοπαρουσίασης που συνάδουν με εξωτερικά επιβεβλημένα κριτήρια εμφάνισης. Αντίθετα, ο άντρας παρουσιάζεται σαν ως «δικδικητής», που οφείλει να

έχει αρκετές κατακτήσεις για να θεωρείται επιτυχής. Οι γυναίκες αντιμετωπίζουν εν γένει μεγαλύτερες πιέσεις σχετικά με την εξωτερική τους εμφάνιση, αλλά σε ολόένα και μεγαλύτερο βαθμό, ωστόσο, και οι άνδρες επηρεάζονται από παρόμοιες πιέσεις για την εξωτερική εμφάνιση (σώματα αθλητικά και μυώδη), κάτι που δεν εμφανιζόταν στο παρελθόν (Μαλαχτάρη & Καράμπελα, χχ).

Στη κλασική περίπτωση του συνοικεσίου οι βασικές ομοιότητες ως προς τα δύο φύλα, αφορούν το συγκεκριμένο κοινωνικο-οικονομικό πλαίσιο που λάμβανε χώρα. Τόσο οι άνδρες όσο και οι γυναίκες δεν είχαν δικαίωμα επιλογής, απλά υπάκουαν στα προστάγματα των οικογενειών. Οι γυναίκες δεν είχαν καθόλου δικαίωμα επιλογής και έκφρασης γνώμης, αφού αντιμετωπίζονταν ως ένα «βάρος» από την οικογένεια, το οποίο έφευγε μόνο με τη σύναψη συνοικεσίου και προκαθορισμένου γάμου. Αναφερόμαστε εδώ στην «εργαλειοποίηση» του γυναικείου φύλου, η οποία και στη περίπτωση αυτή, έπρεπε να πληροί τα κριτήρια της εξωτερικής εμφάνισης σε συνδυασμό με τη νοικοκυροσύνη. Έτσι η γυναίκα κατέληγε παντρεμένη με έναν άντρα πολλές φορές, αρκετά μεγαλύτερό της. Από την πλευρά τους οι άνδρες, αν και εκείνοι δεν είχαν τον πρώτο λόγο, εντούτοις σε πολλές περιπτώσεις είχαν δει τη γυναίκα που θα έπαιρναν ως σύζυγό τους και παράλληλα φρόντιζαν και για την όποια οικονομική τους διευκόλυνση. Απαραίτητη προϋπόθεση η χορήγηση προίκας για την επιτυχία του γάμου. Τέλος, πολλοί από τους υποψήφιους γαμπρούς, σχετικά με τις περιπτώσεις προξενιού γυναικών στην Αυστραλία, παραποιούσαν τις φωτογραφίες τους ώστε να φαίνονται πιο γοητευτικοί ή νεότεροι στα νεαρά κορίτσια (Ανώνυμος, χχ).

### **3.3. Κοινωνική προσέγγιση**

Η κλειστή και συντηρητική οργάνωση των κοινωνιών τις δεκαετίες 1940-1960, οδηγούσε στη σύναψη σχέσεων και γάμου από προξενιό, με τη βοήθεια προξενήτρας. Στη περίοδο αυτή τα άτομα δεν ήταν αυτόβουλα με ποικιλία επιλογών στη ζωή τους, οπότε η δημιουργία σχέσεων ήταν το προαπαιτούμενο για να καταλήξει σε γάμο. Οι περιπτώσεις αυτές, αναγκαστικού γάμου με τη μεσολάβηση των γονέων κυρίως, απαντώνται πρωτίστως στις ελληνικές αγροτικές και νησιωτικές οικογένειες της Ελλάδος, τη περίοδο μετά τον πόλεμο. Οικονομικοί λόγοι οδηγούσαν στο αναγκαστικό ζευγάρι, γι' αυτό και το συνοικέσιο ολοκληρωνόταν με τη καταβολή προίκας. Παρόμοιες περιπτώσεις γάμου με τη βοήθεια προξενητρών υπήρχαν και στις χώρες της Ινδίας, μάλιστα σε ορισμένες περιπτώσεις ισχύουν και σήμερα. Η βασική όμως

διαφορά με τη περίπτωση της Ελλάδος, ήταν οι κοινωνικές νόρμες. Ο γάμος δηλαδή, αποτελεί για τη χώρα της Ινδίας και της Κίνας, μια βιομηχανία με απώτερο σκοπό την ένωση, ώστε να συνεχιζόταν η οικογένεια και η δύναμή της. Ήταν δηλαδή μια κοινωνική επιταγή που και οι υποψήφιοι σύντροφοι ασπάζονταν τις περισσότερες φορές.

Με τη μετάβαση στη νεωτερικότητα, πλέον το άτομο αρχίζει σιγά-σιγά να απελευθερώνεται κοινωνικά και να γίνεται περισσότερο δραστήριο και αυτόβουλο. Αποκορύφωμα οι δεκαετίες 1970-1980, στις οποίες παρατηρούνται σημαντικά γεγονότα που μετασχημάτισαν τις κοινωνίες. Η μετανάστευση των ατόμων σε διάφορα μέρη για εύρεση εργασίας, η είσοδος των γυναικών στην εξωτερική αγορά και γενικότερα ο «καπιταλιστικός» πλέον τρόπος ζωής. Απότοκο αυτών των αλλαγών ήταν το άτομο να γίνει περισσότερο ανεξάρτητο, αλλά ταυτόχρονα και επιλεκτικό.

