



**ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΘΕΣΣΑΛΙΑΣ
ΣΧΟΛΗ ΑΝΘΡΩΠΙΣΤΙΚΩΝ ΚΑΙ ΚΟΙΝΩΝΙΚΩΝ ΕΠΙΣΤΗΜΩΝ
ΤΜΗΜΑ ΠΟΛΙΤΙΣΜΟΥ ΚΑΙ ΔΗΜΙΟΥΡΓΙΚΩΝ ΜΕΣΣΩΝ ΚΑΙ ΒΙΟΜΗΧΑΝΙΩΝ**

ΠΤΥΧΙΑΚΗ ΕΡΓΑΣΙΑ

Η αισθητικοποίηση του βιβλίου στο πλαίσιο του Bookstagram:
Το “hygge” ως κυρίαρχη αναπαράσταση των ψηφιακών αναγνωστικών ατμοσφαιρών

The aestheticization of the book within the context of Bookstagram:
“hygge” as a Dominant Representation of Digital Reading Atmospheres

ΒΟΛΟΝΑΚΗ ΕΛΕΝΗ Α.Μ. 3821096

ΕΠΙΒΛΕΠΟΥΣΑ ΚΑΘΗΓΗΤΡΙΑ: ΚΙΟΥΡΤΣΟΓΛΟΥ ΕΛΙΣΑΒΕΤ

ΒΟΛΟΣ 2025

Ευχαριστίες

Θα ήθελα να εκφράσω την ειλικρινή μου ευγνωμοσύνη στην καθηγήτριά μου, Ελισάβετ Κιουρτσόγλου, για την καθοδήγηση, τη βιβλιογραφική υποστήριξη και τις εύστοχες παρατηρήσεις της. Κυρίως, όμως, την ευχαριστώ γιατί με βοήθησε να εκφράσω τις σκέψεις μου γύρω από το θέμα, να βρω τη δική μου φωνή και να παραμείνω ο εαυτός μου κατά τη διάρκεια της συγγραφής.

Θα ήθελα επίσης να εκφράσω την ευγνωμοσύνη μου σε όλους τους καθηγητές του Τμήματος, για τις γνώσεις και τις ιδέες που μοιράστηκαν μαζί μας. Μέσα από τη διδασκαλία τους, δεν απέκτησα μόνο ακαδημαϊκά εφόδια, αλλά και έναν νέο τρόπο να βλέπω και να κατανοώ τον κόσμο.

Τέλος, ένα μεγάλο ευχαριστώ στην οικογένειά μου, που με την αγάπη τους κατάφερα να ολοκληρώσω αυτήν την προσπάθεια.

ΠΕΡΙΛΗΨΗ

Η εργασία διερευνά τη συμβολική και αισθητική διάσταση του βιβλίου στο Bookstagram, ως μέρος της κουλτούρας του Instagram. Εστιάζει στις «επιμελημένες ατμόσφαιρες ανάγνωσης», όπου το βιβλίο δεν προβάλλεται μόνο ως μέσο γνώσης αλλά ως αισθητικοποιημένο αντικείμενο που συνδέεται με την αυτοφροντίδα, τη χαλάρωση και την εικόνα ενός καλλιεργημένου τρόπου ζωής. Στόχος είναι να αναδειχθεί ο ρόλος της ανάγνωσης ως πολιτισμικού κεφαλαίου, στοιχείου κοινωνικής διάκρισης και διαδικτυακής ταυτότητας. Κεντρικά ερευνητικά ερωτήματα είναι: πώς το βιβλίο λειτουργεί ως αισθητικό και συμβολικό αντικείμενο, ποια κυρίαρχη αισθητική αναδύεται γύρω από την ανάγνωση και την ευζωία, και ποια χαρακτηριστικά συγκροτούν τις «επιμελημένες ατμόσφαιρες ανάγνωσης». Το θεωρητικό πλαίσιο συνδυάζει τις έννοιες της κατανάλωσης ως σύστημα σημείων (Baudrillard), τη σχέση ανθρώπων-αντικειμένων (Miller), habitus και πολιτισμικού κεφαλαίου (Bourdieu), αισθητικής εμπειρίας της ατμόσφαιρας (Böhme) και επιμέλειας στο πλαίσιο του καπιταλισμού της πλατφόρμας (Kompatsiaris). Μεθοδολογικά, η έρευνα βασίζεται σε ποιοτική ανάλυση τριών δημοφιλών λογαριασμών Bookstagram (Αυστραλία, Αγγλία, Ελλάδα) και σε ημερολογιακές σημειώσεις αυτοπαρατήρησης. Η επιλογή έγινε με κριτήρια τον αριθμό ακολούθων και της συνέπειας στην αισθητική αναπαράσταση της ανάγνωσης, με στόχο την ανάδειξη κυρίαρχων αισθητικών και καταναλωτικών τάσεων σε διεθνές πλαίσιο. Η ανάλυση έδειξε ότι το βιβλίο, στις επιμελημένες ατμόσφαιρες ανάγνωσης, λειτουργεί ως αισθητικό και συμβολικό αντικείμενο, στενά συνδεδεμένο με το “hygge”. Η ανάγνωση μετατρέπεται σε οπτικοποιημένη εμπειρία πολιτισμικής διάκρισης και ταυτότητας, αναδεικνύοντας τις διαδικασίες αισθητικοποίησης, παγκοσμιοποίησης και κατανάλωσης στις ψηφιακές πλατφόρμες.

