

Η αλήθεια είναι ότι  
στη φύση δεν υπάρχει  
τίποτα πιο καθαρό  
από το νερό της.



**Αρρένα**

ΦΥΣΙΚΟ ΜΕΤΑΛΛΙΚΟ ΝΕΡΟ

**Καθαρό. Σαν την αλήθεια.**

arreona.gr   arreona.water



SAY *yes* to the **press**  
YOUR DAILY ONLINE MAGAZINE

**ΓΑΜΙΦΙΚΑΤΙΟΝ: ΜΗΠΩΣ Η ΖΩΗ ΣΟΥ  
ΕΓΙΝΕ ΕΝΑ ΠΑΙΧΝΙΔΙ ΠΟΥ ΔΕΝ ΘΥΜΑΣΑΙ  
ΓΙΑΤΙ ΞΕΚΙΝΗΣΕΣ ΝΑ ΠΑΙΖΕΙΣ;**



# Good morning SayYessers!



## Φτιάξε καφέ να στα πω...



Καλημέρα **SayYesser** και καλή εβδομάδα!!!

Ζούμε σε μια εποχή που συζητάμε διαρκώς για το τι δεν πάει καλά. Για την ακρίβεια, για την αγένεια, για την έλλειψη σεβασμού, για την τοξικότητα στα social media, για τις δυσκολίες της καθημερινότητας. Κάποιες φορές μάλιστα έχουμε την αίσθηση ότι η καλοσύνη έχει αρχίσει να θεωρείται αφέλεια. Ότι αν είσαι ευγενικός, υπομονετικός ή πρόθυμος να βοηθήσεις, κινδυνεύεις να χαρακτηριστείς αδύναμος. Κι όμως, όσο μεγαλώνω, τόσο περισσότερο πείθομαι ότι συμβαίνει ακριβώς το αντίθετο.

Η καλοσύνη δεν είναι αδυναμία. Είναι επιλογή. Και μάλιστα δύσκολη επιλογή. Είναι εύκολο να απαντήσεις με θυμό σε κάποιον που σε προσβάλλει. Είναι εύκολο να γίνεις κυνικός όταν έχεις απογοητευτεί από ανθρώπους. Είναι εύκολο να πεις «δεν με νοιάζει». Το δύσκολο είναι να συνεχίσεις να νοιάζεσαι.

Σκέφτομαι συχνά ότι οι περισσότεροι άνθρωποι που συναντάμε καθημερινά δίνουν μάχες που δεν γνωρίζουμε. Ο άνθρωπος που φαίνεται απότομος μπορεί να έχει μόλις λάβει άσχημα νέα. Η γυναίκα που δείχνει κουρασμένη μπορεί να μην έχει κοιμηθεί όλη νύχτα. Ο συνάδελφος που μοιάζει απόμακρος ίσως περνάει τη δυσκολότερη περίοδο της ζωής του. Δεν ξέρουμε. Και επειδή δεν ξέρουμε, ίσως αξίζει να είμαστε λίγο πιο επιεικείς.

Δεν πιστεύω ότι ο κόσμος αλλάζει μόνο με μεγάλες αποφάσεις. Αλλάζει και με μικρές πράξεις. Με ένα ευχαριστώ που λέγεται ειλικρινά. Με ένα μήνυμα σε κάποιον που το έχει ανάγκη. Με μια συγγνώμη. Με μια βοήθεια που προσφέρεται χωρίς αντάλλαγμα. Με εκείνες τις μικρές καθημερινές κινήσεις που δεν γίνονται πρωτοσέλιδα αλλά κάνουν τη ζωή λίγο καλύτερη.

Ίσως τελικά να μην χρειάζονται ήρωες για να σωθεί ο κόσμος. Ίσως να χρειάζονται περισσότεροι άνθρωποι που, παρά την κούραση, την απογοήτευση και τις δυσκολίες τους, εξακολουθούν να επιλέγουν την καλοσύνη. Γιατί κάθε φορά που κάποιος φέρεται ανθρώπινα σε έναν άλλον άνθρωπο, ο κόσμος γίνεται έστω και λίγο καλύτερος από πριν.

Και αυτό, αν το σκεφτείς, είναι μια μορφή σωτηρίας.

**Tip of the Day:** Κάνε σήμερα κάτι καλό για κάποιον χωρίς να περιμένεις ανταπόδοση. Οι πιο σημαντικές πράξεις είναι συχνά αυτές που δεν μαθαίνει κανείς. Αν με ρωτάς, είμαι σχεδόν σίγουρη πια ότι τον κόσμο θα τον σώσει η καλοσύνη...

Claire Styliara  
Chief of SayYessers



Μπορείς να με βρεις στο Viber, στο WhatsApp και στο email μου με ένα κλικ!

# Καλοκαίρι με ασφάλεια και φροντίδα για όλη την οικογένεια με τα αντηλιακά Cien Sun

Το καλοκαίρι είναι συνδεδεμένο με τον ήλιο, τη θάλασσα και τις όμορφες στιγμές με την οικογένεια. Για να είναι όμως κάθε εξόρμηση πραγματικά ξέγνοιαστη, η σωστή αντηλιακή προστασία αποτελεί απαραίτητη προϋπόθεση. Με γνώμονα την ασφάλεια και την ποιότητα, η Lidl Ελλάς προτείνει τη σειρά αντηλιακών Cien Sun, προσφέροντας ολοκληρωμένες λύσεις προστασίας για μικρούς και μεγάλους.

Η σειρά Cien Sun έχει σχεδιαστεί ώστε να καλύπτει τις διαφορετικές ανάγκες κάθε τύπου επιδερμίδας και κάθε καλοκαιρινής δραστηριότητας. Είτε πρόκειται για μια βόλτα στην πόλη, είτε για μια ημέρα στην παραλία ή στην πισίνα, τα προϊόντα της σειράς προσφέρουν αξιόπιστη προστασία από την ηλιακή ακτινοβολία, συμβάλλοντας στη φροντίδα της επιδερμίδας καθ' όλη τη διάρκεια της ημέρας.

Με ποικιλία προϊόντων και υψηλά πρότυπα ποιότητας, τα αντηλιακά Cien Sun αποτελούν μια πρακτική επιλογή για όλη την οικογένεια, συνδυάζοντας αποτελεσματικότητα, ευκολία στη χρήση και αίσθηση άνεσης. Η Lidl Ελλάς συνεχίζει να επενδύει σε προϊόντα που ανταποκρίνονται στις σύγχρονες ανάγκες των καταναλωτών, προσφέροντας λύσεις που συνδυάζουν ποιότητα και προσιτή τιμή. Παράλληλα, αποδεικνύει έμπρακτα ότι η αξιόπιστη αντηλιακή προστασία μπορεί να είναι προσιτή σε όλους. Με τιμές που ξεκινούν από μόλις 2,19€, η σειρά Cien Sun δίνει τη δυνατότητα σε κάθε οικογένεια να απολαμβάνει τις καλοκαιρινές της στιγμές με μεγαλύτερη ασφάλεια και σιγουριά.

Γιατί το καλοκαίρι είναι πιο όμορφο όταν συνοδεύεται από σωστή προστασία, φροντίδα και ξεγνοιασιά κάτω από τον ήλιο. Μπορείτε να παρακολουθήσετε τη νέα ταινία [εδώ](#).