Έτσι, η νεωτερική κοινωνία δημιούργησε περισσότερο αυτόνομα άτομα, προσφέροντάς τους πολλαπλάσιες ευκαιρίες για μια ασφαλή ζωή. Προέκυψε όμως, άνοδος του ατομικισμού και δυσκολία δημιουργίας σχέσεων, με την ανάπτυξη του ολοκληρωτισμού και την αλλοτρίωση της εργασίας στον σύγχρονο βιομηχανικό κόσμο. Τότε, άρχισαν να παρατηρούνται τα πρώτα φαινόμενα έξαρσης διαζυγίων, μοναξιάς και εύκολης απόρριψης σχέσεων. Το άτομο πλέον είχε την ελευθερία να επιλέγει, αλλά είχε ξεχάσει πώς να επικοινωνεί για να το πραγματοποιήσει. Τα γραφεία συνοικεσίων, εκείνης της περιόδου έρχονται να καλύψουν αυτό το κενό και να γίνουν ο διαμεσολαβητής. Είναι χαρακτηριστικό, πως η άνθιση τους παρατηρείται όχι μόνο στην Ελλάδα. Στις περισσότερες ευρωπαϊκές και όχι μόνο χώρες, άνθρωποι απευθύνονται σε αυτά, ως αντίδοτο στη μοναξιά. Βέβαια, τα ζητούμενα και τα προαπαιτούμενα για τη δημιουργία σχέσεων έχουν αλλάξει. Οι άνθρωποι συνδιαλέγονται και αλληλεπιδρούν. Από την αναγκαστική επιλογή, περνάμε στη ποικιλία και στη δυνατότητα άρνησης. Η σύναψη γάμου, δεν είναι δηλαδή το απαραίτητο, αλλά περισσότερο μια αρεστή συμβίωση. Όταν πάλι αυτό δεν πετυχαινόταν, τα άτομα επέλεγαν τη μοναξιά τους. Ένα ακόμη κοινό χαρακτηριστικό, είναι η διαμεσολάβηση των γονέων, σε πολλές περιπτώσεις για εύρεση συντρόφου, από γραφεία συνοικεσίων. Η διαφορά βεβαίως με το γάμο από προξενίο είναι πως τα άτομα είχαν πια την απόλυτη δυνατότητα άρνησης, εφόσον βεβαίως είχαν αποφασίσει να γνωρίσουν από κοντά τον υποψήφιο σύντροφο και δεν ικανοποιήθηκαν.

Συμπερασματικά, τα ευρήματα για τη γνωριμία από συνοικέσιο και τα συμπεράσματα που εξάγονται, είναι μεγαλύτερης εμβέλειας από τις κλασικές

περιπτώσεις αναγκαστικού ζευγαρώματος με προξενήτρα, οι οποίες φαίνεται να απαντώνται κυρίες στις ελληνικές περιοχές και σε χώρες της Ασίας.

Όπως αναρωτιέται και στο άρθρο της η δημοσιογράφος Λαμπρίδη Φωτεινή, μπορούμε να μιλάμε πλέον για έρωτα στο διαδίκτυο ή για μια νέα κουλτούρα της κατανάλωσης; Τα τελευταία χρόνια πληθαίνουν οι έρευνες που δείχνουν ότι ο έρωτας μετατοπίζεται από την offline στην online ζωή. Αναμφίβολα, τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης, εκτός των καθημερινών λειτουργιών, διαδραματίζουν και ένα πολύ σημαντικό ρόλο στο ψυχικό χώρο του χρήστη. Επιπλέον, οι πλατφόρμες γνωριμιών προσφέρουν πληθώρα επιλογών, αλλά ταυτόχρονα δημιουργούν υπερβολικές προσδοκίες στους χρήστες. Με τη μετάβαση στη Κοινωνία της Πληροφορίας, υπάρχει πλέον και το ψηφιακό ζευγάρι, μέσω του οποίου, ο χρήστης από την άνεση του καναπέ του επιλέγει ταίρι.

Σύμφωνα με τις ψυχολόγους Ήρα Κωλίκη (Κωλίκη,2024) και Σμαρούλα Παντελή(Παντελή,2022), προκύπτει πως σε αντίθεση με τις παραδοσιακότερες μορφές, ο Κυβερνοχώρος χαρίζει ταυτόχρονα άπειρες επιλογές, χωρίς διαμεσολαβητή και χωρίς το άτομο να χρειαστεί να αλληλεπιδράσει ουσιαστικά.