ΛΕΞΕΙΣ –ΚΛΕΙΔΙΑ: βιβλίο, διάκριση, επιμέλεια, καπιταλισμός της πλατφόρμας, συμβολική αξία

ABSTRACT

This thesis explores the symbolic and aesthetic dimension of the book within Bookstagram, as part of Instagram culture. It focuses on “curated reading atmospheres,” where the book is not presented merely as a medium of knowledge, but as an aestheticized object associated with self-care, relaxation, and the image of a cultivated lifestyle. The aim is to highlight the role of reading as cultural capital, an element of social distinction, and a marker of online identity. The central research questions are how the book functions as an aesthetic and symbolic object, what dominant aesthetics emerge around reading and well-being, and what features shape “curated reading atmospheres.” The theoretical framework combines the concepts of consumption as a system of signs (Baudrillard), the relationship between people and objects (Miller), habitus and cultural capital (Bourdieu), the aesthetic experience of atmosphere (Böhme), and curation within platform capitalism (Kompatsiaris). Methodologically, the study is based on qualitative analysis of three popular Bookstagram accounts (Australia, England, Greece) and diary-based self-observation notes. The accounts were selected according to the number of followers and the consistency of their aesthetic representation of reading, with the aim of identifying dominant aesthetic and consumer trends in an international context. The analysis shows that the book, within curated reading atmospheres, functions as both an aesthetic and symbolic object closely linked to the concept of “hygge”. Reading is transformed into a visualized experience of cultural distinction and identity, revealing processes of aestheticization, globalization, and consumption in digital platforms.



ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΔΗΜΟΚΡΑΤΙΑ

Υπεύθυνη Δήλωση
(άρθρο 8 Ν.1599/1986)



Η ακρίβεια των στοιχείων που υποβάλλονται με αυτή τη δήλωση μπορεί να ελεγχθεί με βάση το αρχείο άλλων υπηρεσιών (άρθρο 8 παρ. 4 Ν. 1599/1986).

Προς ⁽¹⁾ :	Τμήμα Πολιτισμού, Δημιουργικών Μέσων και Βιομηχανιών, Πανεπιστήμιο Θεσσαλίας						
Όνομα:	ΕΛΕΝΗ			Επώνυμο:	ΒΟΛΟΝΑΚΗ		
Όνομα και Επώνυμο Πατέρα:	ΧΑΡΑΛΑΜΠΟΣ ΒΟΛΟΝΑΚΗΣ						
Όνομα και Επώνυμο Μητέρας:	ΑΛΕΞΑΝΔΡΑ ΚΡΗΤΙΚΟΥ						
Ημερομηνία γέννησης:							
Τόπος Γέννησης:	ΔΗΜΟΣ ΡΟΔΟΥ ΝΟΜΟΣ ΔΩΔΕΚΑΝΗΣΟΥ						
Αριθμός Δελτίου Ταυτότητας:				Τηλ:			
Τόπος Κατοικίας:	Βόλος	Οδός:		Αριθ:		ΤΚ:	
ΑΦΜ:	Δ/ση Ηλεκτρ. Ταχυδρομείου (E-mail):						

Με ατομική μου ευθύνη και γνωρίζοντας τις κυρώσεις⁽²⁾, που προβλέπονται από τις διατάξεις της παρ. 6 του άρθρου 22 του Ν. 1599/1986, δηλώνω ότι:

«Βεβαιώνω ότι είμαι συγγραφέας αυτής της πτυχιακής εργασίας, η οποία εκπονήθηκε σύμφωνα με τον Κανονισμό Εκπόνησης Πτυχιακής Εργασίας του ΤΠΔΜΒ»

30/08/2025
Ο - Η Δηλ.

ΕΛΕΝΗ ΒΟΛΟΝΑΚΗ

(1) Αναγράφεται από τον ενδιαφερόμενο πολίτη η αρχή ή η υπηρεσία του δημόσιου τομέα όπου απευθύνεται η αίτηση.