**Cien Sun** 🕶️  
Ο σύμμαχός σου  
το φετινό καλοκαίρι 🏖️  
γιατί αξίζει.

Επίσης στην οικογένειά σου είναι απαραίτητες οι προστασίες Cien Sun στα ελασματοστά μωρά.

**Cien SUN** **LIDL**  
Γιατί αξίζει.

## Lipton Ice Tea in a tea bag: Φρέσκο παγωμένο τσάι στη στιγμή



Η Lipton, σε συνεργασία με τη Β.Σ. Καρούλιας, παρουσιάζει το νέο Lipton Ice Tea in a tea bag, μια καινοτόμα πρόταση που φέρνει τη δροσιά και τη γεύση του αγαπημένου παγωμένου τσαγιού πιο εύκολα από ποτέ. Πρόκειται για ένα cold-brew ρόφημα σε φακελάκι πυραμίδας, σχεδιασμένο να εκχυλίζεται απευθείας σε κρύο νερό, προσφέροντας μια απολαυστική εμπειρία όπου κι αν βρίσκεσαι.

Φτιαγμένο με πραγματικό τσάι και 100% φυσικά συστατικά, το νέο προϊόν απευθύνεται σε όσους αναζητούν μια πιο ανάλαφρη επιλογή στην καθημερινότητά τους. Χωρίς ζάχαρη και χωρίς θερμίδες, προσφέρει

πλούσια γεύση και δροσερή απόλαυση, διατηρώντας παράλληλα μια απλή και καθαρή σύνθεση.

Η προετοιμασία του είναι ιδιαίτερα εύκολη. Το μόνο που χρειάζεται είναι να τοποθετήσεις το φακελάκι σε ένα μπουκάλι ή ποτήρι με κρύο νερό και να το αφήσεις να εκχυλιστεί. Μέσα σε λίγα λεπτά δημιουργείται ένα φρέσκο παγωμένο τσάι, ιδανικό για το γραφείο, το γυμναστήριο, τη βόλτα ή το ταξίδι.

Τα ειδικά σχεδιασμένα φακελάκια πυραμίδας, χωρίς κορδονάκι και ταμπελάκι, εφαρμόζουν ιδανικά σε μπουκάλια νερού των 500 ml, επιτρέποντας στον καταναλωτή να απολαμβάνει το ρόφημά του με απόλυτη ευκολία.

Το νέο Lipton Ice Tea in a tea bag κυκλοφορεί σε τρεις απολαυστικές γεύσεις: Black Tea Peach, Green Tea Citrus Mint και Hibiscus Raspberry, προσφέροντας μια νέα, πρακτική και δροσιστική εμπειρία παγωμένου τσαγιού κάθε στιγμή της ημέρας.

# Gamification: Μήπως η ζωή σου έγινε ένα παιχνίδι που δεν θυμάσαι γιατί ξεκίνησες να παίζεις;



Υπάρχουν άνθρωποι που μετράνε τα βήματά τους. Άλλοι μετράνε τις θερμίδες τους. Άλλοι τα λεπτά που διαλογίζονται, τα βιβλία που διάβασαν μέσα στη χρονιά, τις μέρες που δεν έφαγαν ζάχαρη, τα χιλιόμετρα που έτρεξαν, τα μαθήματα που ολοκλήρωσαν, τα likes που πήραν, τα streaks που διατήρησαν.

Και κάπου εδώ γεννιέται μια ενδιαφέρουσα ερώτηση: Πότε ακριβώς σταματήσαμε να ζούμε και αρχίσαμε να κρατάμε σκορ;

Ζούμε σε μια εποχή που τα πάντα μπορούν να μετρηθούν. Το κινητό μας ξέρει πόσα βήματα κάναμε, πόσες ώρες κοιμηθήκαμε, πόσο γρήγορα τρέξαμε, πόσο παραγωγικοί ήμασταν, ακόμα και πόσες συνεχόμενες ημέρες θυμηθήκαμε να ανοίξουμε μια εφαρμογή.

Και η αλήθεια είναι ότι αυτό δεν είναι πάντα κακό.

Το πρόβλημα ξεκινά όταν ξεχνάμε γιατί κάναμε κάτι εξαρχής.

## Από το παιχνίδι στην καθημερινότητα

Αν πριν από είκοσι χρόνια κάποιος σου έλεγε ότι μια μέρα θα κέρδιζες «μετάλλια» επειδή περπάτησες αρκετά βήματα, θα διατηρούσες ένα «streak» επειδή έκανες μάθημα ισπανικών ή θα ένιωθες ενοχές επειδή έχασες έναν εικονικό στόχο σε μια εφαρμογή διαλογισμού, πιθανότατα θα γελούσες. Κι όμως, αυτό ακριβώς συμβαίνει σήμερα.

Οι ειδικοί ονομάζουν το φαινόμενο gamification. Πρόκειται για τη χρήση στοιχείων που συναντάμε στα παιχνίδια — πόντων, επιπέδων, badges, κατατάξεων, επιβραβεύσεων και προκλήσεων — σε δραστηριότητες που κανονικά δεν έχουν καμία σχέση με το παιχνίδι. Ο στόχος είναι απλός: να κάνουν τους ανθρώπους να συμμετέχουν περισσότερο, να επιστρέφουν συχνότερα και να παραμένουν πιο αφοσιωμένοι σε μια δραστηριότητα ή μια υπηρεσία.

Οι εταιρείες το λατρεύουν γιατί λειτουργεί. Όταν μια εφαρμογή σου δίνει έναν πόντο, ένα badge ή ένα μικρό ψηφιακό βραβείο, ενεργοποιείται στον εγκέφαλό σου το

ίδιο σύστημα ανταμοιβής που ενεργοποιείται όταν κερδίζεις σε ένα παιχνίδι. Δεν είναι τυχαίο ότι εφαρμογές όπως το Duolingo, το Strava, το Nike Run Club ή ακόμη και πολλές τραπεζικές εφαρμογές χρησιμοποιούν παρόμοιες τεχνικές.

Οι χρήστες επιστρέφουν πιο συχνά, αφιερώνουν περισσότερο χρόνο και αναπτύσσουν μια αίσθηση προόδου που τους κρατά συνδεδεμένους.

Το gamification δεν περιορίζεται στις εφαρμογές. Βρίσκεται στα προγράμματα επιβράβευσης αεροπορικών εταιρειών, στις κάρτες πόντων των σούπερ μάρκετ, στις εταιρικές αξιολογήσεις εργαζομένων και στα social media. Τα likes, τα views και οι followers λειτουργούν ως μια μορφή ψηφιακού σκορ. Κάθε ειδοποίηση είναι ένα μικρό «μπράβο» που μας ενθαρρύνει να επιστρέψουμε ξανά και ξανά.

Το πρόβλημα είναι ότι το gamification σχεδιάστηκε για να αλλάξει συμπεριφορές. Και όταν κάτι είναι αρκετά αποτελεσματικό ώστε να αλλάξει τη συμπεριφορά μας, αξίζει να αναρωτηθούμε ποιος καθορίζει τους κανόνες του παιχνιδιού και προς όφελος ποιου παίζεται τελικά.