Είναι εύκολο πλέον να συνδεόμαστε και να γεφυρώνουμε γεωγραφικά χάσματα. Μια βασική πλευρά της οικοδόμησης μιας διαδικτυακής σύνδεσης είναι η σταδιακή γνωριμία με κάποιον. Οι διαδικτυακές αλληλεπιδράσεις συχνά αρχίζουν με μηνύματα και αυτό επιτρέπει στα άτομα να κρατάνε έναν χαλαρό ρυθμό και μια «ζώνη άνεσης». Οι άνθρωποι μπορεί να εκφράζουν ευκολότερα τα συναισθήματά τους και αυτό πιθανά οδηγεί σε μια καλή μελλοντική γνωριμία. Τα οφέλη των διαδικτυακών σχέσεων είναι σίγουρα η σύνδεση με άτομα που μοιράζονται παρόμοια ενδιαφέροντα, καθώς και η ανταλλαγή διαπολιτισμικών απόψεων με την παύση της γεωγραφικής απόστασης. Επίσης, μπορούν να αποδειχτούν ως μια σανίδα σωτηρίας για άτομα που αντιμετωπίζουν κοινωνική απομόνωση, δίνοντάς τους έτσι την απαραίτητη συναισθηματική υποστήριξη. Η βασικότερη όμως αλλαγή που έφερε στη ζωή μας και στις σχέσεις το Διαδίκτυο, είναι ότι το σώμα και η επαφή, μπήκαν ξαφνικά σε δεύτερη μοίρα. Το μεγαλύτερο πρόβλημα που δημιουργείται όταν το σώμα παύει να είναι ενεργό, είναι πως αποστασιοποιούμαστε από συναισθήματα (Κωλίκη, 2024).

Έτσι όμως, απομακρυνόμαστε από τον εαυτό μας και είναι δύσκολο η δημιουργία σχέσεων με τους άλλους. Αν σε αυτό προσθέσουμε και τη μαγεία της εικόνας που τα μέσα αυτά χαρίζουν, τότε θα δούμε ότι δεν επικοινωνούμε με τα άλλα άτομα, αλλά στην ουσία με το εικονίδιο του ψηφιακού μας εαυτού. Ενώ οι σχέσεις στην

πραγματική ζωή ενισχύουν την έννοια της δέσμευσης και οδηγούν σε ένα βαθύτερο επίπεδο εμπιστοσύνης, δε συμβαίνει το ίδιο με τις ψηφιακές, αφού εκεί δεν υπάρχει συνδιαλλαγή σε φυσικό χώρο. Οι βασικότερες όμως δεξιότητες που εκλείπουν από τις διαδικτυακές γνωριμίες είναι η αποτελεσματική επικοινωνία και η ενσυναίσθηση, οι οποίες ακονίζονται μέσα από τις πρόσωπο με πρόσωπο αλληλεπιδράσεις. Η έλλειψη των παραπάνω δεξιοτήτων έχει οδηγήσει τα σημερινά άτομα στο να χάσουν ένα μέρος του ρομαντισμού τους. Πολλές φορές πλέον, απλά πειραματίζονται μέσα στη πολυπλοκότητα της κοινωνίας, στη προσπάθειά τους να ξεφύγουν από τη πλήξη και την ανία. Ο στόχος δεν είναι πια η δημιουργία γνωριμίας και το αντίδοτο στη μοναξιά, αλλά ακόμη μια εναλλακτική προβολή και ικανοποίηση του εαυτού μας. Η «αφαίρεση» της ενσυναίσθησης μας έχει οδηγήσει στο να αναγνωρίζουμε πλέον πολύ πιο εύκολα τα red flags του άλλου ατόμου, αλλά μας έχει κάνει και λιγότερο διαθέσιμους στο να ανεχόμαστε «προβληματικές» συμπεριφορές. Παλαιότερα οι άνθρωποι δεν ήταν μαθημένοι σε βαθύτερες αναζητήσεις και υπέρμετρα αγαθά. Με ο, τι αρνητικό συνεπαγόταν, η θετική πλευρά που προέκυπτε είναι ότι έδιναν πιο εύκολα χρόνο σε μια σχέση και παρέμεναν στα θετικά σημεία του άλλου. Πλέον, οι κοινωνίες στις οποίες ζούμε μας έχουν καταστήσει περισσότερο ανυπόμονους και λιγότερο ανεκτικούς. Μέσα σε αυτή τη διάλυση των κοινωνικών σχέσεων, το άτομο μέσα από αυτές τις εφαρμογές εγκρίνει ή απορρίπτει ερωτικούς συντρόφους με μια κίνηση του «ποντικιού». Είναι ένα παιχνίδι επιθυμίας και αναζήτησης της χαμένης ηδονής.

Ο μετανεωτερικός άνθρωπος έχει εθιστεί στη ρευστότητα, στην ευκολία, στην ταχύτητα και στην επιφάνεια. Φοβάται την ανακάλυψη του εαυτού του και καθώς φαντασιώνεται την ευτυχία, διστάζει να εκτεθεί στη πραγματικότητα. Έτσι, το διαδίκτυο είναι το βοηθητικό εργαλείο του «εγώ» του. Στο παρελθόν η δέσμευση σε μια σχέση κρατούσε πάντα υπό τα ιερά δεσμά του γάμου. Αυτή η σταθερότητα ήταν πηγή ασφάλειας, αλλά και καταναγκαστική αφοσίωση (Παντελή, 2022).

Πλέον, οι κανόνες στο πεδίο των σχέσεων άλλαξαν, χωρίς πάντα να ακυρώνουν τους παλαιότερους. Αναζητούμε την ασφάλεια, αλλά χωρίς περιορισμό της ελευθερίας.