(2) Γνωρίζω ότι: Όποιος εν γνώσει του δηλώνει ψευδή γεγονότα ή αρνείται ή αποκρύπτει τα αληθινά με έγγραφη υπεύθυνη δήλωση του άρθρου 8 τιμωρείται με φυλάκιση τουλάχιστον τριών μηνών. Εάν ο υπαίτιος αυτών των πράξεων σκόπευε να προσπορίσει στον εαυτόν του ή σε άλλον περιουσιακό όφελος βλάπτοντας τρίτον ή σκόπευε να βλάψει άλλον, τιμωρείται με κάθειρξη μέχρι 10 ετών.

Περιεχόμενα

Εισαγωγή	5
1. Ένα βιβλίο για να με σέβονται: Το βιβλίο ως πολιτισμικό και ταξικό αγαθό	7
2. Το “hygge” κυριαρχεί: Παγκοσμιοποιημένες εκδοχές της σκανδιναβικής υπεροχής	8
3. Μια επιμελημένη ατμόσφαιρα για το βιβλίο μου: Ο καπιταλισμός της πλατφόρμας.....	12
3.1 Πολιτισμική μετατόπιση: Από την τοπική κληρονομιά στις κυρίαρχες αισθητικές	13
3.2 Μινιμαλιστική πολυτέλεια: Όταν η απλότητα σηματοδοτεί ταξικό προνόμιο	18
3.3 Κατασκευάζοντας την ελληνικότητα: Αισθητικές πρακτικές εθνικής ταυτότητας	21
Συμπεράσματα	24
Βιβλιογραφία.....	26

Εισαγωγή

«Αγοράζω βιβλία όποτε μπορώ. Κάθε βιβλίο με πάει ένα σκαλοπάτι πιο πάνω. Δεν ξέρω ακριβώς ποιο είναι αυτό το “πάνω”. Ένα ακόμη ζευγάρι παπούτσια τι έχει να μου δώσει; Όταν τα φοράς νιώθεις ωραία, επειδή περπατάς άνετα, είσαι στη μόδα και δείχνεις στους γύρω σου πόσο καλό γούστο έχεις. Όταν όμως επιστρέψεις στο σπίτι σου και τα βγάλεις, είσαι ό,τι ήσουν και πριν τα αγοράσεις. Με τα βιβλία δεν ισχύει το ίδιο! Το βιβλίο το αγοράζεις, το διαβάζεις...και όταν πια πάρει τη θέση του στη βιβλιοθήκη σου, σε έχει ήδη αλλάξει μια για πάντα. Άλλο πολύ, άλλο λίγο ή και ελάχιστα. Δεν έχει σημασία. Δεν είσαι ποτέ πια ακριβώς ο ίδιος άνθρωπος!»

Η ανάγκη να ερευνήσω ζητήματα που σχετίζονται με την κατανάλωση οπτικών εμπειριών ανάγνωσης προέκυψε από μια προσωπική παρατήρηση, όπως αυτή. Συχνά αγοράζω βιβλία χωρίς απαραίτητα να έχω την πρόθεση να τα διαβάσω, επειδή νιώθω ηρεμία όταν βρίσκομαι κοντά τους. Ταυτόχρονα, διαπιστώνω ότι μεγάλο μέρος του χρόνου που αφιερώνω στο Instagram, παρακολουθώ εικόνες από «όμορφες» ατμόσφαιρες ανάγνωσης. Εικόνες που παρουσιάζουν ανθρώπους να διαβάζουν χαλαρώνοντας σε αναπαυτικά καθίσματα, πίνοντας ζεστά ροφήματα, μυρίζοντας αρωματικά κεριά ή αγναντεύοντας τη θέα της φύσης.

Στην παρούσα εργασία εξετάζω τη συμβολική και αισθητική διάσταση του βιβλίου, ως φορέα κοινωνικών σημασιών στον ψηφιακό κόσμο. Εστιάζω στην ανάλυση επιμελημένων οπτικών αναπαραστάσεων του βιβλίου και της διαδικασίας ανάγνωσης στο περιβάλλον του Bookstagram σήμερα, όπως αυτό αναπτύσσεται στην πλατφόρμα κοινωνικής δικτύωσης Instagram.¹ Το ενδιαφέρον δεν βρίσκεται τόσο στο περιεχόμενο των βιβλίων, όσο στο πώς αυτά προωθούν αισθητικοποιημένες οπτικές εμπειρίες συνδεδεμένες με την απόλαυση, τη χαλάρωση και την εικόνα ενός συγκεκριμένου τρόπου ζωής. Με τον όρο αισθητικοποίηση, σε αυτήν την εργασία, εννοώ τη διαδικασία με την οποία η ανάγνωση και τα αντικείμενα γύρω από αυτήν μετατρέπονται σε οπτικά και συναισθηματικά οργανωμένα στοιχεία, ώστε να δημιουργείται μια επιμελημένη και ελκυστική εμπειρία για τον χρήστη των ψηφιακών μέσων.