## Η εποχή που όλα έγιναν μετρήσιμα

Πριν από μερικές δεκαετίες, ένας άνθρωπος μπορούσε να πάει για περπάτημα απλώς επειδή του άρεσε. Να διαβάσει ένα βιβλίο επειδή τον συνεπήρε η ιστορία του. Να μάθει μια ξένη γλώσσα επειδή ονειρευόταν να ταξιδέψει ή να επικοινωνήσει με ανθρώπους από άλλες χώρες.

Σήμερα, σχεδόν κάθε δραστηριότητα συνοδεύεται από μια εφαρμογή που καταγράφει την πρόοδο. Το κινητό γνωρίζει πόσα βήματα κάναμε. Το smartwatch ξέρει πόσες ώρες κοιμηθήκαμε. Οι πλατφόρμες εκμάθησης γλωσσών μας ανταμείβουν με πόντους και streaks.

Οι εφαρμογές γυμναστικής μάς δίνουν εικονικά μετάλλια. Ακόμη και ο διαλογισμός, που υποτίθεται ότι αφορά την αποσύνδεση από την πίεση της καθημερινότητας, πολλές φορές συνοδεύεται από στόχους και στατιστικά.



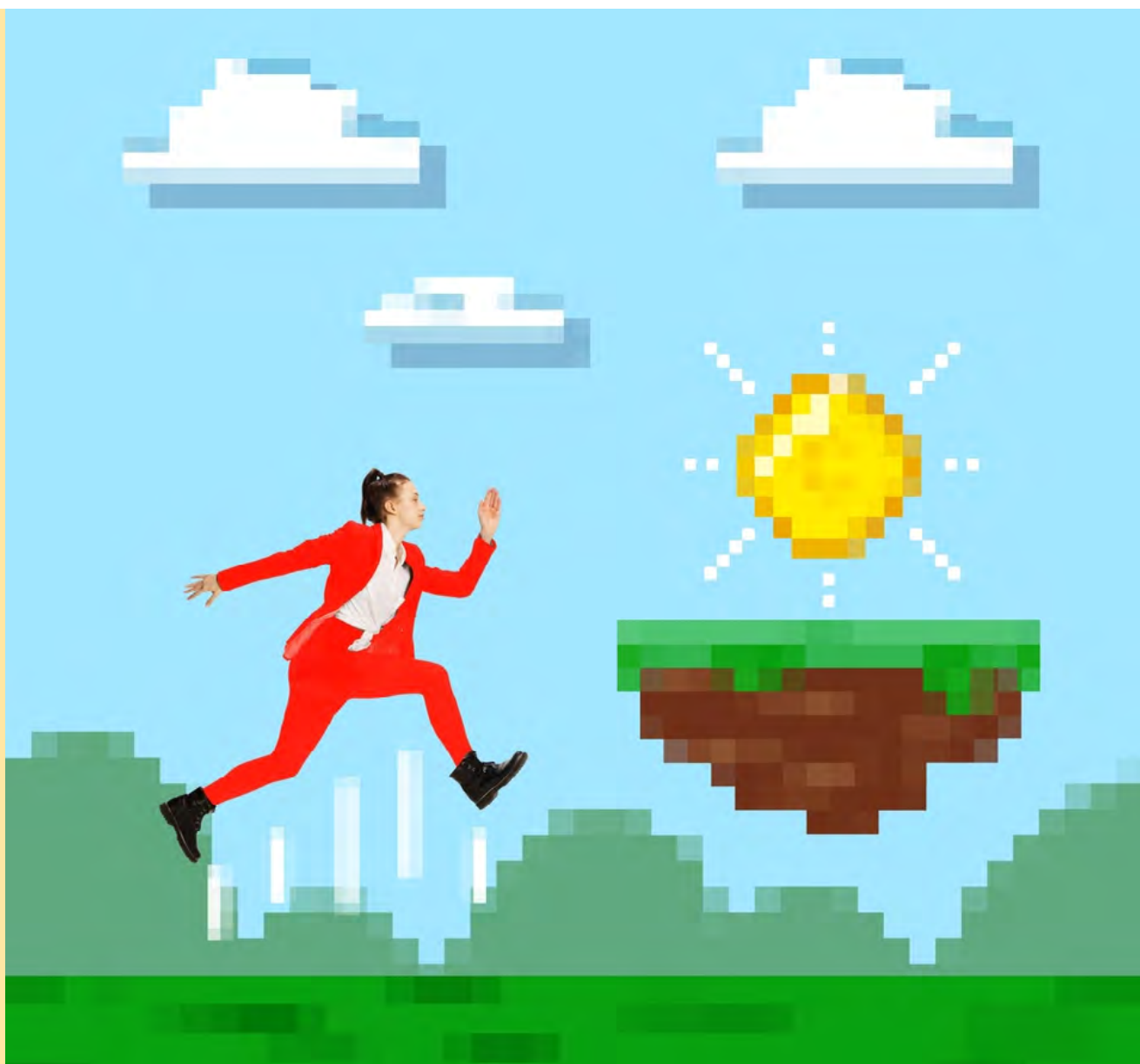
Η λογική πίσω από όλα αυτά είναι απλή. Οι άνθρωποι αγαπούν τα παιχνίδια και αγαπούν τις επιβραβεύσεις. Όταν μια δραστηριότητα αποκτά στοιχεία παιχνιδιού, είναι πιο πιθανό να την επαναλάβουμε. Οι ειδικοί το ονομάζουν gamification. Οι περισσότεροι από εμάς το γνωρίζουμε απλώς ως εκείνο το μικρό αίσθημα ικανοποίησης όταν μια εφαρμογή μάς συγχαίρει για ένα ακόμη επίτευγμα.

Το πρόβλημα είναι ότι η γραμμή ανάμεσα στο κίνητρο και την εμμονή είναι συχνά πιο λεπτή απ' όσο φανταζόμαστε.

## Όταν οι αριθμοί αρχίζουν να έχουν μεγαλύτερη σημασία από την εμπειρία

Σκέψου κάποιον που ξεκινά να τρέχει επειδή θέλει να καθαρίζει το μυαλό του μετά από μια δύσκολη ημέρα. Στην αρχή απολαμβάνει τη διαδρομή, τον καθαρό αέρα, τη σωματική εκτόνωση. Έπειτα αγοράζει ένα fitness tracker. Μετά κατεβάζει μια εφαρμογή καταγραφής διαδρομών. Ξεκινά να παρακολουθεί τους χρόνους του, την ταχύτητα, τους παλμούς, τις θερμίδες.

Και ξαφνικά, χωρίς να το καταλάβει, δεν τρέχει πλέον για να νιώσει καλύτερα. Τρέχει για να βελτιώσει τους αριθμούς.



Κάτι αντίστοιχο συμβαίνει παντού γύρω μας. Άνθρωποι ανοίγουν μια εφαρμογή εκμάθησης γλωσσών όχι επειδή έχουν χρόνο ή διάθεση να μάθουν κάτι νέο, αλλά επειδή δεν θέλουν να χάσουν το streak των 200 ημερών. Άλλοι δημοσιεύουν περιεχόμενο στα social media όχι επειδή έχουν κάτι να πουν, αλλά επειδή νιώθουν την ανάγκη να διατηρήσουν την παρουσία τους.