Μια σχέση καλείται να υπηρετεί δύο κώδικες, την ασφάλεια, αλλά και την ελεύθερη διάθεση του εαυτού. Η μοναξιά γεννά ανασφάλεια και μια σχέση είναι αντίδοτο σε αυτή, φτάνει να μη δημιουργεί εγκλεισμό. Μεταξύ της ανάγκης για ασφάλεια και της ελευθερίας, δημιουργούνται οι «σχέσεις τσέπης». (Bauman, 2011).

Στις σχέσεις αυτές κρατούνται οι δεσμοί και ταυτόχρονα χαλαρώνουν, ώστε αν χρειαστεί κάποιος να φύγει να το κάνει εύκολα. Έτσι, δε χρειάζεται να κοπιάσω και να

αφιερώνω τον πολύτιμο χρόνο μου. Σε μια σταθερή συναισθηματική σχέση βιώνω πόνο όταν λήξει, ενώ στις σχέσεις τσέπης αποφεύγω να συνδέομαι συναισθηματικά. Καταληκτικά, οι σύγχρονες σχέσεις λειτουργούν όπως ένα παυσίπονο. Ανακουφίζουν από τις παρενέργειες μιας σταθερής συναισθηματικής δέσμευσης. Όσο είναι κάποιος εντός σχέσης έχει διέξοδο, όταν είναι εκτός το συναισθηματικό κόστος είναι μηδαμινό. Στη ρευστή μοντέρνα ζωή τηρούνται οι κύκλοι «θανάτου, αναγέννησης, θανάτου» (Bauman, 2011).

Το προξενιό στη αρχική του φάση απέβλεπε στον γάμο και τα άτομα, (κυρίως το γυναικείο φύλο), παρέμεναν «εγκλωβισμένα» σε «προβληματικές» σχέσεις, αλλά οι κοινωνικές επιταγές όριζαν τη μη διάλυση του γάμου.

Σήμερα, ο όρος προξενιό έχει αντικατασταθεί με τους όρους «συμβίωση», «σχέσεις τσέπης», «διαδικτυακή γνωριμία», «φλερτ». Τα άτομα της μετανεωτερικότητας έχουν εγκλωβιστεί στη πληθώρα επιλογών που χαρίζει το υβριδικό κοινωνικό σύστημα, με μόνη πλέον διάθεση για αυτοπροβολή και ελάχιστη προσπάθεια βελτίωσης της ανθρώπινης επικοινωνίας.

## Κεφάλαιο 4ο: Συζήτηση

Σε έναν ολοένα και πιο ψηφιακό κόσμο, η εξεύρεση ισορροπίας μεταξύ διαδικτυακών σχέσεων και πραγματικής ζωής, είναι το κλειδί για μια ικανοποιητική κοινωνική ζωή. Και οι δύο έχουν πλεονεκτήματα και μειονεκτήματα, αλλά δεν αλληλοαποκλείονται. Αντίθετα, μπορούν πάντα να εμπλουτίζουν η μια την άλλη.

Η αξία μιας σχέσης θα πρέπει να μετράται από το βαθμό σύνδεσης, ικανοποίησης και υποστήριξης, ανεξάρτητα από πού προέρχεται. Κατανοώντας τα οφέλη και τους περιορισμούς κάθε είδους σχέσης, μπορούμε να κάνουμε συνειδητές επιλογές σχετικά με το πώς συνδεόμαστε με τους άλλους, οδηγώντας τελικά σε πιο ικανοποιητικές συνδέσεις στο διαρκώς εξελισσόμενο κοινωνικό τοπίο. Πλέον, έχουμε μπροστά μας μια νέα μορφή επικοινωνίας. Είναι λάθος να αρνούμαστε τις τεχνολογικές προόδους, καθώς έχουν δημιουργηθεί και ευτυχισμένες σχέσεις μέσα από «ηλεκτρονικές γνωριμίες» και δυστυχισμένες μέσα από τους συμβατικούς τρόπους. Ωστόσο, αυτό που πρέπει πλήρως να κατανοηθεί είναι η χρήση της εικονικότητας, η οποία έχει εγκατασταθεί στη διαμόρφωση των σχέσεων στα ζευγάρια. Στην ουσία το εικονικό δεν είναι κάτι «ψευδές», αλλά μια διαφορετική σφαίρα από το πραγματικό. Παραδείγματος χάριν, όταν ένα ζευγάρι δεν επικοινωνεί αυθεντικά και αποφεύγει ακόμη και τη βλεμματική επαφή, τότε διαμορφώνεται μια προβληματική συνθήκη επικοινωνίας. Προσπαθούν λοιπόν πολλές φορές να λύσουν τα προβλήματα μέσω μηνυμάτων. Άρα, προκύπτει συρρίκνωση στο φαντασιακό και αυτό καλύπτεται με την ηδονή που χαρίζει η πλοήγηση στο ίντερνετ. Γι αυτό άλλωστε παρατηρούμε άτομα τα οποία είναι ήδη σε σχέση ή παντρεμένα, να πλοηγούνται ταυτόχρονα σε εφαρμογές γνωριμιών. Όταν παρατηρούνται ελλείμματα ταυτότητας, όταν η αναμέτρηση του εαυτού μια μια πιθανή αποτυχία σχέσης είναι αφόρητη, τότε το διαδίκτυο αποτελεί την «ασπίδα προστασίας» που δεν υπήρχε παλαιότερα. Θα μπορούσε δηλαδή αυτό να αποτελέσει ένα καταλύτη σύνδεσης της φαντασιακής ζωής με τον πραγματικό κόσμο.

