

ΠΑΝΤΕΙΟΝ ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΚΟΙΝΩΝΙΚΩΝ ΚΑΙ ΠΟΛΙΤΙΚΩΝ ΕΠΙΣΤΗΜΩΝ

PANTEION UNIVERSITY OF SOCIAL AND POLITICAL SCIENCES



ΣΧΟΛΗ ΚΟΙΝΩΝΙΚΩΝ ΕΠΙΣΤΗΜΩΝ

ΤΜΗΜΑ ΚΟΙΝΩΝΙΚΗΣ ΑΝΘΡΩΠΟΛΟΓΙΑΣ

ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ ΜΕΤΑΠΤΥΧΙΑΚΩΝ ΣΠΟΥΔΩΝ

«ΚΟΙΝΩΝΙΚΗ ΚΑΙ ΠΟΛΙΤΙΣΜΙΚΗ ΑΝΘΡΩΠΟΛΟΓΙΑ»

2020 - 2022

Χώροι, Σωματικότητες και Ψηφιακότητα:

Μία ανθρωπολογική προσέγγιση των μετασχηματισμών του γκράφιτι

ΔΙΠΛΩΜΑΤΙΚΗ ΕΡΓΑΣΙΑ

Μαρία Δεμερτζή

Αθήνα, 2022

Τριμελής Επιτροπή

Πετρίδης Πέτρος, Επίκουρος Καθηγητής Παντείου Πανεπιστημίου (Επιβλέπων)

Αγγελίδου Αλίκη, Επίκουρη Καθηγήτρια Παντείου Πανεπιστημίου

Γιαλούρη Ελεάνα, Αναπληρώτρια Καθηγήτρια Παντείου Πανεπιστημίου



Copyright © Μαρία Δεμερτζή, 2022

All rights reserved. Με επιφύλαξη παντός δικαιώματος.

Απαγορεύεται η αντιγραφή, αποθήκευση και διανομή της παρούσας διπλωματικής εργασίας εξ ολοκλήρου ή τμήματος αυτής, για εμπορικό σκοπό. Επιτρέπεται η ανατύπωση, αποθήκευση και διανομή για σκοπό μη κερδοσκοπικό, εκπαιδευτικής ή ερευνητικής φύσης, υπό την προϋπόθεση να αναφέρεται η πηγή προέλευσης και να διατηρείται το παρόν μήνυμα. Ερωτήματα που αφορούν τη χρήση της διπλωματικής εργασίας για κερδοσκοπικό σκοπό πρέπει να απευθύνονται προς τον συγγραφέα.

Η έγκριση της διπλωματικής εργασίας από το Πάντειο Πανεπιστήμιο Κοινωνικών και Πολιτικών Επιστημών δεν δηλώνει αποδοχή των γνώμων του συγγραφέα.

Για την εκπόνηση της παρούσας διπλωματικής εργασίας, ευχαριστώ από καρδιάς τον επιβλέποντα καθηγητή μου, κ. Πέτρο Πετρίδη, για την αμέριστη συμπαράσταση, ηρεμία και φυσικά την επιστημονική του καθοδήγηση καθ' όλη τη διάρκεια διεξαγωγής της έρευνας και συγγραφής του κειμένου.

Ευχαριστώ επίσης, τους συνομιλητές και τις συνομιλήτριες μου για όλες τις πληροφορίες που μοιράστηκαν μαζί μου. Ιδιαίτερα ευχαριστώ τους Boris και Pantoflas, που αποτέλεσαν τις κύριες πηγές γνώσης σε αυτό το ερευνητικό εγχείρημα.

Τέλος ευχαριστώ, όλες τις φίλες και όλους τους φίλους καθώς και την οικογένεια μου που με ήταν δίπλα μου όλο αυτό τον καιρό.

Περιεχόμενα

0.0 Εισαγωγή 7 - 9

0.1 Μεθοδολογία 10 - 14

0.2 Θεωρητικό Πλασίο 15 - 19

1.1 Σώματα σε κατ' οίκον εγκλεισμό, σώματα στα Μέσα Κοινωνικής Δικτύωσης (ΜΚΔ) 20 - 27

1.2 Δημόσιος / Ψηφιακός / Ιδιωτικός Χώρος 28 - 29

2.0 Ψηφιακός Χώρος & Graffiti 30 - 35

2.1 Graffiti πριν την Web 2.0 Εποχή 35 - 37

2.2 Μόνιμα Εφήμερο 37 - 39

3.0 Κυκλοφοριακή Μονιμότητα: Η κυκλοφορία των αντικειμένων 41 - 43

3.1 Ψηφιακή τέχνη του δρόμου, Συναλλαγές & NFTs 44 - 50

3.2 NFTs υπό δημιουργία 51 - 53

Επίλογος 54

Βιβλιογραφία 52 - 57

Περίληψη

Στο παρόν κείμενο μελετάται η κίνηση «κομματιών» γκράφιτι μεταξύ διαφορετικών χώρων. Ως χώρος εννοείται τόσο ο φυσικός δημόσιος χώρος όσο και ο ψηφιακός χώρος των μέσων κοινωνικής δικτύωσης (Facebook, Instagram και Messenger), καθώς επίσης και ο ιδιωτικός οικιακός χώρος. Εν ολίγοις, το γκράφιτι προσεγγίζεται τόσο ως εικόνα στους τοίχους του δημόσιου χώρου όσο και ως ψηφιοποιημένη εικόνα στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης και στους ιδιωτικούς τοίχους σπιτιών με τη μορφή των NFTs, με το σώμα να αποτελεί τον δίαυλο επικοινωνίας ανάμεσα σε αυτούς τους διαφορετικούς χώρους. Πιο συγκεκριμένα, εξετάζονται οι μετασχηματισμοί που υπόκεινται τα έργα γκράφιτι μέσα από τις προαναφερθείσες αναμεσοποιήσεις τους (της ένταξης του βαμμένου τοίχου του δρόμου σε άλλα μέσα) όσο και μετασχηματισμοί της ίδιας της πρακτικής του γκραφίτι. Κατά την εκτίμησή μου, ο φυσικός και ο ψηφιακός χώρος δεν αποτελούν τους δύο πόλους ενός διχοτομικού σχήματος με τον δεύτερο συχνά να θεωρείται υποδεέστερος σε όρους πραγματικότητας και αυθεντικότητας από πολλούς δημιουργούς γκράφιτι, αλλά είναι άρρηκτα συνδεδεμένοι, θέση την οποία υποστηρίζω στο σύνολο του κειμένου.

Λέξεις - Κλειδιά: Χώρος, σώμα, μετασχηματισμός, μέσα κοινωνικής δικτύωσης, γκράφιτι, NFTs

Abstract

This paper studies the movement of graffiti "pieces" between different spaces. By space we mean both the physical public space and the digital space of social media (Facebook, Instagram and Messenger), as well as the private domestic space. In short, graffiti is approached both as an image on the walls of public space and as a digitized image on social media and private home walls in the form of NFTs, with the body being the channel of communication between these different spaces. More specifically, the transformations that graffiti works undergo through their aforementioned remixings (of the integration of the painted street wall into other media) are examined, as well as transformations of the practice of graffiti itself. In my estimation, physical and digital space are not the two poles of a dichotomous schema with the latter often considered inferior in terms of reality and authenticity by many graffiti artists, but are inextricably linked, a position I argue throughout the text.

Keywords: Space, body, transformation, social media, graffiti, NFTs.

0.0 Εισαγωγή

Σημείο εστίασης της παρούσας εργασίας είναι τα γκράφιτι¹ και η κυκλοφορία τους σε διαφορετικούς χώρους. Συγκεκριμένα, θα καταστεί προσπάθεια διερεύνησης του περάσματος του γκράφιτι από τον τοίχο του δημόσιου χώρου του δρόμου στον Τοίχο² του Facebook και του Instagram και, από εκεί, στο εκ νέου πέρασμα είτε σε έναν ιδιωτικό τοίχο διαμερίσματος είτε στην πλήρως ψηφιοποιημένη μορφή τους, τα NFTs³. Τα NFTs είναι ένα από τα πιο σύγχρονα παραδείγματα ψηφιακής εικόνας, τα οποία σε αυτό το κείμενο επιθυμώ να λειτουργήσουν ως μέσο επικύρωσης των όσων θα γραφτούν, αφού κατά τη γνώμη μου αποτελούν το τελικό στάδιο επικοινωνίας του δημόσιου χώρου με τον ψηφιακό. Όσον αφορά τα γκράφιτι, τα NFTs είναι το ψηφιακό παράγωγο μίας εικόνας που παράγεται στο δημόσιο χώρο του δρόμου.

Το θέμα που περιγράφω ξεκίνησε να μου κεντρίζει το ενδιαφέρον από τον Μάρτιο του 2020, την περίοδο της πρώτης καραντίνας, κατά τη διάρκεια της οποίας ενώ τα φυσικά μας σώματα ήταν σε εγκλεισμό, το ψηφιακό μας σώμα συνέχιζε να παρακολουθεί τι συμβαίνει «έξω». «Έξω» από τον χώρο του σπιτιού, αλλά «μέσα» στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης (εφεξής ΜΚΔ). Αυτό συνέβαινε γιατί υπήρχε συνεχής ανατροφοδότηση του Timeline ή αλλιώς του Τοίχου του Facebook από τα άτομα που ακολουθούσα. Ο Τοίχος γέμιζε είτε με αφίσες είτε με γκράφιτι που αναφέρονταν στην κοινωνικοπολιτισμική κατάσταση που βιώναμε ως υποκείμενα σε εγκλεισμό. Αυτές οι αφίσες και τα κομμάτια γκραφίτι (graffiti pieces) δημιουργούσαν μία επικοινωνία του «μέσα» με το «έξω», του δημόσιου με το ιδιωτικό, με το σώμα να λειτουργεί ως διάυλος αυτής της επικοινωνίας.

¹ Στο σύνολο του κειμένου θα χρησιμοποιηθεί ο όρος «γκράφιτι» για να αναφερθώ στα έργα αυτά καθ'εαυτά, ενώ με τον όρο «γκραφίτι» θα αναφέρομαι στην πρακτική της δημιουργίας ενός έργου.

² Στο σύνολο του κειμένου θα χρησιμοποιηθεί η λέξη «τοίχος», με μικρό «τ» για να υποδηλώσει τον τοίχο του δημόσιου, φυσικού χώρου. Με τον όρο «Τοίχος», με κεφαλαίο «Τ», υποδηλώνεται ο Τοίχος του Facebook, καθώς έτσι αναγράφεται και από την πλατφόρμα στην αρχική της σελίδα.

³ NFTs: Non-Fungible Tokens. Είδος ψηφιοποιημένης εικόνας που αποκτάται με κρυπτονομίσματα. Θα αναφερθώ εκτενώς στο τελευταίο κεφάλαιο.

Από τη δεκαετία του 1960 τα γκραφίτι, παραδοσιακά, δημιουργούνται από τον «δρόμο για τον δρόμο» και με σκοπό να παραμείνουν εκεί για όσο χρονικό διάστημα επιτρέψουν οι συνθήκες που συμβάλλουν στον εφήμερο χαρακτήρα τους (καιρικές συνθήκες, ανθρώπινες παρεμβάσεις). Για την έννοια του «εφήμερου» θα μιλήσουμε αναλυτικότερα στη συνέχεια του κειμένου. Εντούτοις, η ψηφιακή τεχνολογία από τη δεκαετία του 1990 και έπειτα έχει συμβάλει αποφασιστικά στον μετασχηματισμό των πρακτικών του βαψίματος και της επικοινωνίας των γκραφιτάδων τόσο μεταξύ όσο και, κυρίως, με το κοινό στο οποίο απευθύνονται με κάθε έργο τους. Σημαντικό παράγοντα σε αυτή την αλλαγή αποτέλεσε η ανάπτυξη του Web 2.0. Ως Web 2.0 χαρακτηρίζεται το διαδίκτυο από τη δεκαετία του 2000 και έπειτα. Βασικά του γνωρίσματα είναι ο υψηλός βαθμός διάδρασης ανάμεσα στα υποκείμενα που χρησιμοποιούν μία ιστοσελίδα, μία πλατφόρμα ή ένα μέσο κοινωνικής δικτύωσης. Επιπλέον, σύμφωνα με τους Παπαηλία και Πετρίδη, το Web 2.0 «χαρακτηρίζεται από την εντατική συμμετοχή των χρηστών και την παραγωγή περιεχομένου από αυτούς/ αυτές (user - generated content), τη συνεργατικότητα και τον διαμοιρασμό πληροφορίας και πολιτισμικών αγαθών» (2015: 11-12).

Βασικές έννοιες, λοιπόν, για αυτή την εργασία είναι αυτές του χώρου, του σώματος και του γκραφίτι με σημείο αναφοράς συγκεκριμένες ψηφιακές τεχνολογίες, όπως εκείνες των μέσων κοινωνικής δικτύωσης και των NFTs. Βασικά ερωτήματα είναι α) τι μετασχηματισμοί λαμβάνουν χώρα αναφορικά με την επικοινωνία των ατόμων μέσω του περάσματος από τον φυσικό χώρο στον ψηφιακό και β) τι κοινωνικές συνδηλώσεις δημιουργούνται μέσα από αυτό το πέρασμα αναφορικά με το υποκείμενο και τη σωματικότητά του. Θα επικεντρωθώ σε συγκεκριμένα μέσα κοινωνικής δικτύωσης όπως το Facebook, το Messenger και το Instagram, τα οποία αποτελούν κύρια μέρη και χώρους διεξαγωγής αυτής της έρευνας.

Λίγα λόγια για το γκραφίτι

Η ιστορία του γκραφίτι ξεκινά από τα τέλη της δεκαετίας του 1970, στο Μπρονξ της Νέας Υόρκης, όπου ο τότε έφηβος TAKI 184 έγραψε για πρώτη φορά το όνομά του στους τοίχους της πόλης - αυτό είναι το λεγόμενο *tag*, στην γλώσσα των writers/graffiti writers. Αυτό χαρακτηρίστηκε ως New York Style ή κλασικό γκραφίτι. (Καραθανάσης, 2010). Από τότε το γκραφίτι έχει υποστεί πολλές αλλαγές και μετασχηματισμούς. Μία από τις σημαντικότερες είναι ο διαχωρισμός που υπάρχει ανάμεσα στο γκραφίτι και στην street art. Το γκραφίτι ξεκίνησε από τα χαμηλά κοινωνικά στρώματα του Μπρονξ και ειδικά από τις μεταναστευτικές ομάδες της περιοχής, αφού αυτό αποτελούσε ένα μέσο επικοινωνίας με την ευρύτερη κοινωνία αλλά και έναν τρόπο εδραίωσης της ύπαρξής τους στην περιοχή. Όπως αναφέρει και ένας συνομιλητής μου που εξασκεί την πρακτική του γκραφίτι:

«Το γκράφιτι για μένα έρχεται και συνδέεται με τη λογική του να γράφεις το όνομά σου, να διαδώσεις και να ταξιδέψει - δεν είναι μόνο το να διαδώσεις το όνομά σου με την έννοια της φήμης αλλά να κερδίσεις όσα περισσότερα spot⁴ μπορείς μέσα στην πόλη, είναι σαν παιχνίδι, έχει το νόημά του και στο πώς συνομιλείς με την υπόλοιπη κοινότητα είναι πολύ σημαντικό».

Από την άλλη πλευρά, η street art ή αλλιώς τέχνη του δρόμου, έχει ως στόχο την καλαισθησία του δημόσιου χώρου, όπως αναφέρει ο συνομιλητής μου, και κατά κύριο λόγο δεν χαρακτηρίζεται ως παράνομη. Επίσης, ένα έργο street art μπορεί να χρηματοδοτηθεί από δημόσιο φορέα για να πραγματοποιηθεί, μπορεί να φιλοξενηθεί σε χώρους γκαλερί, σε αντίθεση με ένα γκράφιτι tag (γκραφίτι πρακτική κατά την οποία το άτομο γράφει το όνομά του) ή ένα πολιτικό γκράφιτι για τα οποία θα γίνει κάθε δυνατή προσπάθεια διαγραφής τους από τον δημόσιο χώρο. Τέλος, συχνά τα street art έργα λέγονται murals.

Στην παρούσα εργασία θα εστιάσω στη μελέτη των γκραφίτι, ενώ στο τέλος, σε συνάρτηση με τη συζήτηση γύρω από τα NFTs, θα γίνει αναφορά σε μία ομάδα γκραφιτάδων οι οποίοι πραγματοποίησαν ένα Mural Project, αναλύοντας την ιδιαιτερότητα του συγκεκριμένου εγχειρήματος.

⁴ Spot: Μέρη που έχει γράψει το όνομά του ένας γκραφίτι writer

0.1 Μεθοδολογία

Η ανθρωπολογία επιστημολογικά και μεθοδολογικά εδραιώνεται με την επιτόπια έρευνα με συμμετοχική παρατήρηση, κατά την οποία ο/η εθνογράφος μεταβαίνει στον τόπο του ερευνητικού ενδιαφέροντος και συμβιώνει με τους κατοίκους του. «Η αναπαράσταση των πολιτισμών ως περιγεγραμμένων, ομοιογενών και εν πολλοίς σταθερών μονάδων συνδυαζόταν με την υπόθεση ότι το «πεδίο» ήταν ένας συγκεκριμένος χώρος: τοπικά καθορισμένος, συχνά απομονωμένος και χωρικά περιγεγραμμένος, μια άποψη που οδηγούσε στη «μελέτη χωριού ή κοινότητας». (Γκέφου-Μαδιανού, 2009: 17)

Η ανθρωπολογία έχει δεχθεί κριτική εκ των έσω ως μία αποικιακή επιστήμη καθώς οι εθνογράφοι ήταν κατά κόρον δυτικοί, λευκοί και μελετούσαν τον εξωτικό «Άλλο» σε περιοχές εκτός Δύσης. Με το πέρασμα των χρόνων αυτή η συνθήκη άρχισε να μετασχηματίζεται καθώς στα ερευνητικά ενδιαφέροντα της ανθρωπολογίας άρχισαν να περιλαμβάνονται και οι λεγόμενες δυτικές κοινωνίες. Έτσι, άρχισε να γίνεται λόγος για την *ανθρωπολογία οίκοι*. Η στροφή προς μία ανθρωπολογία οίκοι, δηλαδή τη μελέτη σύγχρονων και πολυσύνθετων δυτικών κοινωνιών έρχεται στην επιφάνεια μετά το ρεύμα της πολιτισμικής κριτικής, κατά το οποίο η ανθρωπολογία αμφισβητείται ως προς τα μεθοδολογικά της εργαλεία (πχ. επιτόπια έρευνα) αλλά και τη γραφή της στο πλαίσιο της μονογραφίας. Υπό αυτό το πρίσμα ο λόγος της ανθρωπολογίας χαρακτηρίστηκε ποιητικός και όχι επιστημονικός, γεγονός που προκάλεσε αναταράξεις στον εν λόγω επιστημονικό κλάδο, με αποτέλεσμα την έλευση της αναστοχαστικής και κριτικής περιόδου, ιδιαίτερα από τη δεκαετία του 1980 και έπειτα.

Μερικά χρόνια αργότερα ο G. Marcus (1995), θα εισηγηθεί την «πολυτοπική» εθνογραφία. Ο Marcus προτρέπει τους εθνογράφους να ακολουθήσουν ιδέες, διαδικασίες, αντικείμενα και ανθρώπους σε διαφορετικές τοπικότητες αντί του να υλοποιήσουν την έρευνά τους σε έναν μόνο τόπο, όπως συνέβαινε στις μελέτες

χωριών ή κοινοτήτων. Η εντατικοποίηση των διαδικασιών της παγκοσμιοποίησης και η διάχυση των νέων τεχνολογιών είχε ήδη οδηγήσει στη σημαντική σχετικοποίηση της απόστασης μεταξύ του «εδώ» και του «εκεί», ενώ παράλληλα είχε αρχίσει να αμφισβητείται και η ιδέα ότι οι πολιτισμοί βρίσκονται ριζωμένοι σε έναν μόνο τόπο. Ο τόπος της έρευνας μεταφέρεται όπου κινείται η ιδέα, ή η κατάσταση που μελετά ο/η ανθρωπολόγος. Το εθνογραφικό πεδίο παύει να είναι ένα, παύει να είναι συγκεκριμένο και μονοδιάστατο και χαρακτηρίζεται από διάδραση, κίνηση και συνεχή αλλαγή.

