



ΕΛΛΗΝΙΚΟ ΑΝΟΙΚΤΟ ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ

ΣΧΟΛΗ ΚΟΙΝΩΝΙΚΩΝ ΕΠΙΣΤΗΜΩΝ

ΜΕΤΑΠΤΥΧΙΑΚΟ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ ΣΠΟΥΔΩΝ

Σπουδές Φύλου: Μεθοδολογίες, θεωρίες, πολιτικές

Μεταπτυχιακή Διπλωματική Εργασία

«Η συγκρότηση της ηγεμονικής αρρενωπότητας στην ελληνική
ανδρόσφαιρα: Έμφυλες αναπαραστάσεις και ιδεολογικοί λόγοι
στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης»

Μελιδόνα-Άννα Τσιρακάκη

Επιβλέπουσα καθηγήτρια: Αδαμαντία- Αντιγόνη Παπαγεωργίου

Συν-επιβλέπουσα καθηγήτρια: Μιχαηλίδου Μάρθα

Αθήνα, Ιούνιος 2026

Η παρούσα εργασία αποτελεί πνευματική ιδιοκτησία της φοιτήτριας («συγγραφέας/δημιουργός») που την εκπόνησε. Στο πλαίσιο της πολιτικής ανοικτής πρόσβασης ο συγγραφέας/δημιουργός εκχωρεί στο ΕΑΠ, μη αποκλειστική άδεια χρήσης του δικαιώματος αναπαραγωγής, προσαρμογής, δημόσιου δανεισμού, παρουσίασης στο κοινό και ψηφιακής διάχυσής τους διεθνώς, σε ηλεκτρονική μορφή και σε οποιοδήποτε μέσο, για διδακτικούς και ερευνητικούς σκοπούς, άνευ ανταλλάγματος και για όλο το χρόνο διάρκειας των δικαιωμάτων πνευματικής ιδιοκτησίας. Η ανοικτή πρόσβαση στο πλήρες κείμενο για μελέτη και ανάγνωση δεν σημαίνει καθ' οιονδήποτε τρόπο παραχώρηση δικαιωμάτων διανοητικής ιδιοκτησίας του συγγραφέα/δημιουργού ούτε επιτρέπει την αναπαραγωγή, αναδημοσίευση, αντιγραφή, αποθήκευση, πώληση, εμπορική χρήση, μετάδοση, διανομή, έκδοση, εκτέλεση, «μεταφόρτωση» (downloading), «ανάρτηση» (uploading), μετάφραση, τροποποίηση με οποιονδήποτε τρόπο, τμηματικά ή περιληπτικά της εργασίας, χωρίς τη ρητή προηγούμενη έγγραφη συναίνεση του συγγραφέα/δημιουργού. Ο συγγραφέας/δημιουργός διατηρεί το σύνολο των ηθικών και περιουσιακών του δικαιωμάτων.



«Η συγκρότηση της ηγεμονικής αρρενωπότητας στην ελληνική
ανδρόσφαιρα: Έμφυλες αναπαραστάσεις και ιδεολογικοί λόγοι
στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης»

Μελιδόνα- Άννα Τσιρακάκη

Επιτροπή Επίβλεψης Διπλωματικής εργασίας

Επιβλέπουσα Καθηγήτρια:
Αδαμαντία- Αντιγόνη Παπαγεωργίου
Καθηγήτρια- Σύμβουλος ΕΑΠ

Συν-επιβλέπουσα Καθηγήτρια:
Μάρθα Μιχαηλίδου
Καθηγήτρια- Σύμβουλος ΕΑΠ

Αθήνα, Ιούνιος 2026

Περίληψη

Η παρούσα διπλωματική εργασία διερευνά τις έμφυλες αναπαραστάσεις των αρρενωποτήτων που αναπαράγονται μέσω της ελληνικής ανδρόσφαιρας στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης. Σκοπός της εργασίας είναι η χαρτογράφηση της ελληνικής ανδρόσφαιρας, προκειμένου να εντοπιστούν οι έμφυλες αναπαραστάσεις και οι αναδυόμενοι λόγοι περί αρρενωπότητας και θηλυκότητας. Επιπλέον, η έρευνα επιχειρεί να εντοπίσει τον κοινό αξιακό χάρτη, που λειτουργεί ως συνεκτικός ιστός μεταξύ των διαφορετικών αυτών αφηγημάτων και ρητορικών, αναδεικνύοντας ότι παρά τις επιμέρους διαφορές τους, οι εκπρόσωποι της ανδρόσφαιρας συγκλίνουν σε κοινές αντιλήψεις γύρω από το φύλο και την κοινωνία ως σύνολο. Για τους παραπάνω σκοπούς, εφαρμόστηκε η ποιοτική μεθοδολογία της θεματικής ανάλυσης περιεχομένου ενώ το δείγμα αποτελείται από τέσσερις (4) δημιουργούς περιεχομένου, οι οποίοι δραστηριοποιούνται σε διαφορετικά πεδία της ανδρόσφαιρας, όπως το dating, η επιχειρηματικότητα, η σωματική άσκηση και ο πολιτικός σχολιασμός. Αφού ολοκληρώθηκε η συλλογή και κωδικοποίηση του υλικού, αναλύθηκαν οι κυρίαρχες θεματικές και τα μοτίβα που εντοπίστηκαν από μια φεμινιστική κριτική σκοπιά.

Λέξεις-κλειδιά: ανδρόσφαιρα, ηγεμονική αρρενωπότητα, θηλυκότητα, έμφυλες αναπαραστάσεις, manfluencers, μέσα κοινωνικής δικτύωσης, θεματική ανάλυση περιεχομένου, αντιφεμινισμός.

"The construction of hegemonic masculinity in the Greek manosphere: Gender representations and ideological discourses in social media"

Melidona- Anna Tsirakaki

Abstract

This master's Thesis examines the gendered representations of masculinity reproduced through the Greek manosphere on social media. The aim of this thesis is to map the Greek manosphere, in order to identify gendered representations and emerging discourses on masculinity and femininity. Furthermore, the research seeks to identify the shared value system that serves as a unifying thread among these diverse narratives and discourses, highlighting that, despite their individual differences, representatives of the manosphere converge on shared perceptions regarding gender and society as a whole. To aid the purposes above, a qualitative methodology of thematic content analysis was applied, while the sample consisted of four (4) content creators, who operate in different fields of the manosphere, such as dating, entrepreneurship, physical exercise and political commentary. After the collection and coding of the material was completed, the dominant themes and patterns identified were analyzed from a feminist critical perspective.

Keywords: manosphere, hegemonic masculinity, femininity, gendered representations, manfluencers, social media platforms, thematic analysis, antifeminism.

Περιεχόμενα

1. Εισαγωγή.....	8
2. Θεωρία των αρρενωποτήτων: ομοκοινωνικότητα, ηγεμονική αρρενωπότητα και άλλες μορφές αρρενωπότητας	10
3. Η ανδρόσφαιρα	14
3.1 Manfluencers: οι επαγγελματίες δημιουργοί περιεχομένου της ανδρόσφαιρας.....	18
3.2 Το ιδεολογικό υπόβαθρο της ανδρόσφαιρας: red pill, αρρενωπότητα σε «κρίση», και σύγκλιση με ακροδεξιούς λόγους	20
4. Μεθοδολογία	23
4.1 Επιλογή του δείγματος.....	25
4.2 Μεθοδολογικός σχεδιασμός	31
4.3 Συλλογή δεδομένων	32
4.4 Μέθοδος ανάλυσης.....	35
5 Ανδρόσφαιρα- η ελληνική περίπτωση.....	37
5.1 Πλατφόρμες: λογοκρισία και εμπορευματοποίηση	38
6 Οι αναδυόμενες θεματικές στον λόγο της ελληνικής ανδρόσφαιρας: η αυτοβελτίωση ως ένα προνομιακό ανδρικό σπορ	43
6.1 Αξιακή παρακμή, στασιμότητα και αδράνεια: Η «απειλή» για την αρρενωπότητα	45
7 Η συγκρότηση της ηγεμονικής αρρενωπότητας στον λόγο της ελληνικής ανδρόσφαιρας	50
7.1 Πλούτος, ρίσκο και επενδύσεις	51
7.2 Αυτοβελτίωση, πειθαρχία και εγκράτεια: Η αρρενωπότητα ως διαρκής αυτορρύθμιση.....	56
8 Η κατασκευή της θηλυκότητας στον λόγο της ανδρόσφαιρας.....	58

9	Συμπεράσματα.....	63
10	Βιβλιογραφία.....	65

Κατάλογος Εικόνων

Εικόνα 1- Ο Δαμιανός Προσαλέντης. Ανακτήθηκε από conclavio.gr	27
Εικόνα 2- Ο Μιχάλης Μπαλούκας σε ένα από τα συνέδρια του. Ανακτήθηκε από Instagram.com	28
Εικόνα 3- Στιγμιότυπο οθόνης από Instagram Story που παρουσιάζει την αρχική οθόνη του κινητού τηλεφώνου του Τσιαλίκη. Ανακτήθηκε από Instagram.com	29
Εικόνα 4- Στιγμιότυπο οθόνης από Instagram Story του Rod Konstantin. Ανακτήθηκε από Instagram.com	30
Εικόνα 5- Στιγμιότυπα οθόνης από Instagram Stories του Conclavio. Ανακτήθηκαν από Instagram.com	55
Εικόνα 6- Στιγμιότυπα οθόνης από Instagram Stories του Τσιαλίκη όπου απεικονίζονται ασκούμενές του. Ανακτήθηκαν από Instagram.com	59

Κατάλογος Πινάκων

Πίνακας 1- Παρουσίαση των δημιουργών περιεχομένου αναφορικά με το βαθμό επαγγελματικοποίησης τους και τη συχνότητα των δημοσιεύσεων τους.....	34
Πίνακας 2- Απόσπασμα από το αρχείο excel που χρησιμοποιήθηκε για την καταγραφή και κωδικοποίηση των δεδομένων, όπου παρουσιάζεται ενδεικτικά η πρώτη φάση δημιουργίας κωδικών.....	36

1. Εισαγωγή

Οι ποικίλοι ψηφιακοί χώροι που συγκροτούν το οικοσύστημα που περιγράφεται ως «ανδρόσφαιρα» έχουν απασχολήσει ερευνητικά τις φεμινιστικές σπουδές την τελευταία δεκαετία (Gerrand et al, 2025). Παρά την ανομοιογένεια που παρατηρείται μεταξύ των διαφόρων ομάδων και προσώπων που την απαρτίζουν, η ανδρόσφαιρα φαίνεται να συνασπίζεται γύρω από ένα κοινό ιδεολογικό αφήγημα, το οποίο υποστηρίζει ότι οι φεμινιστικές διεκδικήσεις και η αποδυνάμωση των έμφυλων ιεραρχιών ευθύνονται σχεδόν αποκλειστικά για τα αισθήματα μοναξιάς και γενικότερης δυσφορίας που βιώνουν οι σύγχρονοι άνδρες. Στο πλαίσιο αυτό, παρατηρείται ότι στις διάφορες πλατφόρμες κοινωνικής δικτύωσης αρθρώνονται σεξιστικοί και αντιφεμινιστικοί λόγοι, οι οποίοι φαίνεται να έχουν αυξανόμενη απήχηση στο νεότερο ηλικιακό κοινό και ιδιαίτερα στους νεαρούς άνδρες (Botto & Gottzén, 2024).

Ο τρόπος με τον οποίο συγκροτείται η έννοια της αρρενωπότητας όπως και της θηλυκότητας στη ρητορική της ανδρόσφαιρας, βασίζεται σε ουσιοκρατικές αντιλήψεις για τους έμφυλους ρόλους και τη σεξουαλικότητα. Η ανδρόσφαιρα απορρίπτει κάθε έμφυλη έκφραση που δεν συμβαδίζει με τα ετεροκανονικά πρότυπα και αντιπροτείνει την στοχοπροσήλωση των ανδρών προς την επίτευξη μιας μορφής ηγεμονικής αρρενωπότητας, η οποία αναπαράγει έμφυλες ιεραρχίες τόσο μεταξύ των φύλων όσο και μεταξύ των ίδιων των αρρενωποτήτων. Στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης, οι διάφορες πρακτικές και κατευθυντήριες που υποτίθεται ότι θα οδηγήσουν στην προσέγγιση του έμφυλου αυτού προτύπου, μετατρέπονται σε εμπορεύσιμα προϊόντα από εκπαιδευτές/coaches, παίρνοντας τη μορφή σεμιναρίων ή υπηρεσιών συμβουλευτικού περιεχομένου (Priebe, 2025).

Το ενδιαφέρον για την ενασχόληση με το συγκεκριμένο ζήτημα και την εκπόνηση της παρούσας εργασίας εκκινεί από το γεγονός ότι, περνώντας αρκετό χρόνο στο διαδίκτυο, παρατήρησα ότι οι πλατφόρμες κοινωνικής δικτύωσης φαίνεται να προωθούν συστηματικά τέτοιου είδους περιεχόμενο, ακόμα και σε χρήστριες/χρήστες που δεν φαίνεται να αποτελούν το προσδοκώμενο κοινό των δημιουργών αυτών. Τα έντονα συναισθήματα που προκάλεσε η προσωπική τριβή με τις δημοσιεύσεις αυτές καθώς και η ανησυχία που δημιουργήθηκε από τα σχόλια νεαρών ανδρών, οι

οποίοι φαίνεται να επικροτούν τέτοιες ρητορικές, μετασχηματίστηκαν, με την πάροδο του χρόνου, σε έναν ευρύτερο προβληματισμό σε σχέση με το πώς συγκροτούνται και αναπαράγονται οι στερεοτυπικοί αυτοί λόγοι γύρω από το φύλο.

Στόχο της παρούσας εργασίας αποτελεί η διερεύνηση του τρόπου με τον οποίο κατασκευάζεται και επιτελείται η ηγεμονική αρρενωπότητα στο πλαίσιο της ανδρόσφαιρας, ο εντοπισμός των σημείων σύγκλισης και διαφοροποίησης των διαφόρων ιδεολογικών θέσεων και ρητορικών εντός του οικοσυστήματος αυτού, καθώς και των μεθόδων με τους οποίους το περιεχόμενο αυτό επιχειρεί να αυξήσει και να διατηρήσει την δημοφιλία και την πειστικότητα του στο κοινό. Για τους σκοπούς αυτούς, η έρευνα ακολουθεί μια ποιοτική προσέγγιση, βασισμένη στη μέθοδο της θεματικής ανάλυσης. Για διάστημα 15 ημερών πραγματοποιήθηκε συστηματική καταγραφή όλου του περιεχομένου που δημοσίευσαν στο Instagram, το Tik Tok και το Youtube τέσσερεις (4) δημιουργοί περιεχομένου, οι οποίοι κρίθηκε ότι αντιπροσωπεύουν σε ικανοποιητικό βαθμό την ελληνική ανδρόσφαιρα. Στη συνέχεια, το υλικό αυτό κωδικοποιήθηκε, με σκοπό να εντοπιστούν οι κύριες θεματικές που το διατρέχουν, οι οποίες στη συνέχεια αναλύθηκαν, έχοντας ως βάση την φεμινιστική θεωρία.

Η εργασία αποτελείται από οκτώ κεφάλαια. Το πρώτο κεφάλαιο αποτελεί το θεωρητικό πλαίσιο πάνω στο οποίο βασίστηκε η έρευνα, που έχει ως στόχο μια ανασκόπηση της σχετικής βιβλιογραφίας που αφορά τις αρρενωπότητες και την ανδρόσφαιρα. Στο δεύτερο κεφάλαιο, ακολουθεί το μεθοδολογικό μέρος, στο οποίο παρουσιάζονται αναλυτικά τα βήματα που ακολουθήθηκαν σε κάθε στάδιο της ερευνητικής διαδικασίας. Στο τρίτο κεφάλαιο, επιχειρείται μια χαρτογράφηση της ελληνικής ανδρόσφαιρας, με σκοπό να παρουσιαστεί το υπό μελέτη πλαίσιο. Στη συνέχεια, ακολουθεί το κομμάτι της ανάλυσης των θεμάτων που εντοπίστηκαν κατά την εκπόνηση της έρευνας.

Το τέταρτο κεφάλαιο εκκινεί με την παρουσίαση των κυρίαρχων θεματικών αξόνων που εντοπίστηκαν, οι οποίοι αφορούν την αυτοβελτίωση ως αυτοσκοπό, τον λόγο γύρω από μια αξιακή «παρακμή» που πλήττει την κοινωνία, καθώς και των εννοιών και πρακτικών γύρω από τις οποίες

κατασκευάζεται η ηγεμονική αρρενωπότητα. Οι θεματικές αυτές αναλύονται στα τρία επόμενα κεφάλαια, καταλήγοντας στο έβδομο κεφάλαιο της ανάλυσης, το οποίο αφορά τον τρόπο με τον οποίο παρουσιάζεται η θηλυκότητα στο υπό μελέτη περιεχόμενο. Τέλος, στο όγδοο κεφάλαιο παρουσιάζονται τα συμπεράσματα της έρευνας και προτείνονται πιθανές ερευνητικές προεκτάσεις της.

2. Θεωρία των αρρενωποτήτων: ομοκοινωνικότητα, ηγεμονική αρρενωπότητα και άλλες μορφές αρρενωπότητας

Οι αρρενωπότητες δεν συγκροτούνται μόνο μέσα από λόγους και αναπαραστάσεις, αλλά και μέσα από κοινωνικές αλληλεπιδράσεις και συλλογικές πρακτικές. Οι ζωές των ανδρών φαίνεται να επηρεάζονται σε μεγάλο βαθμό από τις σχέσεις που αναπτύσσουν με άτομα του φύλου τους, τόσο σε επίπεδο κοινωνικής οργάνωσης όσο και σε επίπεδο διαμόρφωσης της έμφυλης ταυτότητας τους (Kimmel, 1994). Διαχρονικά, ανδροκρατούμενοι χώροι, όπως τα men's clubs, λειτουργούσαν ως πεδία διαμόρφωσης και επιτέλεσης της ανδρικής ταυτότητας, ή τουλάχιστον αυτού που θεωρούνταν, στο εκάστοτε κοινωνικό πλαίσιο, ως ηγεμονικό, κυριαρχικό ανδρικό πρότυπο. Παράλληλα, οι ομοκοινωνικοί χώροι συντηρούν και αναπαράγουν τα έμφυλα εξουσιαστικά πρότυπα, μέσω του αποκλεισμού των γυναικών από τα αυτούς (Bird, 2019), υιοθετώντας μια αμυντική στάση απέναντι σε αυτό που γίνεται αντιληπτό ως «ξένο». Επομένως, διαφαίνεται ότι η ανδρική ταυτότητα διαμορφώνεται πάντα σε αντίθεση με το «άλλο». Όπως σημειώνει ο Hall (2017), μελετώντας τις εργατικές λέσχες ανδρών στη μεταπολεμική Βρετανία, οι χώροι αυτοί προσέφεραν στα μέλη τους μια αίσθηση κοινότητας και αμοιβαίας υποστήριξης, μέσα στην οποία μπορούσαν να διαχειριστούν τις πιέσεις που επέβαλαν οι έμφυλες προσταγές του σύγχρονου άνδρα της εποχής. Ωστόσο, παρά την σταδιακή αύξηση της φυσικής παρουσίας γυναικών και οικογενειών στις λέσχες αυτές, μέσω της συμμετοχής τους σε εκδηλώσεις, οι χώροι αυτοί συνέχισαν να αναπαράγουν πατριαρχικές δομές και πρακτικές αποκλεισμού.

Η Bird (1996) ορίζει την ομοκοινωνικότητα (homosociality) ως τις μη σεξουαλικές σχέσεις μεταξύ ατόμων του ίδιου φύλου, υποστηρίζοντας ότι οι ανδρικοί ομοκοινωνικοί κύκλοι

λειτουργούν ως βασικοί μηχανισμοί διατήρησης της ηγεμονικής αρρενωπότητας. Ειδικότερα, ο τρόπος με τον οποίο αλληλεπιδρούν οι άνδρες στο πλαίσιο αυτών των σχέσεων, διέπεται από συγκεκριμένες έμφυλες πρακτικές, όπως η συναισθηματική αποστασιοποίηση, ο ανταγωνισμός και η αντικειμενοποίηση των γυναικών, μέσω των οποίων οι άνδρες επιτελούν και επιβεβαιώνουν την αρρενωπότητά τους σε άλλους άνδρες. Οι ομοκοινωνικοί χώροι συγκροτούνται ως πεδία όπου οι άνδρες «λογοδοτούν» μεταξύ τους για τη συμμόρφωσή τους προς τα κυρίαρχα πρότυπα αρρενωπότητας, επιβραβεύοντας συμπεριφορές που ευθυγραμμίζονται με την ηγεμονική αρρενωπότητα και αποθαρρύνοντας πρακτικές που εκλαμβάνονται ως θηλυπρεπείς ή αποκλίνουσες. Μέσα από αυτές τις καθημερινές πρακτικές, αναπαράγεται μια κουλτούρα, η οποία βασίζεται αφενός στη συντροφικότητα, αφετέρου στην επιτήρηση και πειθάρχηση των μελών της ομάδας, προς τις έμφυλες επιταγές.

Επιπρόσθετα, η Britton (1990) υποστηρίζει ότι η ομοκοινωνικότητα συνδέεται στενά με την ομοφοβία, λειτουργώντας ως μηχανισμός ορίων εντός ανδροκρατούμενων θεσμών. Η απόρριψη της θηλυκότητας και κάθε απόκλισης από την ετεροκανονική αρρενωπότητα συμβάλλει στη συγκρότηση μιας συλλογικής ανδρικής ταυτότητας, ενισχύοντας την πατριαρχία αλλά και τις σχέσεις ιεραρχίας μεταξύ διαφορετικών μορφών αρρενωπότητας. Η διαδικασία αυτή φαίνεται να ξεκινάει ήδη από την παιδική ηλικία. Στην εθνογραφική έρευνα που πραγματοποίησαν οι McGuffey και Rich (1999) σε αγόρια και κορίτσια σχολικής ηλικίας, παρατηρήθηκε ότι οι ομάδες των συνομηλίκων λειτουργούν ως πρώτοι μηχανισμοί έμφυλης πειθαρχίας. Τα αγόρια μαθαίνουν από μικρή ηλικία ποιές συμπεριφορές ταυτίζονται με το πρότυπο της ηγεμονικής αρρενωπότητας και είναι αποδεκτές και ποιές συμπεριφορές εκλαμβάνονται ως συνυφασμένες με τη θηλυκότητα και οφείλουν να οριοθετούνται, διαφορετικά θα οδηγήσουν στην απόρριψη του παιδιού από την ομοκοινωνική ομάδα. Με αυτό τον τρόπο, τα παιδιά δοκιμάζουν τα έμφυλα όρια και ταυτόχρονα μαθαίνουν, υπό τον φόβο του κοινωνικού αποκλεισμού, πώς να επιτελούν την αρρενωπότητα, προκειμένου να συμβαδίζει με τις εκάστοτε έμφυλες προσταγές.

Παράλληλα, ο Kimmel (1995) προσεγγίζει την αρρενωπότητα ως μια κοινωνικά κατασκευασμένη, επισφαλή και διαρκώς υπό διαπραγμάτευση κατάσταση, η οποία δεν ορίζεται

μόνο σε αντιδιαστολή προς τη θηλυκότητα, αλλά και μέσα από σχέσεις μεταξύ ανδρών, ιδιαίτερα μέσω μηχανισμών ομοκοινωνικής επιβεβαίωσης. Στο έργο του, δίνεται έμφαση στον τρόπο με τον οποίο αφηγήματα απειλής ή κρίσης της ανδρικής ταυτότητας συνδέονται με αντιφεμινιστικούς λόγους, καθιστώντας την αρρενωπότητα κεντρικό πεδίο ανάλυσης σύγχρονων κοινωνικών και πολιτικών δυναμικών. Η διαρκής αυτή διαπραγμάτευση της ανδρικής ταυτότητας, όπως την περιγράφει ο Kimmel, δεν συνεπάγεται αναγκαστικά τη ρήξη με τις πατριαρχικές δομές, αλλά δημιουργεί τις προϋποθέσεις για την εμφάνιση νέων, πιο ευέλικτων μορφών ανδρικής κυριαρχίας, οι οποίες προσαρμόζονται στις κοινωνικές μεταβολές. Η ανάλυση του Archer (2011), αναδεικνύει ότι στους σύγχρονους ομοκοινωνικούς χώρους παρατηρείται η ανάδυση υβριδικών μορφών ηγεμονικής αρρενωπότητας, όπου στοιχεία «ευαισθησίας» ή συναισθηματικής εγγύτητας συνυπάρχουν με πρακτικές κυριαρχίας, συγκροτώντας νέες στρατηγικές διατήρησης της ανδρικής εξουσίας. Η υβριδοποίηση αυτή δεν υπονομεύει απαραίτητα την πατριαρχία, αλλά λειτουργεί ως προσαρμοστικός μηχανισμός αναπαραγωγής της.

Στο πλαίσιο των πρώιμων κοινωνικών και φεμινιστικών αναλύσεων, το φύλο συχνά αντιμετωπιζόταν ως κατηγορία που αφορούσε πρωτίστως τις γυναίκες, ενώ το ανδρικό υποκείμενο παρουσιαζόταν ως ουδέτερο και φυσικοποιημένο, γεγονός που καθιστούσε την αρρενωπότητα αόρατη ως έμφυλη. Στο πλαίσιο της αποφυσικοποίησης του “ανδρικού”, η μελέτη των αρρενωποτήτων σταδιακά αναδείχθηκε σε πεδίο αυξημένης θεωρητικής και ερευνητικής σημασίας για τις κοινωνικές και ανθρωπιστικές επιστήμες, επεκτεινόμενο σε πληθώρα ερευνητικών πλαισίων, όπως οι πολιτισμικές και οι πολιτικές σπουδές (Χαλκιά, 2021). Η θεωρητική συμβολή της Connell αποτελεί θεμελιώδες σημείο αναφοράς στην ανάπτυξη της συζήτησης γύρω από τις αρρενωπότητες. Σε ερευνητικό έργο που εκκινεί τη δεκαετία του 1980, εστιάζει στη μελέτη των ιεραρχικών διαφοροποιήσεων και των ποικίλων εκφράσεων της αρρενωπότητας μεταξύ αγοριών, μαθητών σε δημόσια σχολεία της Αυστραλίας. Έπειτα, στο *Masculinities* (1995), η Connell υποστηρίζει ότι οι αρρενωπότητες, ως κοινωνικά συγκροτημένες, δεν συνιστούν μια ενιαία και σταθερή έμφυλη κατηγορία, αλλά παραπέμπουν σε έμφυλες πρακτικές και συμπεριφορές που διαμορφώνουν τις ανδρικές ταυτότητες και συμβάλλουν στη

συγκρότηση κοινωνικών ιεραρχιών. Η χρήση του πληθυντικού «αρρενωπότητες» καθιστά εμφανή την πολλαπλότητα των έμφυλων αναπαραστάσεων, καθώς και τον σχεσιακό και διαθεματικό χαρακτήρα τους, αναδεικνύοντας τη διαρκή αλληλεπίδρασή τους με κατηγορίες όπως η σεξουαλικότητα, η φυλή και η κοινωνική τάξη.