Ακόμη και η γυμναστική μπορεί να μετατραπεί από μια πράξη φροντίδας του εαυτού σε μια αδιάκοπη αναζήτηση καλύτερων στατιστικών.

Και κάπου εκεί συμβαίνει κάτι παράξενο. Η δραστηριότητα παραμένει η ίδια, αλλά ο λόγος που την κάνουμε έχει αλλάξει εντελώς.

## Η παγίδα της συνεχούς βελτιστοποίησης

Η εποχή μας έχει εμμονή με τη βελτίωση. Δεν αρκεί να είμαστε καλοί. Πρέπει να γινόμαστε συνεχώς καλύτεροι. Πιο γρήγοροι, πιο αποδοτικοί, πιο οργανωμένοι, πιο παραγωγικοί. Παντού υπάρχουν συμβουλές για το πώς να

αξιοποιήσουμε καλύτερα τον χρόνο μας, πώς να αυξήσουμε την απόδοσή μας, πώς να πετύχουμε περισσότερα σε λιγότερο χρόνο.

Η αυτοβελτίωση από μόνη της δεν είναι κάτι αρνητικό. Αντιθέτως, η επιθυμία να εξελισσόμαστε είναι βαθιά ανθρώπινη. Όμως τα τελευταία χρόνια φαίνεται πως έχουμε αρχίσει να αντιμετωπίζουμε κάθε πλευρά της ζωής σαν ένα project που πρέπει να βελτιστοποιηθεί.

Ακόμη και τα χόμπι μας μετατρέπονται σε στόχους. Οι βόλτες γίνονται βήματα. Η ανάγνωση γίνεται challenge.

Η χαλάρωση γίνεται τεχνική παραγωγικότητας. Ο ελεύθερος χρόνος μετατρέπεται σε κάτι που πρέπει να αξιοποιηθεί «σωστά».

Και τότε προκύπτει ένα παράδοξο: ενώ έχουμε περισσότερα εργαλεία από ποτέ για να βελτιώσουμε τη ζωή μας, πολλοί άνθρωποι νιώθουν περισσότερο αγχωμένοι, περισσότερο εξαντλημένοι και λιγότερο ικανοποιημένοι.

Ίσως γιατί ακόμη και η ξεκούραση άρχισε να μοιάζει με υποχρέωση.



## Cream Crackers Παπαδοπούλου: Ο ιδανικός καλοκαιρινός σύμμαχος για όταν... πεινάς λίγο



Το καλοκαίρι είναι η εποχή των αυθόρμητων εξορμήσεων, των ατελείωτων ωρών στην παραλία και των μικρών στιγμών που γεμίζουν τις ημέρες μας. Κάπου ανάμεσα στις βουτιές, τις βόλτες και τις καλοκαιρινές περιπέτειες, εμφανίζεται και εκείνη η γνώριμη αίσθηση: η στιγμή που πεινάς λίγο και αναζητάς κάτι γρήγορο, νόστιμο και χορταστικό.

Για αυτές ακριβώς τις περιστάσεις, τα Cream Crackers Παπαδοπούλου αποτελούν μια αγαπημένη επιλογή που σε ακολουθεί παντού. Ελαφριά, πρακτικά και εύκολα στη μεταφορά, είναι ιδανικά για την παραλία, το ταξίδι, το γραφείο ή οποιαδήποτε στιγμή της ημέρας χρειάζεσαι ένα μικρό διάλειμμα γεύσης.

Παρασκευασμένα με φυσικό προζύμι, από 1.296 ανάλαφρα φύλλα και ψημένα στον φούρνο, ξεχωρίζουν για την τραγανή υφή και την ιδιαίτερη γεύση τους. Παράλληλα, η πλούσια γκάμα τους περιλαμβάνει επιλογές σίτου, σίκαλης, πολύσπορα, χωρίς ζάχαρη και χαρουπιού, καλύπτοντας διαφορετικές προτιμήσεις και ανάγκες.

Με αφορμή αυτή τη γνώριμη καθημερινή στιγμή, τα Cream Crackers Παπαδοπούλου παρουσιάζουν τη νέα καλοκαιρινή τους καμπάνια, υπενθυμίζοντας με χιούμορ και αμεσότητα ότι όταν πεινάς λίγο, υπάρχει πάντα μια εύκολη και απολαυστική λύση.

Η καμπάνια, που δημιουργήθηκε από τη Solid Havas, προβάλλεται ήδη στην τηλεόραση και υποστηρίζεται από ολοκληρωμένες ενέργειες digital και social media. Την παραγωγή υπογράφει η Torcut Modiano, ενώ τη σκηνοθεσία ανέλαβε ο Γρηγόρης Ρέντης. Δείτε το νέο τηλεοπτικό σποτ της καμπάνιας «Παραλία» [εδώ](#).

## Η Ζαλφα φέρνει δύο νέες γεύσεις στη σειρά Snacks από όσπρια

Η Ζαλφα συνεχίζει να επενδύει στην καινοτομία και να εξελίσσει την κατηγορία των οσπρίων, παρουσιάζοντας δύο νέες γευστικές προσθήκες στη δημοφιλή σειρά Snacks από όσπρια. Με γνώμονα τις σύγχρονες διατροφικές συνήθειες και την αναζήτηση πιο ισορροπημένων επιλογών για snacking, η εταιρεία εμπλουτίζει τη γκάμα της με τα νέα Ζαλφα Sticks από Φακές με γεύση τρούφα & τυρί και Ζαλφα Sticks από Φακές με γεύση ρίγανη.

Οι νέες προτάσεις ξεχωρίζουν για τον ιδιαίτερο χαρακτήρα τους. Η γεύση τρούφα & τυρί απευθύνεται σε όσους αναζητούν μια πιο εκλεπτυσμένη και gourmet εμπειρία, ενώ η γεύση ρίγανη φέρνει στο προσκήνιο τα αρώματα της μεσογειακής κουζίνας που αγαπούν οι Έλληνες καταναλωτές.

Τα νέα προϊόντα έρχονται να προστεθούν στη σειρά Ζαλφα Snacks από όσπρια, η οποία περιλαμβάνει ήδη αγαπημένες επιλογές όπως τα Balls από Φακές με γεύση cheddar, τα Rings από Ρεβίθια με γεύση sour cream & κρεμμύδι, τα Sticks από Φακές με γεύση ντομάτα & βασιλικό και τα Balls από Μπιζέλια με γεύση καυτερή πιπεριά.

Με τις νέες προσθήκες, η Ζαλφα επιβεβαιώνει τη δέσμευσή της να μετατρέπει τα παραδοσιακά όσπρια σε σύγχρονες προτάσεις που συνδυάζουν γεύση, ποιότητα και διατροφική αξία. Η σειρά Snacks από όσπρια αποτελεί μια διαφορετική επιλογή για όσους αναζητούν απολαυστικά snacks με βάση αγαπημένες πρώτες ύλες της ελληνικής διατροφής, προσφέροντας ποικιλία γεύσεων για κάθε στιγμή της ημέρας.