Οι Παπαηλία και Πετρίδης (2015) στο έργο τους *Ψηφιακή Εθνογραφία 1.0* συζητούν τους μετασχηματισμούς και τη διεύρυνση του ανθρωπολογικού πεδίου. Με την έλευση του ρεύματος της πολιτισμικής κριτικής, την επιρροή από το έργο του G. Marcus αλλά και τον ολοένα πιο ενεργό ρόλο του διαδικτύου στην κοινοτική καθημερινότητα, οι ανθρωπολόγοι ανοίχτηκαν και στο πεδίο του Διαδικτύου. Κάτι το οποίο, σύμφωνα και με τους Παπαηλία και Πετρίδη (2015: 10 - 17) δεν συνέβη ούτε εν μία νυκτί, αλλά ούτε και χωρίς συγκρούσεις. Με τη μετατόπιση του εθνογραφικού ενδιαφέροντος προς τον ψηφιακό χώρο, οι ανθρωπολόγοι ακολουθούν τις συζητήσεις, τα σχόλια, τις φωτογραφίες και τις δημοσιεύσεις των χρηστών ενώ ο χώρος διεξαγωγής της έρευνας δεν είναι απαραίτητα κάποιο χωριό ή μία συγκεκριμένη γεωγραφική περιοχή. Όπως αναφέρουν και οι T. Boellstorff κ.α. (2012: 6) στο βιβλίο *«Ethnography in Virtual Worlds: A Handbook of Method»*, «η εθνογραφία είναι μία ευέλικτη, απαντητική μεθοδολογία, ευαίσθητη στα αναδυόμενα φαινόμενα και τα ανερχόμενα ερευνητικά ερωτήματα».

Πιο συγκεκριμένα, κατά την πρώιμη φάση ενασχόλησης της ανθρωπολογίας με το διαδίκτυο αναδύονται δύο διαφορετικές μεθοδολογικές τάσεις που το προσεγγίζουν σε όρους τόπου. Η πρώτη, με βασικούς εκπροσώπους τους ανθρωπολόγους Daniel Miller και Don Slater διερευνά του διαδίκτυο «Αλλού» και συγκεκριμένα σε μη δυτικές κοινωνίες. Στο βιβλίο τους *«The Internet: An Ethnographic Approach»* (2000), οι δύο ανθρωπολόγοι μελετούν τις διαδικασίες ενσωμάτωσης των ψηφιακών τεχνολογιών στο Τρινιτάντ συνθέτοντας την online εθνογραφία με

συνεντεύξεις και συμμετοχική παρατήρηση σε χώρους όπως τα internet café. Από την άλλη, ο ανθρωπολόγος Tom Boellstorff στο έργο του «Coming of Age in Second Life: An Anthropologist Explores the Virtually Human» (2008) μελετά τον ψηφιακό κόσμο του παιχνιδιού Second Life ως «άλλο τόπο», τον οποίο ο/η εθνογράφος μπορεί να επισκεφθεί όπως στο κλασικό παράδειγμα της επιτόπιας έρευνας. Ο Boellstorff επιτελεί την επιτόπια έρευνα με συμμετοχική παρατήρηση μόνο στον κόσμο του παιχνιδιού, χωρίς να λαμβάνει υπόψη του άλλους χώρους πέρα από τα ψηφιακά του όρια.

Η παρούσα εργασία μεθοδολογικά ακολουθεί την κίνηση των κομματιών γκράφιτι σε διαφορετικούς χώρους. Η έρευνα ξεκινά από τους δρόμους της Κυψέλης, συνεχίζεται σε συζητήσεις σε καφέ της Κυψέλης με graffiti writers σχετικά με τα έργα τους και περνά στον ψηφιακό χώρο των Instagram, Facebook και Messenger. Συγχρόνως, εισχωρεί, μέσω αυτών των πλατφορμών, σε ιδιωτικούς χώρους - οίκους (τοίχος διαμερίσματος), συνομιλεί με τις διάφορες σωματικότητες που συναντά στο διάβα της και το τελευταίο αλλά καταλυτικό πέρασμα αυτής της κίνησης είναι ένα ψηφιακό δίκτυο (blockchain) με NFTs.

Έτσι, για αυτό το ερευνητικό εγχείρημα πραγματοποιήθηκαν συζητήσεις ανοιχτού τύπου με γκραφίτι writers και street artists που εδράζονται κυρίως στην Αθήνα (κέντρο) και κινούνται τόσο κατά μόνας όσο και σε ομάδες. Παράλληλα, επιλέχθηκαν άτομα τα οποία έχουν παρουσία στα ΜΚΔ με την ιδιότητα των γκραφίτι writers. Ο σκοπός ήταν να διερευνηθεί η εμπειρία τους αναφορικά με τον διαμοιρασμό των έργων τους και το κατά πόσο αυτή η εμπλοκή με τα ΜΚΔ επηρέασε την εικόνα που είχαν για το γκραφίτι, μια πρακτική που παραδοσιακά επιτελούνταν στον τοίχο του δρόμου με σκοπό να παραμείνει αποκλειστικά εκεί. Με άλλα λόγια θέλησα να διερευνήσω τι σημαίνει για αυτά τα άτομα η δυνατότητα περάσματος του έργου τους από τον τοίχο του δρόμου στον Τοίχο των ΜΚΔ, όπου οι συνθήκες ύπαρξης διαφέρουν κατά πολύ από αυτές του φυσικού χώρου. Στις συνθήκες αυτές θα αναφερθώ στα κεφάλαια 1.2 και 2.2, που αφορούν την μονιμότητα και μη του γκραφίτι στους διαφορετικούς χώρους.

Για τους σκοπούς της μελέτης δημιουργήθηκε ο λογαριασμός «_digital_ethnographer» στο Instagram, όπου στο bio (εισαγωγικό βιογραφικό σημείωμα) του αναγράφει «Just a social anthropologist, researching digitality & graffitis», με σκοπό την αμεσότερη σύνδεση και επικοινωνία με γκραφιτάδες που κινούνται στον χώρο του Instagram, δίνοντας εξαρχής να γίνει κατανοητό ότι ο λογαριασμός εξυπηρετεί καθαρά ακαδημαϊκούς και ερευνητικούς σκοπούς. Έτσι, με την κοινοποίηση stories⁵ (Ιστορία), τα κατάλληλα hashtags και τις δημοσιεύσεις, για να συνδεθεί το προφίλ μου με τη ροή που είναι ορατή σε άτομα που ενδιαφέρονται για γκράφιτι, κατάφερα και ήρθα σε επαφή με graffiti writers και street artists και συνομιλήσαμε για τους λόγους που μοιράζονται το υλικό τους στις ψηφιακές πλατφόρμες. Με τα hashtags, δηλαδή συγκεκριμένες λέξεις ή φράσεις που αναγράφονται σε δημοσιεύσεις χρησιμοποιώντας το σύμβολο της δέησης, «#», δημιουργείται ένας ψηφιακός χώρος στον οποίο, δημοσιεύσεις από διάφορα προφίλ ενώνονται λόγω αυτής της λέξης - φράσης. Με αυτό τον τρόπο μπορεί ο / η χρήστης να ανακαλύψει προφίλ που δεν ακολουθούσε αλλά έχουν κοινά ενδιαφέροντα, πχ. γκραφίτι.

Κεντρικό ρόλο στην ερευνητική διαδικασία έχουν διαδραματίσει οι graffiti writers Pantoflas και Boris (Good Guy Boris). Ο δεύτερος, εδώ και αρκετά χρόνια έχει κάνει μέρος της εμπειρίας του βαψίματος τις ψηφιακές πλατφόρμες και την ψηφιοποίηση των κομματιών του. Επιπρόσθετα, ο ίδιος έχει δημιουργήσει μερικά NFTs και έχει επενδύσει σε αυτή τη νέα μορφή ψηφιακής εικόνας και ευρύτερα παραγόμενου υλικού.

Τέλος, πραγματοποιήθηκε ενδελεχής βιβλιογραφική έρευνα τόσο πρωτογενών πηγών θεωρίας και φιλοσοφικών δοκιμίων γύρω από θέματα ψηφιακότητας, δημόσιου και ιδιωτικού χώρου, σωματικότητας και ψηφιακών πλατφορμών, όσο και δευτερογενών πηγών (περιοδικές εκδόσεις, journals) που συμπεριλαμβάνουν συνεντεύξεις από

⁵ Stories: ελλ. Ιστορία. Είναι οι δημοσιεύσεις στο Instagram που παραμένουν μόνο για 24 ώρες και έπειτα δεν είναι διαθέσιμες για να τις δουν οι ακόλουθοι.

graffiti writers / καλλιτέχνες του εξωτερικού που συζητούν για το γκραφίτι, το μέλλον του, καθώς και τη «νέα» του συνθήκη και υπόσταση στο πλαίσιο της ψηφιακότητας.

0.2 Θεωρητικό Πλαίσιο

Σε αυτό το κεφάλαιο θα αναφερθώ στις βασικές θεωρητικές προσεγγίσεις και έννοιες από τις οποίες αντλώ για την εκπόνηση αυτής της εργασίας.

Εκκινώντας από την έννοια του χώρου, σημαντική για την εργασία μου είναι η θεωρητική συμβολή του φαινομενολόγου Ch. Tilley και του έργου του «A phenomenology of landscape» (1994). Ο Tilley υποστηρίζει ότι, ο τόπος είναι χώρος ανθρωπογενής και άρρηκτα συνδεδεμένος με τη δράση των ατόμων που τον κατοικούν ή επιδρούν σε αυτόν. Η προσέγγιση του Tilley έρχεται σε ρήξη με τις θεωρητικές προσεγγίσεις του αρχαιολόγου I. Hodder (1982), ο οποίος ισχυρίζεται ότι ο χώρος είναι κάθετα διαχωρισμένος από τον άνθρωπο και αντανακλάται στο δίπολο άνθρωπος - φύση που σχετίζεται με τον νεολιθικό τρόπο ζωής, ο οποίος βασίζεται στην αντίθεση οίκος (domus) - φύση (agrios). Με τον διαχωρισμό αυτό, εννοείται η ταύτιση των χώρων με συμπεριφορικά μοτίβα αλλά και με τελετουργίες που ο χώρος απαιτεί να πραγματοποιηθούν. Με τον οίκο (domus), τη φροντίδα του και την ανατροφή των τέκνων ήταν ταυτισμένη η γυναίκα. Με τη φύση (agrios), το «έξω» και την υποχρέωση εύρεσης τροφής ήταν ταυτισμένος ο άνδρας.

Στο παραπάνω δίπολο, αυτά τα δύο ήταν διαχωρισμένα κάθετα και δεν επικοινωνούσαν μεταξύ τους. Με το δίπολο του Hodder ο χώρος φαίνεται να μην επηρεάζεται καθόλου από τους ανθρωπογενείς παράγοντες. Αντιθέτως, οι άνθρωποι και οι κοινωνικές σχέσεις προσαρμόζονται απόλυτα σε αυτόν. Από την άλλη, η θεωρητική σκέψη του Tilley υποστηρίζει ακριβώς την επιρροή που δύναται να ασκήσει το υποκείμενο στον χώρο ώστε είτε να αναδιαμορφωθεί είτε να δημιουργηθεί εξ αρχής. Για τον Tilley ο χώρος είναι άμεσα συνδεδεμένος με την ανθρώπινη δράση. Υπάρχουν χώροι - και όχι ένας μοναδικός χώρος- οι οποίοι είναι άρρηκτα συνδεδεμένοι με την ανθρώπινη εμπειρία και τις κοινωνικές πρακτικές. Όπως έχω ήδη αναφέρει αυτή η θεωρητική ανάλυση του χώρου έρχεται σε αντίθεση με την προσέγγιση της ανθρωπογεωγραφίας και της αρχαιολογίας που αντιμετώπιζαν τον χώρο ως κάτι αντικειμενικό, ορθολογικό, μετρήσιμο και αποκομμένο από κάθε δραστηριότητα και ανθρώπινο συμβάν. Κατά τη φαινομενολογική σκέψη του Tilley ο

χώρος ως ανθρωπογενής, αποτελεί «το μέσο παρά τον περιέκτη της δράσης» (1994: 219). Στο παρόν κείμενο όταν χρησιμοποιώ τον όρο «τόπος» αναφέρομαι σε χώρους ψηφιακούς ή φυσικούς οι οποίοι έχουν αποκτήσει κάποια σημασία για τα κοινωνικά υποκείμενα. Ταυτόχρονα, όταν αντλώ από τη θεωρία χρησιμοποιώ τον όρο που χρησιμοποιεί ο εκάστοτε θεωρητικός.

Στη θεωρητική σκέψη περί χώρου, ο Στ. Σταυρίδης (1999: 107 - 121) αναφέρεται στην έννοια του κατώφλιού ως οριακή κατάσταση ανάμεσα σε δύο χώρους, αντλώντας από το έργο του A. Van Genner. Για τον A. Van Genner το κατώφλι συνιστά ένα όριο (προέρχεται από τη λατινική λέξη *limen* > *liminality* = οριακότητα) στο πλαίσιο των διαβατήριων τελετών. Ο Σταυρίδης λοιπόν, αναλύει την οριακότητα ανθρωπογεωγραφικά, κάνοντας λόγο για διαχωρισμό του «μέσα» και του «έξω», έναν διαχωρισμό συνυφασμένο με το φύλο και τις δραστηριότητες που εκτελούνται σε κάθε χώρο. Το κατώφλι διαδραματίζει το ρόλο του ορίου ωσάν εκεί να είναι ένας φαντασιακός, μη προσδιορισμένος χώρος με πολιτισμικά χαρακτηριστικά, που είτε συνδέει είτε διαχωρίζει το «μέσα» με το «έξω», το ιδιωτικό με το δημόσιο. Στο κείμενο αυτό ως κατώφλι θεωρούνται τα ΜΚΔ, στα οποία, κατά τη γράφουσα, συνδέεται ο ιδιωτικός χώρος (μέσα) του ατόμου με τον δημόσιο χώρο (έξω). Παράλληλα, εκτιμώ ότι οι χρήστες δρουν και «μέσα» στα ΜΚΔ, τα οποία παρ' όλο που συνιστούν ένα κατώφλι έχουν την ιδιαιτερότητα να είναι ένας ψηφιακός, ημι-δημόσιος χώρος. Τα χαρακτηρίζω ως ημι-δημόσια, αφενός, γιατί ανήκουν σε μία ιδιωτική, κεφαλαιουχική εταιρεία και, αφετέρου, διακρίνονται από τη συνθήκη του *filter bubble*. Δηλαδή, τη δημιουργία ενός συγκεκριμένου, προστατευόμενου κλοιού από τον οποίο δέχονται τα ερεθίσματα τα κοινωνικά υποκείμενα. Σε αντίθεση με τον φυσικό δημόσιο χώρο, στον οποίο δεν υπάρχει αυτός ο κλοιός και τα ερεθίσματα μπορεί να είναι πολλαπλά και διαφορετικά μεταξύ τους. Επομένως, ακολουθώντας τη σκέψη του Σταυρίδη, τα ΜΚΔ επιτελούν τον διττό ρόλο του κατώφλιού καθώς και του ψηφιακού ημι-δημόσιου χώρου.

Στο έργο του, ο Σταυρίδης, διαχωρίζει τον χώρο εμφατικά βάσει φύλου (γυναίκα - άνδρας), κατεύθυνση όμως που δεν ακολουθώ εγώ, γιατί δεν επικεντρώνομαι στην έμφυλη διάσταση αλλά στους μετασχηματισμούς του γκραφίτι.

Για τον φιλόσοφο M. McLuhan (1964) τα Νέα Μέσα αποτελούν προέκταση του ανθρώπινου σώματος και συμβάλουν στον μετασχηματισμό της σχέσης μας με τον χώρο. Για παράδειγμα, η γραφή καθιστά εφικτή την επικοινωνία, τον έλεγχο και την άσκηση εξουσίας χωρίς να είναι απαραίτητη η παρουσία της απτής σωματικότητας του υποκειμένου της (ό.π.) Για τον P. Levy (1999), ο ψηφιακός χώρος αποτελεί έναν δυνητικοποιημένο χώρο, στο πλαίσιο του οποίου αναδύονται νέοι τρόποι διαμοιρασμού και ανταλλαγής ερεθισμάτων και μηνυμάτων, νέοι τρόποι ύπαρξης και συνύπαρξης, νέες μορφές του ανήκειν και του συνανήκειν. Η δυνητικοποίηση αποτελεί «μία διαδικασία μετάβασης από το πραγματικό (reel) προς το δυνητικό (virtuel)» · το δυνητικό, με τη φιλοσοφική έννοια, είναι κάτι που υπάρχει εν δυνάμει, μία ενδεχομενικότητα. Δεν κάνουμε λόγο λοιπόν, για την απτή, πραγματική προέκταση του ανθρώπου με όχημα τα Νέα Μέσα, αλλά για όλες αυτές τις εν δυνάμει προεκτάσεις του, διαμέσου των ψηφιακών μέσων. Ο Levy για να υποστηρίξει αυτή τη θεώρηση αντιτίθεται στο «dasein» του Heidegger, δηλαδή στην αντίληψη ότι η ύπαρξη βρίσκεται πάντοτε στο «εδώ και τώρα». Τα Νέα Μέσα παρέχουν τη δυνατότητα στα υποκείμενα να βγουν από το «εδώ και τώρα». Στο συγκεκριμένο των ψηφιακών τεχνολογιών δεν υφίσταται ένας σαφής χώρος στον οποίο βρίσκεται το άτομο, αλλά πολλαπλοί «φυσικοί» και δυνητικοί χώροι με τους οποίους αλληλεπιδρά σε διαφορετικές χρονικότητες. Ο Levy, χρησιμοποιώντας το παράδειγμα της τηλεργασίας, υποστηρίζει ότι κατά τη διάρκειά της το άτομο - εργαζόμενος *βρίσκεται* σε δύο χώρους ταυτόχρονα, στον ιδιωτικό (σπίτι) και τον δημόσιο (εργασία). Αυτή η συνθήκη, κατά Levy, ονομάζεται «φαινόμενο Moebius» το οποίο συνεπάγεται «το πέρασμα από το ιδιωτικό στο δημόσιο, από το εσωτερικό στο εξωτερικό». Στη συνθήκη της τηλεργασίας λοιπόν, επικυρώνεται η συνθήκη της αποτικοποίησης και της αχρονικότητας. Με τον ίδιο τρόπο, χρησιμοποιεί το παράδειγμα της τηλεφωνικής επικοινωνίας και εισάγει τον όρο «τηλεπαρουσία». Ο ίδιος, υποστηρίζει κατά τη διάρκεια της τηλεφωνικής επικοινωνίας ως υποκείμενα βρισκόμαστε την ίδια στιγμή και «εδώ» και «εκεί», είμαστε δηλαδή συγχρόνως σε δύο διαφορετικά πλαίσια (1999: 35). Η φωνή, που αποτελεί το ηχητικό σώμα, αποχωρίζεται από το «απτό» σώμα και μεταδίδεται μακριά. Ενώ το «απτό» σώμα βρίσκεται «εδώ», το «ηχητικό» σώμα

βρίσκεται και «εδώ» και «εκεί» (ό.π.: 37). Άρα, αφού η ίδια συνθήκη ισχύει και για τον συνομιλητή μας, τα σώματα και των δύο βρίσκονται ταυτόχρονα και «εδώ» και «εκεί». Αυτού του είδους επικοινωνίας εντοπίζεται και στο Διαδίκτυο, και μέσω αυτού κάνουμε λόγο για μία «επιμέρους μορφή πανταχού παρουσίας» (ό.π.). «Τα όρια δεν είναι πια αυτονόητα. Οι τόποι και οι χρόνοι αναμιγνύονται» (1999: 33). Από τα παραπάνω είναι προφανές, ότι μια άλλη έννοια, στενά συνδεδεμένη με την έννοια του χώρου είναι αυτή της σωματικότητας, την οποία θα αναπτύξω στο επόμενο κεφάλαιο.