Η έννοια της ηγεμονικής αρρενωπότητας, η οποία αντλεί από τη γκραμσιανή αντίληψη της ηγεμονίας ως μορφής εξουσίας, που εδραιώνεται όχι μόνο μέσω καταναγκασμού, αλλά και μέσω συναίνεσης (Connell, 1977, όπως αναφέρεται στο Connell & Messerschmidt, 2005), αναφέρεται στο κυρίαρχο πρότυπο έμφυλων πρακτικών που νομιμοποιεί την ανδρική κυριαρχία και οργανώνει ιεραρχικές σχέσεις τόσο μεταξύ αρρενωποτήτων και θηλυκοτήτων, όσο και μεταξύ διαφορετικών μορφών αρρενωπότητας. Πρόκειται για μια δυναμική και ιστορικά μεταβαλλόμενη διαδικασία, η οποία συγκροτείται σε συγκεκριμένα ιστορικά, κοινωνικά και πολιτισμικά πλαίσια. Η ηγεμονική αρρενωπότητα προσδιορίζεται θεωρητικά ως ένα σύνολο έμφυλων πρακτικών, που στοχεύει στη διατήρηση των έμφυλων ιεραρχιών. Παράλληλα, ωστόσο, αντιπροσωπεύει μια ταυτότητα που δεν είναι επιτεύξιμη από το σύνολο των ανδρών, αλλά είτε εδρεύει κυρίως στο φαντασιακό, είτε αφορά μια μικρή μειονότητα από εκείνους που καταφέρνουν να προσεγγίσουν απόλυτα το πρότυπο του ιδανικού άνδρα στην εκάστοτε κοινωνική και πολιτισμική συνθήκη.

Η ηγεμονική αρρενωπότητα συνυπάρχει με άλλες μορφές αρρενωπότητας, οι οποίες τοποθετούνται ιεραρχικά μεταξύ τους. Είναι σημαντικό να σημειωθεί ότι οι διάφορες αρρενωπότητες δεν αποτελούν απόλυτες κατηγοριοποιήσεις, αλλά σχεσιακές θέσεις εντός ενός δυναμικού έμφυλου συστήματος, οι οποίες συγκροτούνται μέσα από πρακτικές, λόγους και σχέσεις εξουσίας (Connell & Messerschmidt, 2005). Πέραν της ηγεμονικής, διακρίνονται οι συνενοχικές αρρενωπότητες, οι οποίες, παρότι δεν ενσαρκώνουν πλήρως το κυρίαρχο πρότυπο, ωφελούνται από τα πατριαρχικά προνόμια χωρίς να τα αμφισβητούν. Παράλληλα, οι υποτελείς αρρενωπότητες υποβαθμίζονται και στιγματίζονται, ιδίως όταν συνδέονται με μη ετεροκανονικές σεξουαλικότητες ή θηλυκοποιημένες έμφυλες εκφράσεις. Τέλος, οι περιθωριοποιημένες αρρενωπότητες διαμορφώνονται σε συνάρτηση με άλλους άξονες κοινωνικής ανισότητας, όπως η φυλή και η κοινωνική τάξη, αναδεικνύοντας τον διαθεματικό χαρακτήρα της ανδρικής εμπειρίας

(Connell, 1995). Οι αρρενωπότητες δεν λειτουργούν ως σταθερές ταυτότητες, αλλά ως έμφυλες επιτελέσεις, μέσω των οποίων οι άνδρες δύνανται να κινούνται στρατηγικά, ενστερνιζόμενοι την ηγεμονική αρρενωπότητα κατά περίπτωση και αποσύροντάς την όταν μεταβάλλονται οι συνθήκες (Connell & Messerschmidt, 2005).

Η διάχυση των ψηφιακών τεχνολογιών έχει αναδιαμορφώσει τους τρόπους με τους οποίους συγκροτούνται και επιτελούνται οι αρρενωπότητες (Abbas & Mc-Neil- Wilson, 2025). Οι ψηφιακοί χώροι αποτελούν πεδία διαμόρφωσης και έκφρασης των έμφυλων ταυτοτήτων, επηρεάζοντας τον τρόπο με τον οποίο επιτελούνται και διαπραγματεύονται ο έμφυλοι ρόλοι. Τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης μπορούν να λειτουργήσουν ως χώροι ενίσχυσης αφηγημάτων ανδρικής επισφάλειας, προσφέροντας ταυτόχρονα μηχανισμούς συλλογικής ταύτισης και ομοκοινωνικής επιβεβαίωσης, οι οποίοι συχνά εκφράζονται μέσω αντιφεμινιστικών και εξτρεμιστικών λόγων. Στο πλαίσιο αυτό, οι ψηφιακοί χώροι αναδεικνύονται ως καίρια πεδία μελέτης των αρρενωποτήτων, καθώς εντός αυτών συγκροτούνται, νομιμοποιούνται και διαχέονται λόγοι που συνδέονται με ευρύτερες δυναμικές έμφυλης εξουσίας και πολιτικής ριζοσπαστικοποίησης.

3. Η ανδρόσφαιρα

Η ανδρόσφαιρα (manosphere) συνιστά ένα σύνθετο ψηφιακό οικοσύστημα, στο οποίο συναντώνται άτομα και ομάδες, αποτελούμενες κυρίως από άνδρες που, παρά την εσωτερική τους ετερογένεια, συγκλίνουν σε μια κοινή ιδεολογική βάση: την απόρριψη του φεμινισμού και την προσήλωση σε ρητορικές που προωθούν την ανδρική ηγεμονία (Gerrand et al, 2025). Συγκεκριμένα, σύμφωνα με την κυρίαρχη ιδεολογία της ανδρόσφαιρας, ο φεμινισμός και οι πολιτικές ισότητας εκλαμβάνονται ως απειλή προς την παραδοσιακή αρρενωπότητα και τα δικαιώματα των ανδρών. Το ενδιαφέρον για την ανδρόσφαιρα εντάσσεται σε ένα ευρύτερο πλαίσιο προβληματισμού σχετικά με τον ψηφιακό μισογυνισμό και τις αντιδράσεις των ανδρών στα φεμινιστικά κεκτημένα, στην υιοθέτηση εξτρεμιστικών ιδεολογιών και την ανάδυση νέων αρρενωποτήτων (Abbas & McNeil-Willson, 2025).

Σύμφωνα με τις Gerrand et al. (2025), η ανδρόσφαιρα συγκροτείται ως ένα πολυσύνθετο ψηφιακό οικοσύστημα, όπου ετερόκλητοι δρώντες συσπειρώνονται γύρω από αντιφεμινιστικούς και μισογυνιστικούς λόγους. Οι λόγοι αυτοί βασίζονται στην πίστη ότι οι κοινωνικές αλλαγές στις έμφυλες σχέσεις έχουν περιορίσει τα παραδοσιακά προνόμια των ανδρών. Ο φεμινισμός και οι προοδευτικές έμφυλες πολιτικές νοηματοδοτούνται από τα μέλη της ανδρόσφαιρας ως οι βασικοί παράγοντες που τροφοδοτούν την αίσθηση ανασφάλειας και απώλειας κοινωνικού status των ανδρών (Abbas & McNeil-Willson, 2025). Συγχρόνως, παρατηρείται ότι προωθείται μια μορφή ηγεμονικής αρρενωπότητας, η οποία ανασυγκροτείται ψηφιακά μέσα από λόγους που αναπαράγουν ουσιοκρατικές αντιλήψεις για το φύλο.

Η νέα αυτή ηγεμονικότητα, συχνά κεκαλυμμένη από αφηγήματα αυτοβελτίωσης, οικονομικής επιτυχίας και πειθαρχίας, στην πραγματικότητα στοχεύει στην επαναφορά των έμφυλων ιεραρχιών και την αναπαραγωγή στερεοτύπων. Όπως επισημαίνει η Ging (2019), οι διάφορες υποομάδες της ανδρόσφαιρας μπορεί να εμφανίζουν διαφοροποιημένες πρακτικές και λόγους, ωστόσο συμπορεύονται στην επιδίωξη μιας αρρενωπότητας που επιχειρεί είτε να ανακτήσει, είτε να επαναπροσδιορίσει την ηγεμονική αρρενωπότητα. Την ίδια στιγμή, η γλωσσική κουλτούρα της ανδρόσφαιρας ενισχύει περαιτέρω αυτή τη διαδικασία. Οι Marwick και Caplan (2018) σημειώνουν πως η χρήση όρων όπως ο μισανδρισμός (misandry) δεν αποτελεί απλώς εργαλείο επικοινωνίας, αλλά λειτουργεί ως πρακτική οργάνωσης και συσπείρωσης της κοινότητας γύρω από έναν κοινό στόχο: την απόρριψη όλων των μορφών φεμινισμού. Μέσω αυτού, καλλιεργείται μια συλλογική αίσθηση ταυτότητας, η οποία στηρίζεται στη θυματοποίηση (victimization) απέναντι στη φαντασιακή απειλή που υποτίθεται ότι αντιμετωπίζουν οι άνδρες από τη φεμινιστική πρόοδο. Η χρήση αυτής της γλώσσας δεν παράγει μόνο συμβολικά όρια, αλλά ενεργοποιεί και πρακτικές οργανωμένης παρενόχλησης. Οι πρακτικές αυτές φαίνεται να στοχοποιούν κυρίως θηλυκότητες και μέλη περιθωριοποιημένων ομάδων, καθώς, όπως παρατηρεί η Ging (2019), εφαρμόζοντας μια διαθεματική προσέγγιση, ο λόγος της ανδρόσφαιρας συχνά χαρακτηρίζεται και από άλλες μορφές αποκλεισμού, όπως ο ρατσισμός, η ομοφοβία και η τρανσφοβία.

Αν και η ανδρόσφαιρα αποτελεί αντικείμενο έντονης συζήτησης τα τελευταία χρόνια στο πλαίσιο των φεμινιστικών σπουδών (Gerrand et al, 2025), η κατανόηση της σημερινής της μορφής προϋποθέτει μια ιστορική αναδρομή στις απαρχές της. Όπως επισημαίνουν οι Marwick και Caplan (2018), οι ρίζες της εντοπίζονται ήδη στη δεκαετία του 1970, με το κίνημα για την ανδρική απελευθέρωση (Men's Liberation). Στο ξεκίνημα του, το κίνημα ασχολήθηκε με πληθώρα ζητημάτων που απασχολούσαν τους άνδρες της εποχής, όπως η ανισότητα στην επιμέλεια των παιδιών και οι κοινωνικές πιέσεις που βίωναν, εξαιτίας των παραδοσιακών έμφυλων ρόλων, υποστηρίζοντας ότι η πατριαρχία επηρέαζε αρνητικά τους άνδρες. Ωστόσο, την επόμενη δεκαετία το κίνημα διασπάστηκε ιδεολογικά, με αποτέλεσμα ένα τμήμα του κινήματος να συνδιαλέγεται με τις φεμινιστικές ομάδες, αναγνωρίζοντας ότι οι παραδοσιακοί έμφυλοι ρόλοι ήταν περιοριστικοί για όλα τα φύλα, ενώ το άλλο τμήμα να αναπτύσσει έναν λόγο που αποδεχόταν τους έμφυλους ρόλους και υποστήριζε ότι η παραδοσιακή αρρενωπότητα και, κατά συνέπεια, οι άνδρες, απειλούνται από την προοδευτικότητα και τις φεμινιστικές διεκδικήσεις (2018). Ο λόγος αυτός μετασχηματίστηκε σταδιακά στο Men's Rights Movement (MRM), το οποίο υποστήριζε ότι οι άνδρες αποτελούν θύματα των κοινωνικών αλλαγών και ότι, κατ'επέκταση, βιώνουν μια μορφή ανεστραμμένης καταπίεσης.

Μεταξύ των δεκαετιών 1980 και 1990, η διευκόλυνση της πρόσβασης στο διαδίκτυο δημιούργησε νέες ευκαιρίες οργάνωσης, προσφέροντας στα αντιφεμινιστικά αυτά κινήματα πρόσφορο έδαφος, όπου μπορούσαν να διακινούν ελεύθερα τις απόψεις τους, να συνδεθούν μεταξύ τους και να αναπτύξουν περισσότερο συμπαγή ιδεολογικά συστήματα. Η Ging (2019) σημειώνει ότι σε αυτή την πρώτη ψηφιακή φάση, διαμορφώθηκαν οι βασικές υποομάδες που θα συγκροτήσουν αργότερα την ανδρόσφαιρα: οι Men's Rights Activists (MRAs), οι Pick-Up Artists (PUAs), οι Men Going Their Own Way (MGTOW) και οι incels. Παρά τις μεταξύ τους διαφορές, μοιράζονται την πεποίθηση ότι ο φεμινισμός και η πολιτική ορθότητα κυριαρχούν στη σύγχρονη κοινωνία και οι άνδρες οφείλουν να αντισταθούν ενεργά, προκειμένου να προστατέψουν τη θέση και τα δικαιώματά τους (Marwick & Caplan, 2018). Οι διαδικτυακές κοινότητες της ανδρόσφαιρας ανέπτυξαν ένα σχετικά ενιαίο γλωσσικό σύστημα, με τη χρήση όρων όπως red pill, alpha, beta,

misandry, το οποίο λειτουργεί τόσο αναγνωριστικά, διευκολύνοντας την συνδιάλεξη με ομοϊδεάτες εντός του χώρου, όσο και ως εργαλείο κανονικοποίησης του σεξισμού.

Τα σύγχρονα μέσα κοινωνικής δικτύωσης και οι πλατφόρμες όπως το Tik Tok, τα οποία χαρακτηρίζονται από τη δυνατότητα μαζικής και διαρκούς απήχησης σε χρήστες, διευκολύνουν την ανάπτυξη και τη διόγκωση της ανδρόσφαιρας, καθώς και την μετάβαση χρηστών σε λιγότερο διαδεδομένους και περισσότερο ριζοσπαστικούς διαδικτυακούς χώρους, όπως το Discord ή το Telegram (Gerrand et al, 2025). Οι Marwick και Caplan (2018) επισημαίνουν ότι η περίοδος αυτή σηματοδοτεί την ανάδυση ενός συστήματος οργανωμένης διαδικτυακής παρενόχλησης, που θα αποτελέσει κεντρικό μηχανισμό και όπλο των υποομάδων της ανδρόσφαιρας. Η κορύφωση υπήρξε το Gamergate, ένα γεγονός που ανέδειξε το εύρος και τη σοβαρότητα του ψηφιακού μισογυνισμού. Το Gamergate δεν αποτέλεσε μόνο μια εκστρατεία στοχοποίησης γυναικών στο χώρο του gaming, αλλά και ένα συντονιστικό πλαίσιο μέσα από το οποίο οι συμμετέχοντες ανέπτυξαν κοινές στρατηγικές και σχεδίασαν οργανωμένες επιθέσεις εναντίον θηλυκοτήτων, χρησιμοποιώντας πληθώρα τεχνικών όπως το doxing (τη δημοσιοποίηση προσωπικών στοιχείων), το revenge porn (το διαμοίρασμα ευαίσθητου φωτογραφικού υλικού χωρίς τη συναίνεση του ατόμου) και το cyberstalking (πρακτικές διαδικτυακής παρακολούθησης και παρενόχλησης).

Σύμφωνα με τις Gerrand et al. (2025), η σύγχρονη μορφή της ανδρόσφαιρας διαφοροποιείται σημαντικά από τις παλαιότερες εκδοχές της. Η λεγόμενη νέα ανδρόσφαιρα («neo-manosphere») χαρακτηρίζεται από την εμπορευματοποίηση της δυσφορίας και της ανασφάλειας των ανδρών μέσω της προώθησης διαδικτυακών μαθημάτων και προγραμμάτων αυτοβελτίωσης, από μια νέα γενιά «manfluencers», μεταξύ των οποίων εξέχουσα θέση κατέχει ο Andrew Tate. Ο πρώην πυγμάχος, μέσω του έντονα σεξιστικού και μισογυνιστικού περιεχομένου που δημοσιεύει στα social media, κατάφερε αφενός να φθάσει σε υψηλά επίπεδα δημοφιλίας και αφετέρου αφού κατηγορηθεί, το 2023, για βιασμό και εμπορία ανθρώπων, να αποκλειστεί από τη πλατφόρμα του Twitter (νυν X) (Roberts et al, 2025). Ωστόσο, ο αποκλεισμός του Tate από τα κοινωνικά δίκτυα έγινε αντιληπτός από το κοινό του ως μια αποτυχημένη προσπάθεια της «κουλτούρας ακύρωσης» (cancel culture) και του κατεστημένου να αποσιωπήσει την «αλήθεια», με τον ίδιο να

συμβολοποιείται ως επαναστατική και μαρτυρική φιγούρα (Smith et al, 2025). Ακόμη και στη περίοδο του αποκλεισμού του, παρατηρήθηκε ότι οι φανατικοί ακόλουθοί του συνέχιζαν να διαμοιράζονται, με μεγάλη συνέπεια, στιγμιότυπα από συνεντεύξεις ή βίντεο στα οποία συμμετείχε, σε άλλες πλατφόρμες, όπως το TikTok, τα οποία είχαν μεγάλη απήχηση. Η περίπτωση του Tate είναι χαρακτηριστική, καθώς φανερώνει ότι η επιρροή αυτών των προσωπικοτήτων δεν εδράζεται μόνο στην απήχηση των αποκάλυπτα σεξιστικών απόψεων, αλλά και στη δυνατότητά τους να ενσωματώνουν αντιφεμινιστικές αντιλήψεις σε λόγους αυτοβελτίωσης, οικονομικής επιτυχίας και προσωπικής πειθαρχίας, καθιστώντας το παραγόμενο περιεχόμενο ελκυστικό στο ευρύ κοινό, ιδιαίτερα σε νεαρά αγόρια και άνδρες.

3.1 Manfluencers: οι επαγγελματίες δημιουργοί περιεχομένου της ανδρόσφαιρας

Οι manfluencers αποτελούν μια σχετικά νέα ομάδα της ανδρόσφαιρας, η οποία αποτελείται από δημιουργούς περιεχομένου που δραστηριοποιούνται στις πλατφόρμες κοινωνικής δικτύωσης, παράγοντας συμβουλευτικό περιεχόμενο γύρω από την αρρενωπότητα, τις ετεροφυλόφιλες σχέσεις, την επιχειρηματικότητα και την αυτοβελτίωση. Σε αντίθεση με τις κλασικές υποομάδες της ανδρόσφαιρας, οι οποίες αναπτύσσονται κυρίως μέσα από διαδικτυακές κοινότητες και φόρουμ, οι manfluencers οργανώνουν τον λόγο τους γύρω από την προσωπική τους εικόνα και την προβολή του τρόπου ζωής τους (Bujalka et al, 2022). Η επιρροή τους βασίζεται στην κατασκευή μιας μορφής αυθεντίας προς το κοινό τους, καθώς παρουσιάζονται ως μέντορες που ενσωματώνουν το ηγεμονικό πρότυπο αρρενωπότητας και μπορούν να καθοδηγήσουν άλλους άνδρες προς την προσέγγισή του.

Οι συγκεκριμένοι δημιουργοί δραστηριοποιούνται σε ένα ψηφιακό περιβάλλον όπου η προσοχή των χρηστών είναι πολύτιμη. Ως επαγγελματίες που δραστηριοποιούνται στα κοινωνικά δίκτυα, εξαρτώνται από την ορατότητα, τις αλληλεπιδράσεις και τη συνεχή εμπλοκή του κοινού τους, γεγονός που επηρεάζει τόσο τη μορφή όσο και το περιεχόμενο των μηνυμάτων που παράγουν (Hofstetter & Gollnhofer, 2024). Στο πλαίσιο αυτό, ζητήματα όπως η αρρενωπότητα, οι ερωτικές σχέσεις, η οικονομική ανέλιξη και η αυτοβελτίωση μετατρέπονται σε εμπορεύσιμο προϊόν, το

οποίο προβάλλεται μέσα από το αφήγημα της προσωπικής επιτυχίας των ίδιων των δημιουργών. Παράλληλα, απαντώντας στα συναισθήματα ανασφάλειας και απογοήτευσης που χαρακτηρίζουν μεγάλο μέρος του κοινού που τους ακολουθεί, προσφέρουν ερμηνείες και λύσεις, αποδίδοντας τα σε μια ευρύτερη «κρίση» της αρρενωπότητας και παρουσιάζοντας τους εαυτούς τους ως αξιόπιστες πηγές γνώσης και καθοδήγησης (Haslop et al., 2024). Με τον τρόπο αυτό, οικοδομούν σχέσεις εμπιστοσύνης με το κοινό τους, ενώ παράλληλα ενισχύουν τη θέση τους ως «ειδικοί» και πρότυπα προς μίμηση.

Η δημοφιλία των manfluencers δεν εξαρτάται μόνο από το περιεχόμενο που παράγουν, αλλά και από τον τρόπο που λειτουργούν οι ίδιες οι πλατφόρμες. Στο πλαίσιο της οικονομίας της προσοχής, οι αλγόριθμοι των κοινωνικών δικτύων τείνουν να επιβραβεύουν και να προωθούν περιεχόμενο που προκαλεί έντονες συναισθηματικές αντιδράσεις, όπως σοκ, οργή και θλίψη, καθώς αυτό συνεπάγεται υψηλότερα επίπεδα αλληλεπίδρασης του χρήστη με την πλατφόρμα (Franck & Gandon, 2024). Επομένως, δημοσιεύσεις που πραγματεύονται ζητήματα που προκαλούν εκνευρισμό ή πόλωση, όπως αντιφεμινιστικοί λόγοι ή σεξιστικά σχόλια, αποκτούν αυξημένη ορατότητα, συμβάλλοντας στην διάδοση των λόγων της ανδρόσφαιρας. Ωστόσο, η επαγγελματική ιδιότητα των συγκεκριμένων δημιουργών, τους φέρνει συχνά αντιμέτωπους με ένα δίλημμα: αφενός, καλούνται να συμμορφώνονται στους κανόνες των πλατφορμών και να αποφεύγουν την δημοσίευση περιεχομένου που θα οδηγούσε στον αποκλεισμό τους και θα είχε αρνητικές οικονομικές συνέπειες για εκείνους, και αφετέρου να διατηρούν υψηλά τα επίπεδα αλγοριθμικής ορατότητας, παράγοντας περιεχόμενο ικανό να προσελκύσει και να διατηρήσει την προσοχή των χρηστών (Hofstetter & Gollnhofer, 2024). Ως αποτέλεσμα, υιοθετούν στρατηγικές όπως τη χρήση συμβολικού λόγου και κωδικοποιημένων εκφράσεων που τους επιτρέπουν να αναπαράγουν σεξιστικό και μισογυνιστικό λόγο, χωρίς να παραβιάζουν άμεσα τους ρυθμιστικούς κανονισμούς των κοινωνικών δικτύων. Παράλληλα, η χρήση υπαινιγμών και η αμφισημία του λόγου τους τους επιτρέπει να προσεγγίζουν ευρύτερο μέρος του κοινού, διατηρώντας ταυτόχρονα την αναγνωρισιμότητά τους από άτομα εξοικειωμένα με τον λόγο της ανδρόσφαιρας (Loot et al, 2025).

Συνολικά, οι manfluencers αποτελούν μια από τις πλέον δημοφιλείς ομάδες της σύγχρονης ανδρόσφαιρας, η οποία συνδυάζει στοιχεία αντιφεμινιστικού λόγου με συμβουλευτικό περιεχόμενο αυτοβελτίωσης, επιχειρηματικότητας και προσωπικής ανάπτυξης. Μετατρέποντας την ανασφάλεια, κυρίως νέων σε ηλικία ανδρών, σε εμπορεύσιμο προϊόν και αξιοποιώντας τις δυνατότητες της οικονομίας της προσοχής, συμβάλλουν στη διάδοση και κανονικοποίηση των θέσεων της ανδρόσφαιρας γύρω από την αρρενωπότητα και τις έμφυλες σχέσεις. Οι συγκεκριμένοι δημιουργοί δραστηριοποιούνται σε ένα πεδίο που ιστορικά απευθυνόταν κυρίως σε θηλυκότητες, καθώς οι γυναίκες καλούνται διαχρονικά να επιτηρούν, να βελτιώνουν και να μετασχηματίζουν διαρκώς τον εαυτό τους προκειμένου να προσεγγίσουν εξιδανικευμένα πρότυπα θηλυκότητας (Gill & Orgad, 2017). Η δημοφιλία των manfluencers υποδηλώνει μια ευρύτερη μετατόπιση στον τρόπο με τον οποίο συγκροτείται η αρρενωπότητα στη σύγχρονη κοινωνία. Η αρρενωπότητα δεν παρουσιάζεται ως μια δεδομένη κατάσταση, αλλά ως ένα διαρκές έργο υπό κατασκευή, το οποίο απαιτεί συνεχή αυτορρύθμιση, αυτοπειθαρχία και «επένδυση» στον εαυτό. Ακολουθώντας μια νεοφιλελεύθερη λογική, η οποία μετατοπίζει την ευθύνη στο άτομο, προτάσσει ένα υποκείμενο που είναι υπεύθυνο για τον εαυτό του, αυτόνομο και διαρκώς ικανό να προσαρμόζεται στις αντιξοότητες (Rimke, 2020), οι άνδρες καλούνται να εργάζονται αδιάκοπα για τη βελτίωση της εικόνας του σώματος τους, την οικονομική τους ανέλιξη, των κοινωνικών τους δεξιοτήτων και των ετεροφυλόφιλων σχέσεών τους, προκειμένου να προσεγγίσουν ένα ηγεμονικό πρότυπο αρρενωπότητας που παραμένει διαρκώς σε εξέλιξη.

3.2 Το ιδεολογικό υπόβαθρο της ανδρόσφαιρας: red pill, αρρενωπότητα σε «κρίση», και σύγκλιση με ακροδεξιούς λόγους

Παρόλο που η ανδρόσφαιρα αποτελείται από ετερογενείς ομάδες, οι οποίες συχνά διαφέρουν ως προς τους λόγους και τις πρακτικές τους, η σχετική βιβλιογραφία έχει αναδείξει την ύπαρξη ορισμένων κοινών ιδεολογικών θέσεων, που διατρέχουν μεγάλο μέρος του οικοσυστήματος της. Κεντρική θέση μεταξύ αυτών, κατέχουν οι αφηγήσεις περί «κρίσης» της αρρενωπότητας, η αντίληψη δηλαδή ότι οι κοινωνικές αλλαγές έχουν οδηγήσει στην αποδυνάμωση της κοινωνικής

θέσης των ανδρών, καθώς και η παρουσίαση του φεμινισμού ως απειλή για τις έμφυλες ιεραρχίες και την κοινωνία στο σύνολό της. Οι αντιλήψεις αυτές συγκροτούν ένα ευρύτερο ιδεολογικό πλαίσιο, στο οποίο συνυπάρχουν λόγοι που αντιτίθενται στην λεγόμενη «ιδεολογία του φύλου», με την θεωρία του «Κόκκινου Χαπιού» (Red Pill).