# Bystander Effect: Γιατί όσο περισσότεροι βλέπουν ένα πρόβλημα, τόσο λιγότερο πιθανό είναι να βοηθήσουν;



Έχεις βρεθεί ποτέ μπροστά σε μια κατάσταση όπου κάποιος χρειαζόταν βοήθεια, αλλά κανείς γύρω του δεν αντέδρασε; Ίσως κάποιος να λιποθύμησε στον δρόμο, να έπεσε από το ποδήλατό του ή να αντιμετώπιζε μια εμφανή δυσκολία. Η πρώτη σκέψη είναι συνήθως ότι οι άνθρωποι έγιναν αδιάφοροι. Ωστόσο, η ψυχολογία δίνει μια διαφορετική εξήγηση μέσα από το φαινόμενο που είναι γνωστό ως Bystander Effect.

Το Bystander Effect, ή «φαινόμενο του παρατηρητή», περιγράφει την τάση των ανθρώπων να είναι λιγότερο πιθανό να προσφέρουν βοήθεια όταν υπάρχουν και άλλοι παρόντες. Παραδόξως, όσο περισσότερα άτομα βρίσκονται γύρω από ένα περιστατικό, τόσο περισσότερο μειώνεται η πιθανότητα κάποιος να αναλάβει δράση.

Η έννοια έγινε ευρύτερα γνωστή μέσα από έρευνες κοινωνικής ψυχολογίας που έδειξαν ότι η παρουσία πολλών μαρτύρων επηρεάζει σημαντικά τη λήψη αποφάσεων σε καταστάσεις έκτακτης ανάγκης. Αντί να ενθαρρύνει τη δράση, η ύπαρξη πολλών παρευρισκομένων συχνά δημιουργεί αδράνεια.

## Η διάχυση της ευθύνης

Ο βασικότερος λόγος πίσω από το φαινόμενο είναι η λεγόμενη «διάχυση της ευθύνης». Όταν ένα άτομο βρίσκεται μόνο του μπροστά σε ένα πρόβλημα, νιώθει ότι η ευθύνη να βοηθήσει ανήκει αποκλειστικά σε εκείνο. Όταν όμως υπάρ-

χουν πολλοί άνθρωποι, η ευθύνη μοιάζει να μοιράζεται.

Ασυνείδητα, ο καθένας σκέφτεται ότι κάποιος άλλος θα αναλάβει δράση. Το αποτέλεσμα είναι ότι όλοι περιμένουν κάποιον άλλον να κινηθεί πρώτος και τελικά μπορεί να μη δράσει κανείς.

## Όταν κοιτάμε τους άλλους για να αποφασίσουμε

Υπάρχει όμως και ένας δεύτερος ψυχολογικός μηχανισμός. Σε ασαφείς ή αβέβαιες καταστάσεις, οι άνθρωποι παρατηρούν τη συμπεριφορά των γύρω τους για να καταλάβουν πώς πρέπει να αντιδράσουν.

Αν όλοι δείχνουν ήρεμοι ή αδρανείς, είναι πιθανό να συμπεράνουμε ότι η κατάσταση δεν είναι τόσο σοβαρή όσο φαίνεται. Αυτή η συλλογική αναμονή δημιουργεί έναν φαύλο κύκλο, όπου κανείς δεν αντιδρά επειδή βλέπει ότι κανείς άλλος δεν αντιδρά.

## Το φαινόμενο στην ψηφιακή εποχή

Το Bystander Effect δεν περιορίζεται μόνο στους δρόμους, στις πλατείες ή στους δημόσιους χώρους. Εμφανίζεται και στον ψηφιακό κόσμο. Στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης, μια ανάρτηση που ζητά βοήθεια μπορεί να συγκεντρώσει



χιλιάδες προβολές. Παρ' όλα αυτά, πολλοί χρήστες θεωρούν ότι κάποιος άλλος θα ανταποκριθεί. Η μαζική έκθεση ενός προβλήματος δεν οδηγεί απαραίτητα σε μαζική συμμετοχή, καθώς η αίσθηση της προσωπικής ευθύνης παραμένει μειωμένη.

ρεάζει τη συμπεριφορά μας μέσα στις ομάδες. Η παρουσία των άλλων μπορεί να μας κάνει να νιώθουμε λιγότερο υπεύθυνοι, ακόμη κι όταν θέλουμε πραγματικά να βοηθήσουμε.

### Πώς μπορούμε να το ξεπεράσουμε;

Η κατανόηση του φαινομένου είναι το πρώτο βήμα για να το αντιμετωπίσουμε. Οι ειδικοί επισημαίνουν ότι σε μια κατάσταση ανάγκης είναι πιο αποτελεσματικό να απευθυνόμαστε σε ένα συγκεκριμένο άτομο αντί σε ολόκληρο το πλήθος.

Μια φράση όπως «Εσείς με την κόκκινη μπλούζα, καλέστε ασθενοφόρο» έχει πολύ μεγαλύτερες πιθανότητες να φέρει αποτέλεσμα από ένα γενικό «Κάποιος να βοηθήσει». Όταν η ευθύνη αποκτά συγκεκριμένο αποδέκτη, η πιθανότητα δράσης αυξάνεται σημαντικά.

Όταν, λοιπόν, όλοι περιμένουν κάποιον άλλο να κάνει το πρώτο βήμα, η μεγαλύτερη διαφορά μπορεί να προκύψει από εκείνον που θα αποφασίσει να το κάνει πρώτος.

### Η δύναμη της πρώτης κίνησης

Το Bystander Effect δεν αποκαλύπτει την αδιαφορία των ανθρώπων, αλλά έναν βαθιά ανθρώπινο ψυχολογικό μηχανισμό που επη-



# Οι λευκές κάλτσες δεν είναι χαμένη υπόθεση: Το απλό κόλπο που τις κάνει ξανά σαν καινούργιες



Οι λευκές κάλτσες είναι από εκείνα τα βασικά κομμάτια της γκαρνταρόμπας που φοριούνται σχεδόν καθημερινά. Όσο κι αν τις αγαπάμε όμως, έχουν ένα κοινό πρόβλημα: μετά από λίγο καιρό οι πάτοι τους αποκτούν εκείνη τη γκριζωπή ή καφετί όψη που μοιάζει αδύνατο να φύγει, ακόμη και μετά από επανειλημμένα πλυσίματα.

Τα καλά νέα είναι ότι δεν χρειάζεται να τις πετάξετε. Σύμφωνα με δοκιμές που πραγματοποιήθηκαν από ειδικούς στον καθαρισμό, η πιο αποτελεσματική μέθοδος για να επαναφέρετε το λευκό χρώμα δεν απαιτεί τρίψιμο ούτε ακριβά προϊόντα.

Το μυστικό βρίσκεται σε ένα πολύωρο μούλιασμα με απορρυπαντικό και ενεργό οξυγόνο (oxygen bleach). Αρκεί να διαλύσετε μία κουταλιά απορρυπαντικού που περιέχει ενεργό οξυγόνο σε περίπου τέσσερα λίτρα νερού ή να προσθέσετε ξεχωριστά ένα προϊόν οξυγονούχου λευκαντικού. Στη συνέχεια βυθίζετε τις κάλτσες στο διάλυμα για έξι έως δώδεκα ώρες.

Μετά το μούλιασμα, ξεπλένετε καλά τις κάλτσες με κρύο νερό και τις πλένετε κανονικά στο πλυντήριο. Αν οι λεκέδες είναι παλιοί και επίμονοι, ίσως χρειαστεί να επαναλάβετε τη διαδικασία μία ακόμη φορά.