Προς το παρόν, αξίζει να αναφερθεί ότι στο πρώτο κεφάλαιο του έργου «Ethnography and Virtual Worlds: A Handbook of Method» (2012) οι T. Boellstorff κ.α. περιγράφουν ως δύο από τα βασικά χαρακτηριστικά των δυνητικών κόσμων (virtual worlds) την αίσθηση της τοπικότητας και τις δυνατότητες ενσωμάτωσης που παρέχονται από αυτούς. Πιο συγκεκριμένα, δεν πρόκειται για απλές αναπαραστάσεις ή προσομοιώσεις χώρων, αλλά για τόπους που τα υποκείμενα μπορούν να διασχίσουν, να αλληλεπιδράσουν με ψηφιακά αντικείμενα και να τους επενδύσουν με σημασία. Άρρηκτα συνδεδεμένη με τη δυνατότητα της πλοήγησης είναι η δυνατότητα ενσωμάτωσης των ατόμων σε ψηφιακή μορφή με τη δημιουργία ενός άβαταρ.

Θεωρώ σημαντικό να αναφερθεί πως οι Boellstorff κ.ά. δεν θεωρούν τα ΜΚΔ δυνητικούς κόσμους και τα ονομάζουν διαδικτυακά περιβάλλοντα επειδή στερούνται του στοιχείου της ενσωμάτωσης (2012: 7). Αυτή η θέση είναι παράδοξη αν αναλογιστεί κανείς ότι λίγες σειρές πριν θεωρούν ως άβαταρ ακόμη και τα γραπτά άβαταρ (text-based)⁶. Επιπλέον, το βιβλίο «Ethnography and Virtual Worlds: A Handbook of Methods» δημοσιεύθηκε το 2012 και όπως είναι λογικό δεν περιλαμβάνει σημαντικές αλλαγές που έχουν γίνει σε κάποια ΜΚΔ αναφορικά με τα άβαταρ των χρηστών, στις οποίες θα αναφερθώ στη συνέχεια. Σε αντίθεση λοιπόν με την παραπάνω θέση το Facebook, το Instagram και το Messenger σε αυτή τη διπλωματική εργασία προσεγγίζονται ως ψηφιακοί χώροι που επενδύονται με νόημα από τα κοινωνικά υποκείμενα και έτσι μετατρέπονται σε τόπους αλληλεπίδρασης, διαμοιρασμού και επικοινωνίας.

⁶ Μέχρι και τα τέλη της δεκαετίας του 1980, η συντριπτική πλειοψηφία των διαδικτυακών περιβαλλόντων ήταν κειμενική (text-based).

Επιπλέον, κλείνοντας αυτό το κεφάλαιο θέλω να επισημάνω ότι με τον όρο «φυσικός χώρος» αναφέρομαι τόσο στον δημόσιο χώρο (στους τοίχους πάνω στους οποίους δημιουργούνται τα γκράφιτι) όσο και στον ιδιωτικό χώρο του σπιτιού. Με τον όρο «ψηφιακός χώρος» αναφέρομαι στα ΜΚΔ (Facebook και Instagram) ως χώρους που συνδέονται με τους δύο προαναφερθέντες με όχημα το σώμα του ατόμου - τόσο το φυσικό όσο και το ψηφιακό. Έχοντας βιώσει τρεις καραντίνες και δύο χρόνια κοινωνικής αποστασιοποίησης τα άτομα εντατικοποίησαν τις πρακτικές ψηφιακής επικοινωνίας με τα ΜΚΔ να επιτελούν αυτό για το οποίο υποτίθεται έχουν δημιουργηθεί: να ενώνουν τους ανθρώπους όσο μακριά και αν βρίσκονται. Για να γίνει κατανοητή η σκέψη μου, θα γίνει μία αναδρομή αναφορικά με τα σώματα των ατόμων ενόσω ήταν σε καραντίνα για να αντιληφθούμε τον ρόλο που διαδραμάτισαν σε αυτή την ιστορική συγκυρία οι χώροι εντός των οποίων κινούνταν σώματα, πράγματα, ίχνη και ιδέες.

1.1 Σώματα σε κατ' οίκον εγκλεισμό, σώματα στα ΜΚΔ

Τον Μάρτιο του 2020 ανακοινώνεται το πρώτο lockdown στην Ελλάδα λόγω της νόσου Covid - 19. Με αυτή την απόφαση οι ζωές των ατόμων έπρεπε να επαναπροσδιοριστούν, κυρίως, εντός του οίκου. Μεγάλο ποσοστό των πολιτών δεν πήγαινε καν για δουλειά και η κυκλοφορία μπορούσε να πραγματοποιηθεί μόνο με την αποστολή μηνύματος (sms) επιλέγοντας μία από τις έξι επιλογές που είχαν δοθεί. Τα αντανακλαστικά των ψηφιακών πλατφορμών ήταν τέτοια που φάνταζαν σαν να περίμεναν αυτή τη στιγμή απομόνωσης ή δυσκολίας φυσικής, καθημερινής επαφής. Σε ένα προπτυχιακό μάθημα στο Πανεπιστήμιο Θεσσαλίας - που πραγματοποιούταν διαδικτυακά - ο διδάσκοντας είπε «Οι πλατφόρμες ήταν έτοιμες να υποδεχτούν αυτό τον όγκο χρηστών, συνδεδεμένο ταυτόχρονα σε όλο τον κόσμο. Οριακά το επιθυμούσαν». Όσο και αν συμφωνώ με την επιθυμία των πλατφορμών να μας έχουν συνεχώς συνδεδεμένους και δέσμιους, σαν να είμαστε άβουλοι χρήστες του δικτύου, στέκομαι απέναντι σε αυτή την τοποθέτηση με επιφύλαξη.

Σύμφωνα με την θεωρητικό S. Ahmed (2018) και το έργο της *«Συν-αισθηματικές Οικονομίες»*, το συν-αίσθημα (λεξικό ιδίωμα που εκείνη χρησιμοποιεί) είναι κάτι το οποίο κινείται, ανταλλάσσεται και αναπαράγεται. Το συν-αίσθημα δεν υπάρχει σε ένα σημείο ή ένα άτομο ως αντικείμενο κατοχής που το μοιράζεται αλλά διαμοιράζεται ανάμεσα σε ανθρώπους, καταστάσεις και μέρη. Έτσι, και η πλατφόρμα δεν κατέχει ένα μαγικό τρόπο με τον οποίο κάνει δέσμιους συναισθηματικά τους χρήστες. Αντίθετα, ανάμεσα στο άτομο και την πλατφόρμα υπάρχει μία σχέση δούναι και λαβείν, αφού μέσω της όσο πιο εύκολης διάδρασης - είτε του ατόμου αποκλειστικά με την πλατφόρμα είτε του ατόμου με άλλα άτομα μέσω της πλατφόρμας - το συν-αίσθημα κυκλοφορεί. Η Ahmed, χαρακτηρίζει αυτή την κίνηση «συν-αισθηματική οικονομία» αφού πάντοτε θα παράγεται μία υπεραξία του συν-αισθήματος, η οποία θα πρέπει να κατανεμηθεί. Έτσι, διανοίγονται οι ανθρώπινοι κύκλοι και οι ανθρώπινες σχέσεις, για να διαμοιραστεί το συν-αίσθημα. «[...] όμως στο πλαίσιο των κοινωνικών πλατφορμών όπου οι χρήστες διαμοιράζονται εμπειρίες, απόψεις, ροπές, προτιμήσεις και αισθήματα, η διαδικασία δημοσιοποίησης, αλληλεπίδρασης

και διασύνδεσης αυτών ριζοσπαστικοποιείται και εντατικοποιείται σε όρους ευκολίας, εύρους και ταχύτητας.» (Πετρίδης, 2020)

Με την ανακοίνωση του παγκόσμιου lockdown το Messenger, το Facebook και το Instagram - όλες θυγατρικές της Facebook Inc., πλέον Metaverse - σταμάτησαν τις εβδομαδιαίες ενημερώσεις οι οποίες τον τελευταίο καιρό είχαν γίνει τόσο ανυπόφορες όσο και δύσχρηστες. Με αυτό τον τρόπο η εταιρεία μείωσε τον όγκο που απαιτεί η πλατφόρμα για να λειτουργήσει σε ένα κινητό android με αποτέλεσμα την ταχύτερη και ευκολότερη σύνδεση του χρήστη. Παράλληλα, αυτό βοήθησε και στη μείωση όγκου των δεδομένων κάθε χρήστη στους server (απλοϊκά: αποθηκευτικός χώρος δεδομένων) των εταιρειών. Επομένως, είναι δύσκολο να ισχυριστούμε ότι περίμεναν αυτή τη στιγμή αφού οι ίδιες οι πλατφόρμες δεν ήταν προετοιμασμένες και προχώρησαν σε αλλαγές για να αντέξουν το βάρος των χρηστών.

Η δεύτερη σημαντική αλλαγή αφορά την εφαρμογή του Messenger και είναι η παροχή της δυνατότητας δημιουργίας άβαταρ. Το Messenger αποτελεί μία από τις δημοφιλέστερες εφαρμογές διαμοιρασμού μηνυμάτων / εικόνων / βίντεο και πραγματοποίησης βιντεοκλήσεων. Την περίοδο της καραντίνας το άβαταρ άλλαξε ποικιλοτρόπως. Αρχικά, υπήρξαν τροποποιήσεις στις επιλογές ρουχισμού και εμφάνισης, οι οποίες θα αναλυθούν παρακάτω. Η δεύτερη αλλαγή ήταν ότι δεν παρέμεινε μόνο στην εφαρμογή του Messenger και στις συνομιλίες, αλλά δόθηκε και η δυνατότητα να το χρησιμοποιεί ο/η χρήστης στο περιβάλλον του Facebook ως τρόπο σχολιασμού σε δημοσιεύσεις. Η ανανέωση του άβαταρ και η επαναπροβολή του, ενθάρρυνε τους χρήστες να ανανεώσουν ή να δημιουργήσουν από την αρχή το ψηφιακό τους σώμα ώστε να έχουν και αυτή την επικοινωνιακή δυνατότητα μέσω συνομιλιών.

Η λειτουργία του άβαταρ προσφέρει τη δυνατότητα δημιουργίας του εικονικού εαυτού του / της χρήστη με σώμα, ρούχα και χαρακτηριστικά προσώπου που επιλέγει το άτομο, έτσι ώστε εάν το επιθυμεί, να αντιστοιχεί όσο το δυνατόν περισσότερο στον «πραγματικό» εαυτό του / της. Για τη δημιουργία του άβαταρ, υπάρχει η δυνατότητα ενεργοποίησης της μπροστινής κάμερας του κινητού για να βλέπει το υποκείμενο τον / την εαυτό/ -ή του / της, με σκοπό την δημιουργία αυτού του

«πραγματικού» αναλογικού εαυτού στον ψηφιακό χώρο. Σύμφωνα με τους Boellstorff κ.α. (2012: 6 - 7) ένα από τα χαρακτηριστικά του ψηφιακού κόσμου είναι ακριβώς η δυνατότητα δημιουργίας άβαταρ η οποία συμβάλλει στην όσο το δυνατόν καλύτερη ενσωμάτωση του ατόμου εντός του ψηφιακού κόσμου.

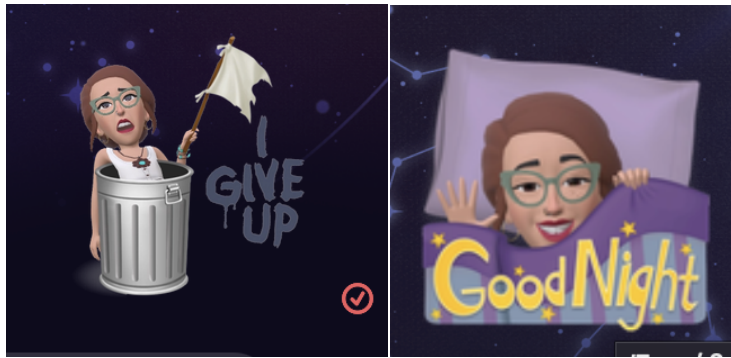
Εκείνη την περίοδο το άβαταρ μου είχε κόκκινα μαλλιά με πλεξούδες, μονόχρωμα γυαλιά και κόκκινα χείλη. Μετά άλλαξε, όπως άλλαζε ανά τακτά χρονικά διαστήματα και των φίλων μου, τόσο σε σχέση με την εμφάνιση του σώματος όσο και σε σχέση με την ένδυση. Σε μία επικοινωνία με μία φίλη που μόλις είχε αλλάξει την εξωτερική εμφάνιση του άβαταρ της (το έντυσε με κοντό σορτς και ένα κόκκινο μπλουζάκι), η απάντηση στην ερώτησή μου «Γιατί άλλαξες ρούχα;», ήταν «Γιατί καλοκαίριασε». Η επιτάχυνση της ανάγκης προσωποποίησης και αναπαράστασης του ψηφιακού εαυτού και δημιουργίας μιας εικόνας όσο το δυνατόν πιο κοντά σε οτιδήποτε φυσικό ήταν εμφανής και συνειδητοποιημένη. Δεν το έκαναν / κάναμε απλώς γιατί δόθηκε η δυνατότητα από το Messenger, αλλά χρησιμοποιήσαμε αυτή τη δυνατότητα όσο περισσότερο γινόταν για να πραγματοποιηθούν επικοινωνίες και επαφές που θα θύμιζαν τις φυσικές.

Το ενδιαφέρον σε αυτό το σημείο ήταν ότι τα άτομα γνώριζαν. Είχαν επίγνωση της λογικής του Messenger αφού πλέον το μήνυμά ήταν ξεκάθαρο: θέλουμε να σας φέρουμε όσο πιο κοντά όσο είστε μακριά. Οι Adorno & Horkheimer στο βιβλίο τους «Η Διαλεκτική του Διαφωτισμού» κάνουν λόγο για το θέαμα ως έναν από τους κεντρικότερους άξονες της πολιτιστικής βιομηχανίας από την δεκαετία του 1940, ιδιαίτερα με την ανάπτυξη των Χολιγουντιανών καλλιτεχνικών προϊόντων (Adorno & Horkheimer: 1947). Κατά τους ίδιους λοιπόν, τα πολιτιστικά βιομηχανικά προϊόντα χρησιμοποιούνται εργαλειακά με σκοπό την καθοδήγηση και την παρ(απο)πλάνηση του θεατή-καταναλωτή. Συγκεκριμένα, έτσι τίθενται οι βάσεις για την έννοια της μαζικής κοινωνίας. Το πρόταγμα του Διαφωτισμού χρησιμοποιείται έτσι ώστε μέσω της γραφειοκρατίας, της τεχνολογίας και της ιδεολογίας παύει να υφίσταται η έννοια της ελεύθερης επιλογής και της ανθρώπινης βούλησης η οποία μετατρέπεται σε μία ομοιόμορφη και παθητική κατανάλωση (Smith, 2006).

Στην περίπτωση όμως των ΜΚΔ και εν γένει του Web 2.0, αφενός οι χρήστες μπορούν να χρησιμοποιήσουν προς όφελός τους τις πλατφόρμες, αφετέρου, όπως έχω

ήδη επισημάνει οι πλατφόρμες προτρέπουν τους χρήστες να είναι ενεργητικοί, δεδομένου ότι το ίδιο το περιεχόμενο των πλατφορμών παράγεται από αυτούς. Ίσως μπορεί να γίνει λόγος για μία ενεργητική παθητικοποίηση του χρήστη από τις πλατφόρμες. Ο J. Baudrillard (2005) στο βιβλίο του «Καταναλωτική Κοινωνία» θα κάνει λόγο για την κοινωνία, βασισμένος στο δίπολο παραγωγή - κατανάλωση υπό το πρίσμα του μεταμοντερνισμού, κατά το οποίο υπάρχει πληθώρα πληροφοριών και εικόνων από τα Μέσα Μαζικής Ενημέρωσης και το άτομο καθίσταται παθητικός καταναλωτής αυτών. Ο Hiroki Azuma όμως, στο έργο του «Otaku: Japan's Database Animals» (2009), θα πάει το θεώρημα αυτό πέρα από το δίπολο του Baudrillard. Ο Azuma, γράφοντας για τα Ιαπωνικά Manga και anime και μελετώντας τις πρακτικές άντλησης σχετικού υλικού από βάσεις δεδομένων με σκοπό τη δημιουργία παράγωγων έργων κάνει λόγο για διττή κατανάλωση. Αφενός οι χρήστες καταναλώνουν τα επίσημα anime και Manga, αφετέρου δημιουργούν παράγωγα έργα στη βάση αυτής της κατανάλωσης. Πρόκειται για την υποκειμενικότητα του *prosumer*, δηλαδή της κατάστασης ένα άτομο να είναι παραγωγός και καταναλωτής ταυτόχρονα. Χαρακτηριστικό παράδειγμα αυτού του διττού ρόλου του ατόμου (παραγωγός και καταναλωτής) είναι ο τρόπος παραγωγής της Wikipedia, αφού δημιουργείται από τα ίδια τα άτομα που καταναλώνουν την πληροφορία.

Στην παρούσα εργασία, ο ρόλος των χρηστών ως *prosumer* είναι σημαντικός όχι μόνο επειδή παράγουν το περιεχόμενο (εικόνες, κείμενα, συνδέσμους, βίντεο κ.ά.), αλλά και γιατί όπως θα δούμε στη συνέχεια πολλά γκράφιτι υπερβαίνουν το εφήμερο της ύπαρξής τους επειδή οι χρήστες τα ψηφιοποιούν και τα διαμοιράζονται στα ΜΚΔ. Με αυτό το μοτίβο σκέψης φτάνω να υποστηρίξω ότι στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης το άτομο έχει πάψει να είναι ένας παθητικός θεατής - καταναλωτής και έχει περάσει στην ενεργό δράση εντός των πλατφορμών.



(Εικόνα 1. Άβαταρ σε διαφορετικές πράξεις. Αριστερά αναγράφεται η φράση «I Give Up» / «Παραιτούμαι». Δεξιά αναγράφεται η φράση «GoodNight» / «Καληνύχτα»)

Επιστρέφοντας την προηγούμενη συζήτηση, μια άλλη αλλαγή που έλαβε χώρα ήταν η προσθήκη ενός emoji στο Facebook: το «Νοιάζομαι». Το emoji αυτό είναι ένα προσωπάκι με φουσκωμένα μάγουλα που κινεί τα χέρια του σαν να προσπαθεί να σε πάρει αγκαλιά, κρατώντας μία καρδιά. Το μήνυμα στην αρχική του Facebook όταν έγινε αυτή η ενημέρωση έγραφε: «Ακόμα και αν είμαστε μακριά, είμαστε όλοι μαζί σε αυτό. Έχουμε προσθέσει μια νέα αντίδραση για να μπορείτε να δηλώσετε την υποστήριξή σας ακόμα περισσότερο όσο μένουμε απομονωμένοι. Ελπίζουμε αυτή η επιλογή να βοηθήσει εσάς, την οικογένειά σας και τους φίλους σας να νιώσετε λιγότερο μόνοι». Ο Geert Lovink (2020) στο δοκίμιό του «Η Ιδεολογία των Νέων Μέσων» σημειώνει τη φράση «Πάντα έτοιμοι να συνδεθούμε και να εκφραστούμε» ενώ οι Σιδηροπούλου & Ντάβου (2020) στο άρθρο τους «Αναζητώντας τον εαυτό και τον άλλον στον ψηφιακό κόσμο» χαρακτηρίζουν τα μηνύματα ως «ψηφιακά κοινωνικά χάδια» αφού το άναμμα της οθόνης φαντάζει πια σαν ένα ανθρώπινο, αναλογικό άγγιγμα.