Σήμερα, παρατηρείται μια στροφή ατόμων και μάλιστα νέων προς τα γραφεία συνοικεσίων και μια «εγκατάλειψη» των εφαρμογών γνωριμιών. Ίσως να επιθυμούν

μια μεγαλύτερη ασφάλεια στις γνωριμίες, από αυτή του Κυβερνοχώρου, καθώς σε αυτόν πληθαίνουν οι εξαπατήσεις και παράλληλα η παρενόχληση. Αποτελεί προφανώς έναν εναλλακτικό τρόπο γνωριμιών, όπως γνωρίζουν οι φίλοι ένα πιθανό ταίρι σε κάποιο άτομο της παρέας. Συστήνουν τα άτομα, αλλά η τελική επιλογή είναι δική τους.

Η παρούσα διπλωματική επιχείρησε να καλύψει τις μορφές γνωριμιών, καταλήγοντας στο πώς ο Κυβερνοχώρος τις έχει εξελίξει και σε ποιο βαθμό. Σχετικά με τα ποσοστά επιτυχίας στις γνωριμίες από το Κυβερνοχώρο και από την πραγματική ζωή, υπάρχουν ακόμη έρευνες να γίνουν. Αναφορικά με τις γνωριμίες-προξενιά η εργασία επικεντρώθηκε κυρίως στον ελληνικό χώρο, αφού αυτή ήταν η κουλτούρα για να διατηρηθεί έτσι η παραδοσιακή ζωή. Χρειάζονταν λοιπόν άτομα από την ίδια κουλτούρα και γι' αυτό επιβαλλόταν το προξενιό. Στις κοινότητες, που υπάρχει το έθιμο αυτό, πιστεύεται ότι η αγάπη μπορεί να καλλιεργηθεί σταδιακά. Δεν υπάρχουν σημαντικά ευρήματα για το προξενιό με μορφή προξενήτρας σε άλλες χώρες της Ευρώπης. Όσον αφορά την εμφάνιση των γραφείων συνοικεσίων προκύπτει πώς αυτά αποτελούν την εξέλιξη του κλασικού προξενιού και ως προς τους τρόπους που χρησιμοποιούν και υπόσχονται για να προσελκύσουν «πελάτες»ομοιάζουν μεταξύ του.Είτε πρόκειται για τα πρώτα γραφεία συνοικεσίων στην Ελλάδα,είτε στο εξωτερικό το ευτυχές ταίριασμα προϋπέθετε την παρουσίαση των προσόντων των υποψηφίων,το οικονομικό κομμάτι,καθώς και τεχνικές επιτυχούς ματσαρίσματος.(όπως τα γραφεία συνοικεσίων στη Βρετανία).

Τέλος,στο βασικό ερευνητικό ερώτημα της παρούσας διπλωματικής,στο κατά πόσο η αλλαγή στην αναζήτηση συντρόφου,επηρέασε και τον τρόπο που προβάλλουμε πια τον εαυτό μας στις σχέσεις μας,προκύπτει σίγουρα πως ο Κυβερνοχώρος,λόγω και των πολλών δυνατοτήτων που παρέχει,μετέτρεψε την επικοινωνία σε παιχνίδι και μια διαρκή αναζήτηση.Φάνηκε επίσης,πως τα περισσότερα άτομα λειτουργούν καλύτερα πίσω από την ανωνυμία του πληκτρολογίου τους.Κοινός τόπος είναι ότι και τα δύο φύλα,τόσο σε Ελλάδα,όσο και σε εξωτερικό,επηρεάζονται από τα πρότυπα ομορφιάς, που τα σύγχρονα μέσα προβάλλουν,παρουσιάζοντας έτσι μια εξειδανικευμένη εικόνα στις πλατφόρμες γνωριμιών.

Εν κατακλείδι,τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης ίσως να εξελιχθούν ακόμη περισσότερο σε βάθος χρόνου και η ανθρωπότητα να πρέπει να βρει τον τρόπο να αντιδράσει,χρησιμοποιώντας τα προς όφελός της.Εφόσον το διαδίκτυο λειτουργεί ως προέκταση του φυσικού κόσμου,το κάθε άτομο θα πρέπει να επιλέγει με σωστά κριτήρια τις διασυνδέσεις του.Έτσι, κάθε κοινωνική συναναστροφή, με όποιον τρόπο

και αν αυτή γίνεται(συμβατικά ή διαδικτυακά), θα είναι επιλογή και όχι ανάγκη. Στο ερώτημα μοναξιά ή δέσμευση λοιπόν, η απάντηση είναι, όπως συμβαίνει και με το καλό φαγητό, που πρέπει να καθορίζεται από τη «ποιότητα» των υλικών του. Γιατί λοιπόν να μη συμβαίνει και το ίδιο με τις ανθρώπινες σχέσεις;

## Βιβλιογραφία

### Ελληνόγλωσση

Athens Voice (2020). *Ο κορωνοϊός αλλάζει τα πάντα στα apps γνωριμιών*, 21 Μαΐου. Διαθέσιμο στο: [https://www.Athens\\_voice.gr/life/tehnologia-epistimi/648897/o-koronoios-allazei-ta-panta-sta-apps-gnorimion/](https://www.Athens_voice.gr/life/tehnologia-epistimi/648897/o-koronoios-allazei-ta-panta-sta-apps-gnorimion/) (Ημερομηνία πρόσβασης: 5 Ιουνίου 2025).