Η θεωρία του «Κόκκινου Χαπιού» αποτελεί ένα ερμηνευτικό σχήμα, μέσω του οποίου οι κοινωνικές αλλαγές, οι πολιτικές έμφυλης ισότητας παρουσιάζονται ως απειλητικές για τους άνδρες. Ως όρος, προέρχεται από μια δημοφιλή σκηνή της ταινίας *The Matrix* (1999), στην οποία ο πρωταγωνιστής Neo καλείται να επιλέξει ανάμεσα σε ένα μπλε χάπι, με το οποίο θα επιστρέψει σε ένα καθησυχαστικό αλλά ψεύτικο κόσμο, και ένα κόκκινο χάπι, με το οποίο θα του αποκαλυφθεί η σκληρή πραγματικότητα και θα ωθηθεί να αναζητήσει την «αλήθεια» (Botto & Gottzén, 2024). Η μεταφορά αυτή χρησιμοποιείται από τις ομάδες της ανδρόσφαιρας για να συμβολίσει την «αφύπνιση» των ανδρών απέναντι σε όσα παρουσιάζονται ως κρυφές «αλήθειες» σχετικά με τις γυναίκες, τον φεμινισμό και τη σύγχρονη κοινωνία. Σύμφωνα με τη λογική του «Κόκκινου Χαπιού», οι αντιλήψεις περί ισότητας των φύλων αποσιωπούν την «πραγματική» φύση των έμφυλων σχέσεων και συμβάλλουν στη διατήρηση μιας κοινωνικής πραγματικότητας που λειτουργεί εις βάρος των ανδρών. Παρότι η αναγνώριση αυτής της «αλήθειας» παρουσιάζεται ως μια δυσάρεστη και επώδυνη διαδικασία, θεωρείται ταυτόχρονα αναγκαία προϋπόθεση για την απελευθέρωση των ανδρών από αυτό που περιγράφεται ως σύγχρονη, θηλυκοποιημένη κοινωνία (Copland, 2023).

Η υποτιθέμενη «αλήθεια» οργανώνεται γύρω από ένα σύνολο αντιλήψεων σχετικά με τις έμφυλες σχέσεις. Κεντρική θέση κατέχει η πεποίθηση ότι οι γυναίκες είναι εκ φύσεως «υπεργαμικές», δηλαδή επιδιώκουν διαρκώς σχέσεις με άνδρες υψηλού κοινωνικού και οικονομικού κύρους, προκειμένου να αποκτήσουν δύναμη (Ging, 2019). Στο πλαίσιο αυτό, οι σχέσεις μεταξύ των φύλων παρουσιάζονται ως πεδίο ανταγωνισμού, ενώ γίνεται μια αξιακή ιεράρχηση των ανδρών σε υποομάδες, όπως «alpha males» και «beta males», ανάλογα με το κοινωνικοοικονομικό τους επίπεδο και την ικανότητά τους να προσελκύουν γυναίκες ως ερωτικές συντρόφους (Han & Yin, 2023). Οι «alpha» παρουσιάζονται ως ηγεμονικές φιγούρες, ενώ οι «beta» ως υποδεέστερες

μορφές αρρενωπότητας (Ging, 2019). Παράλληλα, οι υπερασπιστές της συγκεκριμένης ιδεολογίας υποστηρίζουν ότι υφίστανται συστηματικό και θεσμικό σεξισμό. Υποστηρίζουν δηλαδή ότι οι θεσμοί λειτουργούν συστηματικά υπέρ των γυναικών και αδικούν τους άνδρες, επικαλούμενοι ζητήματα όπως τον διαμοιρασμό του εισοδήματος και της επιμέλειας των παιδιών σε διαδικασίες διαζυγίου, ή την εφαρμογή πολιτικών ισότητας των φύλων σε εργασιακά πλαίσια (Johanssen, 2022). Όπως υποστηρίζουν οι Mingo και Fernández (2023), η οπτική αυτή συγκροτεί ένα αφήγημα «θυματοποίησης» των ανδρών, σύμφωνα με το οποίο παρουσιάζονται ως μια κοινωνική ομάδα που έχει απολέσει προνόμια και δικαιώματα, λειτουργώντας ως μέσο νομιμοποίησης μισογυνιστικών θέσεων.

Με αυτό τον τρόπο, η αμφισβήτηση των φεμινιστικών θέσεων προβάλλεται από την ανδρόσφαιρα ως μορφή «αντίστασης» απέναντι σε μια άδικη και καταπιεστική κοινωνία. Ωστόσο, ο στόχος αυτής της υποτιθέμενης αντίστασης δεν περιορίζεται στην προστασία των κοινωνικών συμφερόντων των ανδρών. Αντίθετα, συνδέεται με την επιθυμία αποκατάστασης μιας υποτιθέμενης «φυσικής» έμφυλης ιεραρχίας, στην οποία οι παραδοσιακοί έμφυλοι ρόλοι και οι σχέσεις εξουσίας μεταξύ των φύλων θεωρούνται «φυσικές» και αναγκαίες, υιοθετώντας μια ουσιοκρατική έμφυλη αντίληψη (Vallerga & Zurbriggen, 2022). Οι υποστηρικτές της ανδρόσφαιρας παρουσιάζουν τους εαυτούς τους ως υπερασπιστές μιας τάξης πραγμάτων που θεωρείται ότι υφίσταται πλήγμα από τον φεμινισμό και τις έμφυλες διεκδικήσεις (Marwick & Caplan, 2018).

Το αφήγημα της «κρίση» της αρρενωπότητας εντάσσεται σε ευρύτερες αφηγήσεις κοινωνικού «εκφυλισμού» και ηθικής «παρακμής», που υποστηρίζουν ότι οφείλονται στην απομάκρυνση της σύγχρονης κοινωνίας από τα παραδοσιακά έμφυλα πρότυπα (Barnes & Karim, 2026). Οι διεκδικήσεις που σχετίζονται με την έμφυλη ισότητα καθώς και ο αγώνας για την αναγνώριση των δικαιωμάτων των ΛΟΑΤΚΙ+ ατόμων παρουσιάζονται ως παράγοντες που διαταράσσουν τη «φυσική» κοινωνική τάξη. Οι αντιλήψεις αυτές συγκλίνουν ιδεολογικά με τους λεγόμενους «κατά της ιδεολογίας του φύλου» (anti-gender) λόγους, οι οποίοι έχουν αναπτυχθεί διεθνώς ως αντίδραση στις φεμινιστικές και ΛΟΑΤΚΙ+ διεκδικήσεις (Vallerga, 2024). Στους λόγους αυτούς,

κεντρική θέση έχει η αντίληψη ότι οι φεμινιστικές διεκδικήσεις απειλούν την παραδοσιακή οικογένεια και την κοινωνική συνοχή, λειτουργώντας ως βασική αιτία αυτού που παρουσιάζεται ως ηθική και πολιτισμική «αλλοίωση» της σύγχρονης κοινωνίας. Οι θέσεις αυτές έχουν υιοθετηθεί παγκοσμίως από συντηρητικά και ακροδεξιά κινήματα, τα οποία παρουσιάζουν τη λεγόμενη «ιδεολογία του φύλου» ως μία από τις σημαντικότερες απειλές για την οικογένεια, το έθνος και την κοινωνική συνοχή.

Στο πλαίσιο αυτό, το φύλο λειτουργεί ως ένας ενοποιητικός συμβολικός εχθρός, γύρω από τον οποίο συσπειρώνονται διαφορετικοί πολιτικοί και κοινωνικοί δρώντες (Paternotte & Kuhar, 2018). Ο λόγος της ανδρόσφαιρας εμφανίζει σημαντικές ομοιότητες με τους «κατά της ιδεολογίας του φύλου» λόγους, καθώς εδράζονται σε κοινές ουσιοκρατικές αντιλήψεις για τα φύλα και τη σεξουαλικότητα και αντιμετωπίζουν τις φεμινιστικές διεκδικήσεις ως απειλητικές (Vallerga, 2024). Σε έρευνα που εξέτασε τη δραστηριότητα χρηστών στο Reddit και το YouTube, οι Mamié et al. (2021) διαπίστωσαν τη συστηματική μετάβαση χρηστών που κατανάλωναν περιεχόμενο της ανδρόσφαιρας, σε ακροδεξιό περιεχόμενο, γεγονός που αποκαλύπτει ότι η ανδρόσφαιρα μπορεί να λειτουργήσει ως σημείο εισόδου σε ακροδεξιά πολιτικά οικοσυστήματα, μέσα από τα οποία οι ανησυχίες γύρω από το φύλο και την αρρενωπότητα συνδέονται με πολιτικές αφηγήσεις.

4. Μεθοδολογία

Η παρούσα εργασία στοχεύει στη διερεύνηση των έμφυλων αναπαραστάσεων και ιδεολογικών μοτίβων της ελληνικής «ανδρόσφαιρας», μέσω της μελέτης του περιεχομένου που δημοσιεύτηκε στα κοινωνικά δίκτυα από δημιουργούς περιεχομένου που ανήκουν σε αυτό το ψηφιακό οικοσύστημα. Κύρια αφορμή για την εκπόνηση έρευνας πάνω στο συγκεκριμένο θέμα αποτέλεσε η προσωπική μου εμπειρία, ιδιαίτερα κατά την περίοδο της καραντίνας, κατά την οποία, εξαιτίας του εγκλεισμού στο σπίτι, αφιέρωνα σημαντικό μέρος του προσωπικού μου χρόνου παρακολουθώντας περιεχόμενο στα κοινωνικά δίκτυα. Ερχόμενη σε επαφή με τον λόγο και τα πρόσωπα αρχικά της διεθνούς και έπειτα και της ελληνικής ανδρόσφαιρας, ήρθα αντιμέτωπη με μια ρητορική που προωθούσε ανοιχτά και απροκάλυπτα μισογυνιστικά στερεότυπα, τα οποία

όμως συχνά παρουσιάζονταν ως «κοινή λογική» και «απόλυτη αλήθεια», δίνοντας παράλληλα μια απλουστευτική και έντονα στερεοτυπική ερμηνεία για τον κόσμο, τις σχέσεις και το φύλο. Παρατήρησα επίσης ότι ο αλγόριθμος των πλατφορμών συνέχιζε να μου προτείνει παρόμοιο περιεχόμενο, αγνοώντας κάθε προσπάθειά μου να μην έρχομαι αντιμέτωπη με αυτό το υλικό, ενώ τα σχόλια κάτω από τις δημοσιεύσεις αποκάλυπταν μια ευρεία αποδοχή και εσωτερίκευση αυτών των αντιλήψεων, ιδιαίτερα από νεαρά σε ηλικία άτομα.

Η διαπίστωση αυτή μου προκάλεσε έντονη ανησυχία, εξαιτίας της απήχησης που φαίνεται να έχουν οι ιδέες αυτές στο νεαρό ηλικιακό κοινό και κατά κύριο λόγο, στους νέους άνδρες. Ωστόσο, δημιουργήθηκε και ένα ερευνητικό ενδιαφέρον γύρω από τους λόγους του οικοσυστήματος αυτού και τους τρόπους με τους οποίους οι δημιουργοί περιεχομένου καταφέρνουν να γίνονται ελκυστικοί και πειστικοί σε ευρύ κοινό. Στο πλαίσιο αυτό, στόχος του παρόντος ερευνητικού εγχειρήματος είναι να διερευνηθεί ο τρόπος που κατασκευάζεται και διαχέεται σε πρακτικές η έννοια της ηγεμονικής αρρενωπότητας μέσω του λόγου δημιουργών περιεχομένου, οι οποίοι θεωρήθηκε πως αντιπροσωπεύουν επαρκώς τις διάφορες ομάδες που συγκροτούν την ελληνική ανδρόσφαιρα. Συγκεκριμένα, η έρευνα επιδιώκει να απαντήσει στα ακόλουθα ερευνητικά ερωτήματα:

1. Πώς κατασκευάζεται και αναδιαμορφώνεται η έννοια της ηγεμονικής αρρενωπότητας μέσα από την ρητορική της ανδρόσφαιρας;
2. Ποίος είναι ο αξιακός χάρτης της ελληνικής ανδρόσφαιρας; Σε ποιά σημεία συγκλίνουν και πού διαφοροποιούνται οι διάφορες ρητορικές;
3. Πώς μεταφράζεται και επηρεάζεται από τις ιδιαίτερες συνθήκες της ελληνικής κοινωνίας το παγκόσμιο αυτό φαινόμενο;
4. Ποιές εντάσεις προκύπτουν ανάμεσα στον ριζοσπαστικό λόγο των δημιουργών περιεχομένου της ανδρόσφαιρας και της πολιτικής οικονομίας των πλατφορμών;

Κατά τη διαδικασία της βιβλιογραφικής ανασκόπησης που προηγήθηκε της ερευνητικής διαδικασίας, παρατηρήθηκε ότι παρότι οι κυρίαρχες αφηγήσεις της ανδρόσφαιρας διαδίδονται πλέον μέσα από παγκοσμιοποιημένα ψηφιακά δίκτυα, οι τρόποι με τους οποίους εκφράζονται διαφοροποιούνται, ανάλογα με το κοινωνικό και πολιτισμικό πλαίσιο μέσα στο οποίο

αναπτύσσονται (Ging, 2019). Η υπάρχουσα βιβλιογραφία γύρω από την ανδρόσφαιρα αφορά κυρίως αγγλόφωνες χώρες, όπως οι Ηνωμένες Πολιτείες της Αμερικής και το Ηνωμένο Βασίλειο, όπου συγκεκριμένες εκφάνσεις της συνδέονται συχνά με ριζοσπαστικές μορφές αντι-φεμινιστικού λόγου, καθώς και με εθνικιστικές ή ξενοφοβικές ιδεολογίες. Στον ευρωπαϊκό χώρο, η ερευνητική ενασχόληση με το φαινόμενο βρίσκεται ακόμη σε πρώιμο στάδιο (Ignazzi et al, 2025).

Αντιστοίχως, η σχετική ελληνική βιβλιογραφία παραμένει ακόμη περιορισμένη σε έκταση, ενώ η ελληνική ανδρόσφαιρα φαίνεται να μην παρουσιάζει τον ίδιο βαθμό ανάπτυξης και συγκρότησης, σε σύγκριση με τις αντίστοιχες κοινότητες του εξωτερικού (Alipranti, 2025), άρα εμφανίζεται λιγότερο «δομημένη» σε σχέση με αυτή του εξωτερικού. Ωστόσο, κατά τη διαδικασία αναζήτησης και επιλογής του δείγματος, παρατηρήθηκε ότι ο λόγος της ανδρόσφαιρας εκπροσωπείται από αρκετούς δημιουργούς περιεχομένου στον ελληνόφωνο ψηφιακό χώρο. Επιπλέον, στη διάρκεια αυτής της πρώτης φάσης της ερευνητικής διαδικασίας, παρατηρήθηκε ότι, παρόλο που οι περισσότεροι από τους δημιουργούς αυτούς αποφεύγουν να αυτοπροσδιορίζονται ως μέλη ή «εκπρόσωποι» της ανδρόσφαιρας, οι λόγοι και οι θεματικές που πραγματεύονται στις δημοσιεύσεις τους ταυτίζονται με τους λόγους των δημοφιλέστερων προσωπικοτήτων της διεθνούς ανδρόσφαιρας. Συνεπώς, η επιλογή του δείγματος έγινε με στρατηγικό τρόπο, προκειμένου να μελετηθούν δημιουργοί που δραστηριοποιούνται σε διαφορετικά πεδία του οικοσυστήματος της ελληνικής ανδρόσφαιρας, με στόχο να αποτυπωθεί το εύρος των θεματικών και να αναδειχθούν τα κοινά ιδεολογικά μοτίβα που διατρέχουν το σύνολο του υπό μελέτη περιεχομένου.

4.1 Επιλογή του δείγματος

Για τους σκοπούς της ανάλυσης, επιλέχθηκαν τέσσερις (4) δημιουργοί περιεχομένου, οι οποίοι δραστηριοποιούνται στον ελληνόφωνο ψηφιακό χώρο και συγκεκριμένα σε πλατφόρμες κοινωνικής δικτύωσης, όπως το Instagram, το TikTok και το Youtube. Οι επιλεγόμενοι δημιουργοί παρουσιάζουν διαφοροποιημένες ρητορικές και ιδεολογικές τοποθετήσεις μεταξύ τους, οι οποίες ταυτίζονται με τις βασικές θεματικές της παγκόσμιας ανδρόσφαιρας, προκειμένου να αποτυπωθεί η ετερογένεια των αρρενωποτήτων και των αφηγήσεων που αναπτύσσονται στο συγκεκριμένο πεδίο. Τα βασικά κριτήρια επιλογής των δημιουργών περιεχομένου περιλαμβάνουν

την απήχηση και δημοφιλία τους, τον βαθμό στον οποίο το περιεχόμενό τους εντάσσεται στο ιδεολογικό πλαίσιο της ανδρόσφαιρας, καθώς και τη δυνατότητα εκπροσώπησης διαφορετικών μορφών αρρενωποτήτων, με σκοπό την συγκριτική διερεύνηση και ανάδειξη των σημείων σύγκλισης και διαφοροποίησης μεταξύ τους.

Στη διάρκεια της πρώτης φάσης της ερευνητικής διαδικασίας, δημιουργήθηκε ένας ανώνυμος λογαριασμός στο Tik Tok, προκειμένου ο αλγόριθμος της εφαρμογής να οδηγήσει στην ανάδειξη των επιφανών δημιουργών περιεχομένου της ελληνικής ανδρόσφαιρας. Για το συγκεκριμένο προφίλ, επιλέχθηκαν τα παρακάτω χαρακτηριστικά: άνδρας, 28 ετών, με κύρια ενδιαφέροντα τις επενδύσεις, τα σπορ αμάξια, την αυτοβελτίωση και την γυμναστική. Έπειτα, για διάστημα μιας εβδομάδας, ο νέος αυτός λογαριασμός αλληλεπιδρούσε καθημερινά με το περιεχόμενο που πρότεινε ο αλγόριθμος της εφαρμογής, κάνοντας like σε δημοσιεύσεις και ακολουθώντας δημιουργούς περιεχομένου που, βάσει των αναρτήσεών τους, φαίνονταν να αποτελούν κατάλληλους υποψηφίους για τη συγκρότηση του ερευνητικού δείγματος. Από το ευρύτερο αυτό σύνολο δημιουργών, προέκυψε η επιλογή των τεσσάρων δημιουργών περιεχομένου, καθώς κρίθηκε ότι ανταποκρίνονται καλύτερα στα κριτήρια και τις ανάγκες της έρευνας.

Συγκεκριμένα, το ερευνητικό δείγμα αποτελείται από το περιεχόμενο που δημοσιεύτηκε σε πλατφόρμες κοινωνικής δικτύωσης, συγκεκριμένα το Instagram, το TikTok και το Youtube, από τέσσερις δημιουργούς περιεχομένων, οι οποίοι επιλέχθηκαν με βάση τα παρακάτω κριτήρια:

- Την απήχηση/ δημοφιλία τους
- Τον βαθμό στον οποίο το περιεχόμενό τους απευθύνεται σε αυτό που οι ίδιοι αντιλαμβάνονται ως «σύγχρονους άνδρες» και ευθυγραμμίζεται με θεματικές που συνδέονται με το πεδίο της ανδρόσφαιρας
- Τη δυνατότητα να αναδεικνύουν ποικίλες αφηγήσεις γύρω από τις αρρενωπότητες, στο πλαίσιο της ανδρόσφαιρας

Η επιλογή του δείγματος στοχεύει την κάλυψη ενός εύρους διαφορετικών μορφών αρρενωπότητας, όπως αυτές διαμορφώνονται και επιτελούνται στο πλαίσιο της ανδρόσφαιρας. Αναλυτικότερα, επιλέχθηκαν δημιουργοί περιεχομένου που εκφράζουν διαφοροποιημένες

ρητορικές, πρακτικές και ιδεολογικές τοποθετήσεις, προκειμένου να αποτυπωθεί η ποικιλομορφία των αρρενωποτήτων που συγκροτούνται στον ψηφιακό αυτό χώρο. Με τον τρόπο αυτό, η έρευνα δεν περιορίζεται σε μία ενιαία αναπαράσταση της αρρενωπότητας, αλλά επιδιώκει τη συγκριτική διερεύνηση διαφορετικών εκδοχών της, αναδεικνύοντας τόσο τα σημεία σύγκλισης και διαφοροποίησης μεταξύ τους.

Ο πρώτος δημιουργός που επιλέχθηκε είναι ο Δαμιανός Προσαλέντης, γνωστός με το ψευδώνυμο Conclavio, από την ομώνυμη κλειστή «λέσχη» επιχειρηματικότητας που έχει δημιουργήσει. Ο συγκεκριμένος περιγράφει τον εαυτό του ως αυτοδημιούργητο εκατομμυριούχο, υποστηρίζοντας πως κατάφερε να βγάλει «το 1ο του εκατομμύριο στα 20» (Προσαλέντης, Δ., n.d.), ξεκινώντας από το «μηδέν», και πλέον είναι ικανός να καθοδηγήσει άλλους άνδρες στην οικονομική επιτυχία.

Η δημόσια εικόνα του συγκεκριμένου δημιουργού γίνεται συχνά αντικείμενο αμφισβήτησης. Συγκεκριμένα, σύμφωνα με έκθεση ανοιχτών πηγών που δημοσιεύτηκε στην ιστοσελίδα



Εικόνα 1- Ο Δαμιανός Προσαλέντης. Ανακτήθηκε από conclavio.gr

Investigations.org, έχουν διατυπωθεί αρκετές καταγγελίες περί απάτης, νομιμοποίησης εσόδων από παράνομες δραστηριότητες καθώς και εμπλοκής σε σκάνδαλα, πολλές από τις οποίες όμως περιγράφονται ως μη επαληθευμένες και υπό διερεύνηση (Investigations.org, 2026). Αξίζει να σημειωθεί ότι μεγάλο μέρος του περιεχομένου του Conclavio γύρω από τις επενδύσεις αφορά τα κρυπτονομίσματα, ένα επενδυτικό πεδίο που συνδέεται με υψηλό βαθμό αβεβαιότητας και ρίσκου. Η έμφαση στα κρυπτονομίσματα σχετίζεται άμεσα με

τον τρόπο που συγκροτείται η αρρενωπότητα στο συγκεκριμένο περιεχόμενο. Όπως επισημαίνει ο Cassino (2023), η ελκυστικότητα των κρυπτονομισμάτων για πολλούς άνδρες συνδέεται με την αίσθηση ελέγχου απέναντι σε ένα αντιλαμβανόμενο ως διεφθαρμένο οικονομικό σύστημα και την

προσδοκία επαναδιεκδίκησης του παραδοσιακού έμφυλου ρόλου τους. Η ενασχόληση με τέτοιου είδους επενδύσεις παρουσιάζεται όχι μόνο ως οικονομική στρατηγική, αλλά και ως μέσο επιβεβαίωσης της αρρενωπότητας. Επομένως, ο συγκεκριμένος δημιουργός επιλέχθηκε λόγω της δημοφιλίας του, καθώς θεωρείται ότι αποτελεί μια από τις κυρίαρχες φιγούρες της ελληνικής ανδρόσφαιρας, αλλά και για να αναδειχθεί η σύνδεση μεταξύ των σύγχρονων λόγων γύρω από την ηγεμονική αρρενωπότητα με έννοιες όπως το ρίσκο και ο πλούτος.

Ο επόμενος δημιουργός είναι ο Michalis Balou, ο οποίος δραστηριοποιείται επαγγελματικά ως dating coach, προσφέροντας υπηρεσίες όπως διαδικτυακά και δια ζώσης σεμινάρια. Παράλληλα, δημοσιεύει περιεχόμενο συμβουλευτικού χαρακτήρα στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης, γύρω από



Εικόνα 2- Ο Μιχάλης Μπαλούκας σε ένα από τα συνέδρια του. Ανακτήθηκε από Instagram.com

τεχνικές φλερτ, τις ερωτικές σχέσεις και την αυτοβελτίωση, μέσω του οποίου διαφημίζεται και προσελκύει νέους πελάτες.

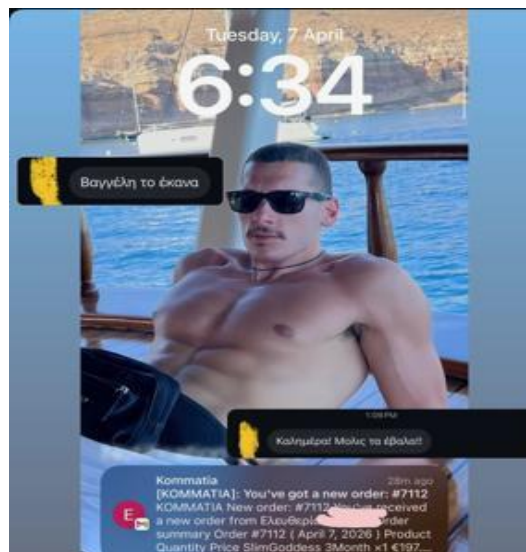
Βασικό κριτήριο επιλογής του συγκεκριμένου, ανάμεσα στους πολλούς dating coach που δραστηριοποιούνται στα ελληνικά κοινωνικά δίκτυα, είναι το γεγονός ότι παρουσιάζει μια ενδιαφέρουσα αντίφαση: παρόλο που ο λόγος του βασίζεται σε και αναπαράγει συστηματικά έμφυλα στερεότυπα, ο ίδιος έχει στο παρελθόν αυτοπροσδιοριστεί ως «φεμινιστής» και φαίνεται να προσπαθεί, σε ένα βαθμό, να διαφοροποιηθεί από τον κυρίαρχο λόγο της ανδρόσφαιρας. Στην περιγραφή ενός από τα διαδικτυακά μαθήματα

που παρουσιάζει στην ιστοσελίδα του, αναφέρει πως το συγκεκριμένο πρόγραμμα «δημιουργήθηκε για άντρες που θέλουν να σταματήσουν να είναι *needy* και να τρώνε “κόλλημα” με τις γυναίκες» και, στην αμέσως επόμενη παράγραφο υπόσχεται ότι μπορεί να βοηθήσει τους

άνδρες να αποκτήσουν «πραγματική αυτοπεποίθηση», «όχι ψεύτικο επιφανειακό “alpha” χαρακτήρα» (Balou, n.d.).

Στη συνέχεια, καθώς η εικόνα του σώματος αποτελεί κύρια θεματική της διεθνούς ανδρόσφαιρας και καταλαμβάνει κεντρική θέση στους λόγους περί αυτοβελτίωσης και αρρενωπότητας, κρίθηκε σημαντικό να επιλεγθεί ένας δημιουργός περιεχομένου που δραστηριοποιείται στον χώρο του fitness. Γι αυτό το λόγο, στο δείγμα συμπεριλήφθηκε ο Tsialikis, επαγγελματίας γυμναστής και fitness coach, ο οποίος δραστηριοποιείται στον χώρο των κοινωνικών δικτύων εδώ και 5 χρόνια. Στην ιστοσελίδα του διαφημίζει αρκετά συνδρομητικά προγράμματα, όπως το «Spartan+» και το «KOMMATIA», τα οποία υπόσχονται «μυϊκότητα, σχήμα, αναλογίες και σκληράδα» για τους άνδρες, αλλά και τα «Greek Goddess» και «Slim Goddess+», τα οποία απευθύνονται σε γυναίκες και υπόσχονται την απόκτηση ενός «σφιχτού και ελκυστικού σώματος κλεψύδρας» (Tsialikis, n.d.).