Ένα επιπλέον μυστικό αφορά τα μικρά χνούδια που συσσωρεύονται στην επιφάνεια του υφάσματος. Ένα ειδικό ξυραφάκι υφασμάτων μπορεί να αφαιρέσει τα φθαρμένα σημεία και να κάνει τις κάλτσες να δείχνουν αμέσως πιο λευκές και πιο φρέσκες.

Οι ειδικοί δεν συνιστούν τη χρήση χλωρίνης, καθώς μπορεί να καταστρέψει τις ίνες και με τον χρόνο να κιτρινίσει τα λευκά υφάσματα. Αντίθετα, το ενεργό οξυγόνο θεωρείται πιο ασφαλές και αποτελεσματική επιλογή.

Τελικά, πριν αποφασίσετε ότι οι αγαπημένες σας λευκές κάλτσες έφτασαν στο τέλος τους, χαρίστε τους λίγες ώρες φροντίδας. Το αποτέλεσμα μπορεί να σας εκπλήξει.



## État Libre d'Orange: Το άρωμα που μετατρέπει το Los Angeles σε αίσθηση

Υπάρχουν αρώματα που περιγράφουν έναν τόπο και άλλα που αποτυπώνουν ένα συναίσθημα. Το You Or Someone Like You του γαλλικού niche οίκου État Libre d'Orange καταφέρνει να κάνει και τα δύο, δημιουργώντας μια αρωματική εμπειρία εμπνευσμένη από το Los Angeles, την πόλη των αντιθέσεων, των ονείρων και της διαρκούς αναζήτησης ταυτότητας.

Πρόκειται για μία από τις πιο ξεχωριστές δημιουργίες του οίκου, που γεννήθηκε μέσα από τη συνεργασία του συγγραφέα Chandler Burr και της αρωματοποιού Caroline Sabas. Αντί να επιχειρήσουν να «φυλακίσουν» την πόλη σε ένα μπουκάλι, δημιούργησαν το πορτρέτο μιας γυναίκας που θα μπορούσε να ζει εκεί: σύγχρονη, ανεξάρτητη, γοητευτική και αιγιματική.

Το αποτέλεσμα είναι ένα από τα πιο δροσερά και «πράσινα» αρώματα της σύγχρονης niche αρωματοποιίας. Καθαρό, φωτεινό και αβίαστα κομψό, το You Or Someone Like You αποπνέει την ανεμελιά ενός ηλιόλουστου πρωινού στην Καλιφόρνια και την αίσθηση ελευθερίας που χαρακτηρίζει την πόλη των αγγέλων.

Η σύνθεσή του ανοίγει με μια έκρηξη φρεσκάδας από μέντα, γκρέιπφρουτ, περγαμόντο και γλυκάνισο, θυμίζοντας ένα παγωμένο καλοκαιρινό cocktail. Στην καρδιά του, το μαύρο φραγκοστάφυλο και το τριαντάφυλλο προσθέτουν μια εκλεπτυσμένη λουλουδάτη διάσταση, ενώ ο λευκός μόσχος στη βάση αφήνει ένα απαλό, καθαρό αποτύπωμα που θυμίζει φρεσκοπλυμένα βαμβακερά υφάσματα πάνω στο δέρμα.

Με τιμή λιανικής 160 ευρώ για τα 100 ml, αποτελεί μία από τις πιο αναγνωρίσιμες δημιουργίες της État Libre d'Orange και μια πρόταση για όσους αναζητούν ένα διαφορετικό, σύγχρονο και αυθεντικό καλοκαιρινό niche άρωμα που αφηγείται μια ιστορία μέσα από τις νότες του.

## Η ανανεωμένη σειρά Syoss Oleo Intense φέρνει επαγγελματικό αποτέλεσμα βαφής και εντατική περιποίηση στο σπίτι

Η Syoss, με περισσότερα από 45 χρόνια εμπειρίας στις επαγγελματικές λύσεις περιποίησης μαλλιών, παρουσιάζει τη νέα γενιά της δημοφιλούς σειράς Syoss Oleo Intense, επαναπροσδιορίζοντας την εμπειρία της βαφής στο σπίτι.

Η ανανεωμένη μόνιμη βαφή χωρίς αμμωνία συνδυάζει έντονο και μακράς διάρκειας χρώμα με προηγμένη περιποίηση, προσφέροντας λαμπερά και υγιή στην όψη μαλλιά.



Εμπλουτισμένη με πολύτιμα έλαια φυσικής προέλευσης, η νέα Syoss Oleo Intense προστατεύει και θρέφει τα μαλλιά κατά τη διάρκεια της βαφής, ενώ εξασφαλίζει 100% κάλυψη των λευκών και φυσικό αποτέλεσμα. Παράλληλα, η σειρά διαθέτει μια ολοκληρωμένη επαγγελματική ρουτίνα τριών βημάτων που περιλαμβάνει την κρέμα βαφής, ένα νέο ειδικό σαμπουάν για μετά τη βαφή και μια βελτιωμένη μάσκα εντατικής λάμψης.

Το σαμπουάν καθαρίζει απαλά τα μαλλιά απομακρύνοντας τα υπολείμματα βαφής, ενώ η μάσκα προσφέρει βαθιά θρέψη, ενδυνάμωση και ακόμη μεγαλύτερη λάμψη. Το αποτέλεσμα είναι χρώμα με διάρκεια και μαλλιά που δείχνουν πιο υγιή, απαλά και περιποιημένα.

Η σειρά ξεχωρίζει επίσης για το βελτιωμένο άρωμα, την πλούσια παλέτα αποχρώσεων και τη σύνθεσή της χωρίς αμμωνία, που προσφέρει μια πιο ευχάριστη εμπειρία εφαρμογής.

Παράλληλα, η Syoss ενισχύει τη δέσμευσή της στη βιωσιμότητα, χρησιμοποιώντας έλαια φυσικής προέλευσης, σωληνάρια αλουμινίου από 100% ανακυκλωμένο υλικό και ανακυκλώσιμες συσκευασίες.

Με νέο δυναμικό σχεδιασμό και το μήνυμα «You. Intensified», η ανανεωμένη Syoss Oleo Intense προσφέρει μια ολοκληρωμένη εμπειρία βαφής που συνδυάζει επαγγελματικό αποτέλεσμα, φροντίδα και σύγχρονη αισθητική.

## Meeting point επωνύμων και beauty aficionados το corner της Amoa Skin στη Beauty Macedonia



Οι ιδιοκτήτες της "Amoa Skin" Λέτα Αλεβίζου και Δανιήλ Δανηλίδης

Ιδιαίτερα δυναμική παρουσία στη φετινή διοργάνωση της έκθεσης Beauty Macedonia πραγματοποίησε η Amoa Skin, η premium εταιρεία δερμοκαλλυντικών που συνεχίζει να κερδίζει την εμπιστοσύνη του κοινού χάρη στη φιλοσοφία, την ποιότητα και την καινοτόμο προσέγγισή της στην περιποίηση της επιδερμίδας.

Στο πλαίσιο της 11ης διοργάνωσης της μεγαλύτερης έκθεσης ομορφιάς της Βόρειας Ελλάδας, η Amoa Skin διοργάνωσε ένα ξεχωριστό event στο ειδικά διαμορφωμένο beauty corner της, προσελκύοντας πλήθος επισκεπτών, επαγγελματιών του χώρου, influencers, beauty lovers, αλλά και γνωστές προσωπικότητες από τα μέσα ενημέρωσης και την τηλεόραση της Θεσσαλονίκης.