Bauman, Z. (2011). *Ρευστή αγάπη: Για την ευθραστότητα των ανθρώπινων δεσμών*. Αθήνα: Εκδόσεις Πολιτεία.

Ellinismos Online (χ.χ.). *Γάμος, προξενητής ή προξενήτρα*. Διαθέσιμο στο: <https://www.ellinismosonline.gr/el/tradition/gamos-proxenitis-i-proxenitra> (Ημερομηνία πρόσβασης: 5 Ιουνίου 2025).

HuffPost Greece (2023). *Tinder: Σχεδόν τα 2/3 των χρηστών είναι σε σχέση και οι μισοί δεν θέλουν καν ραντεβού*, 16 Ιουλίου. Διαθέσιμο στο: [https://www.huffingtonpost.gr/entry/tinder-schedon-ta-23-ton-chreston-einai-se-schese-kai-oi-misoi-den-theloen-kan-rantevoe\\_gr\\_64b12f0ce4b09a3b488c445f](https://www.huffingtonpost.gr/entry/tinder-schedon-ta-23-ton-chreston-einai-se-schese-kai-oi-misoi-den-theloen-kan-rantevoe_gr_64b12f0ce4b09a3b488c445f) (Ημερομηνία πρόσβασης: 5 Ιουνίου 2025).

LifO Newsroom (2019). *Το Tinder θα ενημερώνει για χώρες όπου η ομοφυλοφιλία είναι αδίκημα*, 26 Ιουλίου. Διαθέσιμο στο: <https://www.lifo.gr/now/tech-science/tinder-tha-enimeronei-gia-hores-opoy-i-omofylofilia-einai-adikima> (Ημερομηνία πρόσβασης: 5 Ιουνίου 2025).

LIFOTEAM (2020). *Γιατί οι Έλληνες φλέρταραν λιγότερο στα dating apps την περίοδο της καραντίνας;*, 4 Ιουνίου. Διαθέσιμο στο: <https://www.lifo.gr/tropozois/living/giati-oi-ellines-flertaran-ligotero-sta-dating-apps-tin-periodo-tis-karantinas> (Ημερομηνία πρόσβασης: 5 Ιουνίου 2025).

PowerGame (2025). *Η αλλαγή που ετοιμάζει το Tinder για να ξανακερδίσει χρήστες*, 7 Φεβρουαρίου. Διαθέσιμο στο: <https://www.powergame.gr/start-ups-digital/801720/i-allagi-pou-etoimazei-to-tinder-gia-na-xanakerdisei-christes/> (Ημερομηνία πρόσβασης: 5 Ιουνίου 2025).

TANEA Newsroom (2024). *Αναζητώντας δουλειά από το... Tinder – Πολεμώντας την ανεργία μέσω των dating apps*, 18 Μαρτίου. Διαθέσιμο στο: <https://www.tanea.gr/2024/03/18/world/anazitontas-douleia-apo-to-tinder-polemontas-tin-anergia-meso-ton-dating-apps/> (Ημερομηνία, 5 Ιουνίου 2025).

Αυδίκος, Ε. (2010). *Από τη προξενήτρα στο γραφείο συνοικεσίων: Παραδοσιακότητα και νεωτερικότητα στον αστικό χώρο*. Αθήνα: Εκδόσεις Πεδίο.

Βώβου, Ι. (2023). *Χτίζοντας στην εμπιστοσύνη: Οι εκπομπές τηλεοπτικής εξομολόγησης στην ιδιωτική τηλεόραση*. Στο Βαμβακάς, Β. (επιμ.), *Το κουτί: Εικόνες της σύγχρονης Ελλάδος στην ιδιωτική τηλεόραση* (σσ. 141–145). Αθήνα: Εκδόσεις Brainfood.

Γαβριήλ, Μ. (2017). *Μια έρευνα για το Tinder θα σε πείσει πως ούτε αυτό λειτουργεί σωστά στην Ελλάδα*. *Vice*. Ανακτήθηκε από: <https://www.vice.com/el/article/mia-ereyna-gia-to-tinder-8a-se-peisei-pws-oyte-ayto-den-leitoyrgei-swsta-sthn-ellada/> (Ημερομηνία πρόσβασης: 5 Ιουνίου 2025).

Θεοφανέλλης, Τ. & Καραγεωργίου, Ε. (2018). *Πολιτικές του σώματος, Διαδίκτυο και Ψυχοθεραπεία*. *Το περιοδικό της Ελληνικής Ψυχολογικής Εταιρείας*, 23(2).