Η έμφαση που δίνει ο συγκεκριμένος δημιουργός στα έμφυλα πρότυπα γύρω από την εικόνα του σώματος, θεωρήθηκε ιδιαίτερα χρήσιμη για την μελέτη του τρόπου με τον οποίο το σώμα δρα ως πεδίο γύρω από το οποίο αρθρώνονται λόγοι γύρω από την αρρενωπότητα και τη θηλυκότητα. Επίσης, σημαντικό κριτήριο της επιλογής του αποτέλεσε το γεγονός ότι συχνά συνδιαλέγεται με άλλα πρόσωπα της ανδρόσφαιρας, κάνοντας εμφανίσεις σε podcasts, όπου μιλάει με μεγαλύτερη ελευθερία για τις προσωπικές του θέσεις όσον αφορά τους έμφυλους ρόλους. Σε εμφάνιση του στο podcast Dikaste_Tous, αναφέρει: «Θεωρώ πως έχουν ξεχωριστό ρόλο στο σπίτι ο άνδρας και η γυναίκα [...] σύντομα θα πρέπει κάποιος να αλλάζει πάνες, θα τις αλλάξω εγώ; Ενώ την ίδια στιγμή θα μπορούσα να βγάλω κατοστάρικα; Όχι, θα το κάνει η γυναίκα που είναι φτιαγμένη να προσέξει το μωρό και θα της παρέχω τα πάντα, έχει τις κάρτες μου [...] εννοείται της έχω μάθει πώς να δίνει



Εικόνα 3- Στιγμιότυπο οθόνης από Instagram Story που παρουσιάζει την αρχική οθόνη του κινητού τηλεφώνου του Τσιαλίκη.
Ανακτήθηκε από Instagram.com

προτεραιότητες, πώς να διαχειρίζεται τα οικονομικά μας» (Dikaste_tous & Ευάγγελος Τσιαλίκης, 2026).

Τέλος, το δείγμα συμπληρώνει ο Rod Konstantin, ο οποίος αυτοπροσδιορίζεται ως χριστιανός εθνικιστής (*christian nationalist*) και δημοσιεύει περιεχόμενο στο οποίο σχολιάζει ζητήματα της επικαιρότητας. Στο περιεχόμενο που δημοσιεύει πραγματεύεται κοινωνικά και πολιτικά ζητήματα, εκφράζοντας ιδιαίτερα συντηρητικές και ακροδεξιές θέσεις, ενώ ασκεί έντονη κριτική σε αυτό που ο ίδιος ονομάζει «woke agenda», αναφερόμενος σε ζητήματα φύλου και σεξουαλικότητας. Ο συγκεκριμένος δημιουργός διαφοροποιείται σε σημαντικό βαθμό από τους υπόλοιπους, καθώς αφενός είναι ο μόνος εκ των τεσσάρων ο οποίος δεν δραστηριοποιείται επαγγελματικά στον χώρο των κοινωνικών δικτύων και ο λόγος του δεν επικεντρώνεται σε πρακτικές αυτοβελτίωσης ή πλουτισμού. Αφετέρου, προβάλλει μια εικόνα ενός σύγχρονου «ασκητή», του οποίου κύριος στόχος είναι να μεταδώσει τις χριστιανικές αξίες και να συμβάλλει στην «διάσωση» της σύγχρονης κοινωνίας από τον «εκφυλισμό» και την «παρακμή».



Εικόνα 4- Στιγμιότυπο οθόνης από
Instagram Story του Rod
Konstantin. Ανακτήθηκε από
Instagram.com

Η περίπτωση του Rod θεωρήθηκε ότι αποτελεί σημαντική προσθήκη στο ερευνητικό δείγμα, καθώς επιτρέπει τη διερεύνηση των σημείων στα οποία οι λόγοι γύρω από την αρρενωπότητα συναντούν ευρύτερα ιδεολογικά πλαίσια, στα οποία εκφράζονται συντηρητικές αντιλήψεις γύρω από την οικογένεια, τους έμφυλους ρόλους, τη θρησκεία και την πολιτική.

4.2 Μεθοδολογικός σχεδιασμός

Ο μεθοδολογικός σχεδιασμός βασίζεται στη θεματική ανάλυση περιεχομένου, ενώ η ερμηνεία των δεδομένων αντλεί από φεμινιστικές θεωρητικές προσεγγίσεις, με στόχο την ανάδειξη των τρόπων με τους οποίους ο λόγος συμβάλλει στη συγκρότηση σχέσεων εξουσίας, έμφυλων ιεραρχιών και κανονιστικών προτύπων. Η φεμινιστική μεθοδολογία ασκεί κριτική στις έννοιες του επιστημονικού ορθολογισμού και της αντικειμενικότητας, υποστηρίζοντας ότι έχει ιστορικά διαμορφωθεί μέσα από ανδροκεντρικές οπτικές και αξιακά συστήματα (Harding, 1987). Παράλληλα, αναγνωρίζεται η σημασία της “τοποθετημένης γνώσης” (Haraway, 1988), σύμφωνα με την οποία τόσο το ερευνητικό υποκείμενο όσο και το ερευνητικό αντικείμενο παραμένουν ενταγμένα σε συγκεκριμένα κοινωνικά και πολιτισμικά πλαίσια. Ωστόσο, στο πλαίσιο της φεμινιστικής μεθοδολογίας, η υποκειμενικότητα δεν εκλαμβάνεται ως μεθοδολογικό μειονέκτημα, αλλά ως αναγκαία συνθήκη για την κατανόηση των ερευνητικών δεδομένων, ενώ παράλληλα δίνεται έμφαση στον αναστοχασμό, δηλαδή στην αναγνώριση της θέσης της ερευνήτριας και του τρόπου που η θέση αυτή επιδρά στην ερμηνεία των δεδομένων.

Εκπονώντας μια έρευνα σε ψηφιακό περιβάλλον, είναι σημαντικό να αναφερθεί ότι λειτούργησα ως μη συμμετοχική παρατηρήτρια, επιλέγοντας να μην αλληλεπιδρώ άμεσα με το περιεχόμενο ή τους χρήστες, προκειμένου να επιτραπεί η παρατήρηση του περιεχομένου σε φυσικές συνθήκες, χωρίς τη παρέμβαση μου ως ερευνήτρια. Παράλληλα, είναι σημαντικό να αναγνωρίσω την προσωπική μου θέση απέναντι στην έρευνα, η οποία επηρεάζει τον τρόπο με τον οποίο ερμηνεύω και αναλύω τα δεδομένα. Ούσα cis γυναίκα και φεμινίστρια, δεν αποτελώ το επιδιωκόμενο κοινό των συγκεκριμένων δημιουργών περιεχομένου, γεγονός που επηρεάζει τόσο την πρόσληψη όσο και την ερμηνεία των αφηγήσεων που αναπτύσσονται. Συνειδητοποιώ ότι, παρόλο που η έρευνα δεν έχει συμμετοχικό χαρακτήρα, δεν είναι αποστασιοποιημένη, αλλά διαπλέκεται με τις προσωπικές μου εμπειρίες, τα συναισθήματα και τις πεποιθήσεις μου. Σε αυτό το σημείο, ο αναστοχασμός δεν λειτουργεί απλώς ως μεθοδολογικό εργαλείο, αλλά ως αναπόσπαστο μέρος της φεμινιστικής γνώσης. Για τον λόγο αυτό, σε όλες τις φάσεις της ερευνητικής διαδικασίας,

καταγράφηκαν οι σκέψεις, οι αντιδράσεις και οι παρατηρήσεις μου σε ένα ερευνητικό ημερολόγιο, το οποίο λειτούργησε ως εργαλείο αυτοπαρατήρησης της προσωπικής μου στάσης απέναντι στο υπό μελέτη περιεχόμενο και τις αντιδράσεις των χρηστών. Αυτή η διαδικασία έχει ως στόχο την αναγνώριση της διττής μου θέσης: αφενός ως γυναίκας που έχει υπάρξει αποδέκτρια αντίστοιχων ψηφιακών λόγων, και αφετέρου ως ερευνήτριας που επιδιώκει να τους παρατηρήσει και να τους αναλύσει συστηματικά.

Η ποιοτική μεθοδολογία κρίνεται ως η καταλληλότερη για την ανάλυση αφηγήσεων και νοημάτων, καθώς επιτρέπει την ερμηνεία του λόγου, των πρακτικών και των αναπαραστάσεων μέσα στο πολιτισμικό πλαίσιο εντός του οποίου παράγονται. Συγκεκριμένα, η έρευνα βασίζεται στην ανάλυση περιεχομένου, με έμφαση στην ερμηνευτική της διάσταση, καθώς και στη θεματική ανάλυση (thematic analysis), σύμφωνα με το μοντέλο των Braun και Clarke (2006), η οποία επιτρέπει τον εντοπισμό επαναλαμβανόμενων μοτίβων στο υλικό.

Η επιλογή της συγκεκριμένης προσέγγισης συνδέεται άμεσα με τους στόχους της έρευνας, οι οποίοι αφορούν την κατανόηση του τρόπου με τον οποίο συγκεκριμένοι δημιουργοί περιεχομένου αναπαράγουν ή αναδιαμορφώνουν ιδεολογικά σχήματα μέσα από τα κοινωνικά δίκτυα.

4.3 Συλλογή δεδομένων

Η συλλογή των δεδομένων πραγματοποιήθηκε μέσω συστηματικής καταγραφής τόσο του περιεχομένου που δημοσίευσαν οι επιλεγμένοι δημιουργοί περιεχομένου, όσο και του τρόπου με τον οποίο αλληλεπιδρούν οι χρήστες με το περιεχόμενο, μέσω σχολίων και αντιδράσεων. Συγκεκριμένα, ακολουθήθηκαν τα παρακάτω βήματα:

1. έγινε καταγραφή των δημοσιεύσεων μέσω στιγμιότυπων και βιντεοσκοπήσεων οθόνης (screenshots & screen recordings), προκειμένου να διατηρηθεί ένα πλήρες αρχείο του περιεχομένου πιστό στην αρχική του μορφή
2. καταγράφηκαν επίσης τα σχόλια των χρηστών σε κάθε δημοσίευση, μια μέρα μετά την ανάρτησή της, δίνοντας προσοχή στην διατήρηση της ανωνυμίας των χρηστών
3. μεταγράφηκε ο προφορικός λόγος από βίντεο, δίνοντας ιδιαίτερη προσοχή στη διατήρηση της αυθεντικότητας του υλικού
4. καταγράφηκαν με λεπτομέρεια τα βασικά στοιχεία (ημερομηνία, creator, πλατφόρμα, περιγραφή κάθε δημοσίευσης)
5. οργανώθηκαν τα δεδομένα σε αρχείο Excel, προκειμένου να διευκολυνθεί η κωδικοποίησή τους

Το τελικό δείγμα περιλαμβάνει 89 δημοσιεύσεις (posts, reels και stories), οι οποίες συλλέχθηκαν σε χρονική περίοδο 15 ημερών από τους τέσσερις χρήστες, στο TikTok, το Instagram και το Youtube. Η συλλογή των δεδομένων από τις δημοσιεύσεις περιλαμβάνει τόσο γραπτό περιεχόμενο (captions), όσο και μεταγεγραμμένο προφορικό λόγο από βίντεο, καθώς και οπτικά στοιχεία, όπως φωτογραφίες, στάση σώματος και χειρονομίες. Συλλέχθηκαν, επίσης, δειγματοληπτικά, σχόλια από χρήστες που είτε ενίσχυαν το λόγο της ανδρόσφαιρας είτε εξέφραζαν κριτική και εναλλακτικές τοποθετήσεις στο μεταδιδόμενο μήνυμα.

Στον παρακάτω πίνακα, παρουσιάζεται η συχνότητα των δημοσιεύσεων ανά δημιουργό περιεχομένου, σε σχέση με τον βαθμό επαγγελματικοποίησής του:

Δημιουργός περιεχομένου	Πλατφόρμες κοινωνικής δικτύωσης	Συχνότητα δημοσιεύσεων	Βαθμός επαγγελματικής δραστηριότητας
Michalis Balou	Instagram TikTok	Καθημερινή	Υψηλός
Conclavio	Instagram TikTok	Καθημερινή	Υψηλός
Tsialikis	Instagram TikTok	Καθημερινή	Υψηλός
Rod Konstantin	Instagram TikTok	Εβδομαδιαία	Χαμηλός

Πίνακας 1- Παρουσίαση των δημιουργών περιεχομένου αναφορικά με το βαθμό επαγγελματικοποίησης τους και τη συχνότητα των δημοσιεύσεων τους.

Στο αρχικό στάδιο του ερευνητικού σχεδιασμού, είχε οριστεί ως χρονικό πλαίσιο μελέτης το διάστημα του ενός μήνα. Ωστόσο, λόγω της υψηλής θεματικής πυκνότητας και του μεγάλου όγκου των δημοσιεύσεων και σχολίων, καθώς και των περιορισμών που σχετίζονται με το εύρος μιας διπλωματικής εργασίας, κρίθηκε σκόπιμο να περιοριστεί το χρονικό διάστημα συλλογής των δεδομένων. Επιπλέον, κατά τη διαδικασία συλλογής των δεδομένων παρατηρήθηκε σημαντικός βαθμός επαναληψιμότητας των θεματικών και των αφηγήσεων, ιδιαίτερα στην περίπτωση των τριών εκ των τεσσάρων δημιουργών, οι οποίοι δραστηριοποιούνται επαγγελματικά στον χώρο των κοινωνικών δικτύων. Η επιλογή αυτή είχε στόχο να διασφαλιστεί μια, όσο το δυνατόν, εις βάθος ανάλυση των θεματικών μοτίβων που προκύπτουν από το υλικό, λαμβάνοντας παράλληλα υπόψη το φαινόμενο του θεματικού κορεσμού, δηλαδή το σημείο κατά το οποίο η περαιτέρω συλλογή

δεδομένων δεν οδηγεί στην ανάδυση νέων θεματικών κατηγοριών, αλλά σε επαναληψιμότητα των ήδη εντοπισμένων μοτίβων.

4.4 Μέθοδος ανάλυσης

Η ανάλυση των δεδομένων πραγματοποιήθηκε μέσω της μεθόδου της θεματικής ανάλυσης, όπως περιγράφεται στο μοντέλο των Braun και Clarke (2006). Η συγκεκριμένη μέθοδος ανάλυσης επιλέχθηκε εξαιτίας της δυνατότητάς της να εντοπίζει και να ερμηνεύει επαναλαμβανόμενα μοτίβα σε ποιοτικά δεδομένα. Η θεματική ανάλυση επιτρέπει τη διερεύνηση όχι μόνο των εμπειριών που αποτυπώνονται στο περιεχόμενο, αλλά και των τρόπων με τους οποίους αυτές συγκροτούνται και νοηματοδοτούνται, εντός συγκεκριμένων κοινωνικών και πολιτισμικών συμφραζομένων.

Κατά την διαδικασία συλλογής και ανάλυσης των δεδομένων, ακολουθήθηκαν τα εξής στάδια:

Στο πρώτο στάδιο, πραγματοποιήθηκε επανειλημμένη παρακολούθηση του υλικού που συλλέχθηκε, προκειμένου να επιτευχθεί η εξοικείωση της ερευνήτριας με τα δεδομένα. Έπειτα, κατά τη διαδικασία της πρώτης κωδικοποίησης, δημιουργήθηκε πλήθος κωδικών, οι οποίοι αναφέρονται στα βασικά λεκτικά και μη λεκτικά νοήματα κάθε δημοσίευσης, όπως παρουσιάζεται ενδεικτικά στον πίνακα που ακολουθεί:

Ημερομηνία	Δημιουργός	Πλατφόρμα	Σύντομη περιγραφή	Βασικό απόσπασμα	Κωδικοί
14/04/2026	Michalis Balou	Instagram & TikTok	Μιλάει στην κάμερα σε εξωτερικό χώρο-παράλληλα εμφανίζονται στιγμιότυπα από τον ίδιο να μιλάει με γυναίκες.	«Στην αρχή προφανώς όταν προσεγγίσεις μια κοπέλα [...] θα κουβαλάς το φορτίο της επικοινωνίας. Έτσι πρέπει να γίνει. Εσύ παίρνεις την πρωτοβουλία, εσύ της μιλάς, οπότε εσύ	ο άνδρας ως ηγέτης ενεργός άνδρας/παθητικός ή γυναίκα πρωτοβουλία ως ανδρικό χαρακτηριστικό

				καλείσαι να προχωρήσεις τη κουβέντα [...] προφανώς οι γυναίκες περιμένουν από σένα να ηγείσαι σε όλα τα στάδια. »	έμφυλοι ρόλοι στην επικοινωνία φυσικοποίηση έμφυλων ρόλων
--	--	--	--	--	---

Πίνακας 2- Απόσπασμα από το αρχείο excel που χρησιμοποιήθηκε για την καταγραφή και κωδικοποίηση των δεδομένων, όπου παρουσιάζεται ενδεικτικά η πρώτη φάση δημιουργίας κωδικών.

Έπειτα, στο διάστημα της δεύτερης κωδικοποίησης, οι κωδικοί αυτοί ομαδοποιήθηκαν, με κριτήριο της εννοιολογικές τους ομοιότητες, σε ευρύτερους κωδικούς. Από την ομαδοποίηση αυτή, προέκυψαν οι βασικοί θεματικοί άξονες της ανάλυσης:

1. Ηγεμονική αρρενωπότητα
2. Αυτοβελτίωση ως αυτοσκοπός
3. Σώμα, εμφάνιση & πειθαρχία
4. Ερωτικές σχέσεις & έμφυλες δυναμικές
5. Επιτυχία, χρήμα & απόρριψη του μέσου τρόπου ζωής
6. Ηθική, πνευματικότητα & νομιμοποίηση έμφυλων και ιδεολογικών αφηγήσεων
7. Κοινότητα, ανήκειν & μηχανισμοί επιρροής

Παράλληλα, όπως προαναφέρθηκε, τηρήθηκε ένα ερευνητικό ημερολόγιο, όπου κρατούνταν σημειώσεις σχετικές με το υλικό, τα συναισθήματα και τις σκέψεις μου ως ερευνήτρια, καθ'όλη τη διάρκεια της παρακολούθησης, καταγραφής και ανάλυσης των δεδομένων. Η χρήση του ημερολογίου αποδείχθηκε ιδιαίτερα βοηθητική, τόσο κατά την διαδικασία ανάλυσης των ευρημάτων της έρευνας όσο και ως εργαλείο αυτοπαρατήρησης, ανασκόπησης και συλλογισμού. Μέσω του ημερολογίου, διευκολύνθηκε η αναγνώριση και διαχείριση της προσωπικής μου θέσης απέναντι στο υπό μελέτη πεδίο, καθώς και η κατανόηση του τρόπου με τον οποίο αυτή επιδρά στην ερμηνεία των δεδομένων. Συχνά, το υπό μελέτη περιεχόμενο, καθώς και τα σχόλια των χρηστών, έρχονταν σε αντίθεση με τις δικές μου ιδεολογικές θέσεις και απόψεις, εγείροντας

δυσφορικά συναισθήματα και αντιδράσεις. Επομένως, η καταγραφή αυτών των σκέψεων και αντιδράσεων μέσω του ερευνητικού ημερολογίου συνέβαλε στη διαμόρφωση μιας περισσότερο αναστοχαστικής και κριτικά συνειδητής ερμηνευτικής διαδικασίας.

5 Ανδρόσφαιρα- η ελληνική περίπτωση

Στο παρόν κεφάλαιο επιχειρείται μια χαρτογράφηση της ελληνικής ανδρόσφαιρας, όπως αυτή αναδύεται μέσα από το υπό μελέτη ψηφιακό περιεχόμενο. Η ανδρόσφαιρα δεν αποτελεί ένα ομοιογενές ή ενιαίο ιδεολογικό πεδίο, αλλά ένα ετερογενές ψηφιακό οικοσύστημα, το οποίο οργανώνεται κυρίως γύρω από αντιφεμινιστικές ρητορικές και αφηγήσεις περί μιας σύγχρονης «κρίσης» της αρρενωπότητας και των παραδοσιακών έμφυλων ρόλων (Ging, 2019). Κατά τη διάρκεια της συλλογής και ανάλυσης των δεδομένων, κατέστη σαφές ότι το συγκεκριμένο πεδίο δεν περιορίζεται αποκλειστικά σε αφηγήσεις γύρω από τις έμφυλες δυναμικές, αλλά συγκροτεί ένα ευρύτερο ψηφιακό οικοσύστημα lifestyle, στο οποίο συνυπάρχουν λόγοι αυτοβελτίωσης, επιχειρηματικότητας, σωματικής πειθαρχίας, θρησκευτικής ηθικής και πολιτικών θέσεων. Οι δημιουργοί περιεχομένου λειτουργούν ως πολυδιάστατες ψηφιακές περσόνες οι οποίες αρθρώνουν συχνά αντιφατικούς και κατακερματισμένους λόγους γύρω από το τι σημαίνει να είναι κανείς «σωστός» ή «επιτυχημένος» άνδρας στη σύγχρονη κοινωνία. Το περιεχόμενο απευθύνεται κυρίως σε νεαρούς άνδρες, παρουσιάζοντας την αυτοβελτίωση και την πειθαρχία ως αναγκαίες προϋποθέσεις για την προσωπική και κοινωνική επιτυχία.

Κατά τη διερεύνηση του υπό μελέτη πεδίου και της παρουσίας των κυρίαρχων δημιουργών περιεχομένου στον ελληνόφωνο ψηφιακό χώρο, παρατηρήθηκε ότι λειτουργούν ως κεντρικοί κόμβοι παραγωγής και διάχυσης λόγου, γύρω από τους οποίους συγκεντρώνονται κοινότητες ακολούθων, που συνδέονται όχι απαραίτητα μέσω μιας σαφώς δηλωμένης ιδεολογικής ταυτότητας, αλλά μέσα από κοινές αφηγήσεις γύρω από την αρρενωπότητα, την αυτοβελτίωση, την οικονομική επιτυχία, τους έμφυλους ρόλους και τη ρητορική περί «κρίσης των παραδοσιακών αξιών». Παρατηρήθηκε, επίσης, ότι οι δημοφιλέστεροι δημιουργοί περιεχομένου αποφεύγουν να αυτοπροσδιορίζονται απαραίτητα ως μέλη της «ανδρόσφαιρας» και να χρησιμοποιούν

συστηματικά τον όρο. Αντίθετα, το περιεχόμενό τους επικεντρώνεται σε εμπορικά αξιοποιήσιμες θεματικές, που συνδέονται με παραδοσιακά αρρενωπούς χώρους, όπως την επιχειρηματικότητα, τις επενδύσεις, την επίτευξη ενός αρρενωπού σώματος μέσω της γυμναστικής και της διατροφής και την επιτυχία στις ερωτικές ετερόφυλες σχέσεις. Μέσα από αυτές τις θεματικές, συγκροτείται ένας ευρύτερος αξιακός χάρτης, ο οποίος, παρότι συχνά εμφανίζεται κατακερματισμένος και αντιφατικός, οργανώνεται γύρω από επαναλαμβανόμενα πρότυπα πειθαρχίας, αυτοβελτίωσης, οικονομικής επιτυχίας και έμφυλης ιεραρχίας.

Ωστόσο, οι λόγοι τους περιστρέφονται γύρω από θεματικές που εμφανίζονται αντίστοιχα και στην αγγλόφωνη ανδρόσφαιρα, αναπαράγοντας παρόμοιες αντιλήψεις γύρω από τους έμφυλους ρόλους και τα κοινωνικά πρότυπα, ενώ παράλληλα ευθυγραμμίζονται με τις ιδεολογικές αφηγήσεις που υιοθετούνται από την ανδρόσφαιρα σε παγκόσμιο επίπεδο. Οι διαφορετικές θεματικές δεν εμφανίζονται απαραίτητα διαχωρισμένες μεταξύ τους, αλλά συχνά αλληλοδιαπλέκονται μέσα στο ίδιο περιεχόμενο, συγκροτώντας ένα ευρύτερα αξιακά και ιδεολογικά πλαίσια μέσα από τα οποία νοηματοδοτούνται η αρρενωπότητα, η επιτυχία και οι κοινωνικές σχέσεις. Έτσι, ζητήματα επιχειρηματικότητας, σχέσεων, θρησκείας ή πολιτικής συνδέονται με ευρύτερες αφηγήσεις γύρω από έμφυλα ζητήματα. Η ηγεμονική αρρενωπότητα περιγράφεται ως ένα διαρκές έργο αυτοβελτίωσης, επιτεύξιμο μόνο μέσω αυστηρής πειθαρχίας και αφοσίωσης από πλευράς του ατόμου. Στην συνέχεια, συνδέεται με την οικονομική επιτυχία, τη σωματική δύναμη, τη συναισθηματική αυτοκυριαρχία και την ηγεσία στις διαπροσωπικές σχέσεις. Οι συγκεκριμένες αφηγήσεις, ωστόσο, δεν παράγονται σε κοινωνικό ή ιδεολογικό κενό, αλλά αναπτύσσονται μέσα σε ένα πλατφορμοποιημένο και εμπορευματοποιημένο ψηφιακό περιβάλλον, όπου η ορατότητα, η αλληλεπίδραση και η εμπορική αξιοποίηση του περιεχομένου αποκτούν κεντρική σημασία.

5.1 Πλατφόρμες: λογοκρισία και εμπορευματοποίηση

Λαμβάνοντας υπόψιν ότι τρεις εκ των τεσσάρων υπό μελέτη δημιουργών δραστηριοποιούνται επαγγελματικά στον χώρο των κοινωνικών δικτύων, παρατηρήθηκε ότι η επαγγελματική τους ιδιότητα επηρεάζει τόσο τη μορφή, όσο και το περιεχόμενο του λόγου τους. Η ανάγκη διατήρησης

της αλγοριθμικής ορατότητας, της προσοχής και της αλληλεπίδρασης με το κοινό, όπως και της εμπορικής βιωσιμότητας, φαίνεται να συνδέεται με περισσότερο προσεκτικές και συχνά έμμεσες μορφές έκφρασης αντι-φεμινιστικών λόγων.