(Εικόνα 2. Emoji «Νοιάζομαι»)

Η επόμενη ανανέωση ήταν η αλλαγή της κλασικής κόκκινης καρδιάς σε μωβ με φτερά, που συνοδευόταν από το μήνυμα «για να στέλνετε την αγάπη σας πιο μακριά». Το Facebook πραγμάτωσε και πραγματοποίησε το φανταστικό των ψηφιακών πλατφορμών: την πλήρη ψηφιοποίηση των καθημερινών, αναλογικών, ανθρώπινων πρακτικών - την άμεση επικοινωνία με τους οικείους μας και την έκφραση συν-αισθημάτων. Αλλά ας δούμε αυτές τις αλλαγές μία προς μία και με τη δέουσα προσοχή που χρήζουν καθώς όρισαν, κατ' εμέ, μία νέα «γενιά» χρηστών της πλατφόρμας.



(Εικόνα 3. Reaction «Τέλειο»)



(Εικόνα 4. Το μήνυμα από το Messenger που εμφανίστηκε όταν άλλαξε η αντίδραση «Τέλειο»)

Τα emoji από την αρχική τους δημιουργία είχαν ως αυτοσκοπό τη μη λεκτική επικοινωνία ανάμεσα στους χρήστες. Ταυτόχρονα πριμοδοτούσαν και τη μικρότερη δυνατή επαφή, καθώς επίσης και τη δυνατότητα μίας δήλωσης «εδώ είμαι» ή «το είδα αυτό που ανέβασες και μου άρεσε» αλλά δεν έχω τη διάθεση ή το χρόνο να σου το πω σε ένα μήνυμα ή από κοντά. Στα πρώτα χρόνια λειτουργίας του Facebook, οι αντιδράσεις (τα reactions) ήταν ένας σημαντικός επικοινωνιακός τρόπος καθώς έτσι μπορούσε κάποιος ή κάποια να πει ότι κάτι του/της άρεσει ή ακόμη και να θεωρηθεί ως αφορμή για το ξεκίνημα μιας συνομιλίας με κάποιο πιο μακρινό άτομο. Αυτή η

λειτουργία έχει περάσει πια στα χέρια του Instagram με τα ανάλογα reactions που οδηγούν αυτομάτως στη δημιουργία μιας συνομιλίας στην οποία μπορεί το άτομο είτε να πατήσει απλώς like (μου αρέσει) και να μην ασχοληθεί παραπάνω ή να ξεκινήσει μία συνομιλία με αυτό τον, όχι τόσο, εκθετικό τρόπο. «Ένα reaction είναι, σιγά, όλοι κάνουν». Και εδώ οι Σιδηροπούλου & Ντάβου μας λένε ότι τα άτομα εν μέσω καραντίνας περίμεναν την ειδοποίηση με ανυπομονησία και καρδιοχτύπι. Το «Νοιάζομαι» πέτυχε ακριβώς αυτή την πραγμάτωση της συν-αισθηματικής οικονομίας εν μέσω καραντίνας. Είναι σαν να είμαστε αναγκασμένοι να απολαύσουμε αυτή την ειδοποίηση που έρχεται στο κινητό μας και αυτό το άναμμα της οθόνης.

Σύμφωνα με τη λακανική ψυχαναλυτική θεώρηση, η επιθυμία είναι πάντα μία επιθυμία και για την ακρίβεια είναι επιθυμία για την επιθυμία, που ακόμη και η αποτυχία ενέχει ψεγάδια απόλαυσης καθώς αποτελεί ένα είδος επιτυχίας. Με τα νέα μέσα επικοινωνίας προσπερνάμε τη διαδικασία της ώθησης, όπως την αναφέρει η J. Dean στο έργο της «Affective Networks» προς την απόλαυση και φτάνουμε απευθείας στον προορισμό: τη λήψη του μηνύματος. Η επιθυμία, κατά Λακάν, όπως τον παραθέτει η J. Dean (2010), είναι πάντα μία επιθυμία, μία επιθυμία που δεν μπορεί ποτέ να εκπληρωθεί, μία επιθυμία για μια χαρά που δεν μπορεί ποτέ να επιτευχθεί. Έτσι και η μωβ καρδιά με τα φτερά της πάει την αγάπη μας πιο μακριά, δημιουργώντας το φαντασιακό πλαίσιο της εκπλήρωσης αυτής της επιθυμίας: το μήνυμά μας θα φτάσει στον παραλήπτη και οι προσδοκίες του ατόμου εντείνονται ακόμη περισσότερο και εναποτίθενται στο άναμμα της οθόνης που υποδηλώνει την εκπλήρωση αυτής της επιθυμίας. Όσο πιο μακριά είμαστε το ένα άτομο από το άλλο τόσο περισσότερο νόημα αποκτούν αυτές οι ψηφιακές πρακτικές των πλατφορμών και οι συν-αισθηματικές διασυνδέσεις στις οποίες βυθιζόμαστε με σαγηνευτικό τρόπο.

Εν μέσω της πρώτης καραντίνας τα σώματα των ανθρώπων παρέμεναν σε αδράνεια. Πολλοί και πολλές ήταν σε αναστολή εργασίας ή / και βίωναν μία παρατεταμένη σκληρή απομόνωση. Αυτό σήμαινε αυτόματα και περισσότερες ώρες εντός σπιτιού. Το άβαταρ του Messenger όμως είχε σώμα και έλεγε «καλημέρα, καληνύχτα, τι κάνεις;», καθόταν μπροστά από ένα τζάκι και με λάγνο βλέμμα κοιτούσε τον / την

παραλήπτη του μηνύματος με ένα τριαντάφυλλο στο στόμα, ασχέτως εάν ο / η αποστολέας μπορεί να ήταν σε μία καρέκλα γραφείου ή σε έναν καναπέ. Αν τα μέσα επικοινωνίας είναι η προέκταση του εαυτού μας, το υποκείμενο μέσω διαδικτύου πλέον μπορεί να έχει και ψηφιακό σώμα, να επικοινωνεί και να διαμοιράζεται συναισθήματα μέσω των emojis και άλλων μορφών εικονικής αναπαράστασης. Το σώμα δε βιώνεται μόνο ως σάρκα και οστά αλλά και ως ίχνος που αφήνουμε «πίσω μας» καθώς κινούμαστε εντός των ψηφιακών πλατφορμών. Έτσι, το σώμα μπορεί να υπάρχει και να κινείται ταυτόχρονα ή και ετεροχρονισμένα σε ιδιωτικούς χώρους σπιτιών, σε δημόσιους χώρους (στον δρόμο), αλλά και στα ΜΚΔ που συνιστούν το κατώφλι για το πέρασμα από το ένα στο άλλο.

1.2 Δημόσιος / Ψηφιακός / Ιδιωτικός Χώρος

Ο Ch. Tilley γράφει: «Ο χώρος μπορεί να υπάρξει μόνο ως σύνολο σχέσεων μεταξύ πραγμάτων ή τόπων. Υπό την έννοια αυτή, δεν υπάρχει χώρος που να μην είναι σχεσιακός, καθώς δημιουργείται από κοινωνικές σχέσεις, από φυσικά και πολιτισμικά αντικείμενα. Είναι παραγωγή, πιο πολύ επίτευγμα παρά αυτόνομη πραγματικότητα, στην οποία “απαντώνται” ή “βρίσκονται” τα πράγματα ή οι άνθρωποι» (2012: 225)

Κατά τη διάρκεια της καραντίνας του 2020, ως υποκείμενο σε εγκλεισμό αλλά συγχρόνως ως ερευνήτρια ενός πανεπιστημιακού προγράμματος είδα πολλά μηνύματα, αφίσες και κυρίως γκράφιτι κομμάτια. Δεν τα είδα στον δρόμο όπου δημιουργήθηκαν, αλλά στην αρχική σελίδα του Facebook, στον Τοίχο (μου). Ο τοίχος του δρόμου μεσολαβήθηκε δια MKΔ και αναπαραστάθηκε στον Τοίχο του Facebook. Υπήρξαν είτε αποκλειστικά λεκτικά μηνύματα, πχ. «Καμία Μόνη», «Καμία Ανοχή», είτε γκραφίτι κομμάτια που επί της ουσίας σχολίαζαν τα κοινωνικά τεκταινόμενα. Ηχηρό παράδειγμα αυτού αποτελεί το κομμάτι του graffiti writer Boris, στο οποίο παρουσίαζε ένα γόνατο και έγραφε «Take a knee. Not a life» και δημιουργήθηκε μετά τη δολοφονία του G. Floyd από αστυνομικό ο οποίος του πατούσε το λαιμό με το γόνατο του. Το γκράφιτι ήταν στην περιοχή της Κυψέλης στην Αθήνα. Την περίοδο δημιουργίας του εγώ με το φυσικό μου σώμα ήμουν στο κέντρο του Βόλου. Επειδή όμως το ψηφιακό μου σώμα ακολουθούσε τον Boris στο Instagram είχε την ευκαιρία να δει τον τοίχο του δρόμου δια του Τοίχου του Instagram. Και συγκεκριμένα να τον δει πριν το σβήσουν, γιατί πλέον το συγκεκριμένο γκραφίτι δεν υπάρχει.

Όπως έχω σημειώσει, αντλώντας από τη σκέψη του Σταυρίδη περί κατωφλιού και οριακότητας θαρρώ πως και τα MKΔ θα μπορούσαν να ιδωθούν ως ένα είδος κατωφλιού, όπου οι ταυτότητες και οι χώροι νοηματοδοτούνται βάσει των σχέσεων που επιτελούνται εκείνη τη στιγμή. Πραγματοποιώντας σύνδεση στο ψηφιακό περιβάλλον του Facebook και του Instagram λαμβάνει χώρα μία διασύνδεση με πολλαπλούς και διαφορετικούς χώρους που περνούν από τον Τοίχο των μέσων για να φτάσουν σε κάθε χρήστη ως πληροφορία, εικόνα, βίντεο. Κύριο μέσο για να πραγματωθεί η σύνδεση αυτή αποτελεί το σώμα κάθε χρήστη. Το φυσικό σώμα

επιτελεί κάποιες συγκεκριμένες τελετουργίες ώστε να συνδεθεί στα ΜΚΔ αφιερώνοντας ένα ποσοστό του καθημερινού του χρόνου. Είτε κάθεται σε ένα γραφείο μπροστά σε μία οθόνη υπολογιστή, είτε ακόμη και εν κινήσει με ένα πάτημα, ένα άγγιγμα στην οθόνη, ανοίγει κάποια από τις εφαρμογές που έχει στο android κινητό του. Το βασικό στοιχείο λοιπόν, είναι αυτή η διαδικασία σύνδεσης - που συνδυάζεται με ελάχιστες φυσικές κινήσεις, άρα και λιγότερη σωματική προσπάθεια από το άτομο - που πραγματοποιεί το φυσικό σώμα του / της χρήστη και περνάει από τον φυσικό χώρο στο ψηφιακό περιβάλλον, όπου και κινείται πλέον με το ψηφιακό της / του σώμα.

Τα ΜΚΔ αποτελούν το κατώφλι που λειτουργεί συνδεδειγμένα ανάμεσα στον ιδιωτικό (φυσικό) χώρο του χρήστη και στον δημόσιο (φυσικό) χώρο της πόλης, στον οποίο δεν μπορεί να υπάρξει με φυσική παρουσία, λόγω απαγορεύσεων. Έτσι, ο ψηφιακός Τοίχος του Facebook και του Instagram διαμεσολαβεί τον φυσικό, δημόσιο χώρο και τον εντάσσει στον ιδιωτικό χώρο του ατόμου, τον οικιακό. Ο ψηφιακός χώρος επικοινωνεί άρρηκτα με το φυσικό και δεν αναπαριστά απλώς το φυσικό χώρο, ούτε τον αναπαράγει, αλλά επικοινωνεί με το άτομο, ενώ την ίδια στιγμή το άτομο επικοινωνεί με τον ψηφιακό χώρο και τον αναδιαμορφώνει. Όπως αναφέρει και ο Boellstorff (2012), ο ψηφιακός κόσμος δεν είναι μία απλή αναπαράσταση του φυσικού, αλλά διαθέτει τα δικά του χαρακτηριστικά και συνεχίζει να εξελίσσεται μαζί με το άτομο εντός του.

2.0 Ψηφιακός Χώρος & Graffiti

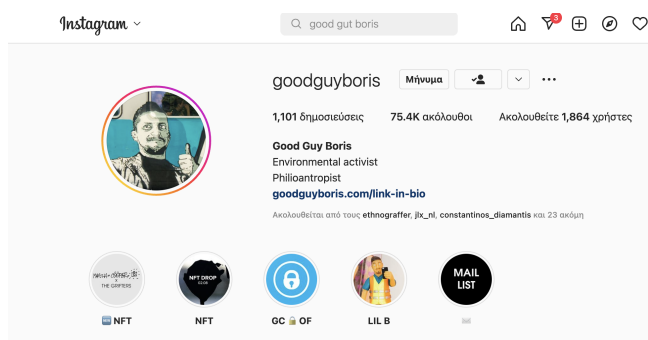
«Κάποια χρόνια πριν οι γκραφιτάδες ήταν του στυλ «Δεν θα πρέπει να ποστάρεις, δε θα πρέπει να ποστάρεις» και είναι πλέον πάντα ένα βήμα πίσω. Και δε το λέω για να ανεβάσω το εγώ μου αλλά αυτοί οι άνθρωποι κυριολεκτικά μίλαγαν πίσω από την πλάτη μου ή μπροστά μου για το ότι «δεν είναι αυτό το γκράφιτι», το να το βάζεις στο Instagram και να πουλάς βιβλία ή άλλα πράγματα και τώρα προσπαθούν να κάνουν ακριβώς το ίδιο πράγμα που έκανα εγώ. Και είναι αστείο βασικά και στενάχωρο ταυτόχρονα γιατί αυτοί οι άνθρωποι θα μπορούσαν να έχουν το κομμάτι τους από την πίτα, θα μπορούσαν να έχουν επενδύσει αλλά πήραν τη λάθος απόφαση. Αποφάσισαν ότι «όχι, δε θα πρέπει να είμαι ψηφιακός, θα πρέπει να είμαι αναλογικός, θα πρέπει να με δεις στο δρόμο» αλλά για εμένα είναι τελείως διαφορετικό. Όσο περπατούσα για να έρθω εδώ να σε βρω τσεκάρω το κινητό μου και απαντούσα σε ειδοποιήσεις και μηνύματα. Δεν απολάμβανα το δρόμο της Κυψέλης και τον ουρανό που ήταν έτοιμος να βρέξει. Είναι αυτό που είναι. Ο καθένας μπορεί να αποφασίσει πόσο χρόνο θα ξοδέψει στο κινητό του αλλά η αλήθεια είναι ότι τώρα αν έχεις ελεύθερο χρόνο από τον κοινωνικό σου περίγυρο το πρώτο πράγμα που κάνεις είναι αυτό: (πιάνει το κινητό του) τσεκάρω τις ειδοποιήσεις, οκ, δεν είναι κάτι επείγον μπορώ να συνεχίσω, ή είναι κάτι επείγον και πρέπει να απαντήσω, ξέρεις. Το ψηφιακό για εμένα είναι το δημόσιο.»

Το παραπάνω χωρίο αποτελεί απόσπασμα της συζήτησης που είχα με τον graffiti writer Boris ένα μεσημέρι σε καφέ της Κυψέλης. Ο ίδιος δραστηριοποιείται χρόνια στον χώρο των μέσων κοινωνικής δικτύωσης και συγκεκριμένα στο Instagram⁷. Το να υπάρχει ένας γκραφιτάς στον ψηφιακό χώρο όταν όλη η υπόλοιπη κοινότητα είναι στο δρόμο είναι τομή και ρήξη, συγχρόνως. Ο Boris κινείται σε απομακρυσμένα μέρη της Αθήνας όπου οι τοίχοι δεν έχουν άλλα γκράφιτι, ώστε να μπορούν να φαίνονται καθαρά τα δικά του δημιουργήματα, να τα φωτογραφίζει, έπειτα να τα κοινοποιεί στο λογαριασμό του στο Instagram αλλά και όπως αναφέρει ο ίδιος: «να τα νομισματοποιεί (monetizing them)». Για να το καταφέρει αυτό, όπως θα δούμε παρακάτω, πειραματίζεται πλέον με τη δημιουργία NFTs, αφού τα προηγούμενα χρόνια προέβει και στην υλικοποίηση των γκράφιτι κομματιών του, κάνοντας τα συλλεκτικά κάδρα προς πώληση. Από τα 20 του περίπου χρόνια αποφάσισε να κάνει αυτό που του αρέσει, δηλαδή να σκισάρει γκράφιτι κομμάτια, ως εργασία και να αποκτά χρήματα από αυτό. Για να το κάνει αυτό δημιούργησε το ψηφιακό σώμα Good Guy Boris, με το οποίο διαμοιράζεται στα MKΔ τα έργα που βάφει με το φυσικό του σώμα στον τοίχο του δρόμου. Για τον ίδιο, το να υπάρχουν στο διαδίκτυο δεν είναι άλλο από το να υπάρχουν όπως και στο φυσικό χώρο. Όπως αναφέρει και ο

⁷Ο λογαριασμός του Boris / Good Guy Boris στο Instagram:
<https://www.instagram.com/goodguyboris/>

ίδιος στα τελευταία του λόγια, ο ίδιος προσεγγίζει τον ψηφιακό χώρο ως δημόσιο. Όμως, όπως έχω ήδη αναφερθεί και εξηγήσει στην ενότητα του θεωρητικού πλαισίου, στο παρόν κείμενο προσεγγίζω τα ΜΚΔ ως ημι-δημόσιο χώρο για τους λόγους που αναγράφω.

«Ο κόσμος δεν είναι στο δρόμο πια, είναι στον ψηφιακό χώρο, ενώ μπορεί να περπατάνε στο δρόμο. Αλλά, τα κομμάτια σου δε θα τα δουν εκεί, θα τα δουν στο Instagram που κάποιος θα σε ταγκάρει⁸ ή θα έχεις ένα hashtag⁹ και θα το ακολουθήσουν και θα βρουν και εσένα».



(Εικόνα 5. Στιγμιότυπο οθόνης από

το λογαριασμό του Boris / Good Guy Boris στο Instagram)



(Εικόνα 6. Στιγμιότυπο οθόνης από

το λογαριασμό του Boris / Good Guy Boris στο Instagram με μερικά από τα γκράφιτι κομμάτια του που έχει δημοσιεύσει ο ίδιος)

⁸ Tag: ελλ. Ετικέτα. Όρος που χρησιμοποιείται ως πρακτική στο Instagram όταν προσθέτεις με ετικέτα κάποιο άλλο άτομο και εμφανίζεται και στο δικό του/της προφίλ. Στη γλώσσα της κοινότητας του γκραφίτι tag είναι η υπογραφή των graffiti writers, δηλαδή η υπογραφή τους.

⁹ Hashtag: ελλ. Το σύμβολο της δίσησης. Το σύμβολο «#» χρησιμοποιείται στο Instagram και σε άλλες ψηφιακές πλατφόρμες, δημιουργώντας έναν κύκλο δημοσιεύσεων στον οποίο θα ανήκουν βάσει αυτού του όρου. Πχ. #διπλωματική. Χρησιμοποιώντας σε μία δημοσίευση μου αυτό το hashtag, αυτόματα το post μου θα ανήκει στο ίδιο bubble post με άλλες δημοσιεύσεις που έχουν αναφέρει αυτή τη λέξη.