Θερμόπουλος, Μ. (2025). *Σχέσεις ανθρώπων-AI: Ψυχολόγος εξηγεί πώς γίνεται να ερωτευτείς μια AI*. *On med.gr*. Διαθέσιμο στο: <https://www.onmed.gr/sexoualikohta/story/408634/sxeseis-anthropon-ai-psyxologos-eksigei-pos-ginetai-na-eroteftais-mia-ai> (Ημερομηνία πρόσβασης: 5 Ιουνίου 2025).

Κατσαρός, Ν. (2024). *Match: Το νέο θεατρικό έργο της Δανάης Λιοδάκη είναι μια σκληρή κωμωδία για το τέλος του έρωτα*. Newsroom. <https://www.athensvoice.gr/city-guide/theater/theater-guide/763724/match-to-neo-theatriko-ergo-tis-danais-liodaki-sto-plufa/> (Ημερομηνία πρόσβασης: 5 Ιουνίου 2025).

Κάτσης, Α. (2016). *Ένα κυπριακό application γνωριμιών μόνο για σοβαρά άτομα*. City Press.

Κεσόπουλος, Κ. (2015). *Android Development Worst Practices Analysis*. Πτυχιακή εργασία. Πειραιάς: Πανεπιστήμιο Πειραιώς.

Κωλίκη, Η. (2024). *Διαδικτυακές σχέσεις Vs σχέσεις στην πραγματική ζωή: Ποια είναι η καλύτερη επιλογή;* WikiHealth. Διαθέσιμο στο: <https://wikihealth.gr/category/psychiki-ygeia/diadiktyakes-scheseis-vs-scheseis-stin-pragmatiki-zoi-poia-einai-i-kalyteri-epilogi/> (Ημερομηνία πρόσβασης: 5 Ιουνίου 2025).

Μαλαχτάρη, Ε. & Καράμπελα, Κ. (χ.χ.). *Εμφυλές διαφορές στις εμπειρίες και την εικόνα του σώματος κατά τη χρήση των dating apps, σε συσχέτιση με τη ΓΣΘ*. Εταιρεία Γνωσιακών Συμπεριφοριστικών Σπουδών.

Μερακλής, Γ. (2004). *Ελληνική λαογραφία: Κοινωνική συγκρότηση, ήθη και έθιμα, λαϊκή τέχνη*.

Μπαριτάκη, Μ. (2020). *Η σύγκρουση της πνευματικής ιδιοκτησίας με τα προσωπικά δεδομένα*. Διπλωματική εργασία. Πειραιάς: Πανεπιστήμιο Πειραιώς.

Οικονομικός Ταχυδρόμος (2021). *Rom-con: Οι «ρομαντικές απάτες» του Διαδικτύου – Ποιους στοχεύουν*, 5 Ιουνίου. Διαθέσιμο στο: <https://www.ot.gr/2021/06/05/tecnologia/rom%E2%80%9Icon-oi-romantikes-apates-tou-diadiktyou-poious-stoxeyoun/> (Ημερομηνία πρόσβασης: 5 Ιουνίου 2025).

Παμπουλίδης, Ε. (2025). *Συνέντευξη σχετικά με τα γραφεία συνοικεισίων σήμερα*.

Πάντα-Χαρβά,Α.(2014).Φάκελος Tinder.Ένας από τους δημιουργούς του μιλάει στην Propaganda.

Παντελή, Σ. (2022). *Μπορούν οι διαδικτυακές σχέσεις να είναι ανθρώπινες; Next Deal*. Διαθέσιμο στο: <https://www.nextdeal.gr/asfalistis/poliseis/126112/mporoy-n-oi-diadiktyakes-sheseis-na-einai-anthropines> (Ημερομηνία πρόσβασης: 5 Ιουνίου 2025).

Παπαγεωργίου, Μ. (2014). «*Νύφες με προξενιό*»: Βιώματα και μαρτυρίες Ελληνίδων στην Αυστραλία. *Νέος Κόσμος*.

Διαθέσιμο στο: <https://neoskosmos.com/el/2014/06/03/life/books/nyfes-me-proksenio/> (Ημερομηνία πρόσβασης: 5 Ιουνίου 2025).

Πρώτο Θέμα (2023). «*Δια μίαν ανάμνησιν*»: Μια ωδή για το προξενιό στα Βαλκάνια με μαρτυρίες καταπίεσης, έρωτα και επιλογών, 7 Φεβρουαρίου. Διαθέσιμο στο: <https://www.protothema.gr/culture/theater/article/1337396/dia-mian-anamnisin-mia-odi-gia-to-proxenio-me-marturies-katapiesis-erota-kai-epilogon/>(Ημερομηνία πρόσβασης: 5 Ιουνίου 2025).

Σίμου, Φ. (2024). *Μήπως ήρθε το τέλος των dating apps; Καθημερινή*. Διαθέσιμο στο: <https://www.neolaia.gr/2024/02/13/dating-apps-mhpws-hrthe-to-telos/> (Ημερομηνία πρόσβασης: 5 Ιουνίου 2025).

Τόλιος, Γ. (2021). *Ψηφιακή εποχή: Οι αλλαγές σε οικονομία, κοινωνία, πολιτική*. Αθήνα: Εκδόσεις Τόπος.