Οι πλατφόρμες κοινωνικής δικτύωσης δεν λειτουργούν ως ουδέτεροι χώροι φιλοξενίας περιεχομένου, αλλά χρειάζεται να θέτουν συγκεκριμένα όρια σχετικά με ποιο περιεχόμενο θεωρείται επιτρεπτός. Μέσω πολιτικών ελέγχου, όπως οι «Κανόνες Κοινότητας» (Community Guidelines) ή η χρήση εργαλείων AI για την ανίχνευση ρητορικής μίσους (Moy et al, 2021), επιχειρούν να προστατεύσουν τους χρήστες και παράλληλα να διατηρήσουν μια εμπορικά βιώσιμη δημόσια εικόνα για τους συνεργάτες και τους πελάτες τους (Gillespie, 2018). Οι περιορισμοί αυτοί, επηρεάζουν άμεσα τον τρόπο με τον οποίο οι χρήστες εκφράζονται και αλληλεπιδρούν στις πλατφόρμες. Παράλληλα, για τους δημιουργούς περιεχομένου που δραστηριοποιούνται επαγγελματικά στα κοινωνικά δίκτυα, οι πολιτικές ελέγχου και οι αλγοριθμικές πρακτικές των πλατφορμών, συνδέονται άμεσα με την οικονομική βιωσιμότητα της δραστηριότητάς τους. Η αφαίρεση δημοσιεύσεων και ο περιορισμός της ορατότητας του περιεχομένου επηρεάζουν οικονομικά τους δημιουργούς, καθώς η απήχηση των δημοσιεύσεων και η αλληλεπίδραση του κοινού με αυτές αποτελούν βασικές προϋποθέσεις για τη διατήρηση της ψηφιακής τους παρουσίας και των εσόδων τους. Έτσι, οι δημιουργοί έρχονται συχνά αντιμέτωποι με ένα δίλημμα, μεταξύ της διατήρησης της αυθεντικότητας της φωνής τους και της ανάγκης εμπορικής αξιοποίησης του περιεχομένου τους (Hofstetter & Gollnhofer, 2024). Συνεπώς, προκειμένου να διασφαλιστεί η εμπορική εκμετάλλευση των δημοσιεύσεων, παρατηρείται ότι οι δημιουργοί περιεχομένου που μελετήθηκαν, και ιδιαίτερα όσοι από αυτούς δραστηριοποιούνται επαγγελματικά στα κοινωνικά δίκτυα, προσαρμόζουν το περιεχόμενο που δημοσιεύουν και, κατά συνέπεια, το λόγο τους, στοχεύοντας στην αποφυγή αρνητικών επιπτώσεων από τους διαχειριστές της πλατφόρμας.

Συχνά, χρησιμοποιούν έμμεσες και κωδικοποιημένες μορφές έκφρασης, όπως το χιούμορ, την ειρωνεία και υπαινιγμούς. Ενδεικτικά, σε ένα από τα υπό μελέτη βίντεο αναφέρεται ειρωνικά: «*Τι λες ρε παιδί μου, δηλαδή οι γυναίκες δεν θέλουν έναν ψηλό, ωραίο, γυμνασμένο, πλούσιο,*

πετυχημένο, διακεκριμένο επιχειρηματία και θέλουν ποιον; Τον Κίτσο;» (Conclavio, 2026). Μέσα από τέτοιου τύπου διατυπώσεις, συγκεκριμένες έμφυλες αντιλήψεις παρουσιάζονται ως «κοινή λογική» ή αυτονόητες. Παράλληλα το χιουμοριστικό ύφος και η χρήση της ειρωνείας λειτουργούν ως μηχανισμοί αποφόρτισης του λόγου και των πιθανών αντιδράσεων που πιθανό να προέκυπταν, μέσα από τους οποίους οι συγκεκριμένες θέσεις εμφανίζονται λιγότερο ακραίες ή ιδεολογικά φορτισμένες. Παρόμοιες στρατηγικές έχουν εντοπιστεί και στη διεθνή βιβλιογραφία γύρω από την ανδρόσφαιρα, λειτουργώντας ως μορφές προστασίας απέναντι στους περιορισμούς που θέτουν οι πλατφόρμες (Judge & Steel, 2025).

Ωστόσο, τα ίδια μέσα κοινωνικής δικτύωσης δεν αποτελούν ουδέτερους μηχανισμούς διάδοσης περιεχομένου. Παρά τους περιορισμούς και τις πολιτικές ελέγχου που εφαρμόζουν, οι αλγόριθμοί τους φαίνεται να ευνοούν περιεχόμενο που προκαλεί έντονη αλληλεπίδραση, πόλωση και συναισθηματική εμπλοκή. Οι αλγόριθμοι των πλατφορμών φαίνεται να ευνοούν την προώθηση τέτοιου είδους δημοσιεύσεων, στοχεύοντας στη διατήρηση της δέσμευσης και της εμπλοκής του κοινού. Όσο πιο ακραίο, πολωτικό ή συνομωσιολογικό εμφανίζεται το περιεχόμενο, τόσο μεγαλύτερη προσοχή και αλληλεπίδραση προκαλεί στους χρήστες (Van de Ven & van Gemert, 2022). Συνεπώς, οι δημιουργοί περιεχομένου φαίνεται να προσπαθούν να ισορροπήσουν ανάμεσα στην ανάγκη διατήρησης της αλγοριθμικής ορατότητας και στην αποφυγή κυρώσεων από τις πλατφόρμες, επικοινωνώντας τις θέσεις τους μέσω μορφών λόγου που παραμένουν αρκετά αμφιλεγόμενες, ώστε να προκαλούν αλληλεπίδραση, φροντίζοντας όμως να μην παραβιάζουν άμεσα τους κανόνες των πλατφορμών, κάτι που πιθανό να οδηγούσε σε κυρώσεις ή διακοπή των εσόδων τους.

Κατά τη διάρκεια της έρευνας, έγινε αντιληπτό ότι οι τρεις εκ των τεσσάρων δημιουργών, οι οποίοι δραστηριοποιούνται επαγγελματικά στον χώρο των κοινωνικών δικτύων, προσαρμόζουν περισσότερο το περιεχόμενό τους στις λογικές ορατότητας και ρύθμισης των πλατφορμών. Αντιθέτως, ο τέταρτος δημιουργός, ο οποίος δεν φαίνεται να δραστηριοποιείται επαγγελματικά στις πλατφόρμες, ή τουλάχιστον δεν προωθεί άμεσα κάποιο προϊόν, δημοσιεύει σε μικρότερη συχνότητα από τους υπόλοιπους και επιλέγει μεγαλύτερης διάρκειας βίντεο. Οι επαγγελματίες

δημιουργοί δημοσιεύουν καθημερινά και στις δύο πλατφόρμες (Instagram και Tiktok), χρησιμοποιώντας όλα τα μέσα προώθησης, όπως αναρτήσεις και «ιστορίες», κρατώντας τις αναρτήσεις σύντομες και περιεκτικές. Ο λόγος τους γίνεται αντιληπτός ως έμμεσος και κωδικοποιημένος, αποφεύγοντας ακραίες διατυπώσεις.

Αντίθετα, ο ερασιτέχνης δημιουργός δημοσιεύει λιγότερο συχνά, σε εβδομαδιαία βάση και ο λόγος του εμφανίζεται περισσότερο άμεσος και πιο ακραίος ως προς την έκφραση αντιφεμινιστικών και ακροδεξιών θέσεων: *«Αν όλοι αυτοί είχανε στην καρδιά τους το Χριστό και σεβόντουσαν το πνεύμα και το σώμα τους, δεν θα κάνανε ναρκωτικά [...] δεν θα εκδίδονταν και δεν θα ήταν μπερδεμένοι για το τι φύλο είναι. Όταν λοιπόν ακούτε κάποιους παλιομοδίτες να σας φωνάζουν πατρίς, θρησκεία, οικογένεια, υπάρχει κάποιος λόγος»* (Rod, 2026b). Η αντίθεση αυτή, ενδέχεται να συνδέεται με τον διαφορετικό βαθμό εξάρτησης από τις πλατφόρμες ως πηγή εισοδήματος, αλλά και με διαφορετική στοχοθεσία από πλευράς καθενός από τους δημιουργούς. Ενώ οι δημιουργοί που δραστηριοποιούνται επαγγελματικά στα κοινωνικά δίκτυα, φαίνεται να προσεγγίζουν το περιεχόμενο περισσότερο ως επιχειρηματική δραστηριότητα, προσαρμόζοντας στρατηγικά τον λόγο τους στις λογικές ορατότητας των πλατφορμών, ο συγκεκριμένος δημιουργός φαίνεται να παρουσιάζει τον λόγο του περισσότερο ως ιδεολογική ή ηθική «αποστολή», μέσω της οποίας επιχειρεί να «προστατεύσει» την ανθρωπότητα από αυτό που εκείνος νοηματοδοτεί ως «κρίση» των παραδοσιακών αξιών.

Η παραπάνω διαφοροποίηση αναδεικνύει τον τρόπο με τον οποίο η επαγγελματικοποίηση της ψηφιακής παρουσίας συνδέεται με τη μετατροπή της αρρενωπότητας και της κουλτούρα της «αυτοβελτίωσης», σε εμπορεύσιμα ψηφιακά προϊόντα καθώς και την ενσωμάτωση των αφηγήσεων αυτών στο κυρίαρχο λόγο. Η ηγεμονική αρρενωπότητα φαίνεται να διαχέεται περισσότερο μέσα από πρακτικές κατανάλωσης και αυτορρύθμισης, παρά μέσα από απολύτως συνεκτικά ιδεολογικά αφηγήματα. Οι υπό μελέτη δημιουργοί περιεχομένου λειτουργούν όχι μόνο ως διαδικτυακές περσόνες, αλλά και ως εκπαιδευτές, μέντορες και σύμβουλοι, προωθώντας συνδρομητικές κοινότητες, διαδικτυακά μαθήματα και συμβουλευτικό περιεχόμενο γύρω από την επιχειρηματικότητα, την αυτοβελτίωση, τις επενδύσεις και τις ερωτικές σχέσεις. Η διαδικασία

αυτή συνδέει την κατασκευή της αρρενωπότητας με καταναλωτικές πρακτικές, μέσα από τις οποίες η προσωπική εξέλιξη παρουσιάζεται ως διαδικασία συνεχούς «επένδυσης» στον εαυτό, η οποία φαίνεται να μην ολοκληρώνεται ποτέ πλήρως: *«Αυτή είναι η δύναμη που αποκτάς στο Conclavio [...], μαθαίνεις πώς να αλλάξεις όλη σου τη ζωή, να χτίσεις τον εαυτό σου στην πιο ισχυρή του έκδοση και οικονομικά και σωματικά και κοινωνικά και σε κάθε πτυχή της ζωής σου»* (Conclavio, Instagram stories, προσωπική επικοινωνία, 8 Απριλίου 2026). Το συγκεκριμένο παράδειγμα είναι ενδεικτικό του τρόπου με τον οποίο οι υπό μελέτη δημιουργοί συνδέουν την αυτοβελτίωση και την επίτευξη της ηγεμονικής αρρενωπότητας με την κατανάλωση συνδρομητικών υπηρεσιών και ψηφιακών κοινοτήτων καθοδήγησης. Η συμμετοχή στην συμβουλευτική κοινότητα παρουσιάζεται ως μέσο απόκτησης οικονομικής ισχύος, κοινωνικής επιρροής, ακόμη και ως μέσο βελτίωσης της εικόνας του σώματος.

Σε ένα ακόμη παράδειγμα, ο dating coach Μιχάλης Μπαλού, προωθώντας το σεμινάριο του «Game Changer» αναφέρει: *«Η προσφορά τρέχει μέχρι Δευτέρα του Πάσχα. Μην είσαι της τελευταίας στιγμής. Οι περισσότεροι άντρες βέβαια αυτές τις μέρες θα προτιμήσουν να πετάξουν τα λεφτά τους σε αλκοόλ για να περάσουν καλά και να χαλαρώσουν και στην καλύτερη θα ζητήσουν αναπήρα από την κοπέλα της διπλανής παρέας [...]. Στο Game Changer θα μάθεις πώς να βγαίνεις και να προσεγγίζεις με άνεση σε οποιαδήποτε περίπτωση χωρίς να έχεις ανάγκη τίποτα.»* (Baloukas, Instagram Stories, προσωπική επικοινωνία, 11 Απριλίου 2026). Η συγκεκριμένη ρητορική αναδεικνύει τον τρόπο με τον οποίο η αυτοβελτίωση μετατρέπεται σε καταναλωτική πρακτική, ενώ η επιτυχία στις ερωτικές σχέσεις παρουσιάζεται ως δεξιότητα που μπορεί να αποκτηθεί μέσω της κατανάλωσης. Παράλληλα, η αντίθεση ανάμεσα στον «μέσο άνδρα» και τον πειθαρχημένο και αυτάρκη άνδρα, ο οποίος θα «επενδύσει» στον εαυτό του και θα οδηγηθεί στην «επιτυχία», λειτουργεί ως βασικός μηχανισμός κινητοποίησης του κοινού. Έτσι, τα προϊόντα της ανδρόσφαιρας προωθούνται ως ορθές πρακτικές και μέσα προσωπικής ενδυνάμωσης, υποσχόμενα την υπέρβαση των δυσκολιών της καθημερινότητας (Priebe, 2024).

5 Οι αναδυόμενες θεματικές στον λόγο της ελληνικής ανδρόσφαιρας: η αυτοβελτίωση ως ένα προνομιακό ανδρικό σπορ

Παρότι οι υπό μελέτη δημιουργοί περιεχομένου δεν συγκροτούν ένα ενιαίο ιδεολογικό σύνολο, οι αφηγήσεις τους φαίνεται να περιστρέφονται γύρω από ορισμένους κοινούς θεματικούς άξονες. Κατά την μελέτη των δεδομένων, παρατηρήθηκαν επαναλαμβανόμενα θεματικά μοτίβα, τα οποία συνδέονται με την αυτοβελτίωση ως στόχο, την πειθαρχία ως εργαλείο, την οικονομική επιτυχία ως το υπέρτατο χαρακτηριστικό της ηγεμονικής αρρενωπότητας και την επιτυχία στις ερωτικές σχέσεις ως ένδειξη προσωπικής αξίας. Παράλληλα, συγκροτείται ένας κοινός λόγος μεταξύ όλων των δημιουργών, γύρω από την αντίληψη μιας ευρύτερης κοινωνικής, πολιτισμικής και αξιακής «παρακμής», η οποία παρουσιάζεται ως απειλή για τους παραδοσιακούς έμφυλους ρόλους.

Αρχικά, ο λόγος γύρω από την «αυτοβελτίωση» αποτελεί μία από τις κυρίαρχες θεματικές του υπό μελέτη περιεχομένου. Παρουσιάζεται ως μια διαρκής διαδικασία βελτιστοποίησης του εαυτού, με στόχο την προσέγγιση των προτύπων της ηγεμονικής αρρενωπότητας. Η πειθαρχία, η σωματική άσκηση, η επαγγελματική επιτυχία και η συναισθηματική αυτοκυριαρχία προβάλλονται ως βασικές προϋποθέσεις για την επίτευξη μιας επιτυχημένης μορφής αρρενωπότητας. Ενδεικτικά, σε ένα από τα υπό μελέτη βίντεο αναφέρεται: *«Αυτό το λέει ένα παιδί [...] που απλά ξεκίνησε να δουλεύει πάνω στον εαυτό του, να βγαίνει, να προσεγγίζει, να λαμβάνει συνεχή δράση και να ζει συνεχώς νέες εμπειρίες. Αυτό που κάνω και διδάσκω δεν έχει να κάνει απλά με το φλερτ [...] Έχει να κάνει με την πληρότητα και την ελευθερία. Έχει να κάνει με το να γίνουμε όλοι καλύτεροι άνδρες»* (Baloukas, Instagram Stories, προσωπική επικοινωνία, 11 Απριλίου 2026). Σε αυτό το σημείο, αναδύεται μια ενδιαφέρουσα αντίφαση, καθώς οι πρακτικές αυτοβοήθειας, αυτορρύθμισης και διαρκούς εργασίας προς την επίτευξη ενός «ιδανικού» εαυτού φέρουν έμφυλα χαρακτηριστικά και έχουν ιστορικά συνδεθεί περισσότερο με τη θηλυκότητα (Riley et al., 2019). Στο λόγο της ανδρόσφαιρας, οι πρακτικές αυτές επανανοηματοδοτούνται ως ενδείξεις «γενναιότητας» και ωριμότητας, αφού το άτομο καλείται να αναγνωρίσει τις προσωπικές του «αδυναμίες» και να εργάζεται διαρκώς προς τη βελτίωση τους.

Στο πλαίσιο αυτό, η πειθαρχία εμφανίζεται ως βασικός μηχανισμός μέσω του οποίου μπορεί να επιτευχθεί η προσωπική εξέλιξη, αλλά και ως βασικό στοιχείο συγκρότησης της ανδρικής αξίας. Η σωματική άσκηση, η παραγωγικότητα, η εγκράτεια και η συναισθηματική αυτοκυριαρχία παρουσιάζονται ως πρακτικές μέσω των οποίων οι άνδρες καλούνται να «χτίσουν» τον εαυτό τους και να ξεχωρίσουν από τον «μέσο» άνδρα, ο οποίος περιγράφεται ως παθητικός, αδύναμος και ανεπαρκής. Χαρακτηριστικό παράδειγμα αποτελεί το ακόλουθο απόσπασμα: *«Είστε όλοι κοιλιόδουλοι, είμαι έξαλλος [...] Απαράδεκτο! Μασουλάς όλη μέρα, ανοησίες [...] Το μόνο πράγμα που σκέφτεσαι είναι τι να φας. Ωρα λοιπόν να ανεβάσεις τα standards σου, να αλλάξεις το σώμα και τη ζωή σου»* (Tsialikis, 2026b). Με αυτό τον τρόπο, η πειθαρχία συνδέεται με την ηθική ανωτερότητα και την υπευθυνότητα, ενώ η αποτυχία αυτοελέγχου παρουσιάζεται ως ένδειξη αδυναμίας και ανεπάρκειας.

Οι πρακτικές αυτοβελτίωσης, πειθαρχίας και οικονομικής επιτυχίας συνδέονται άμεσα, στο λόγο της ανδρόσφαιρας, με την δυνατότητα σύναψης ερωτικών σχέσεων με γυναίκες. Οι σχέσεις αυτές δεν παρουσιάζονται ως ισότιμες μορφές συντροφικότητας, αλλά ως μηχανισμός επιβεβαίωσης της αρρενωπότητας, ενώ διέπονται από ιεραρχικές και ανταγωνιστικές έμφυλες δυναμικές. Ενδεικτικά: *«Οι γυναίκες που φέρνεις στη ζωή σου είναι καθρέφτη σου, όπως και οι άντρες που φέρνει μια γυναίκα στη ζωή της είναι καθρέφτης της. Γι' αυτό βλέπεις κιόλας ότι πολλές γυναίκες λένε ότι -Πω πω, έχω μπλέξει με έναν μαλάκα, με έχει καταστρέψει, με έχει πληγώσει.. [...] δεν είναι αρκετά συνειδητοποιημένες και επίσης δεν μπορούν να ξεχωρίσουν το μαλάκα από αυτόν ο οποίος έχει στοιχεία bad boy και δυναμικότητας [...] έχει βρει τη χρυσή τομή μεταξύ του καλού παιδιού και του κακού παιδιού, που αυτό είναι το ιδανικό»* (Baloukas, 2026e). Μέσα από τέτοιου τύπου αφηγήσεις, οι ερωτικές σχέσεις παρουσιάζονται ως πεδίο αξιολόγησης της ανδρικής αξίας και οι ερωτικές σύντροφοι ως τρόπαια. Παράλληλα, συγκεκριμένα χαρακτηριστικά, όπως η δυναμικότητα και η αυτοπεποίθηση, εμφανίζονται ως επιθυμητά πρότυπα αρρενωπότητας. Οι γυναίκες περιγράφονται κυρίως σε αντιδιαστολή με την αρρενωπότητα, μέσα από ουσιοκρατικά πρότυπα, όπου ο συναισθηματισμός και η ανάγκη ανδρικής καθοδήγησης επικοινωνούνται ως «φυσικά» γυναικεία χαρακτηριστικά: *«Δεν θα πρέπει να περιμένεις ποτέ μια γυναίκα να προχωρήσει την κουβέντα [...] προφανώς οι γυναίκες περιμένουν από σένα να ηγείσαι σε όλα τα*

στάδια» (Baloukas, 2026d).

Τέλος, σε μεγάλο μέρος του υπό μελέτη περιεχομένου αναπτύσσεται μια ρητορική γύρω από τη σύγχρονη κοινωνία ως πεδίο κοινωνικής και αξιακής «παρακμής», η οποία αποδίδεται συχνά στην αποδυνάμωση των παραδοσιακών έμφυλων ρόλων. Παράλληλα, αφηγήσεις που συνδέουν τη «woke κουλτούρα», τον φεμινισμό και τις σύγχρονες κοινωνικές αλλαγές, παρουσιάζονται ως εργαλεία ιδεολογικής χειραγώγησης, πολιτισμικής παρακμής και αποδυνάμωσης της παραδοσιακής αρρενωπότητας. Σε απόσπασμα από ένα βίντεο, ο Rod αναφέρει χαρακτηριστικά: *«Καμιά φορά το βράδυ, η κοπελιά μου διαβάζει αυτό εδώ το βιβλίο [δείχνει την Καινή Διαθήκη], το οποίο εγώ της πρότεινα να διαβάζουμε μαζί και πολλές φορές δεν το κάνω και παραπονιέται. Θα μπορούσαμε όμως να βρισκόμαστε σε κάποιο Airbnb, να κάνουμε παρτούζες με διεμφυλικούς και κόκες»* (Rod, 2026b). Η παραδοσιακή, ετεροκανονική και θρησκευτικά προσανατολισμένη σχέση παρουσιάζεται ως ηθικά ανώτερη απέναντι σε έναν υποτιθέμενο κόσμο «παρακμής», ο οποίος συνδέεται με τη σεξουαλική απελευθέρωση, τη χρήση ουσιών και τις ΛΟΑΤΚΙ+ ταυτότητες. Μέσα από αυτή την αντιπαράθεση, συγκροτείται ένα δίπολο, ανάμεσα στην «παραδοσιακή» αρρενωπότητα και στη σύγχρονη κουλτούρα, η οποία παρουσιάζεται ως απειλή.

5.1 Αξιακή παρακμή, στασιμότητα και αδράνεια: Η «απειλή» για την αρρενωπότητα

Στο υπό μελέτη περιεχόμενο, γίνεται συχνά λόγος για μια αξιακή «παρακμή», η οποία παρουσιάζεται να πλήττει την σύγχρονη κοινωνία και να συνδέεται με την αποδυνάμωση των παραδοσιακών έμφυλων ρόλων. Η προοδευτικότητα, ο φεμινισμός και η απομάκρυνση από τη θρησκεία εμφανίζονται ως παράγοντες που οδηγούν στην ηθική αποσταθεροποίηση της κοινωνίας και στην αποδυνάμωση των παραδοσιακών αξιών. Η αντίληψη αυτή συνδέεται με ευρύτερες αφηγήσεις περί «κρίσης» της αρρενωπότητας που εντοπίζονται στη βιβλιογραφία, μέσα από τις οποίες ο φεμινισμός και η λεγόμενη «ιδεολογία του φύλου» παρουσιάζονται ως απειλές για την παραδοσιακή οικογένεια, την ετεροφυλοφιλία και τις παραδοσιακές αντιλήψεις γύρω από το φύλο (Copland, 2023). Παράλληλα, η «αποδυνάμωση» της αρρενωπότητας παρουσιάζεται ως αποτέλεσμα μιας ευρύτερης κοινωνικής και πολιτισμικής μετατόπισης, η οποία θεωρείται ότι προωθεί «ήπιες» και λιγότερο κυρίαρχες μορφές ανδρισμού (Kimmel, 2018, όπως αναφέρεται στο Copland 2023).

Η αδράνεια και η παθητικότητα των σύγχρονων αρρενωποτήτων παρουσιάζονται ως αίτια της «
Διπλωματική Εργασία

αξιακής κρίσης» που λέγεται ότι χαρακτηρίζει την σύγχρονη κοινωνία. Αντίθετα, η ανάληψη δράσης, το ρίσκο και η διαρκής κινητοποίηση προβάλλονται ως αναγκαίες προϋποθέσεις για την προσωπική εξέλιξη και την προσέγγιση της ηγεμονικής αρρενωπότητας. Όπως αναφέρει χαρακτηριστικά, ο Michalis Balou σε ένα από τα βίντεό του: *«Μπρο δεν έχεις βαρεθεί να σκέφτεσαι τόσο πολύ και να υπεραναλύεις και να είσαι αδρανής; Πραγματικά είναι το χειρότερο πράγμα αυτό ρε φίλε, το να αναλύεις και να μη λαμβάνεις δράση [...] Προφανώς η ζωή έχει ρίσκο [...] αλλά ποιά είναι η εναλλακτική σου μπρο;»* (Baloukas, Instagram Stories, προσωπική επικοινωνία, 14 Απριλίου 2026). Στο συγκεκριμένο απόσπασμα, η υπερανάλυση και η αδράνεια παρουσιάζονται ως ενδείξεις αδυναμίας και απομάκρυνσης από την «αυθεντική» αρρενωπότητα, ενώ η δράση και η ανάληψη ρίσκου αποκτούν ηθική διάσταση. Η προσωπική εξέλιξη εμφανίζεται να προϋποθέτει τη διαρκή κινητοποίηση και την υπέρβαση του φόβου ή της αμφιβολίας, ενώ η παθητικότητα συνδέεται με τη στασιμότητα και την αποτυχία. Μέσα από τέτοιου τύπου αφηγήσεις, η ανάληψη δράσης παρουσιάζεται όχι μόνο ως μέσο προσωπικής βελτίωσης, αλλά και ως βασικός μηχανισμός επαναπροσέγγισης της ηγεμονικής αρρενωπότητας.

Η «κρίση» που λέγεται ότι πλήττει την σύγχρονη αρρενωπότητα, δεν συνδέεται μόνο με την μη ανάληψη δράσης, αλλά και με πρακτικές που παρουσιάζονται ως ενδείξεις απώλειας αυτοελέγχου και πειθαρχίας. Η αναζήτηση άμεσης ευχαρίστησης και η έλλειψη εγκράτειας εμφανίζονται συχνά ως παράγοντες αποδυνάμωσης της αρρενωπότητας: *«Είστε όλοι κοιλιόδουλοι, είμαι έξαλλος [...] Δεν νιώθετε βαθιά ντροπή κάθε μέρα; Απαράδεκτο! [...] Το μόνο πράγμα που σκέφτεσαι είναι τι να φας. Η ζωή σου είναι το τι να φας. Ενώ το φαγητό είναι για την επιβίωση και την λειτουργικότητα σου, εσύ το έχεις κάνει ψυχαγωγία και ζεις γι' αυτό. Τόσο κενή είναι αυτή η ύπαρξη. Πόσο ακόμα θα ζεις έτσι;»* (Tsialikis, 2026b). Στο συγκεκριμένο απόσπασμα, το φαγητό δεν παρουσιάζεται απλώς ως διατροφική πρακτική, αλλά οπτικοποιεί την απόλυτη αποτυχία εναρμόνισης με τα κυρίαρχα έμφυλα πρότυπα. Μέσα από τη γενίκευση «είστε όλοι κοιλιόδουλοι», η άντληση ευχαρίστησης από το φαγητό παρουσιάζεται ως ένδειξη μιας «κενής» και αποπροσανατολισμένης ύπαρξης, στερημένης από στόχους και φιλοδοξίες. Με αυτόν τον τρόπο, καθημερινές πρακτικές μετατρέπονται σε δείκτες ηθικής, μέσα από τους οποίους αξιολογείται η επιτυχία ή η αποτυχία της αρρενωπότητας, ενώ ταυτόχρονα παρουσιάζεται ένα αφήγημα μιας κοινωνίας που παρουσιάζεται ως βυθισμένη στην κατανάλωση, την άνεση και την αναζήτηση άμεσης

ευχαρίστησης. Η σύγχρονη κοινωνία περιγράφεται ως ηθικά και αξιακά εκφυλισμένη, έχοντας απομακρυνθεί από χαρακτηριστικά συνυφασμένα με την ηγεμονικό ανδρικό πρότυπο, όπως η εγκράτεια, η στοχοπροσήλωση και ο αυτοέλεγχος.