Σύμφωνα με τον Ch. Taylor (1989) ως υποκείμενα είμαστε συνεχώς ανοιχτοί/ανοιχτές στον κόσμο, στην κοινωνία, στα ερεθίσματα της καθημερινότητας. Ο Taylor ακολουθεί τη φαινομενολογική σκέψη του Merleau-Ponty (1962) όσον αφορά την αντίληψη του σώματος και της υποκειμενικότητας μας ως ενσώματες δράσεις (embodied agencies) - ως σώματα, ως άτομα που αλληλεπιδρούν με τον κοινωνικό ιστό και δρουν παράλληλα μαζί του. Το σώμα δεν μπορεί να διαχωριστεί από το κοινωνικό πλαίσιο αλλά ούτε το κοινωνικό πλαίσιο μπορεί να υφίσταται δίχως την ενσώματη παρουσία των ατόμων. Ο Ch. Tilley (1994) θα σημειώσει «Οι αναπαραστάσεις του τοπίου έχουν τη δυναμική τόσο να συσκοτίζουν όσο και να αρθρώνουν τη βιωμένη εμπειρία. Με άλλα λόγια, το τοπίο ως εικόνα διαθέτει συνάμα ιδεολογικά και οντολογικά συνεπακόλουθα όσον αφορά τον τρόπο με τον οποίο σκεφτόμαστε για τον κόσμο».

Ακούγοντας τα λόγια του Boris, τόσο περισσότερο μου ενίσχυε το επιχείρημα περί άρρηκτης σύνδεσης μεταξύ φυσικού και ψηφιακού χώρου. Το σώμα - ακόμη και όταν δεν βρίσκεται σε καθεστώς καραντίνας - βρίσκεται πάντα online ακόμη και αν είναι στο δρόμο. Ο τοίχος του δρόμου βρίσκεται στον Τοίχο του Facebook και του Instagram και από εκεί τα υποκείμενα βλέπουν τι υπάρχει στον τοίχο του δρόμου. Αυτή η συνθήκη ήδη υπήρχε, αλλά η παρατεταμένη περίοδος της καραντίνας επιτάχυνε την ψηφιοποίηση της καθημερινότητας. Με τα λόγια του Boris αντιλαμβανόμαστε ότι αυτή η συνεχής σύνδεση στο δίκτυο δεν ήταν μία «φάση» που έφυγε, αλλά ήρθε και εδραιώθηκε.

Ο J. Baudrillard στο έργο του «*Simulacra and Simulation*» (1981) φαντάζει σα να είχε προβλέψει τη μεταφορά του φυσικού χώρου στον ψηφιακό. Όπως αναφέρει «Η περιοχή δεν προηγείται πλέον του χάρτη, ούτε επιβιώνει από αυτόν. Ωστόσο, είναι ο χάρτης που προηγείται της περιοχής - μετάπτωση προσομοιωτών - που δημιουργεί την περιοχή». Ο χώρος υπάρχει στο δίκτυο, τα άτομα υπάρχουν στα δίκτυα ακόμη και αν περπατούν στο δρόμο, άρα ο φυσικός χώρος μετουσιώνεται στον ψηφιακό. Και δεν κάνουμε λόγο για μία ρέπλικα του χώρου στο ψηφιακό πεδίο, ούτε μία απλή αντιγραφή του, αλλά μιλάμε για την αυτούσια συν-ύπαρξή του. Ο T. Boellstorff, στο έργο του «*Coming of Age in Second Life: An Anthropologist explores the virtual human*» πραγματώνει μία σύμπραξη των δύο «κόσμων»: του φυσικού και του

ψηφιακού. Με την πολυετή έρευνα του στην Ινδονησία αλλά και την ψηφιακή εθνογραφία στον ψηφιακό χώρο του παιχνιδιού Second Life, κάνει λόγο για την ύπαρξη του ψηφιακού χώρου πολύ πριν μας απασχολήσει τόσο στην καθημερινή μας ζωή, πόσο μάλλον στην ακαδημαϊκή κοινότητα. Για την ακρίβεια, ο Boellstorff, γράφοντας το 2008, προσεγγίζει την ψηφιακότητα ως κάτι που υπάρχει στις ανθρώπινες κοινωνίες. Ο ίδιος όπως θα δούμε λίγο παρακάτω, ύστερα από την πολυετή του έρευνα στο φυσικό πεδίο, μελέτησε το ψηφιακό με τα εθνογραφικά εργαλεία του φυσικού, καταλήγοντας στην άποψη ότι τα άτομα υπάρχουν και κινούνται στον ψηφιακό χώρο όπως και στον φυσικό.

Πιο συγκεκριμένα, ισχυρίζεται πως τα εργαλεία της ανθρωπολογίας για την επιτόπια εθνογραφική έρευνα είναι ιδανικά για τη μελέτη των δυνητικών κόσμων (virtual worlds). Με αυτό τον τρόπο φέρνει στην επιφάνεια την εθνογραφική έρευνα των ψηφιακών πεδίων ως τόπους που μελετούνται με τον ήδη κλασικό τρόπο με τον οποίο διεξάγουν επιτόπια έρευνα οι ανθρωπολόγοι: υπάρχοντας στο πεδίο, «being there». Ο ίδιος διεξάγει έρευνα στον ψηφιακό κόσμο του Second Life, πραγματώνοντας επιτόπια έρευνα, όπως έκανε και στην Ινδονησία: ήταν εκεί, δημιούργησε το άβατάρ του και μέσω αυτής της διαδικασίας ενσωμάτωσης ακολουθούσε τους συνομιλητές του και τη συλλογιστική του παιχνιδιού.

«[...] Οι τόποι έχουν πρωταρχική οντολογική σημασία ως κέντρο σωματικής δραστηριότητας, σημασίας και συναισθηματικής σύνδεσης για τους ανθρώπους. [...] Συνεπώς, τα όρια του τόπου θεμελιώνονται στα όρια της ανθρώπινης συνείδησης» (Tilley, 1994). Λογιζόμενη τον φυσικό και τον ψηφιακό χώρο ως τόπους, σύμφωνα με τον Tilley, και φαινομενολογικά κινούμενη στον χώρο, αντιλαμβάνομαι τους δύο αυτούς τ/Τοίχους ως τόπους που συν-υπάρχουν μέσω της δραστηριότητας των ατόμων και αναδιαμορφώνονται μέσω αυτής. Τα άτομα αποτελούν το δρών σώμα, όπου δρών σώμα είναι τόσο το αναλογικό όσο και το ψηφιακό σώμα του χρήστη των ΜΚΔ. Ο τ/Τοίχος συγχρόνως αποτελεί και ο ίδιος έναν τόπο δράσης στον οποίο επενεργούν τα σώματα των ατόμων - είτε αυτό είναι η δημιουργία ενός γκράφιτι κομματιού, μία αφίσα, ένα στένσιλ, δηλαδή ένα ήδη έτοιμο

σχέδιο το οποίο βάφεται ακολουθώντας ένα συγκεκριμένο μοτίβο, είτε είναι μία ανάρτηση (post), μία εικόνα, ένα βίντεο¹⁰.

Ο Tilley γράφει: «Ο τόπος είναι θεμελιώδης για την καθιέρωση προσωπικών και ομαδικών ταυτοτήτων και για τη δημιουργία βιογραφιών. Ο τόπος είναι «εντός» και συνάμα «εκτός» του ανθρώπινου υποκειμένου, ένα προσωπικά εμπεδωμένο κέντρο νοημάτων και μία εστία δράσης με υλική υπόσταση». Στον τοίχο του δρόμου συγκροτείται η δράση - όπου δράση βλέπουμε μία πολιτική αφισοκόλληση, ένα γκράφιτι, μία παρέμβαση - η οποία μεταβαίνει και στον Τοίχο της πλατφόρμας και δημιουργεί πολλαπλές κοινωνικές ταυτότητες εντός και εκτός αυτής. Εξάλλου ανάμεσα στους γκραφιτάδες και στον δημόσιο χώρο υπάρχει μία σχέση παρακίνησης και γι 'αυτό μερικοί και μερικές διαχωρίζουν τη θέση τους και δεν ενστερνίζονται την άποψη του να υπάρχουν online, καθώς βγαίνουν στο δρόμο, βάφουν και εκεί παρακινούνται και αλληλοεπικοινωνούν με τα άλλα graffiti crews, με σκοπό να συνεχίσουν. Βέβαια, αυτή η πρακτική δεν παραγκωνίζεται από το να δημοσιεύσουν ταυτόχρονα το κομμάτι τους στα ΜΚΔ, το οποίο θα λειτουργήσει και αυτό παρακινητικά για να ξαναβγούν στο δρόμο. (Diamantis, 2020). Παράλληλα, οι γκραφιτάδες μέσω αυτής της πρακτικής του βαψίματος δημιουργούν κοινότητες και μικρο-ομάδες (crew). Πριν την εντατικοποιημένη χρήση του δικτύου για επικοινωνία και ως τρόπο μετάδοσης της γνώσης, οι νεότεροι γκραφιτάδες μάθαιναν από τους πιο έμπειρους μόνο στο δρόμο, όσο βρίσκονταν με το φυσικό τους σώμα δια ζώσης, στο φυσικό δημόσιο χώρο. Η δράση του βαψίματος και η επενέργεια στον τοίχο του δρόμου αλλά και στον ευρύτερο κοινωνικό ιστό πλάθει μία ατομική ταυτότητα η οποία εδραιώνεται μέσω της συλλογικής ταυτότητας που χτίζεται με σταθερά το βάψιμο, άρα τις κοινές εμπειρίες. Ο τοίχος πλέον του δημόσιου χώρου αποτελεί ένα σκηνικό δράσης και «τα σκηνικά δράσης (locale) είναι τόποι που δημιουργούνται και μαθαίνονται μέσα από κοινές εμπειρίες, κοινά σύμβολα και νοήματα. [...] Τα δρώντα υποκείμενα αντλούν από τα σκηνικά τους και ο τρόπος άντλησης εξαρτάται από την ιδιαιτερότητα της σχέσης τους με τον τόπο» (Tilley, 1994: 226 - 227).

¹⁰ Να αναφερθεί πως από τον Ιούλιο του 2022 υπάρχει ένα κίνημα στην πλατφόρμα του Instagram όπου καλεί να γίνει το Instagram, Instagram ξανά («let's make Instagram, Instagram again»). Τους τελευταίους μήνες το Instagram έχει ενσωματώσει πολλές επιλογές που δίνει η πλατφόρμα του Tik-Tok, προσθέτοντας και πριμοδοτώντας πολύ τη δημιουργία βίντεο αντί των εικόνων - φωτογραφιών. Γεγονός που ενοχλεί και έχει κουράσει τους χρήστες του Instagram.

2.1 Graffiti πριν τη Web 2.0 εποχή

«Το '98 ήρθα πρώτη φορά σε επαφή με το γκράφιτι, όταν είχε έρθει ένας αρχιτέκτονας στο χωριό και τον είδα να σχεδιάζει κάτι, τον ρώτησα τι ήταν και μου είπε ότι είναι γκράφιτι. Εκείνη ήταν η χρυσή εποχή του γκράφιτι σε συνδυασμό και με το hip-hop... Σε εκείνη τη φάση όλοι οι φίλοι που πήγανε στην Αθήνα γυμνάσιο κλπ, είχε γίνει διασπορά του hip-hop και του γκραφίτι, στη νεολαία της Αθήνας τουλάχιστον. Οπότε όταν όλοι επέστρεψαν το καλοκαίρι άκουγαν hip-hop και είχαν και ψευδώνυμα, οπότε κάπως έτσι βρέθηκα και εγώ να ψάχνομαι λίγο. Οπότε το αθηναϊκό κοινό που ερχόταν το καλοκαίρι στο νησί ήταν πολύ κομβικό γιατί γινόταν μία σημαντική ανταλλαγή τότε. [...] Όταν λοιπόν φεύγουν αυτοί οι άνθρωποι το '98 και εγώ είχα μία καλύτερη ιδέα και εικόνα για το τι συμβαίνει στην Αθήνα και το τι είναι γκράφιτι και hip-hop, τότε αρχίζω να χρησιμοποιώ και πρώτη φορά το Internet για να μπορώ να ψάξω περισσότερο, και ταυτόχρονα έχω έναν τύπο που ήταν τελικά ο πρώτος μου μέντορας, γιατί το γκραφίτι σε εκείνη τη φάση του web 1.0 λειτουργούσε πολύ με το mentoring, όπως ήταν στα 70's και τα 80's».

Ο graffiti writer Pantoflas σε συζήτηση που είχα μαζί του, αναφέρεται στη διαδικασία του mentoring, δηλαδή τη μεταλαμπάδευση της γνώσης και της εμπειρίας από ένα μεγαλύτερο άτομο σε ένα μικρότερο ή από ένα έμπειρο άτομο σε έναν μαθητευόμενο που βρίσκεται στα πρώτα του βήματα. Έτσι λάμβανε χώρα η όλη διαδικασία εκμάθησης του γκραφίτι και συγχρόνως της δημιουργίας δεσμών και κοινωνικών μικρο-ομάδων. Με τη μαθητεία του γκραφίτι το νέο άτομο εκπαιδεύεται σε στυλ βαψίματος αλλά και των κανόνων που υπάρχουν ανάμεσα graffiti crews (μικρο-ομάδες). Για παράδειγμα, ένα crew δε θα βάψει πάνω από το γκράφιτι ενός άλλου crew γιατί αυτό θα προκαλέσει εντάσεις και συγκρούσεις στην ευρύτερη κοινότητα των graffiti writers. Έτσι, ο τοίχος ως χώρος μετατρέπεται από τη δημιουργία κοινωνικών δεσμών και σχέσεων σε τόπο, εσωκλείοντας πολλαπλά σκηνικά δράσης.

Όπως αναφέρει όμως και ο Pantoflas αυτό συνέβαινε κατ' αποκλειστικότητα στο δρόμο στην Web 1.0 εποχή. Η Web 1.0 εποχή αφορά κατα κόρον την πλοήγηση του ατόμου στο περιβάλλον του διαδικτύου χωρίς ενεργή συμμετοχή. Θα μπορούσαμε να ισχυριστούμε - ότι σε σύγκριση με τα τωρινά δεδομένα ήταν ένας παθητικός αναγνώστης. Ωστόσο, όπως αναφέρθηκε ήδη με την έννοια του *prosumption*, στην εποχή του Web 2.0 το άτομο έχει ενεργό ρόλο τόσο στην κατανάλωση και χρήση των ψηφιακών πλατφορμών όσο και στην παραγωγή περιεχομένου. Έτσι, μπορούμε να κάνουμε λόγο για το υποκείμενο ως καίριο παράγοντα της ύπαρξης των ψηφιακών

πλατφορμών αλλά συγχρόνως και οι ψηφιακές πλατφόρμες κατέχουν μεγάλο μέρος της καθημερινής ψηφιακής ύπαρξης του ατόμου.

Με την είσοδο στην Web 2.0 εποχή έρχονται πολλές αλλαγές στην πλοήγηση στο Διαδίκτυο και την εμπειρία του υποκειμένου. Με τη σειρά τους συμβαίνουν και αλλαγές στους τρόπους κοινωνικής αλληλεπίδρασης και εκτός των ψηφιακών πλατφορμών. Όπως έχει ήδη αναφερθεί, υποστηρίζω ότι δεν υφίσταται κάθετη διαχωριστική γραμμή ανάμεσα σε φυσικό και ψηφιακό χώρο και θαρρώ πως η περίπτωση του γκραφίτι είναι ένα ηχηρό παράδειγμα αυτού του προτάγματος. Βέβαια, αρκετοί και αρκετές graffiti writers θα διαφωνήσουν, αφού παλεύουν να διατηρήσουν μία πλήρως αναλογική ύπαρξη γύρω από το γκραφίτι. Βέβαια, πρέπει να αναφερθεί πως πλέον ακόμη και οι πιο σκληροπυρηνικοί graffiti writers, που ήταν αποκλειστικά υποστηρικτές του φυσικού δρόμου, έχουν έναν λογαριασμό στο Instagram. Όπως ανέφερε και ένας συνομιλητής μου: «Δεν μπορούσα να κάνω αλλιώς, όλοι ήταν εκεί. Έπρεπε να είμαι και εγώ.»

Με την επαυξημένη και εντατικοποιημένη χρήση του δικτύου και των πλατφορμών αυξάνονται και οι περιπτώσεις διασύνδεσης των ατόμων. Στην περίπτωση του γκραφίτι μπορεί η σύνδεση και η συνύπαρξη ατόμων να γίνεται στο δρόμο κατά τη διάρκεια του βαψίματος αλλά πλέον, μέσω του Instagram για παράδειγμα, γίνεται πιο εύκολη η επικοινωνία των διαφόρων crew που υπάρχουν ανά τον κόσμο, καθώς και η εύρεση των κομματιών (graffiti pieces) από άλλα άτομα που είτε ασχολούνται με το γκραφίτι είτε όχι. Η ορατότητα που έχει λάβει η γκραφίτι κοινότητα με τη χρήση των πλατφορμών έχει αυξηθεί τα τελευταία χρόνια, σε σημείο που οι γκραφιτάδες μπορεί να μετακινούνται αποκλειστικά από μία χώρα για να βάψουν σε μία άλλη. Όπως λοιπόν, συνέβαινε αυτή η σύνδεση των graffiti crew στο δρόμο και οι ομάδες επικοινωνούσαν, συνδέονταν και συνυπήρχαν, έτσι συμβαίνει και μέσω των Τοίχων των πλατφορμών μέσω των δημοσιεύσεων. Με κάθε δημοσίευση, με κάθε hashtag και κάθε tag άλλου ατόμου δημιουργείται μία αλυσίδα ένωσης διαφορετικών ατόμων μεταξύ τους που στην ουσία αποτελούν μία ψηφιακή μικροκοινότητα.

2.2 Μόνιμα Εφήμερο

«Κατά κάποιον τρόπο, όλα τα πράγματα είναι συγκεχυμένες στιγμές σε μια μεγαλύτερη κοινωνική τροχιά. Όλα τα πράγματα είναι σύντομες καταθέσεις αυτού ή εκείνου του ακινήτου, φωτογραφίες που κρύβουν την πραγματικότητα της κίνησης από την οποία η αντικειμενικότητά τους είναι μια στιγμιαία ανάπαυλα. Εξετάστε τα αντικείμενα της παραδοσιακής πλαστικής τέχνης, όπως πίνακες ζωγραφικής, σχέδια, γλυπτά, κτίρια ή μνημεία. Παρά τη φιλοδοξία τους για την ψευδαίσθηση της μονιμότητας, είναι μόνο στιγμιαίες συναθροίσεις υλικού, όπως μπογιά, τούβλα, γυαλί, ακρυλικό, ύφασμα, ατσάλι ή καμβάς. Αυτά τα υποκείμενα υλικά είναι πάντα πτητικά, και γι' αυτό τα μουσεία επιμένουν πάντα στο «δεν αγγίζουμε». Αυτό που κινδυνεύει δεν είναι μόνο η αύρα ή η αυθεντικότητα αλλά η ευθραυστότητα της ίδιας της αντικειμενικότητας.» (Appadurai, 2006: 15)

Το 2018 ο Boris ανεβάζει ένα βίντεο στο λογαριασμό του στο Youtube¹¹ σχετικά με το πώς να προστατέψεις το έργο το οποίο έχει φτιάξει στο δρόμο¹². Βέβαια, στο συγκεκριμένο βίντεο τον παρακολουθούμε να τοποθετεί μία ολόκληρη κατασκευή πλαισίωσης στο κομμάτι γκράφιτι που έχει δημιουργήσει, με ένα σαρκαστικό σχόλιο κάτω δεξιά, ότι το κομμάτι ανήκει στην ιδιοκτησία του κράτους. Σχόλιο και σημείωση που απωθούν από το βανδαλισμό ενός έργου αφού ανήκει στην ιδιοκτησία του κράτους και η παρέμβαση υποδηλώνει ποινή, είτε χρηματική είτε φυλάκιση. Στη συζήτηση που είχαμε, αναφέρθηκε στο κομμάτι που είχε βάψει στην περιοχή της Κυψέλης, στην Αθήνα, το 2020, που αναπαριστούσε το συμβάν με τη δολοφονία του J. Floyd στην Αμερική και δεν υπάρχει πια. Ο τοίχος έχει ξαναβαφτεί και το κομμάτι πέρασε στην «ιστορία». Στο λόγο του ανέφερε ότι αν δεν είχε βαφτεί, θα το έκανε ο ίδιος αφού μετά από ένα εύρος πληροφόρησης που είχε σχετικά με το κίνημα BLM (Black Lives Matter) στην Αμερική, δε συμφωνεί πλέον. Στο σημείο αυτό του είπα πως το κομμάτι του υπάρχει, γιατί εγώ όταν πέρασα το 2021 από την Κυψέλη και αναγνώρισα το έργο, το φωτογράφισα και το ανέβασα στον προσωπικό μου λογαριασμό στο Instagram.