Οι παρευρισκόμενοι είχαν την ευκαιρία να γνωρίσουν από κοντά τους ιδιοκτήτες της εταιρείας, Λέτα Αλεβίζου και Δανιήλ Δανηλίδη, καθώς και να ενημερωθούν για τη φιλοσοφία και τις αξίες που βρίσκονται πίσω από κάθε προϊόν Amoa Skin. Τη μοναδική ατμόσφαιρα της εκδήλωσης συμπλήρωσαν οι μουσικές επιλογές της ραδιοφωνικής παραγωγού του Cosmoradio, Σοφίας Στεφανίδου.

Με επίκεντρο την επιστημονικά τεκμηριωμένη φροντίδα της επιδερμίδας, η Amoa Skin παρουσιάζει ολοκληρωμένες σειρές περιποίησης για κάθε ηλικία και τύπο δέρματος. Η εταιρεία επενδύει σε πρώτες ύλες υψηλής καθαρότητας, ακολουθεί αυστηρά πρότυπα παραγωγής και προωθεί μια φιλοσοφία που συνδυάζει αποτελεσματικότητα, διαφάνεια και σεβασμό προς τον καταναλωτή.

Κατά τη διάρκεια της εκδήλωσης, οι επισκέπτες γνώρισαν και δοκίμασαν τη νέα σειρά RetinLift, με την καθοδήγηση της εξειδικευμένης ομάδας της Amoa Skin, ανακαλύπτοντας πρακτικές συμβουλές και νέες τεχνικές εφαρμογής για πιο στοχευμένη και αποτελεσματική περιποίηση.

Amoa Skin: Κάθε σταγόνα, μια υπόσχεση. Επιστήμη. Φροντίδα. Αποτέλεσμα.

## Η Vichy επαναπροσδιορίζει την αντηλιακή προστασία με τη νέα σειρά Capital Soleil UV Aqua

Η αντηλιακή προστασία αποκτά νέα διάσταση χάρη στη Vichy και τη νέα σειρά Capital Soleil UV Aqua, που συνδυάζει πολύ υψηλή προστασία SPF 50+ με εξαιρετικά ανάλαφρες υφές που θυμίζουν νερό. Σχεδιασμένη για όσους δεν συμβιβάζονται ανάμεσα στην αποτελεσματικότητα και την άνεση, η νέα σειρά υπόσχεται να μετατρέψει την καθημερινή εφαρμογή αντηλιακού σε μια απολαυστική εμπειρία δροσιάς και ενυδάτωσης.

Στην καρδιά της σειράς βρίσκεται η πρωτοποριακή τεχνολογία UV Aqua, η οποία δημιουργεί ένα αόρατο προστατευτικό φιλμ στην επιδερμίδα, προσφέροντας ευρέος φάσματος προστασία από τις ακτίνες UVA και UVB, ενώ παράλληλα συμβάλλει στην άμυνα απέναντι στο οξειδωτικό στρες και τους περιβαλλοντικούς επιθετικούς παράγοντες. Η σύνθεση εμπλουτίζεται με Βιταμίνη E, Βιταμίνη Cg και το χαρακτηριστικό Ηφαιστειακό Νερό της Vichy, χαρίζοντας έως και 24ωρη ενυδάτωση χωρίς λιπαρότητα.

Η σειρά περιλαμβάνει τρεις εξειδικευμένες προτάσεις: το UV Aqua Hydrating Face Invisible Fluid SPF 50 για το πρόσωπο, διαθέσιμο και με χρώμα, το UV Aqua Hydrating Invisible Body Spray SPF 50 για το σώμα και το πρακτικό UV Aqua Invisible Stick SPF 50+ για πρόσωπο, μάτια και χείλη, ιδανικό για ανανέωση της προστασίας κάθε στιγμή της ημέρας. Ξεχωριστή θέση στη νέα σειρά έχει και το άρωμα Sunkissed Ocean, μια φρέσκια και καλοκαιρινή σύνθεση με νότες περγαμόντου, πορτοκαλιού, πράσινου μήλου, λευκού τριαντάφυλλου, βανίλιας και σανδαλόξυλου που ξυπνά εικόνες θάλασσας και καλοκαιρινών αποδράσεων.

Η παγκόσμια καμπάνια της σειράς, που γυρίστηκε στην Ελλάδα, αποτυπώνει τη φιλοσοφία της Vichy: απόλυτη προστασία, αίσθηση ελευθερίας και επιδερμίδα που παραμένει δροσερή, ενυδατωμένη και λαμπερή καθ' όλη τη διάρκεια του καλοκαιριού.

### ΔΙΑΛΕΞΕ ΤΟ ΙΔΑΝΙΚΟ UV AQUA ΓΙΑ ΕΣΕΝΑ



ΑΝΤΗΛΙΑΚΟ  
ΠΡΟΣΩΠΟΥ  
ΜΕ ΑΝΑΛΑΦΗ ΥΦΗ



STICK  
ΓΙΑ ΠΡΟΣΩΠΟ  
& ΣΩΜΑ



ΣΠΡΕΙ  
ΓΑΛΑΚΤΩΜΑ  
ΣΩΜΑΤΟΣ

## Porto Carras Athlos 2026: Η Χαλκιδική απέκτησε το δικό της μεγάλο wellness & multisport event

Με περισσότερες από 800 συμμετοχές, 48 διαφορετικές δράσεις και εκπροσώπους από 15 χώρες, το Porto Carras Athlos 2026 ολοκληρώθηκε με απόλυτη επιτυχία, γράφοντας τη δική του ιστορία στον χώρο του αθλητικού τουρισμού και της ευεξίας. Από τις 29 Μαΐου έως την 1η Ιουνίου, το εμβληματικό Porto Carras Grand Resort μετατράπηκε σε έναν ζωντανό πυρήνα αθλητισμού, ευεξίας και εμπειριών, φιλοξενώντας το πρώτο μεγάλο wellness & multisport event που πραγματοποιήθηκε ποτέ στη Χαλκιδική.

Η διοργάνωση συγκέντρωσε αθλητές, trainers, instructors και επισκέπτες από την Ελλάδα, την Ευρώπη, την Ασία και την Αμερική, επιβεβαιώνοντας τον διεθνή χαρακτήρα της. Yoga sessions δίπλα στη θάλασσα, pilates, calisthenics, cross training, αγώνες τρεξίματος, beach volley, τένις,



Το Porto Carras Athlos δεν περιορίστηκε μόνο στον αθλητισμό. Οι συμμετέχοντες απόλαυσαν γαστρονομικές εμπειρίες με την υπογραφή του βραβευμένου chef Λευτέρη Λαζάρου, wine tasting στο Domaine Porto Carras, wellness workshops, sunset yoga και pilates sessions, αλλά και το εντυπωσιακό Champions League Watch Party.

Σημαντική ήταν η συμβολή των χορηγών και συνεργατών της διοργάνωσης, που ενίσχυσαν ουσιαστικά την εμπειρία των συμμετεχόντων, ενώ η φιλοξενία στο Porto Carras Meliton Hotel ανέδειξε για ακόμη μία φορά τις υψηλού επιπέδου υπηρεσίες του resort.