Παράλληλα, ο λόγος της ανδρόσφαιρας επιχειρεί να λειτουργήσει και ως μηχανισμός «αφύπνισης» των ανδρών απέναντι σε μια κοινωνία που εμφανίζεται ως ψευδής και αποπροσανατολισμένη (Judge & Steel, 2025). Οι δημιουργοί περιεχομένου παρουσιάζουν συχνά τον εαυτό τους ως άτομα που έχουν «κατανοήσει» την πραγματικότητα και επιχειρούν να καθοδηγήσουν και άλλους άνδρες προς μια αντίστοιχη διαδικασία. Μιλώντας για τον εαυτό του, ο ίδιος δημιουργός αναφέρει: «[...]έχω σκοπό να αφήσω ένα τόσο μεγάλο έργο και ένα τόσο έντονα κοινωνικό αποτύπωμα που αναπόφευκτα όλοι θα με θυμούνται [...] δείχνοντας μια νέα πραγματικότητα στην Ελλάδα, κόντρα σε όλους και σε όλα. Κόντρα στην κοινωνία και το ψεύτικο αφήγημά της. Και μόνο έτσι θα κάνουμε έναν καλύτερο κόσμο. Είσαι μαζί μου σε όλο αυτό ή είσαι απλά παρατηρητής;» (Baloukas, 2026c). Ο δημιουργός παρουσιάζει τον εαυτό του ως φορέα της «αλήθειας», η οποία συγκρούεται με το «ψεύτικο αφήγημα» της σύγχρονης κοινωνίας. Η αρρενωπότητα συγκροτείται, με αυτόν τον τρόπο, ως συλλογική στάση αντίστασης, ενώ παράλληλα αναδεικνύεται ένας διαχωρισμός ανάμεσα σε εκείνους που αντιλαμβάνονται την «αλήθεια» και αναλαμβάνουν δράση και σε όσους παραμένουν παθητικοί «παρατηρητές».

Παρόλο που το «ψεύτικο αφήγημα» της σύγχρονης κοινωνίας δεν ορίζεται με σαφή ή ενιαίο τρόπο από όλους τους δημιουργούς, φαίνεται να συγκροτείται γύρω από μια γενικευμένη αντίσταση απέναντι σε κοινωνικές αλλαγές που θεωρείται ότι αποδυναμώνουν την παραδοσιακή αρρενωπότητα και διαταράσσουν τις «φυσικές» έμφυλες ιεραρχίες. Σε ένα βίντεο που δημοσιεύτηκε λίγες μέρες μετά τον θάνατο της 19χρονης (Κωνσταντόπουλος, 2026), την οποία εγκατέλειψαν αναίσθητη σε κεντρική πλατεία του Αργοστολίου, ο Conclavio αναφέρει: «Οι πατεράδες, άμα ξέρατε τι κάνουν τα κορίτσια σε αυτές τις ηλικίες, θα θέλατε να κάνετε το χώρο του Ζαλόγγου. Δεν είναι τυχαίο ότι βλέπεις σε πολλές αναρτήσεις πλέον αγόρια να σχολιάζουν “Τύχε γιο, τύχε γιο”, γιατί βλέπουν τι συμβαίνει γύρω τους. Δεν είναι τα πράγματα όπως ήταν 40 χρόνια πριν. Θέλατε απελευθερωμένες, ανεξάρτητες γυναίκες. Όταν δεν υπάρχει έλεγχος, όταν δεν υπάρχει

αυστηρότητα, όταν δεν υπάρχει τίποτα σε επίπεδο αξιών, αυτά γίνονται» (Conclavio, 2026d). Στο απόσπασμα, η γυναικεία ανεξαρτησία παρουσιάζεται ως αιτία της κοινωνικής και ηθικής απορρύθμισης, η οποία μοιραία «τιμωρείται». Η βία απέναντι στις γυναίκες όχι μόνο δεν αναγνωρίζεται ως έμφυλη βία και δεν αποδίδεται στις πράξεις των δραστών, αλλά συνδέεται με μια ευρύτερη «κρίση αξιών», η οποία χαρακτηρίζεται από την αντίληψη ότι οι γυναίκες έχουν βγει «εκτός ελέγχου» εξαιτίας της αποδυνάμωσης της πατριαρχικής εξουσίας και των έμφυλων ιεραρχιών.

Σχολιάζοντας το ίδιο περιστατικό, ο Rod αναφέρει: *«Όλοι λοιπόν σε αυτό το χώρο είχανε προσωπική ευθύνη. Δυστυχώς η κοπελιά το πλήρωσε με τον χειρότερο τρόπο [...] Και εδώ έρχεται και κάτι ακόμα. Οι αξίες της οικογένειας και της θρησκείας. Αν όλοι αυτοί που βρίσκονταν σε αυτό το χώρο είχανε δυνατές αξίες από την οικογένειά τους, κανένας από αυτούς δεν θα βρισκόταν σε αυτό το χώρο. Αν όλοι αυτοί είχανε στην καρδιά τους το Χριστό και σεβόντουσαν το πνεύμα και το σώμα τους, δεν θα κάνανε ναρκωτικά [...] δεν θα εκδίδονταν και δεν θα ήταν μπερδεμένοι για το τι φύλο είναι»* (Rod, 2026b). Όπως και στο προηγούμενο απόσπασμα του Conclavio, η ευθύνη για το περιστατικό μετατοπίζεται από τους δράστες όχι μόνο στο ίδιο το θύμα, αλλά αποδίδεται σε μια ευρύτερη «κρίση αξιών» της σύγχρονης κοινωνίας. Ο συγκεκριμένος δημιουργός προβάλλει την χριστιανική πίστη ως μηχανισμό ηθικής καθοδήγησης και την απομάκρυνση από αυτήν ως βασική αιτία κοινωνικής απορρύθμισης. Παράλληλα, η χρήση της φράσης *«μπερδεμένοι για το τι φύλο είναι»* αποτελεί άμεση αναφορά στα ΛΟΑΤΚΙ+ άτομα, παρουσιάζοντας την όποια απόκλιση έμφυλης έκφρασης από το ετεροκανονικό πρότυπο και το έμφυλο δίπολο, ως σύμπτωμα κοινωνικής και ηθικής αποδιοργάνωσης, αναπαράγοντας στοιχεία ομοφοβικού και τρανσφοβικού λόγου. Η σχετική βιβλιογραφία τοποθετεί την ανδρόσφαιρα και τους λόγους κατά της λεγόμενης «ιδεολογίας του φύλου» στο ίδιο ιδεολογικό συνεχές, βασισμένο σε ουσιοκρατικές αντιλήψεις γύρω από το φύλο και τη σεξουαλικότητα. Δημιουργείται, συνεπώς, ένας ηθικός πανικός, μέσα από τον οποίο η κοινωνική πρόοδος γύρω από ζητήματα έμφυλης ισότητας, έκφρασης φύλου και σεξουαλικότητας παρουσιάζεται ως απειλή απέναντι στην παραδοσιακή αρρενωπότητα (Vallerga, 2024).

Η αντίληψη αυτή συνδέεται συχνά με αφηγήσεις περί «θηλυκοποίησης» της κοινωνίας, μέσα από τις οποίες ο φεμινισμός και οι κοινωνικές αλλαγές γύρω από το φύλο παρουσιάζονται ως παράγοντες αποδυνάμωσης της κοινωνικής θέσης των ανδρών και της κοινωνικής ιεραρχίας συνολικά (Copland, 2023). Μέσα από αυτές τις αφηγήσεις, η αρρενωπότητα παρουσιάζεται ως κάτι εγγενώς πολύτιμο, το οποίο θεωρείται ότι απαξιώνεται στη σύγχρονη μετα-φεμινιστική κοινωνία. Με αυτόν τον τρόπο, αναδύεται μια τάση παρουσίασης των ανδρών ως «θυμάτων» του φεμινισμού, τα οποία καλούνται να επαναδιεκδικήσουν την ηγεμονικότητά τους. Επομένως, η «απειλή» οποία συγκροτείται γύρω από κοινωνικές αλλαγές που θεωρείται ότι διαταράσσουν τις έμφυλες ιεραρχίες και απομακρύνουν τους άνδρες από το ηγεμονικό πρότυπο. Ωστόσο, στο λόγο της ελληνικής ανδρόσφαιρας, η ηγεμονική αρρενωπότητα περιγράφεται ως διαδικασία συνεχούς εργασίας πάνω στον εαυτό, αναδεικνύοντας μια ενδιαφέρουσα αντίφαση ανάμεσα στην κριτική που ασκείται στη «θηλυκοποίηση» της κοινωνίας και στις πρακτικές που προτείνονται για την «αποκατάσταση» της έμφυλης ιεραρχίας. Η υπέρβαση της «κρίσης» που περιγράφεται από τους δημιουργούς, προϋποθέτει συχνά την υιοθέτηση πρακτικών αυτορρύθμισης και αυτοβελτίωσης, οι οποίες είναι παραδοσιακά συνυφασμένες με τη θηλυκότητα, καθώς η διαρκής αυτοπαρατήρηση και η προσήλωση στη διαμόρφωση ενός «καλύτερου» εαυτού έχουν ιστορικά αποτελέσει κανονιστικές προϋποθέσεις της επιτέλεσης μιας «επιτυχημένης» θηλυκότητας (Gill, 2007). Παρατηρείται, λοιπόν, ότι ενώ οι δημιουργοί περιγράφουν τη σύγχρονη κοινωνία ως «θηλυκοποιημένη», προτείνουν ως λύση την υιοθέτηση πρακτικών που έχουν ιστορικά συνδεθεί με θηλυκοποιημένες μορφές αυτοδιαχείρισης.

Συμπερασματικά, φαίνεται ότι παρά τις επιμέρους διαφορές τους, οι δημιουργοί περιεχομένου φαίνεται να συνασπίζονται απέναντι σε μια κοινή αόρατη απειλή, αλλά και να συγκροτούν έναν κοινό αξιακό χάρτη, μέσα στον οποίο η ανάληψη δράσης, η αυτοπειθαρχία, η προσωπική ευθύνη και η προσήλωση σε παραδοσιακούς έμφυλους ρόλους παρουσιάζονται ως επιθυμητές αξίες, ενώ η αδράνεια, η κατανάλωση, η εξάρτηση από την ευχαρίστηση και η αμφισβήτηση των παραδοσιακών έμφυλων ιεραρχιών εμφανίζονται ως εκφάνσεις μιας ευρύτερης κοινωνικής και ηθικής παρακμής. Η «κρίση» της αρρενωπότητας συγκροτείται, επομένως, ως ερμηνευτικό σχήμα

μέσα από το οποίο οι δημιουργοί αποδίδουν νόημα σε ένα ευρύ φάσμα κοινωνικών μετασχηματισμών, αλλά και ως λόγος που παράγει την ανάγκη για παρέμβαση, κατευθύνοντας το κοινό προς συγκεκριμένες καταναλωτικές πρακτικές. Η κατασκευή μιας κοινωνίας σε «παρακμή» και μιας αρρενωπότητας σε «κρίση» δημιουργεί την ανάγκη για λύσεις, τις οποίες οι ίδιοι οι δημιουργοί παρουσιάζονται ως ικανοί να προσφέρουν, μέσα από συμβουλευτικό περιεχόμενο, κοινότητες, εκπαιδευτικά προγράμματα και πρακτικές αυτοβελτίωσης.

6 Η συγκρότηση της ηγεμονικής αρρενωπότητας στον λόγο της ελληνικής ανδρόσφαιρας

Η ηγεμονική αρρενωπότητα δεν αποτελεί μια σταθερή, ενιαία ταυτότητα, αλλά ένα διαρκώς μεταβαλλόμενο σύνολο πρακτικών και χαρακτηριστικών, το οποίο συγκροτείται μέσα σε συγκεκριμένα κοινωνικά και πολιτισμικά συμφραζόμενα (Connell & Messerschmidt, 2005). Ταυτόχρονα, λειτουργεί ως κανονιστικό πρότυπο, μέσω του οποίου αξιολογούνται και ιεραρχούνται διαφορετικές μορφές αρρενωπότητας και νομιμοποιούνται έμφυλες σχέσεις εξουσίας. Στόχος του παρόντος κεφαλαίου είναι να διερευνηθεί το πώς αναπαρίσταται, συγκροτείται και αναδιαμορφώνεται η έννοια της ηγεμονικής αρρενωπότητας στον λόγο των δημιουργών περιεχομένου, οι οποίοι εντάσσονται στο πεδίο της ελληνικής ανδρόσφαιρας.

Σε προηγούμενο κεφάλαιο παρουσιάστηκαν συνοπτικά οι βασικές θεματικές και αφηγήσεις, που διατρέχουν τον λόγο των υπό μελέτη δημιουργών περιεχομένου, και συγκροτούν αυτό που περιγράφεται ως πρότυπο της ηγεμονικής αρρενωπότητας. Παρόλο που οι υπό μελέτη δημιουργοί διαφοροποιούνται μεταξύ τους ως προς το ύφος, το περιεχόμενο και τον βαθμό ριζοσπαστικοποίησης του λόγου τους, οι λόγοι τους συγκλίνουν στη διαμόρφωση ενός προτύπου ηγεμονικής αρρενωπότητας, το οποίο συνδέεται με την αυτοβελτίωση, την πειθαρχία, την οικονομική επιτυχία, τη σωματική δύναμη και την πρόσβαση σε ετεροφυλόφιλες ερωτικές σχέσεις. Παράλληλα, η ηγεμονική αρρενωπότητα συγκροτείται σε αντιδιαστολή με την θηλυκότητα αλλά και με άλλες μορφές αρρενωπότητας, οι οποίες παρουσιάζονται ως αδύναμες, παθητικές ή ανεπαρκείς. Μέσα από αυτή τη διαδικασία, συγκροτείται μια ιεραρχική διάκριση

ανάμεσα στον «ηγεμονικό» και στον «μέσο» άνδρα, με τον τελευταίο να παρουσιάζεται ως συναισθηματικά αδύναμος, μη παραγωγικός και ανίκανος να ταυτιστεί με το ηγεμονικό πρότυπο.

Στη συνέχεια, αναλύονται οι επιμέρους θεματικές, όπως αναδύθηκαν μέσα από τη συστηματική μελέτη των δημοσιεύσεων των υπό μελέτη δημιουργών, με στόχο να διερευνηθούν τα χαρακτηριστικά, οι αξίες και οι πρακτικές που συγκροτούν το πρότυπο της ηγεμονικής αρρενωπότητας, καθώς και οι τρόποι μέσα από τους οποίους αναπαράγονται και προωθούνται στο κοινό τους στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης.

7.1 Πλούτος, ρίσκο και επενδύσεις

«Εσύ που δεν είσαι 20χρονος λοιπόν, συνέχιζε να σκλαβιάζεις για 1000 το μήνα μέχρι να σβήσει ο ήλιος και να'σαι 70 χρονών. Και άσε μας εμάς, τους 20ρηδες, τους 30αρηδες, να τα χαλάμε αυτά τα λεφτά που βγάζεις εσύ σε ένα μήνα, σε ζώντας για τα αμάξια μας» (Conclavio, Instagram, προσωπική επικοινωνία, 13 Απριλίου 2026).

Η οικονομική ισχύς και η δυνατότητα συσσώρευσης πλούτου έχουν ιστορικά αποτελέσει παράγοντες επιβεβαίωσης της αρρενωπότητας, λειτουργώντας ως σύμβολα κοινωνικού κύρους, επιτυχίας και εξουσίας (Garlick, 2021). Στη σύγχρονη κοινωνία, ωστόσο, όπου ο παραδοσιακός ρόλος του άνδρα ως «παρόχου» αμφισβητείται, η σχέση ανάμεσα στον πλούτο και την αρρενωπότητα επανανοηματοδοτείται, στο λόγο της ανδρόσφαιρας, μέσα από νεοφιλελεύθερες λογικές επιχειρηματικότητας, επένδυσης και ρίσκου, διεπόμενη από μια ατομικιστική και ναρκισσιστική λογική. Η οικονομική θέση του ατόμου παρουσιάζεται ως αποτέλεσμα προσωπικών επιλογών και ατομικής ευθύνης, ενώ ο πλούτος φαίνεται ότι εξακολουθεί να λειτουργεί ως βασικός δείκτης της ανδρικής αξίας.

Η λογική της συνεχούς αυτοβελτίωσης και πειθαρχίας συνδέεται άμεσα και με την οικονομική επιτυχία, η οποία προβάλλεται ως βασικό στοιχείο της επιτυχημένης αρρενωπότητας. Η οικονομική επιτυχία και ο πλουτισμός αποτελούν μία από τις κυρίαρχες θεματικές, η οποία διατρέχει μεγάλο μέρος των ερευνητικών δεδομένων. Η έμφαση που δίνεται στον πλουτισμό φαίνεται να συνδέεται και με μια ευρύτερη αίσθηση κρίσης και επισφάλειας, ιδιαίτερα σε κοινωνικές και οικονομικές συνθήκες που ανατρέπουν τις παραδοσιακές εργασιακές και οικογενειακές δομές, καθώς η αύξηση της γυναικείας συμμετοχής στην αγορά εργασίας, η

ενίσχυση των νοικοκυριών διπλού εισοδήματος και η άνοδος των γυναικών ως βασικών οικονομικών παρόχων, μετασχηματίζουν ιστορικά παγιωμένους έμφυλους ρόλους (Dotti & Giulia, 2018). Μέσα σε αυτό το πλαίσιο, οι άνδρες αδυνατούν ολοένα και περισσότερο να ανταποκριθούν στο παραδοσιακό πρότυπο του «άνδρα παρόχου», μέσω του οποίου η οικονομική επιτυχία λειτουργούσε ιστορικά ως μηχανισμός κοινωνικής αναγνώρισης και επιβεβαίωσης της αρρενωπότητας. Η επιχειρηματικότητα και οι επενδύσεις αποτελούν βασικούς στόχους, στο λόγο της ανδρόσφαιρας, προς τους οποίους οφείλουν να προσανατολίζονται οι άνδρες. Η απόκτηση πλούτου παρουσιάζεται ως φυσική συνέπεια της της πειθαρχίας και της συνεχούς εργασίας πάνω στον εαυτό. Ωστόσο, εδώ η οικονομική επιτυχία δεν συνδέεται με την επιβίωση ή με την επανάκτηση του ρόλου τους ως οικονομικοί «πάροχοι» της οικογένειας. Αντίθετα, η ίδια η οικονομική επιτυχία και η απόλαυση που συνοδεύει την αίσθηση του να βρίσκεται κανείς «στην κορυφή» προβάλλονται ως αυτοσκοπός: *«Αυτό που σου φέρνει την πραγματική ικανοποίηση είναι να χτίζεις και να εξελίσσεσαι. Και αυτό καθ' επέκταση σου φέρνει και το πλούτο»* (Conclavio, 2026f).

Η λογική αυτή αποτυπώνεται, χαρακτηριστικά, στο ακόλουθο απόσπασμα του Conclavio: *«Σκέψου πού ξόδεψες τα τελευταία 500 με 1000 ευρώ που πέρασαν από τα χέρια σου. Τι ποσοστό από αυτά ήταν για την αυτοβελτίωσή σου; Λογικά τίποτα, και αυτή ακριβώς η επιλογή σου δημιουργεί τη ζωή που έχεις [...] όταν κάποιος μου λέει ότι δεν έχει λεφτά για να μπει στο Conclavio, δεν τον λυπάμαι καθόλου, γιατί κάνει την επιλογή του. Αν δεν θεωρεί ότι αξίζει μια μικρή επένδυση τώρα για να καλυτερέψει τη ζωή του για πάντα, τότε θα έχει τη ζωή που διάλεξε. Όλοι θέλουν να έχουν μια Lamborghini, αλλά έχουν ανεβάσει τον εαυτό τους σε επίπεδο που να την αξίζουν;»* (Conclavio, 2026a). Στο συγκεκριμένο απόσπασμα, η οικονομική κατάσταση του ατόμου παρουσιάζεται ως άμεση συνέπεια των προσωπικών του επιλογών. Μέσω της έμφασης που δίνεται στην ατομικότητα, η αδυναμία του ατόμου να πλουτίσει εννοιολογείται ως έλλειψη σωστής νοοτροπίας και δεν αποδίδεται στις ευρύτερες κοινωνικές και οικονομικές συνθήκες και στην απροθυμία του ίδιου να «επενδύσει στον εαυτό του».

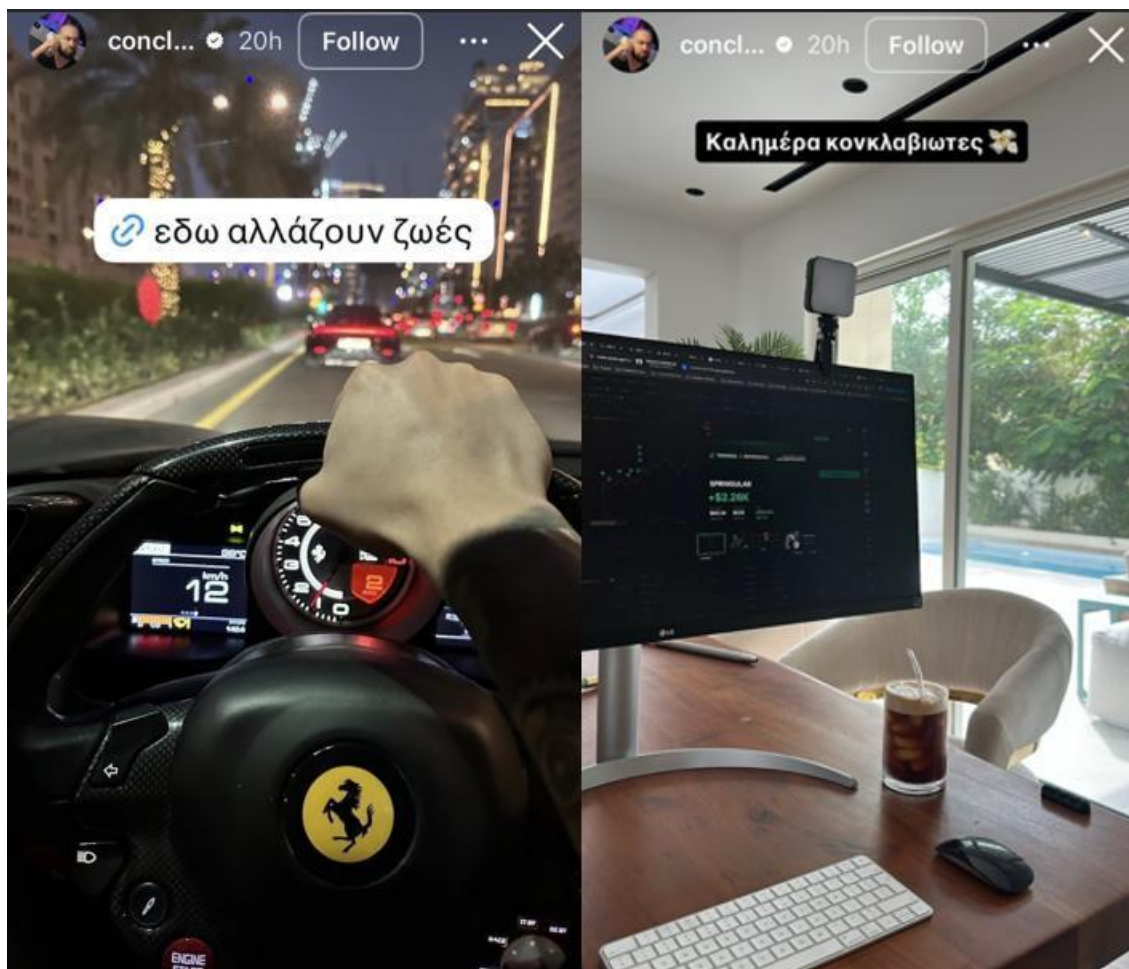
Η πρόσβαση στον πλούτο παρουσιάζεται άρρηκτα συνδεδεμένη με την ατομική ευθύνη, ενώ η γνώση που υποτίθεται ότι οδηγεί σε αυτόν, εμφανίζεται ως κάτι που μπορεί να αποκτηθεί μέσω

της κατανάλωσης σεμιναρίων και της συμμετοχής σε συμβουλευτικές ομάδες. Η οικονομική ανέλιξη παρουσιάζεται ως αποτέλεσμα της κατοχής εξειδικευμένων γνώσεων και δεξιοτήτων, οι οποίες εμφανίζονται ως μη προσβάσιμες στους περισσότερους και ικανές να προσφέρουν σημαντικό ανταγωνιστικό πλεονέκτημα: *«Βλέπεις τι δύναμη μπορείς να έχεις; [...] γιατί βλέπω το μέλλον, άνοιξα τρίτο μάτι και είδα τι θα γίνει δύο ώρες πριν γίνει πάλι- αυτή είναι η δύναμη που αποκτάς όταν μαθαίνεις να διαβάζεις τις αγορές, αυτή είναι η δύναμη που αποκτάς στο Conclavio»* (Conclavio, Instagram Stories, προσωπική επικοινωνία, 8 Απριλίου 2026). Στο συγκεκριμένο απόσπασμα, ο δημιουργός κατασκευάζει τον εαυτό του με έναν σχεδόν μεταφυσικό τρόπο ως κάτοχο μιας απόκρυφης, μυστικής γνώσης, που του επιτρέπει να αντιλαμβάνεται επενδυτικές ευκαιρίες αόρατες στο ευρύ κοινό. Η ρητορική αυτή αναπαράγει το μοτίβο της «αφύπνισης» που εμφανίστηκε και προηγουμένως, καθώς ο δημιουργός παρουσιάζεται εκ νέου ως κάποιος που βλέπει όσα οι υπόλοιποι αδυνατούν να αντιληφθούν. Ωστόσο, εδώ το αντικείμενο της προνομιακής γνώσης μετατοπίζεται, από την κοινωνική πραγματικότητα, στις αγορές και τον πλούτο. Με αυτόν τον τρόπο, οι δημιουργοί περιεχομένου που παρέχουν συμβουλές επιχειρηματικότητας και επενδύσεων τοποθετούνται αξιακά ως μέντορες και μετατρέπουν την υπόσχεση της οικονομικής ανέλιξης σε εμπορεύσιμο προϊόν.