¹¹ Ο λογαριασμός του Good Guy Boris στο Youtube: <https://www.youtube.com/c/GoodGuyBoris>

¹² Το βίντεο που έφτιαξε ο Boris για το πώς να προστατεύσεις το γκράφιτι σου στο δρόμο: https://www.youtube.com/watch?v=7N5kiYFRYxo&ab_channel=GoodGuyBoris



(Εικόνα 7. Το κομμάτι γκράφιτι

«Take a knee. Not a life» στην Κυψέλη, το οποίο έχει πλέον σβηστεί.)

Ο δρόμος και ό,τι συμβαίνει σε αυτόν, χαρακτηρίζεται από το εφήμερο και το προσωρινό. Το ίδιο μπορούμε να πούμε ότι συμβαίνει και με τα γκράφιτι. Σύμφωνα με τους Avramidis & Drakoroulou «τα γκράφιτι είναι ευάλωτα και εφήμερα από τη φύση τους: εξαρτώνται από την τεκμηρίωση. Για τους writers, η φωτογραφία είναι ένας από τους πιο δημοφιλείς τρόπους για να καταγράψουν τα κατορθώματά τους πριν καταστραφούν ή διαγραφούν» (2015: 136). Η Ella Chmielewska υποστηρίζει πως το γκράφιτι «χρειάζεται τη φωτογραφία για να ανυψωθεί («getting up») (2009: 273). Τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης όμως και ευρύτερα το διαδίκτυο χαρακτηρίζονται από τη λαϊκή φράση «ό,τι γράφει δεν ξεγράφει», δηλαδή οτιδήποτε και αν ανέβει στις ψηφιακές πλατφόρμες (εικόνα, βίντεο, gif κ.α.) ή γραφτεί, δε σβήνεται. Οι δυνατότητες που δίνονται από τις πλατφόρμες για το χρήστη είναι, φυσικά, η διαγραφή περιεχομένου ή η αρχειοθέτησή του, ώστε να μην εμφανίζεται στο λογαριασμό του. Από τους servers όμως δε διαγράφεται - υπάρχει μόνιμα καταγεγραμμένο και ίσως με μία εξειδικευμένη αναζήτηση κάποιος άλλος χρήστης να παραπεμφθεί, για παράδειγμα, στο λογαριασμό του άλλου χρήστη, δίχως όμως να είναι το περιεχόμενο διαθέσιμο. Η άλλη περίπτωση συνέχειας της ύπαρξης ενός διαγεγραμμένου post είναι να υπάρχει σε λογαριασμό κάποιου άλλου ατόμου, περίπτωση που θα συζητήσουμε όμως στη συνέχεια του κειμένου.

Το «εφήμερο» που υπάρχει στο δημόσιο τοίχο του δρόμου δεν υποδηλώνει και το «εφήμερο» στα ΜΚΔ. Τα ΜΚΔ χαρακτηρίζονται από το αντίθετο: το μόνιμο. Όπως αναφέρει και η S. Hwang (2020) «Το εφήμερο της τέχνης του δρόμου...υπέρ-

διογκώνεται όταν προβάλλεται στο Διαδίκτυο επειδή το φωτογραφικό της αντίγραφο δεν έχει πλέον τις ρίζες του σε φυσικό χρόνο και τόπο, ωστόσο, υπάρχει σε πολλές οθόνες και απαθανατίζεται σε άπειρα διαδικτυακά αρχεία». Αυτή η «ύπαρξη» λοιπόν, συνεχίζει να υφίσταται σε διάφορα ψηφιακά μέρη ακόμη και αν ο χρήστης έχει διαγράψει το περιεχόμενό του. Όπως συνέβη και στην περίπτωση του κομματιού του Boris, το οποίο ο ίδιος έχει διαγράψει από το λογαριασμό του αλλά εξακολουθεί να αναπαρίσταται μέσω της εικόνας που εγώ έχω ανεβάσει στο λογαριασμό μου. Αυτή η «μονιμότητα» έρχεται να συνδυαστεί με την κυκλοφορία του περιεχομένου η οποία αποτελεί αναπόσπαστο κομμάτι των ψηφιακών πλατφορμών. Με το «ανέβασμα» μιας δημοσίευσης, μιας φωτογραφίας, ενός βίντεο κ.α. οι ακόλουθοι (όσον αφορά το Instagram) ή οι φίλοι (όσον αφορά το Facebook) έχουν τη δυνατότητα να κάνουν share (να μοιραστούν) το περιεχόμενό σου. Αυτό βέβαια συμβαίνει με διαφορετικό τρόπο στις δύο πλατφόρμες.

Στο Facebook, το «γίνομαι φίλος» με κάποιο άλλο χρήστη δίνει τη δυνατότητα κοινοποίησης μιας δημοσίευσης. Αυτό σημαίνει ότι το περιεχόμενό σου θα εμφανίζεται πλέον και στον Τοίχο του άλλου ατόμου, εκτός από τον αρχικό Τοίχο που δημοσιεύθηκε. Παράλληλα, εάν διαγράψει ο αρχικός χρήστης και «κάτοχος» τη δημοσίευση από τον Τοίχο του, σε κάθε Τοίχο που έχει κοινοποιηθεί εμφανίζεται ένα προειδοποιητικό μήνυμα ότι το περιεχόμενο δεν είναι πλέον διαθέσιμο, γιατί έχει διαγραφεί από τον κάτοχο. Στο Instagram από την άλλη, το πεδίο της κοινοποίησης δεν είναι τόσο απλό ή προσβάσιμο. Αρχικά, για να υπάρχει η δυνατότητα να γίνει share μια δημοσίευση χρειάζεται ο χρήστης να το έχει επιτρέψει από τις ρυθμίσεις του ή ο λογαριασμός του να μην είναι κλειδωμένος. Στο Instagram «κλειδωμένος λογαριασμός» σημαίνει πως για να ακολουθήσεις αυτό το χρήστη θα πρέπει να σταλεί αίτημα ακολούθησης και το άλλο άτομο να το δεχτεί. Διαφορετικά δεν υπάρχει πρόσβαση στο περιεχόμενο του χρήστη - πόσο μάλλον δυνατότητα κοινοποίησης δημοσιεύσεων. Επιπρόσθετα, διαφέρει το sharing του Instagram από του Facebook, καθώς μπορεί να γίνει μόνο στη μορφή του story. Story ή αλλιώς *Ιστορία* στο Instagram είναι η κοινοποίηση περιεχομένου διαθέσιμο μόνο για 24 ώρες στους ακόλουθους. Παρατηρείται μία εμφανής παραδοξότητα όσον αφορά τη μονιμότητα και την έννοια του εφήμερου στις ψηφιακές πλατφόρμες τόσο συγκριτικά

με τον τοίχο του δρόμου όσο και μεταξύ τους. Παρ' όλα αυτά, για τη συνέχιση αυτής της εργασίας δε θα μπορούμε σε επίπεδο ποσοτικής σύγκρισης περί εφήμερου ανάμεσα στους ψηφιακούς και φυσικούς τοίχους αλλά θα παραμείνουμε αποκλειστικά σε επίπεδο προσβασιμότητας και ορατότητας.

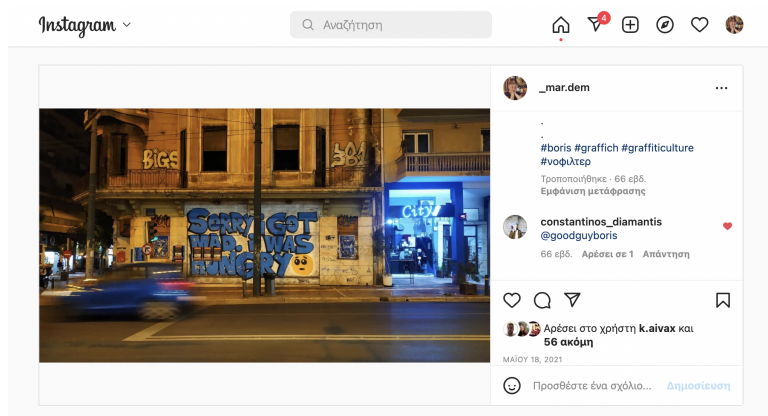
3.0 Κυκλοφοριακή μονιμότητα: Η κυκλοφορία των αντικειμένων

Στο κείμενό τους οι Avramidis και Drakoroulou αναφέρουν: «Ο σχηματισμός, η προσαρμογή, η μετάλλαξη και η διάδοση των *signature graffiti* είναι άρρηκτα αλληλένδετα με τους τρόπους που οι συγγραφείς επικοινωνούν μεταξύ τους. Ιστορικά, για τους γκραφιτάδες, τα μέσα κυκλοφορίας και κριτικής του έργου τους είναι ζωτικής σημασίας. Από τη δεκαετία του 1960, τα κανάλια μέσω των οποίων μεταδίδονται τα γκράφιτι, και επομένως γίνεται αντιληπτό και κρίνεται, έχουν αλλάξει ριζικά: από τοίχους και τρένα, σε ανεξάρτητα zines και πιο πρόσφατα στον Ιστό: από το φυσικό, μέσω του αναλογικού, στο ψηφιακό πεδίο. Το γκράφιτι δεν γίνεται πλέον αντιληπτό μόνο εκεί που παράγεται στην πραγματικότητα: το κοινό του ολοένα και περισσότερο δεν είναι ούτε η γειτονιά ούτε η πόλη, αλλά ο κόσμος. Αυτή η αλλαγή επηρεάζει την αξιολόγηση, τη μάθηση και την παραγωγή γκράφιτι, όπως και ο Lachlan MacDowall σημειώνει, οι ασκούμενοι προσαρμόζονται στην αυξανόμενη κυκλοφορία των εικόνων» (2015: 134).

«Το γκράφιτι για μένα έρχεται και συνδέεται με τη λογική του να γράψεις το όνομά σου, να διαδώσεις και να ταξιδέψει» (graffiti writer Pantoflas)

«Δίχως χρήματα, δίχως πόρους, δεν μπορεί κάποιος να έχει κοινωνική ύπαρξη, δεν μπορεί σε τελική ανάλυση, να έχει καν ύπαρξη, υλική ή φυσική» γράφει ο Maurice Godelier στο έργο του *Το Αίνιγμα του Δώρου*, αναφερόμενος πάντα στην Δυτική κοινωνία και στο καπιταλιστικό οικονομικό σύστημα. Αν όμως υπάρχει και κυκλοφορεί το έργο σου αντί για εσένα τον ίδιο, είναι σα να υπάρχουν κατά κάποιο τρόπο και εσύ μέσα από αυτό. Το ενδιαφέρον σε αυτό το χωρίο του Godelier είναι ότι επικοινωνεί, κατ' εμέ, με το χωρίο του Arjun Appadurai στο έργο του *The Social Life of Things* (1986), «τα αντικείμενα, σαν τους ανθρώπους, έχουν κοινωνική ζωή». Η κυκλοφορία των αντικειμένων, σύμφωνα με τον Igor Kopytoff (1986) και το έργο του «The Cultural Biography of Things: Commoditization as Process» συν-δηλώνουν τη δημιουργία της δικής τους πολιτισμικής βιογραφίας ανεξάρτητα από την πορεία του δημιουργού τους. Με την ύπαρξη των ψηφιακών πλατφορμών η κυκλοφορία αυτή εντατικοποιείται και γίνεται ολοένα και πιο εύκολη. Όσον αφορά το case study όμως αυτής της εργασίας, δηλαδή τα γκράφιτι, η πολιτισμική βιογραφία τους ξεκινά από

την παρουσία τους στον τοίχο του δρόμου, συνεχίζεται στον Τοίχο των ψηφιακών πλατφορμών (Instagram και Facebook) και μετά εντατικοποιείται μέσω της συνεχούς αναπαραγωγής τους στα ΜΚΔ. Παράδειγμα αποτελεί ένα άλλο κομμάτι που έχει φτιάξει ο Boris στην Κυψέλη, το «Sorry I Got Mad, I Was Hungry». Το συγκεκριμένο γκράφιτι δημιουργήθηκε σε έναν τοίχο στη συμβολή των οδών Πατησίων και Αγίου Μελετίου - εκεί ξεκινά το ταξίδι του ως αυτόνομο έργο. Από τον τοίχο αυτόν βρέθηκε στον Τοίχο του Instagram του κατόχου του, τον Boris. Σε μία βόλτα μου στην Κυψέλη, είδα το κομμάτι, αναγνώρισα ποιανού δημιουργού είναι, το φωτογράφισα και το ανέβασα και αυτό στον προσωπικό λογαριασμό στο Instagram. Στα σχόλια ένας φίλος έκανε mention, δηλαδή ανέφερε το όνομα του Instagram λογαριασμού του Boris.



(Εικόνα 8. Το γκράφιτι

«Sorry I Got Mad. I Was Hungry» στον προσωπικό λογαριασμό @mar.dem στο Instagram)

Παράλληλα βλέπουμε ότι με αυτό τον τρόπο, επαληθεύεται αυτό που ανέφερε η Chmielewska σχετικά με την αναγκαιότητα για τη φωτογραφία που διακατέχει το γκράφιτι. Πλέον, αν το γκράφιτι κομμάτι δεν αποτυπωθεί με ένα φακό κάμερας, ώστε να παλέψει το στοιχείο του εφήμερου και ευάλωτου, και δεν αναπαραχθεί σε κάποιο ψηφιακό μέσο, με τις πολιτικές του καθαρισμού των τοίχων του δρόμου, που τα τελευταία χρόνια έχει πάρει αρκετά μεγάλες διαστάσεις σαν πρακτική σε ευρωπαϊκές και μη πόλεις, θα είναι σα να μην υπήρξε ποτέ αυτό το έργο. Όπως γράφει και ο A. Appadurai στο έργο του *The Thing as Itself*: «[...] Επιπλέον, δεν είναι μόνο τα υλικά από τα οποία συντίθενται τα αντικείμενα τέχνης που απειλούν να ξεπεράσουν την ψευδαίσθηση της μονιμότητας. Είναι η ίδια η δράση των καλλιτεχνών, των τεχνιτών,

των οικοδόμων και των κορνιζαριστών που πάντα περιμένει να δείξει το χέρι του. Το σκίσιμο στον καμβά, η ρωγμή στο ποτήρι, το ροκανίδι στο ξύλο, το ελάττωμα του χάλυβα δεν είναι μόνο σημάδια του homo faber, αλλά της δραστηριότητας που η τέχνη συγκαλύπτει και γιορτάζει. Αυτή η δραστηριότητα είναι που επιτρέπει τη μετέπειτα δραστηριότητα αποκατάστασης ή διατήρησης. Υπό αυτή την έννοια, η αποκατάσταση και η συντήρηση είναι κάτι περισσότερο από τη συντήρηση. Αποτελούν μαρτυρία για το γεγονός ότι η ίδια η αντικειμενικότητα των αντικειμένων τέχνης απαιτεί δράση για να αντισταθεί κανείς στις ιστορικές διεργασίες που μετατρέπουν ένα είδος πράγματος σε άλλο είδος, εκτός κι αν κάποιο άτομο είναι αφοσιωμένο στο εγχείρημα της διατήρησης του έργου τέχνης ως τέτοιου—ένα μόνιμο αντικείμενο και μία παρακαταθήκη μονιμότητας. Η διάβρωση της ιστορίας μόνο υποστηρίζει και εντείνει την εγγενή τάση των πραγμάτων να προχωρήσουν σε κάποια νέα κατάστασή τους στις κοινωνικές τους ζωές. Και αυτό ισχύει τόσο για τα αντικείμενα τέχνης όσο και για τα πράγματα γενικότερα.»

3.1 Ψηφιακή τέχνη του δρόμου, Συναλλαγές & NFTs

«Η υπερ-επιπεδότητα (hyperflatness) της οθόνης και η (θεωρητικά) απεριόριστη πρόσβαση σε πληροφορίες στο διαδίκτυο άνοιξε το δρόμο για νέες ψηφιακές τεχνικές και μορφές προσαρμογής και στην τέχνη του δρόμου. Τα GIF (μορφές ανταλλαγής γραφικών), τα κινούμενα σχέδια, τα φωτομοντάζ, οι εφαρμογές και οι ιστότοποι είναι πλέον δίκαιο παιχνίδι για τους καλλιτέχνες του δρόμου για εξερεύνηση και χειραγώγηση. Αυτός ο νέος τρόπος θέασης ώθησε τους καλλιτέχνες του δρόμου να δημιουργήσουν τέχνη που είναι τόσο φτιαγμένη για να την δει κανείς στο Διαδίκτυο όσο και να είναι μια σημειωτική από μόνη της ως τέχνη του δρόμου στον ψηφιακό χώρο - ή που είναι υπερ-εφήμερη. Η έλλειψη χωροχρονικού πλαισίου στην ψηφιακή τέχνη του δρόμου έχει αναγκάσει τους καλλιτέχνες να βρουν ένα νέο πλαίσιο στο οποίο μπορούν να παράγουν τα ψηφιακά τους έργα. Αυτό το νέο πλαίσιο είναι το διαδίκτυο και τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης και έχει επηρεάσει την αισθητική της τέχνης του δρόμου ώστε να αντανακλά μια νέα σύγχρονη ταυτότητα που είναι αυτοαναφορική.» (Hwang, 2020)

Το Νοέμβριο του 2021 ο M. Zuckerberg παρουσιάζει επίσημα τη νέα αλλαγή ή τη νέα εποχή του Facebook - το Metaverse. Το Metaverse σύμφωνα με τον CEO του Facebook, αποτελεί την πλήρη ψηφιοποίηση της πραγματικότητας, όπως τη γνωρίζουμε μέχρι και σήμερα. Ουσιαστικά το Facebook παύει να είναι ένα «απλό» ΜΚΔ - όπως ο ίδιος το χαρακτηρίζει - και θα περάσει στη φάση του Metaverse, όπου τα άτομα - χρήστες θα μπορούν να συνυπάρχουν με παρόμοιο τρόπο όπως και στη φυσική / αναλογική καθημερινότητά τους. Αυτό βέβαια απαιτεί ένα συγκεκριμένο εξοπλισμό και μία οικονομική επένδυση από το άτομο ώστε να επιτευχθεί αυτή η μεταφορά, άρα, προς το παρόν τουλάχιστον, δεν κάνουμε λόγο για μία δυνατότητα προσβάσιμη σε όλα τα άτομα. Αυτή η επίσημη ανακοίνωση όμως και με το λόγο που χρησιμοποιεί ο M. Zuckerberg στο βίντεο - παρουσίαση¹³ στέκεται ως υπόδειγμα και παράδειγμα για το που οδηγείται η εμπειρία των ψηφιακών πλατφορμών: στην πλήρη ψηφιοποίηση κάθε βιωμένης ανθρώπινης / αναλογικής εμπειρίας. Σαν πρόταση μπορεί να φαντάζει τρομακτική και συγχρόνως δελεαστική αλλά σαν κατάσταση υπάρχει και τη βιώνουμε ήδη πολλά χρόνια τώρα, απλώς σε διάφορες και διαφορετικές μορφές. Ίσως το πιο απλό παράδειγμα για αυτό τον ισχυρισμό να είναι

¹³ Metaverse: https://www.youtube.com/watch?v=Uvufun6xer8&ab_channel=Meta

η χρήση του άβαταρ του Messenger και του Facebook. Από τη στιγμή που αναπαριστούμε τον εαυτό και την εαυτή μας με ένα εικονίδιο όσο πιο κοντά γίνεται στο αναλογικό μας σώμα και εαυτό, τότε το να ψηφιοποιηθεί και το να παίζουμε επιτραπέζια με φίλους / φίλες σε ένα εικονικό περιβάλλον ή το να πραγματοποιούνται συναλλαγές αποκλειστικά online που αφορούν και ψηφιακά προϊόντα / αγαθά, δεν είναι και τόσο μακριά. Για την ακρίβεια, η διαδικτυακή διασκέδαση και το online παιχνίδι δεν είναι κάτι καινούριο ούτε στο χώρο των διαδικτυακών παιχνιδιών πολλαπλών χρηστών (πχ. WoW, Call of Duty) ούτε στον ακαδημαϊκό χώρο.