Το Porto Carras Athlos απέδειξε ότι η Χαλκιδική μπορεί να αποτελέσει διεθνή προορισμό αθλητικού τουρισμού και ευεξίας. Με την επιτυχία της πρώτης διοργάνωσης να ξεπερνά κάθε προσδοκία, το ραντεβού για το 2027 θεωρείται ήδη δεδομένο.



ποδόσφαιρο και golf συνέθεσαν ένα πρόγραμμα υψηλού επιπέδου που προσέφερε εμπειρίες για όλες τις ηλικίες και όλα τα επίπεδα φυσικής κατάστασης.

Ξεχωριστή στιγμή αποτέλεσαν τα Football Clinics με τον πρωταθλητή Ευρώπης Κώστα Κατσουράνη, καθώς και οι δράσεις beach soccer, ενώ στο beach volley πρωταγωνίστησε η δύο φορές Ολυμπιονίκης Έφη Σφυρή. Παράλληλα, το The Giant Run Series προσέφερε μοναδικές διαδρομές μέσα στους αμπελώνες του Domaine Porto Carras, δίπλα στη θάλασσα και στο φυσικό τοπίο της Σιθωνίας.





## Γιατί οι άντρες εμφανίζουν ταχύτερη "ψυχολογική γήρανση" από τη βιολογική



## Το FIFA World Cup 2026 «παίζει μπάλα» στο The Mall Athens

Ο πυρετός του ποδοσφαίρου ανεβαίνει και το The Mall Athens μετατρέπεται αυτόν τον Ιούνιο στον απόλυτο προορισμό για τους φίλους του αθλήματος. Η adidas και η INTERSPORT φέρνουν τη μαγεία του FIFA World Cup 2026 μέσα από το «Take The Challenges», μια διαδραστική εμπειρία γεμάτη παιχνίδια, προκλήσεις και μοναδικά δώρα που θα διαρκέσει έως τις 20 Ιουνίου.

Για 20 ημέρες, το μεγαλύτερο εμπορικό κέντρο της χώρας φιλοξενεί τέσσερις ξεχωριστές ποδοσφαιρικές δραστηριότητες που απευθύνονται σε μικρούς και μεγάλους. Οι επισκέπτες έχουν την ευκαιρία να δοκιμάσουν τις ικανότητές τους, να μετρήσουν τις γνώσεις τους γύρω από το ποδόσφαιρο και να ζήσουν τον παλμό της κορυφιαίας ποδοσφαιρικής διοργάνωσης του πλανήτη.

Ξεχωρίζει το «Trionda Speed Challenge», ένα παιχνίδι ταχύτητας και αντανάκλαστικών όπου οι συμμετέχοντες καλούνται να αντιδράσουν άμεσα σε φωτιζόμενες μπάλες, ενώ στο «Football Pitch» η δράση μεταφέρεται στο γήπεδο με γρήγορους αγώνες και στόχο το γκολ. Παράλληλα, το «Guess Who» δοκιμάζει τις γνώσεις των παικτών μέσα από ένα διασκεδαστικό quiz ποδοσφαιρικών προσωπικοτήτων.

Η εμπειρία ολοκληρώνεται στο «Customization Station @ FIFA Quiz», όπου οι επισκέπτες μπορούν να παρακολουθούν live scores, να συμμετέχουν σε διαδραστικά παιχνίδια γνώσεων και να δημιουργήσουν τη δική τους προσωποποιημένη FIFA μπλούζα ως αναμνηστικό της διοργάνωσης.

Συλλεκτικά δώρα και εκπλήξεις από την adidas και την INTERSPORT περιμένουν όσους συμμετάσχουν στις δραστηριότητες, προσθέτοντας ακόμη περισσότερη ένταση στη γιορτή του ποδοσφαίρου.

Το «Take The Challenges» πραγματοποιείται καθημερινά από Δευτέρα έως Παρασκευή 17:00-21:00 και κάθε Σάββατο 12:00-20:00. Αυτόν τον Ιούνιο, η καρδιά του FIFA World Cup χτυπά στο The Mall Athens και προσκαλεί όλους να μπουν στο παιχνίδι.

Η γήρανση δεν είναι μόνο βιολογική διαδικασία, αλλά και ψυχολογική μεταβολή που επηρεάζεται έντονα από τις κοινωνικές σχέσεις. Σύγχρονες έρευνες πάνω στη μοναξιά και την κοινωνική απομόνωση δείχνουν ότι οι άντρες τείνουν να εμφανίζουν πιο έντονα σημάδια ψυχολογικής φθοράς με την πάροδο του χρόνου, όχι απαραίτητα λόγω της ηλικίας, αλλά λόγω του τρόπου που διαμορφώνονται οι κοινωνικοί τους δεσμοί. Μεγάλες αναλύσεις δεδομένων ενηλίκων έχουν δείξει ότι οι άντρες, κατά μέσο όρο, έχουν πιο περιορισμένα κοινωνικά δίκτυα σε σχέση με τις γυναίκες και βασίζονται συχνότερα σε μία ή δύο βασικές σχέσεις για συναισθηματική υποστήριξη.

Αυτό γίνεται ιδιαίτερα σημαντικό σε περιόδους αλλαγών, όπως ένας χωρισμός, η απώλεια συντρόφου ή η μείωση κοινωνικής δραστηριότητας, καθώς η απουσία ευρύτερου δικτύου μπορεί να ενισχύσει το αίσθημα απομόνωσης. Έρευνες έχουν συνδέσει τη χρόνια μοναξιά με αυξημένα επίπεδα στρες, χαμηλότερη ψυχολογική ανθεκτικότητα και μεγαλύτερο κίνδυνο καταθλιπτικών συμπτωμάτων, ανεξάρτητα από τη βιολογική υγεία.

Παράλληλα, μελέτες δείχνουν ότι οι άντρες είναι λιγότερο πιθανό να εκφράσουν συναισθηματική δυσφορία ή να αναζητήσουν υποστήριξη, κάτι που μπορεί να καθυστερήσει την αντιμετώπιση ψυχολογικών δυσκολιών. Έτσι, η "ψυχολογική γήρανση" δεν συνδέεται με το σώμα, αλλά με τη σταδιακή μείωση της κοινωνικής και συναισθηματικής ενεργοποίησης.

quote of the day

**ΠΡΟΣΕΧΕ ΝΑ ΜΗ ΓΙΝΕΙΣ ΤΟΣΟ ΑΠΑΣΧΟΛΗΜΕΝΟΣ ΚΑΤΑΓΡΑΦΟΝΤΑΣ ΤΗ ΖΩΗ ΣΟΥ, ΠΟΥ ΞΕΧΑΣΕΙΣ ΝΑ ΤΗ ΖΗΣΕΙΣ.**

**Σήμερα  
γιορτάζουν!**  
Καλλιόπη, Καλλιοπία,  
Πόπη, Κάλια,  
Πίτσα, Ναυκράτιος,  
Ναυκράτης



**8 Ιουνίου**

- > Παγκόσμια Ημέρα Ωκεανών
- > World Brain Tumor Day
- > Bounty Day
- > National Best Friends Day
- > Upsy Daisy Day