Η ανάληψη δράσης, η οποία αναδείχθηκε στο προηγούμενο κεφάλαιο ως βασικό στοιχείο της ηγεμονικής αρρενωπότητας, μεταφράζεται στην οικονομική σφαίρα ως προθυμία ανάληψης ρίσκου. Η επένδυση και η αξιοποίηση επιχειρηματικών ευκαιριών παρουσιάζονται ως πρακτικές που διαχωρίζουν τους «τολμηρούς» και φιλόδοξους ηγεμονικούς άνδρες από τους «δειλούς» που επιλέγουν την ασφάλεια και τη σταθερότητα: *«Ξέρεις ότι υπάρχουν άνθρωποι που δεν βγάζουν ούτε 800 ευρώ το μήνα, αλλά παρόλα αυτά έχουν άποψη για το πώς βγαίνουν τα λεφτά, γιατί πιστεύουν ότι ξέρουν καλύτερα [...] και μάλιστα, όταν αντικρίζουν μια οικονομική ευκαιρία, αν είναι κάποια επιχείρηση ή κάποια επένδυση, ειδικά στο διαδίκτυο, πρέπει να την αποτελέσουν απάτη, γιατί δεν μπορεί να διανοηθεί το στόχο τους στο μυαλό, πώς γίνεται να βγάζεις πάνω από 800 ευρώ το μήνα στο διαδίκτυο»* (Conclavio, 2026b). Το ρίσκο δεν παρουσιάζεται απλώς ως οικονομική στρατηγική, αλλά ως ηθική αρετή που διαχωρίζει τους νικητές από τους νικημένους. Η επιφυλακτικότητα απέναντι στις επενδύσεις και τις επιχειρηματικές ευκαιρίες ερμηνεύεται ως

υποτακτικότητα, έλλειψη τόλμης, φιλοδοξίας και διορατικότητας, ενώ η προθυμία ανάληψης ρίσκου συγκροτείται ως ειδοποιός διαφορά μεταξύ των ηγεμονικών και μη αρρενωποτήτων.

Το ρίσκο συγκροτείται, με αυτόν τον τρόπο, ως χαρακτηριστικό της ηγεμονικής αρρενωπότητας και αντιπαραβάλλεται με τη λογική της ασφάλειας και της σταθερότητας. Η αντίθεση αυτή γίνεται ιδιαίτερα εμφανής στον τρόπο με τον οποίο παρουσιάζεται η μισθωτή εργασία, η οποία συχνά περιγράφεται ως κατάσταση παθητικότητας και εξάρτησης: *«Εσύ που δεν είσαι 20χρονος λοιπόν, συνέχιζε να σκλαβιάζεις για 1000 το μήνα μέχρι να σβήσει ο ήλιος και να'σαι 70 χρονών. Και άσε μας εμάς, τους 20ρηδες, τους 30αρηδες, να τα χαλάμε αυτά τα λεφτά που βγάζεις εσύ σε ένα μήνα, σε ζάντες για τα αμάξια μας»* (Conclavio, Instagram, προσωπική επικοινωνία, 13 Απριλίου 2026). Η απαξίωση της μισθωτής εργασίας δεν αφορά μόνο την οικονομική κατάσταση του ατόμου, αλλά και την έμφυλη του ταυτότητα. Ο εργαζόμενος που «σκλαβιάζει» για έναν μισθό αντιπαραβάλλεται με τον επιχειρηματία που αναλαμβάνει ρίσκα. Οι ρισκογόνες οικονομικές στρατηγικές μετατρέπονται σε κριτήριο ιεράρχησης των ανδρών, συγκροτώντας έτσι μια οριζόντια διάκριση ανάμεσα σε «επιτυχημένες» και «αποτυχημένες» μορφές αρρενωπότητας. Όπως επισημαίνει ο Giazitzoglou (2015), οι άνδρες επιτελούν την αρρενωπότητα με ιεραρχικό τρόπο, με τους οικονομικά επιτυχημένους να τοποθετούνται αξιακά σε υψηλότερες θέσεις, ενώ η επιτυχία τους συμβολοποιείται μέσω της κατανάλωσης και της επίδειξης των υλικών αγαθών που κατέχουν.



Εικόνα 5- Στιγμιότυπα οθόνης από Instagram Stories του Conclavio. Ανακτήθηκαν από Instagram.com

Το παραπάνω συμπέρασμα αποτυπώνεται και στο υπό μελέτη υλικό, όπου ο πλούτος αποκτά αξία κυρίως όταν επιδεικνύεται στους άλλους. Οι επιδείξεις πλούτου εμφανίζονται με μεγάλη συχνότητα στο περιεχόμενο των δημιουργών, μέσα από φωτογραφίες και βίντεο στα οποία προβάλλουν σπορ αυτοκίνητα, ακριβά ρούχα, βίλες, σκάφη και πολυτελή ταξίδια, ως σύμβολα οικονομικού και κοινωνικού κύρους. Χαρακτηριστικό παράδειγμα αποτελεί η περίπτωση του Balou, ο οποίος δημοσίευσε σειρά βίντεο από ταξίδι με σκάφος, παρουσιάζοντας παράλληλα την εμπειρία αυτή ως αποτέλεσμα των κοινωνικών διασυνδέσεων που έχει αναπτύξει μέσω της ενασχόλησής του με το «game»: «Το συγκεκριμένο σκάφος το έχει ένα άτομο που έχω coachάρει στο παρελθόν, με προσκάλεσε σε ένα ταξίδι. Αυτό είναι κι ένα επιπλέον όφελος του game, ότι δικτυώνεσαι, γνωρίζεις άτομα και αυτό βασικά είναι το πιο μεγάλο όφελος και κέρδος. Your network

is your networth, ο πλούτος σου είναι το δίκτυο ανθρώπων που έχεις γύρω σου» (Baloukas, Instagram Stories, προσωπική επικοινωνία, 9 Απριλίου 2026). Συνεπώς, η οικονομική επιτυχία δεν παρουσιάζεται ως ατομικό επίτευγμα αλλά ως προνόμιο, αποτέλεσμα της «δικτύωσης» με οικονομικά ισχυρούς ομοϊδεάτες, γεγονός που παραπέμπει σε ότι έχει μελετηθεί και βιβλιογραφικά σχετικά με τους ομοκοινωνικούς κύκλους των ανδρών (Bird, 2019).

7.2 Αυτοβελτίωση, πειθαρχία και εγκράτεια: Η αρρενωπότητα ως διαρκής αυτορρύθμιση

Ο λόγος γύρω από την αυτοβελτίωση αποτελεί έναν από τους κεντρικούς άξονες μέσα από τους οποίους συγκροτείται η ηγεμονική αρρενωπότητα στο υπό μελέτη περιεχόμενο. Η ανάγκη για «αυτοβελτίωση» παρουσιάζεται συχνά ως απάντηση σε μια ευρύτερη αντίληψη κοινωνικής και αξιακής «παρακμής», η οποία, σύμφωνα με τους δημιουργούς περιεχομένου, έχει οδηγήσει στην αποδυνάμωση των παραδοσιακών έμφυλων ρόλων. Η αρρενωπότητα δεν παρουσιάζεται ως σταθερό ή έμφυτο χαρακτηριστικό, αλλά ως αποτέλεσμα συνεχούς εργασίας πάνω στον εαυτό και διαρκούς «επένδυσης» σε πρακτικές αυτοβελτίωσης και κατανάλωσης, μέσω των οποίων τα άτομα καλούνται να προσεγγίσουν μια «ιδανική» μορφή αρρενωπότητας (Verhulst et al., 2026).

Μέσα από τις αφηγήσεις των δημιουργών περιεχομένου, ο σύγχρονος άνδρας καλείται σε μια συνεχή διαδικασία βελτιστοποίησης του σώματος, της οικονομικής του κατάστασης και της κοινωνικής του εικόνας, όπως περιγράφει χαρακτηριστικά, αναφερόμενος στον εαυτό του, ο Michalis Balou: *«[...] αυτό το λέει ένα παιδί που ξεκίνησε από το μηδέν, χωρίς να είναι ωραίος, χωρίς να είναι δημοφιλής [...] απλά ξεκίνησε να δουλεύει πάνω στον εαυτό του [...] να λαμβάνει συνεχώς δράση και να ζει συνεχώς νέες εμπειρίες»* (Baloukas, 2026c). Εδώ, ο dating coach μοιράζεται το προσωπικό του βίωμα, παρουσιάζοντας τον εαυτό του ως πρότυπο «επιτυχημένου» άνδρα, ο οποίος ξεκίνησε «από το μηδέν» και κατάφερε, μέσω προσωπικής προσπάθειας, να «ξεπεράσει» τις αδυναμίες του. Τις αδυναμίες αυτές συσχετίζει αφενός με χαρακτηριστικά εξωτερικής εμφάνισης που δεν συμβαδίζουν με το ηγεμονικό πρότυπο της αρρενωπότητας, και αφετέρου με την έλλειψη κοινωνικού κύρους και αναγνώρισης. Μέσα από τέτοιου τύπου αφηγήσεις, η αυτοβελτίωση συγκροτείται ως ηθική υποχρέωση του σύγχρονου άνδρα απέναντι στον εαυτό του, ενώ φαίνεται να εξαρτάται από την ικανότητά του να αναλαμβάνει δράση και να «εξελισσεται» διαρκώς, ώστε να συμβαδίζει με τα ηγεμονικά πρότυπα.

Η συνεχής εργασία πάνω στον εαυτό συνδέεται άμεσα με την πειθαρχία, η οποία παρουσιάζεται ως αναγκαία προϋπόθεση για την προσέγγιση του ηγεμονικού προτύπου. Ο αυτοέλεγχος, η παραγωγικότητα και η εγκράτεια προβάλλονται ως πρακτικές μέσα από τις οποίες οι άνδρες καλούνται να «χτίσουν» τον εαυτό τους: *«Δε σκέφτεσαι πόσα Σάββατα πρέπει να περάσουν χωρίς πάρτυ για να τα αποκτήσεις, πόσος μόχθος πόσες θυσίες απαιτούνται [...] αυτό που σου φέρνει την πραγματική ικανοποίηση είναι να χτίζεις και να εξελίσσεσαι»* (Conclavio, 2026f). Στο συγκεκριμένο απόσπασμα, η πειθαρχία συνδέεται με την ικανότητα αναβολής των άμεσων απολαύσεων και με τη διαρκή αφοσίωση στην προσωπική εξέλιξη. Η επιτυχία παρουσιάζεται ως αποτέλεσμα «μόχθου» και «θυσιών», ενώ η διασκέδαση και η έλλειψη αυτοελέγχου προβάλλονται, έμμεσα, ως χαρακτηριστικά «αδύναμων» ή αποτυχημένων μορφών αρρενωπότητας. Τα παραπάνω αποσπάσματα υποδηλώνουν ότι, στο λόγο των δημιουργών περιεχομένου, η ηγεμονική αρρενωπότητα συγκροτείται σχεσιακά, μέσα από την αντιδιαστολή της τόσο προς τη θηλυκότητα, όσο και προς άλλες, μη ηγεμονικές μορφές αρρενωπότητας, οι οποίες παρουσιάζονται ως υποδεέστερες ή ανεπαρκείς (Connell & Messerschmidt, 2005). Σε ένα από τα βίντεό του, ο Conclavio αναφέρει: *«Ένα πράγμα που μαθαίνεις [...] είναι να σταματάει να σε ενδιαφέρει η άποψη των περισσότερων, γιατί συνειδητοποιείς ότι οι ζωές τους είναι τόσο πολύ θλιβερές, τόσο μέσα στη κακομοιριά [...] αυτοί οι άνθρωποι οι οποίοι δεν έχουν καν το κουράγιο, τη δύναμη και την πίστη να κυνηγήσουν τα όνειρά τους, έχουν παρατήρει τις ζωές τους [...] λειτουργούν χωρίς πειθαρχία, χωρίς ευθύνη, χωρίς να έχει ουσία ο λόγος τους [...] και όταν μισούν τη ζωή τους είναι λογικό να μισούν κι εσένα που έχεις τα μυαλά σου και κάνεις κάτι διαφορετικό και πετυχαίνεις όλα αυτά αυτοί που δεν τόλμησαν»* (Conclavio, 2026c). Η έλλειψη κινητοποίησης και ανάληψης «δράσης» νοηματοδοτείται ως ανεπάρκεια, ενώ παράλληλα γίνεται μια ιεραρχική διάκριση ανάμεσα στους «πολλούς», οι οποίοι παρουσιάζονται ως παθητικοί, μη φιλόδοξοι και εγκλωβισμένοι σε μια «θλιβερή» ζωή, και στους «λίγους», εκείνους που είτε ταυτίζονται είτε επιδιώκουν να ταυτιστούν με τα ηγεμονικά πρότυπα αρρενωπότητας.

Η ηγεμονική αρρενωπότητα εμφανίζεται, επομένως, και ως μηχανισμός αξιολόγησης και ιεράρχησης των ανδρών, μέσα από τον οποίο νομιμοποιούνται συγκεκριμένα χαρακτηριστικά και πρακτικές ως περισσότερο «αρρενωπές» από άλλες. Η ρητορική γύρω από την αυτοβελτίωση αποκτά παράλληλα και εμπορική διάσταση, καθώς οι πρακτικές αυτές παρουσιάζονται ως δεξιότητες που μπορούν να καλλιεργηθούν μέσω της κατανάλωσης σεμιναρίων, συνδρομητικών Διπλωματική Εργασία

κοινοτήτων και συμβουλευτικού περιεχομένου, τα οποία προωθούν οι συγκεκριμένοι δημιουργοί: «Κάτσε και θα σου μάθω. Όλοι θα προσπαθούν, θα παλεύουν και δεν θα μπορούν, εσύ απλά θα υπάρχεις και όλα θα έρχονται σε εσένα» (Tzialikis, Instagram Stories, προσωπική επικοινωνία, 11 Απριλίου 2026). Εδώ, ο δημιουργός παρουσιάζει τον εαυτό του ως μέντορα, φορέα της εξειδικευμένης γνώσης που απαιτείται για την επίτευξη του ηγεμονικού προτύπου. Η αυτοβελτίωση μετατρέπεται έτσι σε αντικείμενο κατανάλωσης, ενώ η πρόσβαση στην ηγεμονική αρρενωπότητα εμφανίζεται ως κάτι που μπορεί να αγοραστεί και να διδαχθεί, μέσω της καθοδήγησης των δημιουργών.

Βέβαια, ένας εκ των δημιουργών φαίνεται να νοσηματοδοτεί διαφορετικά την έννοια της πειθαρχίας και της εγκράτειας, συνδέοντας την περισσότερο με την χριστιανική πίστη: «Δεν νομίζω ότι καταλαβαίνεις πλήρως, τι εννοούσε ο Ιησούς όταν είπε “Πάρε το σταυρό σου και ακολούθησέ με”. Αυτό ποτέ δεν ήταν μια πρόσκληση για άνεση ή για μια εύκολη ζωή. Ο σταυρός δεν είναι συμβολικός, είναι ένα όργανο θανάτου. Το να τον ακολουθείς σημαίνει να μπαίνεις σε μια ζωή όπου κομμάτια του εαυτού σου πρέπει να πεθάνουν, όπου θα κουβαλάς βάρη που οι άλλοι δεν θα καταλαβαίνουν, όπου η υπακοή σου θα σου κοστίσει περισσότερο απ'όσο φαντάστηκες ποτέ. Αυτό είναι το βάρος της αληθινής μαθητείας» (Rod, 2026a). Για τον συγκεκριμένο δημιουργό, η πειθαρχία και η εγκράτεια δεν συνδέονται με την παραγωγικότητα, την οικονομική επιτυχία ή την κοινωνική ανέλιξη, αλλά με τη θρησκευτική αφοσίωση και την αυτοθυσία. Η «αληθινή μαθητεία» παρουσιάζεται ως διαδικασία συνεχούς δοκιμασίας, πόνου και υπέρβασης του εαυτού, μέσα από την οποία το άτομο καλείται να απορρίψει την «άνεση» και να επιδείξει απόλυτη αφοσίωση και υπακοή. Ωστόσο, αναδύεται κι εδώ το στοιχείο της μοναχικότητας του ηγεμονικού άνδρα, ο οποίος παρουσιάζεται ως αποκομμένος από τη «μάζα» και συχνά μη κατανοητός από το κοινωνικό του περιβάλλον. Η μοναξιά εμφανίζεται έτσι ως μέρος της θυσίας που απαιτεί η προσέγγιση της ηγεμονικής αρρενωπότητας.

8 Η κατασκευή της θηλυκότητας στον λόγο της ανδρόσφαιρας

Η συγκρότηση της ηγεμονικής αρρενωπότητας προϋποθέτει πάντοτε τη συγκρότηση συγκεκριμένων αντιλήψεων γύρω από τη θηλυκότητα. Οι αρρενωπότητες δεν αποτελούν σταθερές κατηγοριοποιήσεις, αλλά οργανώνονται σχεσιακά μέσα από έμφυλες σχέσεις εξουσίας (Connell & Messerschmidt, 2005). Η ανάλυση των αναπαραστάσεων της θηλυκότητας

Διπλωματική Εργασία

καθίσταται, επομένως, αναγκαία για την κατανόηση των έμφυλων δυναμικών που προβάλλονται στο περιεχόμενο της ανδρόσφαιρας. Στο υπό μελέτη υλικό, οι θηλυκότητες προβάλλονται συχνά ως τρόπαια και σύμβολα κοινωνικού κύρους για τους άνδρες, αλλά και ως υποκείμενα προς αξιολόγηση και «διαχείριση». Παράλληλα, η γυναικεία ανεξαρτησία και η απομάκρυνση από παραδοσιακά πρότυπα θηλυκότητας παρουσιάζονται ως αίτια κοινωνικής απορρύθμισης και κρίσης.

Το γυναικείο σώμα αποτελεί κεντρικό πεδίο μέσα από το οποίο συγκροτείται η θηλυκότητα στο υπό μελέτη υλικό. Ιδιαίτερα στο περιεχόμενο του Τσιαλίκη, οι γυναίκες εμφανίζονται συχνά μέσα από έντονα σεξουαλικοποιημένες αναπαραστάσεις, με έμφαση στη σωματική τους εμφάνιση και ελκυστικότητα. Χαρακτηριστικό παράδειγμα αποτελεί βίντεο στο οποίο ο δημιουργός βιντεοσκοπεί μία από τις ασκούμενές του, της οποίας το πρόσωπο δεν γίνεται ορατό στην κάμερα, κάνοντας κοντινά πλάνα στους γλουτούς της: «Ελίτ σχήμα. Δείτε πώς σκάει μέσα από τις φόρμες το θηλυκό σχήμα [...] όταν τα προσέχεις όλα, οι αναλογίες σου θα κλέβουν ανάσες» (Tsiarikis, Instagram Stories, προσωπική επικοινωνία, 14 Απριλίου 2026).



Εικόνα 6- Στιγμιότυπα οθόνης από Instagram Stories του Τσιαλίκη όπου απεικονίζονται ασκούμενές του.
Ανακτήθηκαν από Instagram.com

Στο συγκεκριμένο απόσπασμα, όπως και στις παραπάνω φωτογραφίες, η απόκρυψη του προσώπου των γυναικών από το πλάνο και η έμφαση στις σωματικές αναλογίες, μετατοπίζουν το ενδιαφέρον από την υποκειμενικότητα του ατόμου στο σώμα, συγκροτώντας την αξία του μέσα από την ελκυστικότητα και τη δυνατότητα να προκαλεί σεξουαλική επιθυμία.

Αυτό είναι ένα μοτίβο που παρατηρείται συχνά στο περιεχόμενο του συγκεκριμένου δημιουργού, ακόμη κι όταν οι συμβουλές που δίνει φαίνεται να απευθύνονται σε γυναίκες: *«[...] όλες χαλαρές εντωμεταξύ, όλες πλαδαρές, απογοητευμένες [...] πώς θα βγείτε στη παραλία πάλι με τη χαλάρωση, το λιπάκι, το σωσίβιο, το προγούλι; [...] σκάει η Δήμητρα ανανεωμένη, παρατηρείτε τη μεσούλα της δαχτυλίδι, επίπεδη, φαίνονται οι κοιλιακοί της, οι γλουτοί της ξεχωρίζουν, σχήμα κλεψύδρα, τερματισμένη Ελληνίδα Θεά, σφιχτή, σέξι»* (Tsialikis, 2026a). Παρόλο που ο δημιουργός φαίνεται να απευθύνει συμβουλές προς το γυναικείο κοινό, η γενικότερη αισθητική του περιεχομένου δημιουργεί την αίσθηση ότι τελικά απευθύνεται σε ανδρικό κοινό, υιοθετώντας μια οπτική που προβάλλει το γυναικείο σώμα ως απόλυτα σεξουαλικοποιημένο. Το σώμα παρουσιάζεται ως αντικείμενο διαρκούς αξιολόγησης και σύγκρισης, ενώ χαρακτηριστικά όπως η λεπτή μέση, οι εμφανείς κοιλιακοί και το «σχήμα κλεψύδρα» αναδεικνύονται ως επιθυμητά πρότυπα θηλυκότητας. Παράλληλα, η αξία των γυναικών φαίνεται να εξαρτάται από τον βαθμό στον οποίο μπορούν να προκαλέσουν επιθυμία και θαυμασμό. Επιπλέον, ενδιαφέρον παρουσιάζει το γεγονός ότι και η θηλυκότητα περιγράφεται εδώ ως ένα διαρκές έργο αυτοβελτίωσης. Ωστόσο, σε αντίθεση με την αρρενωπότητα, της οποίας η αυτοβελτίωση συνδέεται με την απόκτηση δύναμης, κύρους και χρημάτων, η «επιτυχημένη» θηλυκότητα συγκροτείται μέσα από την ικανότητα του ατόμου να καθίσταται επιθυμητό στο βλέμμα των άλλων.

Επιπλέον, η θηλυκότητα συγκροτείται στο υπό μελέτη υλικό και μέσα από συγκεκριμένες αντιλήψεις γύρω από τη συμπεριφορά των γυναικών στις ετεροφυλόφιλες σχέσεις. Ιδιαίτερα στο περιεχόμενο του Balou, οι γυναίκες παρουσιάζονται συχνά σε συνάρτηση με την προσωπική εξέλιξη και την αξία των ανδρών: *«Όσον αφορά τις ερωτικές σχέσεις, ελκύεις αυτό το οποίο είσαι και όχι αυτό το οποίο θέλεις. Προφανώς, θα πρέπει να το δεις αυτό ως κίνητρο για να αναπτυχθείς, γιατί καθώς εσύ αναπτύσσεσαι και γίνεσαι καλύτερος, θα γίνονται καλύτερες και οι γυναίκες που θα φέρνεις στη ζωή σου. Κατά μία έννοια, οι γυναίκες που φέρνεις στη ζωή σου, είναι καθρέφτης σου»* (Baloukas, 2026e). Στο συγκεκριμένο απόσπασμα, η θηλυκότητα συγκροτείται σχεσιακά, ως αντανάκλαση της αξίας και της εξέλιξης των ανδρών. Η αξία των γυναικών στερείται αυτονομίας και νοηματοδοτείται μέσα από τη λειτουργία της ως δείκτης της κοινωνικής θέσης της

αρρενωπότητας. Οι ερωτικές σχέσεις εμφανίζονται, έτσι, ως ένας ακόμη μηχανισμός μέσω του οποίου επιβεβαιώνεται η ηγεμονική αρρενωπότητα.

Παράλληλα, οι γυναίκες παρουσιάζονται συχνά ως αδιαφανή υποκείμενα, των οποίων οι πραγματικές επιθυμίες και προθέσεις παραμένουν καλά κρυμμένες και πρέπει να ερμηνευτούν και να «αποκωδικοποιηθούν» από τους άνδρες. Ο Balou, σε βίντεο που τον παρουσιάζεται να μιλά μπροστά σε κοινό, αποτελούμενο από νεαρούς άνδρες, σε κάποιο από τα δια ζώσης σεμινάρια που διοργανώνει, αναφέρει: *«Συνήθως οι γυναίκες δε μιλάνε δημόσια με πολύ ξεκάθαρο τρόπο όσον αφορά τα θέλω τους στους άνδρες, καθώς φοβούνται μη τυχόν κριθούν γι αυτά [...] κάποιες θα μιλήσουν υπερβολικά χύμα και ωμά [...] κάποιες θα κανουν αυτό το virtue signaling, θα σου το παίζουν γλυκές, αγαθές, ζουζούνες»* (Baloukas, 2026a). Οι γυναίκες παρουσιάζονται εδώ ως υποκείμενα με κρυφά κίνητρα, των οποίων οι αληθινές επιθυμίες δεν εξωτερικεύονται, αλλά αποκρύπτονται πίσω από στρατηγικές συμπεριφορές. Σε άλλο απόσπασμα, ο ίδιος δημιουργός προσθέτει: *«Μια γυναίκα ακόμα κι αν δεν είναι καλός χαρακτήρας [...] είναι τοξική, ζηλιάρα, στην αρχή αν σε γουστάρει θα τα κρύψει όλα αυτά για να σε κερδίσει»* (Baloukas, 2026b). Με αυτόν τον τρόπο, η θηλυκότητα κατασκευάζεται ως χειριστική και αναξιόπιστη, γεγονός που καθιστά αναγκαία την ανάπτυξη ειδικών γνώσεων και δεξιοτήτων εκ μέρους των ανδρών προκειμένου να αναγνωρίζουν τις «πραγματικές» προθέσεις των γυναικών. Η αναπαράσταση αυτή συνάδει με μοτίβα που εμφανίζονται ευρύτερα στο λόγο της ανδρόσφαιρας, όπου οι γυναίκες περιγράφονται συχνά ως εκ φύσεως παραπλανητικές και χειριστικές, αποκρύπτοντας τις πραγματικές τους προθέσεις, προκειμένου να χειριστούν και να ελέγξουν τους άνδρες (Vallerga & Zurbriggen, 2022).

Στο υπό μελέτη υλικό, η θηλυκότητα συνδέεται συχνά με παραδοσιακούς έμφυλους ρόλους που συνδέονται με τη μητρότητα, τη φροντίδα και την οικογένεια. Η περιγραφή της μητρότητας ως «της πιο πολύτιμης στιγμής της ζωής σου» από τον Tsialikis (Tsialikis, Instagram Stories, προσωπική επικοινωνία, 08 Απριλίου 2026) αποδίδει σε αυτή μια ιδιαίτερη συμβολική σημασία. Η εγκυμοσύνη και η μητρότητα παρουσιάζονται ως στάδια της γυναικείας ζωής, μέσα από τα οποία η θηλυκότητα φαίνεται να αποκτά την πληρέστερη έκφρασή της. Με αυτόν τον τρόπο, η αξία των γυναικών συνδέεται εκ νέου με παραδοσιακούς έμφυλους ρόλους που σχετίζονται με την

αναπαραγωγή και την οικογένεια. Η εξιδανίκευση αυτών των ρόλων συνοδεύεται συχνά από μια νοσταλγική αναφορά σε γυναίκες παλαιότερων γενεών, οι οποίες παρουσιάζονται ως φορείς αξιών που παρουσιάζονται να έχουν αποδυναμωθεί στη σύγχρονη κοινωνία. Όπως αναφέρει ο Rod, στην περιγραφή ενός από τα βίντεό του: *«Οι γιαγιάδες μας είχαν την ευθύνη παιδιών και σπιτιού καιπήγαιναν και σε εξωτερικές δουλειές, το ίδιο και οι μανάδες μας. Σήμερα είμαστε υποχρεωμένοι να ακούμε συνεχώς δικαιολογίες, κλάψα και συναισθηματικά παραληρήματα»* (Rod, 2026b). Οι γυναίκες παλαιότερων γενεών γίνονται σύμβολα εργατικότητας, αντοχής και αφοσίωσης στην οικογένεια, ενώ οι σύγχρονες γυναίκες περιγράφονται ως συναισθηματικά υπερβολικές και απρόθυμες να επιτελέσουν το έμφυλο «καθήκον» τους. Η αντιπαράθεση αυτή συγκροτεί μια νοσταλγική αφήγηση γύρω από τους παραδοσιακούς έμφυλους ρόλους, οι οποίοι παρουσιάζονται ως ηθικά ανώτεροι από τις σύγχρονες εκφράσεις της θηλυκότητας.