Τσάβαλος, Κ. (2025). *Η τεχνητή νοημοσύνη απειλεί τα συνοικέσια και τα προξενιά – Οι εταιρείες που βρίσκουν το ιδανικό ταίρι για όλους*. Διαθέσιμο στο: <https://www.iefimerida.gr/stories/i-tehniti-noimosyni-apeilei-ta-synoikesia> (Ημερομηνία πρόσβασης: 5 Ιουνίου 2025).

Φράγκου, Π. (2025). *Raya: τι ξέρουμε για το Tinder των διασήμων – πώς γίνεσαι μέλος*. *Esquire*. Διαθέσιμο στο: <https://esquire.com.gr/lifestyle/sxeseis-sex/34752/raya-ti-xeroume-gia-to-tinder-ton-diasimon-pos-ginesai-melos> (Ημερομηνία πρόσβασης: 5 Ιουνίου 2025).

Χριστοδούλου,Μ.(χ.χ). *Γάμος Κυπριακός*.Εγκυκλοπαίδεια Κύπρου.Polignosi

Ψωμιάδης, Γ. (2022). *10 χρόνια Tinder: Η εφαρμογή που άλλαξε το dating παγκοσμίως*. LIFO. Διαθέσιμο στο: <https://www.lifo.gr/tropos-zois/sxeseis/10-hronia-tinder-i-efarmogi-poy-allaxe-dating-pagkosmios> (Ημερομηνία πρόσβασης: 5 Ιουνίου 2025).

## **Ξενόγλωσση**

The Guardian (2019). *Tudder: the Tinder for cattle helping cows meet their ideal bull*. Διαθέσιμο <https://www.theguardian.com/environment/shortcuts/2019/feb/12/tudder-tinder-cattle-helping-cows-meet-bull> (Ημερομηνία πρόσβασης: 5 Ιουνίου 2025).

Chaudhari, S. (2024). The psychological impact on women during matchmaking process in arranged marriage. *Rajarshi Janak University Research Journal*, 2(1). <http://dx.doi.org/10.3126/rjurj.v2i1-2.72311>.

Ghosh, D. (2022). A match made in heaven – “Indian matchmaking” in contemporary times. *Frontiers in Sociology*. <https://doi.org/10.3389/fsoc.2022.684994>.

Haade, J., Vdadova, G. & Bender, B. (2022). *Dating on a different stage, but with the same habits – an analysis of offline vs. online dating behavior*. <http://dx.doi.org/10.31234/osf.io/kj68b>.

Hense, A. & Scorch, M. (2011). Arranged marriages as support for intraethnic matchmaking? A case study on Muslim migrants in Germany. *International Migration* 51(2):104-126. [https://www.mediacoop.uni-siegen.de/wp-content/uploads/sites/13/Hense\\_et\\_al-2013-International\\_Migration.pdf](https://www.mediacoop.uni-siegen.de/wp-content/uploads/sites/13/Hense_et_al-2013-International_Migration.pdf).

Huang, F., Ginger, J. & Lixin, C. (2012). Love and money by parental match-making: Evidence from urban couples in China. *American Economic Review*, 102(3). <http://dx.doi.org/10.1257/aer.102.3.555>.

Johannsdottir, S. (2023). *Exploring the association between Tinder usage and individuals' self-esteem and body image*. Πτυχιακή εργασία (BSc in Psychology). Διαθέσιμο στο: <https://skemman.is/bitstream/1946/44636/1/BSc%20ritger%C3%B0-%20Sara%20%CC%81sk.pdf> (Ημερομηνία πρόσβασης: 5 Ιουνίου 2025).

McQuail, D. & Deuze, M. (2021). *Θεωρία της μαζικής επικοινωνίας*. Αθήνα: Εκδόσεις Παπασωτηρίου.

Portholes (2023). *Πώς να αποκτήσετε πρόσβαση στο Tinder*. *Sapore di Cina*.

Potarca, G. (2021). Online dating is shifting educational inequalities in marriage formation in Germany. *Demography* 58(5). <https://pubmed.ncbi.nlm.nih.gov/34410350/>.

Ranjini, G. & Lutz, C. (2016). *Swipe right: An exploration of self-presentation and impression management on Tinder*. Διαθέσιμο στο: <https://www.alexandria.unisg.ch/handle/20.500.14171/104239> (Ημερομηνία πρόσβασης: 5 Ιουνίου 2025).

Strimpel, Z. (2017). *The matchmaking industry and singles culture in Britain, 1970–2000*. Διαθέσιμο στο: [https://sussex.figshare.com/articles/thesis/The\\_matchmaking\\_industry\\_and\\_singles\\_culture\\_in\\_Britain\\_1970-2000/23451251](https://sussex.figshare.com/articles/thesis/The_matchmaking_industry_and_singles_culture_in_Britain_1970-2000/23451251) (Ημερομηνία πρόσβασης: 5 Ιουνίου 2025).

Sumter, S., Vanderbosch, L. & Light Enberg, L. (2016). Love me Tinder: Untangling emerging adults' motivations for using the dating application Tinder. *Telematics and Informatics*, 34(1). <http://dx.doi.org/10.1016/j.tele.2016.04.009> (Ημερομηνία πρόσβασης: 5 Ιουνίου 2025).