Αναφέραμε ήδη στην προηγούμενη παράγραφο τις διαδικτυακές συναλλαγές σαν πρακτική δεδομένη και αυτονόητα πραγματοποιημένη, ως μία δυνατότητα που δίνεται στο Metaverse. Οι διαδικτυακές όμως συναλλαγές δεν είναι άρρηκτα συνδεδεμένες με τη δημιουργία αυτής της τεχνολογίας ούτε αυτού του εικονικού περιβάλλοντος. Συναλλαγές μέσω δικτύου μπορούν να πραγματοποιηθούν είτε με φυσικά είτε με ηλεκτρονικά, ψηφιακά νομίσματα. Ψηφιακά νομίσματα χαρακτηρίζονται όσα δεν έχουν καθόλου φυσική μορφή και κινούνται αποκλειστικά σε διαδικτυακά περιβάλλοντα. Μερικά από αυτά είναι: Bitcoin, Ethereum, Litecoin, με τα πιο ευρέως γνωστά να είναι το Bitcoin και το Ethereum. Το Bitcoin αποτελεί κρυπτογραφημένο νόμισμα το οποίο προέρχεται έπειτα από τη λεγόμενη διαδικασία εξόρυξης (mining), η οποία απαιτεί μεγάλες ποσότητες ενέργειας για να πραγματοποιηθεί σε ηλεκτρονικούς υπολογιστές με συγκεκριμένο κώδικα. Το Bitcoin¹⁴ είναι κατά βάση πρωτόκολλο ανοιχτού κώδικα, γι ' αυτό και ο κώδικας δημιουργίας του είναι ανοιχτός, δηλαδή διαθέσιμος και προσπελάσιμος από τους χρήστες. Οι συναλλαγές που πραγματοποιούνται με Bitcoins είναι κρυπτογραφημένες και καταγεγραμμένες σε ένα Blockchain. Ως Blockchain ορίζεται «το μητρώο που καταγράφει τις συναλλαγές Bitcoin. Η αλυσίδα των επιβεβαιωμένων και ομαδοποιημένων δεδομένων σε σχηματισμούς λέγονται μπλοκ δεδομένων και κάθε μπλοκ ξεκινά από το αμέσως προηγούμενο μπλοκ¹⁵.» Το Ethereum ορίζεται ως «δημόσια πλατφόρμα Blockchain ανοιχτού κώδικα που βασίζεται στη κατακευματισμένη υπολογιστική και λειτουργική

¹⁴ Wikipedia: Ορισμός Bitcoin, <https://el.wikipedia.org/wiki/Bitcoin>

¹⁵ Wikipedia: Ορισμός Block, <https://en.wikipedia.org/wiki/Blockchain>

σύστημα διαθέτοντας τη λειτουργικότητα έξυπνης σύμβασης (scripting). Υποστηρίζει μια τροποποιημένη έκδοση της συναίνεσης Νακαμότο μέσω συναλλαγής με βάση μεταβάσεων.» Συναίνεση Νακαμότο λέγεται το Bitcoin, από το αρχικό του όνομα Satoshi Nakamoto, που ανήκε στην ομάδα που το πρωτο δημιούργησε το 2009 και έδωσε ελεύθερα το λογισμικό του στο διαδίκτυο.

Τα ψηφιακά νομίσματα ή κρυπτονομίσματα (μία peer-to-peer¹⁶ αποκεντρωμένη μορφή κρυπτογραφημένου ηλεκτρονικού χρήματος) χρησιμοποιούνται για διαδικτυακές συναλλαγές. Βέβαια, δεν αποτελούν νόμιμα νομίσματα από την Κεντρική Τράπεζα της Ελλάδος ούτε γίνονται αποδεκτά από δημόσιες αρχές για συναλλαγές και θεωρούνται ασταθή. Πολλοί μελετητές έχουν χαρακτηρίσει τα κρυπτονομίσματα ως μία καπιταλιστική οικονομική *φούσκα* η οποία αργά ή γρήγορα θα καταρρεύσει. Βέβαια, τα κρυπτονομίσματα παρουσιάζουν χαρακτήρα όπως το φυσικό νόμισμα, δηλαδή έχει ανοδικές και καθοδικές περιόδους όπως και το ευρώ/δολάριο κ.α. στο Χρηματιστήριο.

Έτσι, παρόλο που τα κομμάτια γκράφιτι των τοίχων του δρόμου μπορούσαν ήδη να αναμεσοποιηθούν σε άλλα μέσα, όπως η φωτογραφία και το βίντεο, και να διαμοιραστούν στα ΜΚΔ, εκείνη την περίοδο έρχεται στο προσκήνιο μια νέα τεχνολογία και μέσο που θα οδηγήσει σε νέους σημαντικούς μετασχηματισμούς. Στη λογική του Blockchain των κρυπτονομισμάτων κινείται και το Blockchain των NFTs. Τα NFTs (Non Fungible Tokens, Μη Ανταλλάξιμα Αντικείμενα) αποτελούν την ψηφιακή μορφή ενός έργου, είτε αυτό είναι ένας πίνακας ζωγραφικής είτε είναι ένα γκράφιτι κομμάτι του δρόμου στο φυσικό χώρο. «Σαρώνοντας μια τοιχογραφία και μετατρέποντάς την σε NFT, απαθανατίζουμε για πάντα την τέχνη» αναφέρει η καλλιτέχνης Rachel Wolfe-Goldsmith, γνωστή και ως Wolfe Pack, η οποία αποτελεί ένα από τα άτομα που πρωτοστάτησαν στο έργο Murals on the Metaverse. Μία ομάδα έξι graffiti καλλιτεχνών έβαψαν στο Όουκλαντ, στην Καλιφόρνια, περίπου 10.000 τετραγωνικά μέτρα και μερικούς μήνες αφού ολοκληρώθηκε το έργο, οι ίδιοι οι δημιουργοί του, το έσβησαν. Παρόμοιο είναι το εγχείρημα που αναφέρει ο Π. Πετρίδης στην διδακτορική του διατριβή, του video artist Anders Weberg, ο οποίος το

¹⁶ Ομότιμο Δίκτυο

2006 στο πλαίσιο του project «P2P: Art-The Aesthetics of Ephemerality» φτιάχνει μία σειρά από μικρά βίντεο. Το ενδιαφέρον σε αυτό το project είναι η *προσωρινή* διαθεσιμότητα των βίντεο, αφού όπως αναφέρει και ο ίδιος: “Πρόκειται για τέχνη φτιαγμένη για και διαθέσιμη μόνο μέσω δικτύων P2P. Το πρωτότυπο έργο μοιράστηκε αρχικά από τον καλλιτέχνη μέχρι ένας άλλος χρήστης να το κατεβάσει. Μετά από αυτό, το έργο θα είναι διαθέσιμο για όσο το μοιράζονται οι υπόλοιποι χρήστες. Το αρχικό αρχείο και όλο το υλικό που χρησιμοποιήθηκε για τη δημιουργία του φιλμ έχει σβηστεί από τον ίδιο τον καλλιτέχνη. Δεν υπάρχει πρωτότυπο”¹⁷ (Πετρίδης, 2011: 290).

Το έργο των έξι graffiti καλλιτεχνών που αναφέραμε πιο πάνω, ήταν μέρος του project Murals on the Metaverse¹⁸, μία κίνηση στην οποία προωθείται η ιδέα της ψηφιοποίησης των γκράφιτι κομματιών με σκοπό την διεύρυνση της διάρκειας της ζωής του. Σύμφωνα με τους ίδιους, όταν το γκράφιτι κομμάτι γίνει NFT αυτομάτως γίνεται και αθάνατο. Ο δρόμος είναι άρρηκτα συνδεδεμένος με το εφήμερο, τα κομμάτια είναι εκτεθειμένα σε κάθε καιρική συνθήκη ή αλλαγή που μπορεί να υπάρξει στον τοίχο που είναι βαμμένο, επομένως τίποτα δεν μπορεί να εγγυηθεί για τη διάρκεια ζωής του - πέρα από τη συνθήκη της ψηφιακότητας.

«Τις ημέρες μεταξύ της δημιουργίας και της κατάργησης των έργων τους, οι καλλιτέχνες έκαναν κάτι ασυνήθιστο: Κάθε τοιχογραφία σαρώθηκε και μετατράπηκε σε ένα τρισδιάστατο μοντέλο του εαυτού τους. Στη συνέχεια, το καθένα βελτιώθηκε χρησιμοποιώντας επαυξημένη τεχνολογία. Για σχεδόν δύο εβδομάδες, η ομάδα ηγήθηκε περιηγήσεων επαυξημένης πραγματικότητας¹⁹ (Augmented Reality, εν συντομία AR) στο χώρο, επιτρέποντας σε περίπου 300 άτομα να μοιραστούν την καθηλωτική εμπειρία. Μόλις καταστράφηκαν, οι τοιχογραφίες κόπηκαν στο blockchain ως NFT και τώρα συνεχίζουν να ζουν ψηφιακά σαν ένα ψηφιακό αρχείο,

¹⁷ <https://noemalab.eu/memo/p2p-art-the-aesthetics-of-ephemerality/>

¹⁸ <https://makersplace.com/muralstothe-metaverse/about/>

¹⁹ Ο όρος επαυξημένη πραγματικότητα, στα Αγγλικά Augmented Reality (AR) εισήχθη το 1992 από τον Τομ Κάουντελ. Ο όρος αφορά την επαυξημένη ή ενισχυμένη πραγματικότητα, δηλαδή την περιήγηση σε έναν φυσικό χώρο ο οποίος είναι ενισχυμένος με πληροφορίες που υπάρχουν στον ψηφιακό χώρο. Για τη χρήση αυτής της τεχνολογίας χρειάζεται ένα κινητό τηλέφωνο (smartphone) με μπροστινή κάμερα και η χρήση της λειτουργίας GPS.

1) https://el.wikipedia.org/wiki/Επαυξημένη_πραγματικότητα

2) <https://support.google.com/googleplay/answer/9462168?hl=el>

μία καταγραφή της εικόνας.» «Με τη λογική του ψηφιακού αρχείου φαίνεται ότι η εποχή μας κρίνει σκόπιμο και άξιο να αποθηκευτούν και να δουν το φως της δημοσιότητας τα πάντα.» γράφει ο Π. Πετρίδης και συνεχίζει «Η τάση μουσειολόγησης της μνήμης... (με τον Κυβερνοχώρο να αποτελεί το αρχείο όλων των αρχείων) φτάνει σε σημεία έκρηξης.» (2011: 193)

«Τα κτίρια μπορεί να καταρρεύσουν, ο καιρός μπορεί να προκαλέσει ζημιά και οι εξελίξεις μπορεί να εμποδίσουν τη θέα»²⁰. Σύμφωνα με τους Avramidis & Drakouroulou (2015) η φωτογραφία, η τεκμηρίωση δηλαδή, είναι το μέσο για να παραμείνει το γκράφιτι κομμάτι αθάνατο και ορατό. Με την έλευση του Web 2.0 αυτό έχει επιταχυνθεί και εντατικοποιηθεί με πολλαπλά μέσα και δυνατότητες που δίνονται στους ίδιους τους δημιουργούς. Πλέον, οι γκραφιτάδες μπορούν να ανεβάσουν οι ίδιοι τα έργα τους σε ένα λογαριασμό Instagram και το κοινό τους να μην είναι αποκλειστικά η γειτονιά στην οποία έβαψαν, ούτε οι τυχαίοι περαστικοί που θα το δουν: το κοινό πλέον είναι παγκόσμιο. «Η δύναμη του γκράφιτι είναι ότι το βλέπεις σε κάθε γωνία, σωστά; Είναι ζωντανό. Είναι μέρος του δημόσιου χώρου», αναφέρει ο graffiti writer Masnah, σε συνέντευξή του στο The Verge²¹, και συνεχίζει πως «Σκέφτηκα ότι ο φυσικός χώρος ήταν καλή ιδέα για να φτιάξω τα έργα μου». Στη συνέχεια της συνέντευξής του όμως αναφέρει ότι τα έργα του μόλις τα τελείωνε ξεκίνησε να τα ανεβάζει στο Twitter (μέσο κοινωνικής δικτύωσης) και μόλις αντιλήφθηκε το ενδιαφέρον που προκλήθηκε μόνο από τις διαμεσολαβημένες εικόνες των έργων αυτών, πειραματίστηκε με τη δημιουργία NFT. Με την αρχή αυτής της πρακτικής, ο Masnah δέχτηκε προτάσεις για δουλειές επί πληρωμή (commissions). Πλέον, από την τέχνη του, από το χόμπι του ή όπως αλλιώς μπορεί να χαρακτηριστεί το γκράφιτι, ο ίδιος έχει οικονομικές απολαβές.

«Ανακάλυψα τα NFTs πέρυσι (2021) και προσπάθησα να υπάρξω εκεί, απέτυχα παταγωδώς αλλά είναι ok γιατί έτσι δουλεύει αυτό το σύστημα. Ήμουν πολύ ενθουσιασμένος γιατί ήταν ακόμη ένας τρόπος να νομιμοποιήσω τη δουλειά μου. Γενικότερα, για εμένα είναι ένας πολύ ενθουσιώδης χώρος και ότι είναι καινούριο ενθουσιάζομαι για να το δοκιμάσω. Τώρα, επειδή υπάρχουν πολλοί χώροι, αποφάσισα να δοκιμάσω ό,τι είναι καινούριο και όσο συνέχιζα, ανακάλυψα τα NFTs. Πρώτα απ όλα είναι νέα τεχνολογία και είναι ενδιαφέρουσα για εμένα, είναι αποκεντρωμένη (decentralised) και δίνει

²⁰ Συνέντευξη στο WIRED, Rachel Wolfe-Goldsmith, <https://www.wired.com/story/nft-street-art/>

²¹ <https://www.theverge.com/23152315/williamsburg-nft-graffiti-grand-roebing-bayc-cryptopunk>

τη δυνατότητα στον καλλιτέχνη - το πιο σημαντικό για εμένα - την ευκαιρία να πουλήσει την τέχνη του. Για εμένα, για να πουλήσω τα έργα μου πρέπει να τα τυπώσω, άρα φτιάχνω ένα φυσικό τύπωμα, μετά πρέπει να το ψηφιοποιήσω (digitalise), να δω ότι είναι όλα οκ, και μετά να το δώσω σε κάποιον για να το τυπώσει σε ό,τι μορφή και στυλ θέλω. Άρα, περνάμε όλη αυτή τη διαδικασία από το φυσικό τύπωμα στο ψηφιακό για να πουλήσω και να νομιματοποιήσω την τέχνη μου. Με τα NFTs κατάλαβα ότι χέι, τέλος. Θα φτιάξω το φυσικό τύπωμα, για παράδειγμα θα βάρω και θα το φιλιάρω - γιατί το να φιλιάρω περιεχόμενο (content) για εμένα είναι μέρος της δημιουργίας και με τα NFT μπορείς να τα πουλήσεις. Άρα, το νόημα με τα NFT είναι ότι ο καλλιτέχνης μπορεί να νομιματοποιήσει ψηφιακή τέχνη. Άρα, δε χρειάζεται να πάει εκτός του ψηφιακού χώρου, έχει αξία, έχει πιστοποιήσεις αυθεντικότητας και μοναδικότητας και είναι και γαμώ. Απλώς οι άνθρωποι δεν είναι ακόμη έτοιμοι για αυτό. Οι σκεπτικοί θα είναι «οκ, bitcoins και μαλακίες, το Internet είναι μαλακίες, όλα είναι μαλακίες» και θα υπάρχουν και οι «pros»²², άνθρωποι οι οποίοι μπαίνουν «στο παιχνίδι» πρώτοι και βγάζουν χρήματα, φτιάχνουν NFTs projects, τα πρώτα marketplaces και οι υπόλοιποι είτε μπαίνουν στο παιχνίδι είτε αργούν και έχουν χάσει μεγάλο μέρος των απολαβών. Σα να φτιάχνεις λογαριασμό στο Instagram τώρα.»

Τα παραπάνω λόγια είναι του Boris από τη συζήτηση που είχαμε για τα γκράφιτι και τη «νέα εποχή» που βιώνουμε σχετικά με την ψηφιακή τέχνη. Ένα από τα πιο ενδιαφέροντα σημεία είναι το κομμάτι που αναφέρεται στον παραγκωνισμό του φυσικού τυπώματος και την πριμοδότηση του ψηφιακού έργου. Για την ακρίβεια, ο Boris δεν υποστηρίζει με παράπονο αυτό το πέρασμα διότι με αυτό τον τρόπο γλιτώνει τα έξοδα του να τυπώσει σε φυσικό χαρτί το γκράφιτι και να το μετασχηματίσει σε κάδρο, για να το πουλήσει. Αυτό το έκανε στο γκράφιτι «Toys Are Better People» από το οποίο πούλησε 60 συλλεκτικά κομμάτια. Πλέον, βιντεοσκοπεί όλη τη διαδικασία του βαψίματος, βγάζει φωτογραφίες με την ολοκλήρωση του, τις επεξεργάζεται ψηφιακά και τις μπορεί να τις μετατρέψει σε NFTs για να αποκομίσει κέρδος από το έργο του.

Στην κουλτούρα του γκραφίτι, πριν τη διαφωνία για το εάν θα πρέπει οι γκραφίτι κοινότητες να είναι ενεργά στα ΜΚΔ, υπήρχε η συζήτηση και η διαφοροποίηση όσων κάνουν γκράφιτι για την αποκόμιση κέρδους και όσων κάνουν γκράφιτι διατηρώντας αποκλειστικά το ιδεώδες της δεκαετίας του 1960: η ύπαρξη και η διεκδίκηση του δημόσιου χώρου με την πρακτική του γκραφίτι. Στα λόγια του Boris βρίσκουμε και την κριτική των παραδοσιακών γκραφίτιδων για την αποστασιοποίησή τους από τα

²² Pros: αργό < «προχωρημένου», τα άτομα που είναι πιο ειδικοί σε ένα θέμα συγκριτικά με άλλα άτομα.