Η νοσταλγία αυτή για το παρελθόν συνδέεται συχνά με την ευρύτερη αφήγηση κοινωνικής και ηθικής κρίσης, η οποία διέπει το περιεχόμενο των δημιουργών και αποδίδεται στην απομάκρυνση από παραδοσιακές αξίες και έμφυλους ρόλους: *«Θέλατε απελευθερωμένες, ανεξάρτητες γυναίκες. Όταν δεν υπάρχει έλεγχος, όταν δεν υπάρχει αυστηρότητα, όταν δεν υπάρχει τίποτα σε επίπεδο αξιών, αυτά γίνονται»*, αναφέρει ο Conclavio (Conclavio, 2026d). Ο λόγος του αποτελεί χαρακτηριστικό παράδειγμα παρουσίας της γυναικείας χειραφέτησης ως βασικό αίτιο της κοινωνικής αξιακής και ηθικής «παρακμής», η οποία αποτελεί κυρίαρχο μέρος του αφηγήματος των υπό μελέτη δημιουργών.

Οι αναπαραστάσεις αυτές συγκροτούν ένα πρότυπο θηλυκότητας, το οποίο συνδέεται σε αξιακό επίπεδο με την ελκυστικότητα, τη φροντίδα, τη μητρότητα και τη συμμόρφωση προς τους παραδοσιακούς έμφυλους ρόλους. Παράλληλα, μορφές θηλυκότητας που αποκλίνουν από το πρότυπο αυτό, παρουσιάζονται ως ανήθικες και «ανεξέλεγκτες» και χρησιμοποιούνται ως παραδείγματα για να στηρίξουν το αφήγημα της ηθικής και αξιακής κρίσης που λέγεται ότι πλήττει την σύγχρονη κοινωνία. Ο λόγος που διαμορφώνεται γύρω από την θηλυκότητα δεν λειτουργεί ανεξάρτητα από την ηγεμονική αρρενωπότητα, αλλά συμβάλλει στη νομιμοποίηση και αναπαραγωγή της. Η προβολή συγκεκριμένων μορφών θηλυκότητας ως επιθυμητών και άλλων ως προβληματικών ή αποκλινουσών, συμβάλλει στη συγκρότηση ενός συστήματος που

νομιμοποιεί κανονιστικά έμφυλα πρότυπα και ιεραρχίες.

9 Συμπεράσματα

Στη παρούσα εργασία επιχειρήθηκε ο εντοπισμός των βασικών θεματικών που συναντώνται στις δημοσιεύσεις τεσσάρων (4) δημοφιλών δημιουργών περιεχομένου, που ανήκουν ιδεολογικά στο ψηφιακό οικοσύστημα της ανδρόσφαιρας. Οι θεματικές αυτές σχετίζονται με τους τρόπους που κατασκευάζεται και αναπαράγεται η έννοια της ηγεμονικής αρρενωπότητας, του τρόπου που παρουσιάζεται η θηλυκότητα, αλλά και τα σημεία σύγκλισης και διαφοροποίησης μεταξύ των λόγων των δημιουργών αυτών. Μεθοδολογικά ακολουθήθηκε η προσέγγιση της θεματικής ανάλυσης περιεχομένου, στοχεύοντας στην ανάδειξη των θεματικών αυτών και της ανάλυσης τους από μια φεμινιστική σκοπιά. Κάποια από τα εμπόδια που συναντήθηκαν κατά την ερευνητική διαδικασία αφορούν τον μεγάλο όγκο του δημοσιευόμενου περιεχομένου, σε συνάρτηση με το περιορισμένο χρονικό περιθώριο εκπόνησης μιας διπλωματικής εργασίας. Για την διαχείριση των ζητημάτων αυτών, περιορίστηκε τόσο το δείγμα, όσο και το διάστημα συλλογής του υπό μελέτη υλικού, προκειμένου να είναι περισσότερο διαχειρίσιμο προς ανάλυση.

Οι κύριες θεματικές που εντοπίστηκαν και φάνηκε ότι διατρέχουν το σύνολο του υλικού, αφορούν και τα σημεία σύγκλισης και των τεσσάρων δημιουργών που μελετήθηκαν. Συγκεκριμένα, διαφαίνεται ότι στο λόγο των προσωπικοτήτων που «εκπροσωπούν» την ελληνική ανδρόσφαιρα διαχέεται μια ρητορική σύμφωνα με την οποία η σύγχρονη κοινωνία βιώνει μια αξιακή «κρίση», η οποία έχει οδηγήσει σε κοινωνική αποδιοργάνωση και παρακμή. Οι δημιουργοί φάνηκε ότι συνδέουν την «κρίση» αυτή με την αποδιοργάνωση των παραδοσιακών έμφυλων ιεραρχιών, καθώς και την αύξηση της ορατότητας και αναγνώριση των δικαιωμάτων περιθωριοποιημένων κοινωνικών ομάδων. Η «κρίση» αυτή υποστηρίζεται ότι έχει επηρεάσει και τις αρρενωπότητες, με αποτέλεσμα να αποκλίνουν από το ηγεμονικό πρότυπο και να υιοθετούν εναλλακτικές μορφές έκφρασης, κάτι που εκλαμβάνεται ως «αφύσικο» και απεχθές.

Ως αντίδοτο στην κρίση αυτή, οι τρεις εκ των τεσσάρων δημιουργών, οι οποίοι είναι επαγγελματίες εκπαιδευτές/ coaches, προσφέρουν την προσήλωση των ανδρών στην επίτευξη ενός ηγεμονικού προτύπου αρρενωπότητας που φέρει τα παρακάτω χαρακτηριστικά: ο

«ηγεμονικός» εμφανίζεται ως πειθαρχημένος, στοχοπροσηλωμένος στην «αυτοβελτίωσή» του, τολμηρός, πλούσιος και ταυτόχρονα εγκρατής, περιτριγυρισμένος από γυναίκες και ταυτόχρονα αδιάφορος προς εκείνες. Η επιμονή και το ρίσκο παρουσιάζονται ως βασικά εργαλεία για την επίτευξη της ηγεμονικής μορφής αυτής, η οποία όμως εν τέλει φαίνεται να αποτελεί ένα διαρκές έργο προς επιτέλεση και δεν είναι ξεκάθαρο αν ποτέ πραγματώνεται.

Η επαγγελματικοποίηση των μέσων κοινωνικής δικτύωσης διευκολύνει τους επαγγελματίες αυτούς να διαφημίζουν τους εαυτούς τους ως αυθεντίες τα προϊόντα τους ως λύσεις στα «προβλήματα» που ο ίδιος ο λόγος τους κατασκευάζει. Επιπλέον, παρατηρήθηκε ότι ο βαθμός επαγγελματικοποίησης του κάθε δημιουργού επηρεάζει τους τρόπους με τους οποίους εκφράζεται, αφού ο αποκλεισμός ή το κατέβασμα μιας δημοσίευσης από την πλατφόρμα θα επηρεάσει αρνητικά την εικόνα και το εισόδημά του. Αυτό υποστηρίζεται και από το γεγονός ότι ο μη επαγγελματίας δημιουργός Rod, συνηθίζει να μιλάει με περισσότερη αμεσότητα και να εκφέρει ανοιχτά σεξιστικές και ακροδεξιές απόψεις.

Η θηλυκότητα κατασκευάζεται με εξίσου στερεοτυπικό τρόπο, καθώς οι γυναίκες παρουσιάζονται ως τρόπαια και σύμβολα της επιτυχίας του εκάστοτε άνδρα. Παράλληλα, παρατηρήθηκε μια εξιδανίκευση των γυναικών που συμβαδίζουν με τα έμφυλα πρότυπα και επιτελούν παραδοσιακά συνδεδεμένους με τις γυναίκες ρόλους, όπως αυτούς της μητέρας ή της νοικοκυράς. Οι σύγχρονες θηλυκότητες περιγράφονται ως χειριστικές, που έχουν στόχο να ελέγξουν και να εκμεταλλευτούν τους άνδρες, ενώ παράλληλα η έννοια της γυναικείας ανεξαρτησίας παρουσιάζεται ως σύμπτωμα μιας κοινωνίας που καταρρέει και αποδιοργανώνεται αξιακά.

Συμπεραίνοντας, παρά τις μεταξύ τους διαφορές, φαίνεται ότι όλοι οι δημιουργοί κινούνται γύρω από έναν κοινό ιδεολογικό άξονα: την απόρριψη του φεμινισμού και τους λόγους για μια κοινωνία σε «κρίση». Λαμβάνοντας υπόψη ότι η σχετική βιβλιογραφία και έρευνα πάνω στην ελληνική ανδρόσφαιρα βρίσκεται σε πρώιμο στάδιο (Alipranti, 2025), προτείνονται πιθανές προεκτάσεις της με στόχο να μελετηθούν πιθανές ομάδες που δραστηριοποιούνται σε περισσότερο «προστατευμένα» ψηφιακά περιβάλλοντα, όπως το reddit ή το discord. Επιπλέον, κάτι που

εντοπίστηκε κατά την αναλυτική διαδικασία και παρουσιάζει ιδιαίτερο ενδιαφέρον είναι η σύνδεση της κουλτούρας των κρυπτονομισμάτων με την ανδρόσφαιρα και το πώς αυτό μπορεί να επηρεάζει, αμφίπλευρα, τη ριζοσπαστικοποίηση και τις στρατηγικές οικονομικής διαχείρισης των αρρενωποτήτων.

10 Βιβλιογραφία

Θεμελής, Β., Κρατίδου, Σ., Σκούρτη, Μ., Σούμπαση, Ν., Σταυρακάκης, Χ. & Χαλκιά, Α. (επιμ.) (2021). *Έθνος και φύλο σε κρίση: Αρρενωπότητες στο προσκήνιο*. Futura.

Κωνσταντόπουλος, Μ.Α. (2026, 17 Απριλίου). Εγκαταλειμμένη και αβοήθητη έσβησε η Μυρτώ. *Η εφημερίδα των συντακτών*.
https://www.efsyn.gr/ellada/koinonia/508441_egkataleimmeni-kai-aboithiti-esbise-i-myrto/

Προσαλέντης, Δ. (2021-2026). *Conclavio: Ακαδημία & Λέσχη Δικτύωσης από τον Δαμιανό Προσαλέντη*. <https://www.conclavio.gr/lesxi>

Τσιαλίκης, Ε. (n.d.). *KOMMATIA- Σαν να βγήκες από ταινία*. <https://kommatia.com/>

Abbas, T., & McNeil-Willson, R. (2025). Digital Masculinities in Crisis: Understanding Virtual Pathways to Male Extremism Across Communities. *Men and Masculinities*, 0(0).
<https://doi.org/10.1177/1097184X251387631>

Alipranti, A. (2025). The Greek manosphere: The case of the “No, You Are Not a Misogynist” Facebook page. *Journalism and Media*, 6(2), 76.
<https://doi.org/10.3390/journalmedia6020076>

Arxer, S. L. (2011). Hybrid Masculine Power: Reconceptualizing the Relationship between Homosociality and Hegemonic Masculinity. *Humanity & Society*, 35(4), 390-422.
<https://doi.org/10.1177/016059761103500404>

Balou, M. (n.d.). *Minimal Game*. Michalis Balou. <https://www.michalisbalou.gr/course/minimal-game/>

Baloukas, M. C. [@michalis_balou]. (2026a, 07 Απριλίου). *Συνήθως οι γυναίκες δε μιλάνε δημόσια με πολύ ξεκάθαρο τρόπο όσον αφορά τα θέλω τους στους άνδρες, καθώς φοβούνται* μη. [Video]. Instagram. <https://www.instagram.com/reel/DW1iHf8jC9J/?igsh=MWE5eWZlbHc3c2Npbg%3D%3D>

Baloukas, M. C. [@michalis_balou]. (2026b, 09 Απριλίου). *Να θυμάσαι πάντα πως στην αρχή μιας σχέσης, η συμπεριφορά μιας κοπέλας καθορίζεται περισσότερο από το πόσο σε.* [Video]. Instagram. <https://www.instagram.com/reel/DW64eHjDAel/?igsh=MWhsdWpoZTIwanZuZQ>

Baloukas, M. C. [@michalis_balou]. (2026c, 11 Απριλίου). *Όταν πεθάνω, είτε αυτό είναι αύριο, είτε είναι σε 60 χρόνια, το όνομα μου θα μείνει στην ιστορία.* [Photo]. Instagram. https://www.instagram.com/p/DW_5Cy8DB8H/?igsh=MWp5aWp5dmdiajFndQ==

Baloukas, M. C. [@michalis_balou]. (2026d, 13 Απριλίου). *Στην αρχή μιας προσέγγισης, εσύ είσαι αυτός που θα χρειαστεί να κουβαλήσεις το φορτίο της επικοινωνίας. Από ένα σημείο και.* [Video]. Instagram. <https://www.instagram.com/reel/DXFIT9DDAD2/?igsh=ZzZmMHRheHhmenM3>

Baloukas, M. C. [@michalis_balou]. (2026e, 14 Απριλίου). *Να θυμάσαι πάντα πως δεν ελκύεις τις γυναίκες που θέλεις, αλλά τις γυναίκες τις οποίες αξίζεις. Όσο καλύτερος γίνεσαι, τόσο καλύτερες.* [Video]. Instagram. <https://www.instagram.com/reel/DXHwu0XjObJ/?igsh=MTk5YnlkaTFqN2cwOQ==>

- Bird, S. R. (1996). Welcome to the men's club: Homosociality and the maintenance of hegemonic masculinity. *Gender & Society*, 10(2), 120–132. <https://www.jstor.org/stable/189829>
- Braun, V., & Clarke, V. (2006). Using thematic analysis in psychology. *Qualitative research in psychology*, 3(2), 77-101. <https://doi.org/10.1191/1478088706qp063oa>
- Britton, D. M. (1990). Homophobia and homosociality: An analysis of boundary maintenance. *The Sociological Quarterly*, 31(3), 423–439. <https://www.jstor.org/stable/4120971>
- Bujalka, E., Rich, T., & Bender, S. (2022). The manosphere as an online protection racket: How the red pill monetizes male need for security in modern society. *Fast capitalism*, 19(1), 4. <https://doi.org/10.32855/1930-014X.1176>
- Cassino, D. (2023). Crypto, Meme Stocks, and Threatened Masculinity. *Contexts*, 22(2), 18-23. <https://doi.org/10.1177/15365042231172460>
- Conclavio. [@conclavio] (2026a, 10 Απριλίου). Σκεψου ΠΟΥ ζοδεψες τα τελευταία 500-1000 ευρώ που περασαν απο τα χερια σου. Τι % απο αυτα ηταν για την αυτοβελτιωση σου? [Video]. Instagram. <https://www.instagram.com/reel/DW7N7XHDJit/?igsh=MXgzNWF0ZjJ0OHJlMw>
- Conclavio. [@conclavio] (2026b, 13 Απριλίου). Που τα βρήκαμε αυτά τα φοντάνια; [Video]. Instagram. <https://www.instagram.com/reel/DXEI3N-DGkZ/?igsh=bGU2ODltcTJpMW9r>
- Conclavio. [@conclavio] (2026c, 14 Απριλίου). Σε νοιάζει τι λένε; [Video]. Instagram. <https://www.instagram.com/reel/DXH9IFQDE5t/?igsh=MWgxYmVibmdkaTlhbQ=>
- Conclavio. [@conclavio] (2026d, 17 Απριλίου). Τώρα το καταλάβατε; #μυρτω. [Video]. Instagram. <https://www.instagram.com/reel/DXPArEJjFVi/?igsh=aXpyN2pwenphdjlU>

- Conclavio. [@conclavio.gr]. (2026e, 07 Απριλίου). *Replying to @Kitsos14 τι μου λείπει; #conclavio.* [Video]. TikTok.
https://www.tiktok.com/@conclavio.gr/video/7626020788549782802?_r=1&t=ZN-95Lfvuqa7TK
- Conclavio. [@conclavio.gr]. (2026f, 12 Απριλίου). *Replying to @Antonis Vasilikos εσύ τι θα έκανες αν είχες λεφτά; #conclavio.* [Video]. TikTok.
<https://vm.tiktok.com/ZNR3pESWN/>
- Connell, R. W. (1977). *Ruling class, ruling culture*. Cambridge University Press.
- Connell, R. W. (1995). *Masculinities*. Polity Press.
- Connell, R. W., & Messerschmidt, J. W. (2005). Hegemonic masculinity: Rethinking the concept. *Gender & society*, 19(6), 829-859. <https://www.jstor.org/stable/27640853>
- Copland, S. (2023). Weak men and the feminisation of society: Locating the ideological glue between the manosphere and the far-right. In Goetz, J. & Mayer, S. (Eds.), *Global perspectives on anti-feminism: Far-right and religious attacks on equality and diversity*, 116-36.
- Dikaste_tous & Ευάγγελος Τσιαλίκης (2026, 17 Ιανουαρίου). *Είχα Όλες τις Γυναίκες στα Πόδια Μου Όταν Άλλαξα Αυτό - Ευάγγελος Τσιαλίκης* [Video]. Youtube.
<https://www.youtube.com/watch?v=5abk2FqkAg8&t=29s>
- Dotti Sani, G. M. (2018). The economic crisis and changes in work–family arrangements in six European countries. *Journal of European Social Policy*, 28(2), 177-193.
<https://doi.org/10.1177/0958928717700566>
- Garlick, S. (2023). Technologies of (in)security: Masculinity and the complexity of neoliberalism. *Feminist Theory*, 24(2), 170-187. <https://doi.org/10.1177/14647001211046323>

- Gerrand, V., Ging, D., Roose, J. M., & Flood, M. (2025). Mapping the Neo-Manosphere (s): New Directions for Research. *Men and Masculinities*, 28(5), 443-464. <https://doi.org/10.1177/1097184X251350277>
- Giazitzoglu, A., & Down, S. (2017). Performing entrepreneurial masculinity: An ethnographic account. *International Small Business Journal: Researching Entrepreneurship*, 35(1), 40-60. <https://doi.org/10.1177/0266242615599244>
- Gill, R. (2007). Postfeminist media culture: Elements of a sensibility. *European journal of cultural studies*, 10(2), 147-166. <https://doi.org/10.1177/1367549407075898>
- Gill, R., & Orgad, S. (2017). Confidence culture and the remaking of feminism. *New formations*, 91(91), 16-34. <https://doi.org/10.3898/NEWF:91.01.2017>
- Gillespie, T. (2018). *Custodians of the internet: Platforms, content moderation, and the hidden decisions that shape social media*. Yale University Press.
- Ging, D. (2019). Alphas, betas, and incels: Theorizing the masculinities of the manosphere. *Men and Masculinities*, 22(4), 638–657. <https://doi.org/10.1177/1097184X17706401>
- Hall, R. (2017). Being a man, being a member: Masculinity and community in Britain's working men's clubs, 1945–1960. *Cultural and Social History*, 14(1), 73–88. <https://doi.org/10.1080/14780038.2016.1237798>
- Haraway, D. (1988). Situated Knowledges: The Science Question in Feminism and the Privilege of Partial Perspective. *Feminist Studies*, 14(3), 575–599. <https://doi.org/10.2307/3178066>
- Harding, S. G. (Ed.). (1987). *Feminism and methodology: Social science issues*. Indiana University Press.
- Haslop, C., Ringrose, J., Cambazoglu, I., & Milne, B. (2024). Mainstreaming the manosphere's misogyny through affective homosocial currencies: Exploring how teen boys

- navigate the Andrew Tate effect. *Social Media+ Society*, 10(1).
<https://doi.org/10.1177/20563051241228811>
- Hofstetter, R., & Gollnhofer, J. F. (2024). The creator's dilemma: Resolving tensions between authenticity and monetization in social media. *International Journal of Research in Marketing*, 41(3), 427-435. <https://doi.org/10.1016/j.ijresmar.2024.07.001>.
- Ignazzi, E., Maretti, M., & Fontanella, L. (2025). The Italian manosphere: Composition, structure, and functions of a digital network. *Social Inclusion*, 13. <https://doi.org/10.17645/si.9341>
- Investigations.org. (2026, n.d.). *Damian Prosalendis. OSINT Investigative Report*.
<https://www.investigations.org/report/damian-prosalendis-fraud-allegations-aml-risk>
- Judge, S., & Steel, J. (2025). Online misogyny and the manosphere: Defending discourses of “free speech” within the alt-right and beyond. *Ethical Space: International Journal of Communication Ethics*, 22(1–2). <https://doi.org/10.21428/0af3f4c0.88ea5e00>
- Kimmel, M. (Ed.). (1995). *The politics of manhood: Profeminist men respond to the mythopoetic men's movement (and the mythopoetic leaders answer)*. Temple University Press.
- Lott, K., Murumaa-Mengel, M., & Marling, R. (2025). Mainstreaming the manosphere: discourses of contemporary masculinity among Estonian manfluencers. *Humanities and Social Sciences Communications*, 12(1), 1-11. <https://doi.org/10.1057/s41599-025-04903-y>
- Marwick, A. E., & Caplan, R. (2018). Drinking male tears: language, the manosphere, and networked harassment. *Feminist Media Studies*, 18(4), 543–559. <https://doi.org/10.1080/14680777.2018.1450568>
- Matteo, B. & Lucas, G. (2024) Swallowing and spitting out the red pill: young men, vulnerability, and radicalization pathways in the manosphere, *Journal of Gender Studies*, 33(5), 596-608. <https://doi.org/10.1080/09589236.2023.2260318>

- McGuffey, C. S., & Rich, B. L. (1999). Playing in the gender transgression zone: Race, class, and hegemonic masculinity in middle childhood. *Gender & Society*, 13(5), 608–627. <https://doi.org/10.1177/089124399013005003>
- Michel, F., & Gandon, F. (2024). Pay Attention: a Call to Regulate the Attention Market and Prevent Algorithmic Emotional Governance. *Proceedings of the AAAI ACM Conference on AI, Ethics, and Society*, 7(1), 971–983. <https://doi.org/10.1609/aies.v7i1.31696>
- Moy, T. X., Raheem, M., & Logeswaran, R. (2021). Hate speech detection in English and non-English languages: A review of techniques and challenges. *Webology*, 18(Special Issue 5). <https://doi.org/10.14704/WEB/V18SI05/WEB18272>
- Paternotte, D., & Kuhar, R. (2018). Disentangling and locating the “global right”: Anti-gender campaigns in Europe. *Politics and Governance*, 6(3), 6-19. <https://doi.org/10.17645/pag.v6i3.1557>
- Priebe, C. J. (2025). *Tate speech: Radicalizing rhetoric and multi-level marketing recruitment strategies in the manosphere*. [Master’s Thesis, Virginia Commonwealth University]. VCU Scholars Compass. <https://scholarscompass.vcu.edu/etd/8228>
- Riley, S., Evans, A., Anderson, E., & Robson, M. (2019). The gendered nature of self-help. *Feminism & psychology*, 29(1), 3-18. <https://doi.org/10.1177/0959353519826162>
- Rimke, H. (2020). Self-help, therapeutic industries, and neoliberalism. In Nehring, D., Madsen, O. J., Cabanas, E., Mills, C. & Kerrigan, D. (Eds.). *The Routledge international handbook of global therapeutic cultures*. 37-50. Routledge. <https://doi.org/10.4324/9780429024764>
- Roberts, S., Jones, C., Nicholas, L., Wescott, S., & Maloney, M. (2025). Beyond the Clickbait: Analysing the Masculinist Ideology in Andrew Tate’s Online Written Discourses. *Cultural Sociology*, 1(25). <https://doi.org/10.1177/17499755241307414>

- Rod, K. [@konstantinos_rod]. (2026a, 11 Απριλίου). *Χριστός Ανέστη*. [Video]. Instagram.
https://www.instagram.com/reel/DW_IX3hDTKE/?igsh=MTRqeG93dmFnbzBjbg=&__=
- Rod, K. [@konstantinos_rod]. (2026b, 18 Απριλίου). *Δε θέλω να ακούσω καμία κουβέντα για το “νεαρό της ηλικίας”*. Σαυτη την ηλικία μπορείς να ταξιδέψεις, να σπουδάσεις. [Video]. Instagram.
<https://www.instagram.com/reel/DXRic7djQyU/?igsh=MXB3NjdjZnR6NDJpbQ==>
- Smith, C. R., Brammer, S. E., Cloudy, J., Essary, C. R., & Pérez, C. (2026). “RIP TOP G:” Rhetoric, Responses, and Realities Surrounding the Social Media Ban of Andrew Tate. *Violence Against Women*, 32(2), 508-531.
<https://doi.org/10.1177/10778012251319308>
- Tsialikis, E. [@tsialikiskommatia]. (2026a, 07 Απριλίου). *Γίνε σαν τη Δήμητρα*. [Video]. TikTok.
<https://vm.tiktok.com/ZNRX3qmtX/>
- Tsialikis, E. [@evangelos_tsialikis]. (2026b, 17 Απριλίου). *Για το καλό της δημόσιας υγείας*. [Video]. Instagram.
<https://www.instagram.com/reel/DXPfhkUCGJE/?igsh=M2h4amVzODV1OWI=>
- Vallerga, M. (2024). Anti-gender ideology and the depiction of lesbians in the manosphere. *Journal of Lesbian Studies*, 28(3), 554-566.
<https://doi.org/10.1080/10894160.2024.2352996>
- Vallerga, M., & Zurbriggen, E. L. (2022). Hegemonic masculinities in the ‘Manosphere’: A thematic analysis of beliefs about men and women on The Red Pill and Incel. *Analyses of Social Issues and Public Policy*, 22, 602-625.
<https://doi.org/10.1111/asap.12308>

Verhulst, B., De Wolf, R., & Vanden Abeele, M. M. (2026). “Real Men Do the Work!”: How Life Coaches Perform Masculinity in Online and Offline Settings. *Men and Masculinities*, 0(0).. <https://doi.org/10.1177/1097184X261438459>

Υπεύθυνη Δήλωση Συγγραφέα:

Δηλώνω ρητά ότι, σύμφωνα με το άρθρο 8 του Ν.1599/1986, η παρούσα εργασία αποτελεί αποκλειστικά προϊόν προσωπικής μου εργασίας, δεν προσβάλλει κάθε μορφής δικαιώματα διανοητικής ιδιοκτησίας, προσωπικότητας και προσωπικών δεδομένων τρίτων, δεν περιέχει έργα/εισφορές τρίτων για τα οποία απαιτείται άδεια των δημιουργών/δικαιούχων και δεν είναι προϊόν μερικής ή ολικής αντιγραφής, οι πηγές δε που χρησιμοποιήθηκαν περιορίζονται στις βιβλιογραφικές αναφορές και μόνον και πληρούν τους κανόνες της επιστημονικής παράθεσης.