ΜΚΔ ως κάτι από το οποίο πρέπει να απέχουν και να μην “ποστάρουν” τα έργα τους. Βέβαια, η σχέση των γκαφιλτάδων με το διαδίκτυο και την ορατότητα ήταν και είναι οριακή, αφού φαντάζει σα να κινούνται σε ένα τεντωμένο σχοινί μεταξύ νομιμότητας και παρανομίας. Όση περισσότερη η παρουσία κάποιου γκαφιλτά στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης τόσο περισσότερη και η προσοχή που μπορεί να αποσπά από τις Αρχές, οι οποίες χρησιμοποιούν το διαδίκτυο με σκοπό δημιουργίας φακέλου ενοχοποίησής τους. Η κατηγορία: βανδαλισμός ιδιωτικής περιουσίας, βανδαλισμός δημόσιου χώρου. Γι’ αυτό όταν οι ίδιοι χρησιμοποιούν τα κοινωνικά δίκτυα - που είναι όλο και περισσότεροι πλέον - φροντίζουν να προστατεύουν τους εαυτούς και τις εαυτές τους.

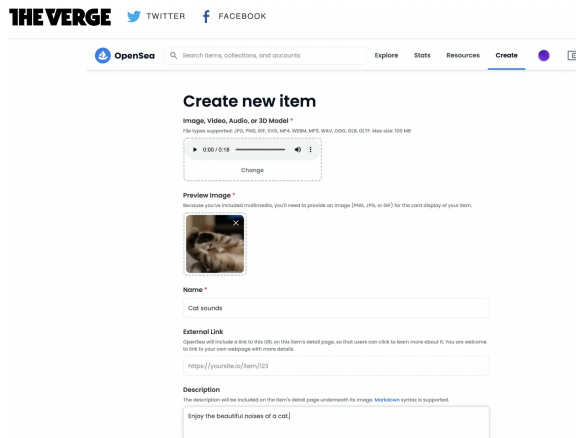
Το δίκτυο των NFTs φαντάζει ασφαλές αφού ο κώδικας είναι κρυπτογραφημένος και δε χρειάζεται κάποιο προσωπικό στοιχείο που συνδέει τη φυσική ύπαρξη του ατόμου με τον ψηφιακό εαυτό που προωθεί το έργο του στην ψηφιοποιημένη μορφή του. Η Gita Joshi, ανεξάρτητη curator του podcast The Curator’s Salon σε συνέντευξή της στο Wired²³, αναφέρει πως «οι street artists είναι από τη φύση τους ανυπότακτοι (rebellious) οπότε είναι λογικό να είναι στην πρώτη γραμμή στήριξης σε οποιαδήποτε πρόοδο του ψηφιακού χώρου, όπου θα μπορεί η τέχνη τους να είναι ορατή από άτομα πέρα από τη φυσική περιοχή που είναι το έργο τους.»

²³ <https://www.wired.com/story/nft-street-art/>

3.2 NFT υπό δημιουργία

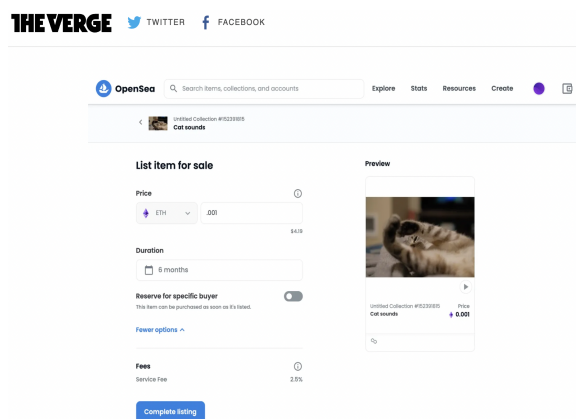
Η δημιουργία ενός NFT, δηλαδή ενός ψηφιακού έργου ή ακόμη και η ψηφιακή μορφή ενός έργου που έχει και φυσική υπόσταση, μπορεί να φαντάζει μία διαδικασία «απλή», σα να ανεβάζει κάποιο άτομο μία φωτογραφία στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης - δεν είναι όμως έτσι. Σύμφωνα με το The Verge, η δημιουργία NFT απαιτεί τη χρήση ψηφιακού πορτοφολιού (wallet) το οποίο υποστηρίζει κρυπτονομίσματα. Αυτά είναι το MetaMask και το Coinbase. Το κάθε ένα έχει το δικό του σύστημα λειτουργίας, αν και μεταξύ τους διαφέρουν ελάχιστα, το σημαντικό είναι το πρόγραμμα που θα χρησιμοποιηθεί να είναι συμβατό με το Blockchain κρυπτονομισμάτων που έχει επιλέξει το άτομο - για παράδειγμα το MetaMask υποστηρίζει το Blockchain του κρυπτονομίσματος Ethereum. Η εγκατάσταση αυτού του προγράμματος μπορεί να γίνει είτε σε υπολογιστή είτε σε κινητό. Αφού γίνει αυτό το πρώτο βήμα, ύστερα πρέπει να δημιουργηθεί ένας λογαριασμός στον οποίο θα ζητηθεί όνομα χρήστη και κωδικός. Και οι δύο πλατφόρμες θα στείλουν ένα 12ψήφιο κωδικό ασφαλείας ο οποίος δεν πρέπει να χαθεί από το χρήστη, για την περίπτωση που θέλει να αλλάξει συσκευή χρήσης του προγράμματος να μπορεί να συνδεθεί στο λογαριασμό του. Διαφορετικά, θα χάσει την πρόσβαση στο λογαριασμό του και κατά συνέπεια και όλο το ποσό που πιθανότατα θα έχει σε κρυπτονομίσματα αλλά και τα NFTs που είτε έχει αγοράσει είτε έχει στη συλλογή του για πώληση. Αφού λοιπόν δημιουργηθούν και οι κωδικοί, το ψηφιακό πορτοφόλι είναι έτοιμο και πρέπει να συνδεθεί με το αντίστοιχο NFT Marketplace που θα επιλέξει το άτομο να χρησιμοποιήσει, παραδείγματος χάριν το OpenSea ή το Rarible. Μετά και από αυτό είναι έτοιμος ο λογαριασμός για να *ανεβεί* (upload) ένα αρχείο το οποίο θα πουληθεί ως NFT.

Σε αυτό το σημείο επιλέγει ο χρήστης και πόσες κόπιες (αντίγραφα) θα πουληθούν μέσω της εξόρυξης (mining) των NFTs στο blockchain που έχει επιλέξει, πχ. Ethereum, και για πόσο καιρό θα είναι διαθέσιμο.



(Εικόνα 9. Στιγμιότυπο οθόνης από το

περιοδικό The Verge σε άρθρο ανάλυσης για τη δημιουργία NFT)



(Εικόνα 10. Στιγμιότυπο οθόνης από το

περιοδικό The Verge σε άρθρο για τη δημιουργία NFT και συγκεκριμένα απεικονίζεται ένα από τα τελικά βήματα όπου ο χρήστης επιλέγει το Blockchain κρυπτονομίσματος που θα χρησιμοποιήσει και για πόσο χρονικό διάστημα θα είναι διαθέσιμο το NFT)

Για την ολοκλήρωση της διαδικασίας όμως θα πρέπει το ψηφιακό πορτοφόλι να έχει μέσα κάποια κρυπτονομίσματα τα οποία θα δοθούν σε αυτή τη συναλλαγή σύνδεσης του wallet με το blockchain μία φορά ως χρήματα «καυσίμου» (gas fee). Η συναλλαγή και το κόστος της είναι άμεσα συνδεδεμένη με την τιμή του Ethereum εκείνη τη δεδομένη στιγμή. Για παράδειγμα, σύμφωνα με έρευνα του The Verge, το 2021 αυτή η συναλλαγή κόστιζε από 240 έως 450 δολάρια, ενώ τον Ιούνιο του 2022 η τιμή είχε πέσει στα 50 έως 60 δολάρια.

Με αυτό τον τρόπο έχει ολοκληρωθεί η διαδικασία για την εισχώρηση στο οικονομικό σύστημα πώλησης NFTs σε ένα Blockchain σαν το OpenSea και ένα ψηφιακό έργο τέχνης είναι έτοιμο για πώληση.

Επίλογος

Στην παρούσα διπλωματική εργασία πραγματεύτηκα τους μετασχηματισμούς του γκραφίτι μέσα από την ιστορία και το ταξίδι του μεταξύ χώρων. Από τον φυσικό δημόσιο χώρο του τοίχου στον ημι-δημόσιο χώρο των ΜΚΔ που λειτουργούν ως κατώφλι για να μας συνδέσουν τον δημόσιο με τον οικιακό χώρο του σπιτιού.

Παρακολουθώντας τις κοινωνικοπολιτισμικές αλλαγές που έλαβαν χώρα κατά την περίοδο της καραντίνας στον φυσικό δημόσιο χώρο, παρατήρησα και κατέγραψα τους μετασχηματισμούς των τρόπων επικοινωνίας στον ψηφιακό χώρο των ΜΚΔ. Συγκεκριμένα στο Messenger, όσον αφορά την αντίδραση της καρδιάς, το άβαταρ και το emoji «Νοιάζομαι.»

Παράλληλα, μελετώντας την έννοια της σωματικότητας, παρατήρησα ότι το σώμα του χρήστη - φυσικό και ψηφιακό - διαδραματίζει το ρόλο του δίαυλου επικοινωνίας ανάμεσα σε φυσικό και ψηφιακό χώρο. Το υποκείμενο βρίσκεται σε πολλαπλούς χώρους ταυτόχρονα. Ο Boris αναφέρει πως οι γκραφίτι writers βρίσκονται στον φυσικό δημόσιο χώρο αλλά ταυτόχρονα υπάρχουν και στα ΜΚΔ με το ψηφιακό τους σώμα και διαμοιράζονται τις αναμεσοποιημένες εικόνες των γκράφιτι έργων τους.

Οι αναμεσοποιημένες εικόνες των γκράφιτι δύναται να φτάσουν στην ψηφιοποιημένη μορφή των NFTs. Τα NFTs, ανήκουν σε blockchain κρυπτονομισμάτων και ψηφιακών ανταλλαγών και αποτελούν την πιο σύγχρονη αναμεσοποίηση της εικόνας του φυσικού δημόσιου χώρου. Τέλος, είναι ένας τρόπος ψηφιακής αποκόμισης κέρδους και νομισματοποίησης των γκραφίτι.

Κλείνοντας λοιπόν αυτή την εργασία, δημιουργούνται τα εξής ευρύτερα ερωτήματα προς μελλοντική διερεύνηση: Μπορούμε να κάνουμε λόγο για νέες μορφές ανταλλακτικής οικονομίας ή για μετασχηματισμούς των ήδη υπαρχόντων οικονομικών συστημάτων. Πώς θα αναδιαμορφωθούν οι τρόποι επικοινωνίας των

υποκειμένων; Τέλος, για τι είδους υλικότητες μιλάμε όσον αφορά την ψηφιακή εικόνα;

Ελληνόφωνη Βιβλιογραφία

Γκέφου-Μαδιανού, Δ. (2009). «Εισαγωγή: Η Ανθρωπολογική Έρευνα Μετά την Πολιτισμική Κριτική». Στο Γκέφου-Μαδιανού Δ. Όψεις Ανθρωπολογικής Έρευνας: Πολιτισμός, Ιστορία, Αναπαραστάσεις. Αθήνα: Ελληνικά Γράμματα.

Καραθανάσης, Π. (2010). «Οι τοίχοι της πόλης ως “αμφισβητούμενοι χώροι”:
Αισθητική και αστικό τοπίο στην Αθήνα» στο Αμφισβητούμενοι Χώροι στην Πόλη.
Χωρικές προσεγγίσεις του πολιτισμού, συλλογικός τόμος, επιμ. Γιαννακόπουλος
Κώστας, Γιαννιτσιώτης Γιάννης, σειρά Χώρος και Κοινωνία, Αλεξάνδρεια: Αθήνα

Παπαλία Π. & Πετρίδης Π., (2015). Ψηφιακή Εθνογραφία 1.0, Kallipos: Αθήνα.

Πετρίδης, Π. (2011). *Ψηφιακά Αρχεία και Πρακτικές Ανταλλαγής: Μία ανθρωπολογική
προσέγγιση των ομότιμων δικτύων*, Διδακτορική Διατριβή.

Πετρίδης Π. (2020). «Όταν τα σώματα μιλούν: Συναίσθημα και παραγωγικότητα
στην ψηφιακή συνθήκη», Λ. Κυριακόπουλος (επιμ.), *Ουτοπία*, τ. 133, σ. 115-138.

Σιδηροπούλου Α. & Ντάβου Μπ., (2020). «Αναζητώντας τον εαυτό και τον άλλο
στον ψηφιακό κόσμο», Λ. Κυριακόπουλος (επιμ.), *Ουτοπία*, τ. 133, σ. 27-48.

Σταυρίδης, Στ. (1999). Προς μια ανθρωπολογία του κατωφλιού, *Ουτοπία: διμηνιαία
έκδοση θεωρίας και πολιτισμού*, 33, σελ. 107-121.

Ξενόγλωσση Βιβλιογραφία

Adorno T. & Horkheimer M., (1996). Η Διαλεκτική του Διαφωτισμού, Νήσος: Αθήνα.

Ahmed, S. (2018). «*Συν-αισθηματικές Οικονομίες*» (129-166) στο Το Συν-αίσθημα
στο Πολιτικό, συλλογικός τόμος, επιμ. Αβραμοπούλου Ειρήνη, σειρά Υλικά 22,
Νήσος: Αθήνα

Appadurai, A. (1986). *The Social Life of Things: Commodities in Cultural Perspective*, συλλογικός τόμος, επιμ. Appadurai Arjun, Cambridge University Press

Appadurai, A. (2006). *The Thing Itself*, *Public Culture* 18:1, Duke University Press

Avramidis, K. & Drakopoulou, K. (2015). «*Moving from Urban to Virtual Spaces and Back: Learning In/From Signature Graffiti Subculture.*» In *Critical Learning in Digital Networks* edited by Jandric Petar & Boras Damir, pp. 133-161. Croatia: Springer.

Azuma, Hiroki, 1971-. (2009). *Otaku : Japan's database animals*. Minneapolis :University of Minnesota Press

Baudrillard J. 1994. *Simulacra and Simulation*. Michigan: University of Michigan Press.

Baudrillard J. 2000. *Η Καταναλωτική Κοινωνία*. Σκόπελος: Νησίδες

Boellstorff T. (2012). *Ethnography and virtual worlds : a handbook of method*. Princeton University Press.

Boellstorff T. (2015). *Coming of age in second life : an anthropologist explores the virtually human* (First new edition paperback). Princeton University Press. <https://doi.org/10.1515/9781400874101>

Chmielewska, E. (2009). *Framing temporality: Montréal graffiti in photography*. In A. Gérin & J. S. McLean (Eds.), *Public art in Canada: Critical perspectives* (pp. 271–292). Toronto: University of Toronto Press.

Dean, J. (2010). *Affective Networks*. *MediaTropes eJournal* Vol II, No 2: 19–44

Diamantis, K. (2019). Graffiti 2.0. Concepts & Practices of the Graffiti Community in the Social Media Era, Master Thesis, Freie Universitat Berlin: Berlin

Gennep A. van. (2004). The rites of passage (Reprinted). Routledge.

Godellier, M. (2003). «Πράγματα που προσφέρονται, πράγματα που πωλούνται και πράγματα που δεν πρέπει ούτε να προσφέρονται ούτε να πωλούνται, αλλά που πρέπει να φυλάσσονται» στο Το Αίνιγμα του Δώρου, επιμ. Δεμαθάς Ζ., μτφρ. Αγγελίδου Α., Gutenberg: Αθήνα

Hodder, I. (1982). The Present Past: an Introduction to Anthropology for Archaeologists. London: B. T. Batsford

Hwang, S. 2020. Super-ephemerality: Street Art in Digital Space.
<https://flatjournal.com/work/super-ephemerality-street-art-1-in-digital-space/>

Kopytoff, I. (1986). «*The cultural biography of things: Commoditization as process*» στο *The Social Life of Things. Commodities in cultural perspective*, ed. Appadurai A., Cambridge University Press: Cambridge

Levy, P. (1999). Δυνητική Πραγματικότητα: Η Φιλοσοφία του Πολιτισμού και του Κυβερνοχώρου. Αθήνα: Κριτική

Lovink, G. (2020). «Η ιδεολογία των κοινωνικών μέσων», Λ. Κυριακόπουλος (επιμ.), *Ουτοπία*, τ. 133.

Marcus G. E. 1995. «Ethnography In/Of the World System: The Emergence of Multi-Sited Ethnography». Στο *Annual Review of Anthropology* 24: 95-117.

Mauss, M. (1923 [1979]). Το Δώρο. Μορφές και Λειτουργίες της Ανταλλαγής στις Αρχαϊκές Κοινωνίες, Καστανιώτη: Αθήνα

Merleau-Ponty, M. (1962). Phenomenology of perception. London: Routledge & Kegan Paul.

Mcluhan, M. (1990). Οι προεκτάσεις του ανθρώπου, Κάλβος: Αθήνα.

Miller, D. & Slayter, D. (2000). The Internet. An ethnographic approach. Oxford, New York: BERG

Smith P., 2006. Πολιτισμική θεωρία, Κριτική: Αθήνα.

Taylor C. (1989). Sources of the self : the making of the modern identity. Harvard University Press.

Tilley, Ch. (1994). Χώρος, Τόπος, Τοπίο: Φαινομενολογικές Προσεγγίσεις, στο Υλικός Πολιτισμός: Η ανθρωπολογία στη χώρα των πραγμάτων.

Ιστογραφία

Ο λογαριασμός του Boris / Good Guy Boris στο Instagram:

<https://www.instagram.com/goodguyboris/>

(Τελευταία προσπέλαση: 20/09/2022)

Ο λογαριασμός του Good Guy Boris στο Youtube:

<https://www.youtube.com/c/GoodGuyBoris>

(Τελευταία προσπέλαση: 20/09/2022)

Το βίντεο που έφτιαξε ο Boris για το πώς να προστατεύσεις το γκράφιτι σου στο δρόμο:

https://www.youtube.com/watch?v=7N5kiYFRYxo&ab_channel=GoodGuyBoris

(Τελευταία προσπέλαση: 20/09/2022)

Εισαγωγικό βίντεο για το Metaverse:

https://www.youtube.com/watch?v=Uvufun6xer8&ab_channel=Meta

(Τελευταία προσπέλαση: 20/09/2022)

Ορισμός Bitcoin: Wikipedia:

<https://el.wikipedia.org/wiki/Bitcoin>

(Τελευταία προσπέλαση: 20/09/2022)

Ορισμός Blockchain: Wikipedia:

<https://el.wikipedia.org/wiki/Blockchain>

(Τελευταία προσπέλαση: 20/09/2022)

Weberg, A. P2P Art – The aesthetics of ephemerality

<https://noemalab.eu/memo/p2p-art-the-aesthetics-of-ephemerality/>

(Τελευταία προσπέλαση: 20/09/2022)

Project: Murals to the Metaverse

<https://makersplace.com/muralstothemetaverse/about/>

(Τελευταία προσπέλαση: 20/09/2022)

Συνέντευξη στο Wired, Rachel Wolfe-Goldsmith

<https://www.wired.com/story/nft-street-art/>

(Τελευταία προσπέλαση: 20/09/2022)

Russell Brandom, The graffiti economics behind Williamsburg's wall of NFTs:
Another NFT on the wall

<https://www.theverge.com/23152315/williamsburg-nft-graffiti-grand-roebing-bayc-cryptopunk>

(Τελευταία προσπέλαση: 20/09/2022)

Syhita Shirodkar, Finally, a Good Use for NFTs: Preserving Street Art

Murals and other similar forms of art are often ephemeral. Putting them on the
blockchain

can give them life after they've been covered up or removed.

<https://www.wired.com/story/nft-street-art/>

(Τελευταία προσπέλαση: 20/09/2022)