Βασικά ερωτήματα της εργασίας είναι τα εξής: Πώς το βιβλίο παρουσιάζεται και λειτουργεί ως αισθητικό αντικείμενο, και ποιον συμβολικό ρόλο αποκτά στις επιμελημένες ατμόσφαιρες ανάγνωσης στο ψηφιακό περιβάλλον; Ποια είναι η κυρίαρχη αισθητική, που παρουσιάζεται ως ένα πολιτισμικό πρότυπο που διαμορφώνει συγκεκριμένες αφηγήσεις, γύρω από την ανάγνωση και την ευζωία; Και τέλος, ποια χαρακτηριστικά συγκροτούν τις «επιμελημένες ατμόσφαιρες ανάγνωσης» στους λογαριασμούς Bookstagram;

Βάσει επιλεγμένων θεωριών των πολιτισμικών σπουδών, εστιάζω στον τρόπο που η ανάγνωση, πέρα από ατομική εμπειρία απόκτησης οποιασδήποτε μορφής γνώσης, λειτουργεί και ως στοιχείο πολιτισμικού κεφαλαίου, ταξικής διαφοροποίησης και αισθητικής ταυτότητας. Όπως θα δείξω παρακάτω, στις πλατφόρμες κοινωνικής δικτύωσης η καθημερινότητα παρουσιάζεται μέσα από επιμελημένες εικόνες. Σε αυτό το πλαίσιο η ανάγνωση προβάλλεται ως πολιτισμικά φορτισμένη δραστηριότητα, μέσω της οποίας συγκροτούνται διάφορων ειδών ταυτότητες. Στο Bookstagram,

¹ Ο όρος Bookstagram είναι ένας συνδυασμός των λέξεων book και Instagram. Περιγράφει μια online κοινότητα, όπου χρήστες, δηλαδή bookstagrammers, κοινοποιούν φωτογραφίες, προτάσεις, κριτικές και γενικότερα περιεχόμενο που αφορά βιβλία και αναγνωστικές εμπειρίες.

συγκεκριμένα, η ανάγνωση συνδέεται με την αυτοπαρουσίαση, την ταξική και πολιτισμική διαφοροποίηση και την οικειοποίηση συμβόλων και πρακτικών της «κυρίαρχης» και «καλλιεργημένης» τάξης.

Η εργασία βασίζεται σε διαφορετικούς θεωρητικούς άξονες. Ο ανθρωπολόγος Daniel Miller, μελετώντας τη σχέση ανθρώπων και αντικειμένων στην καθημερινότητα, δείχνει πώς τα υλικά πράγματα διαμορφώνουν τις κοινωνικές μας πρακτικές. Ο κοινωνιολόγος και φιλόσοφος Jean Baudrillard ανέλυσε την κατανάλωση ως σύστημα σημείων και νοημάτων, που συγκροτεί κοινωνικές ταυτότητες. Ο κοινωνιολόγος Pierre Bourdieu εισήγαγε τις έννοιες του *habitus* και του πολιτισμικού κεφαλαίου, φωτίζοντας πώς η ανάγνωση λειτουργεί ως κοινωνικά προσδιορισμένη και ταξικά κωδικοποιημένη πρακτική. Ο φιλόσοφος Gernot Bohme ανέπτυξε την έννοια της ατμόσφαιρας ως αισθητικής εμπειρίας που διαμορφώνεται από την αλληλεπίδραση υποκειμένων, αντικειμένων και χώρων. Τέλος, ο θεωρητικός των μέσων και της κουλτούρας Πάνος Κομπατσιάρης εξετάζει την επιμέλεια στον καπιταλισμό της πλατφόρμας ως οργανωτική και ιδεολογική πρακτική, που παράγει νέες μορφές πολιτισμού και αξιών (Kompatsiaris, 2024, σ. 5). Μέσα από αυτό το θεωρητικό πλαίσιο, επιχειρώ να αναδείξω πώς οι επιμελημένες εικόνες ανάγνωσης δεν είναι ουδέτερες ή αυθόρμητες, αλλά συγκροτούνται μέσω πολιτισμικών, ταξικών και αισθητικών μηχανισμών, που αποκτούν ιδιαίτερη σημασία στο πλαίσιο της ψηφιακής κατανάλωσης.

Ως μεθοδολογία, ακολουθώ μια ποιοτική ερευνητική προσέγγιση με την ανάλυση οπτικού περιεχομένου. Στην αρχή κάθε κεφαλαίου ενσωματώνονται ημερολογιακές σημειώσεις, καταγεγραμμένες σε διάστημα παράλληλο με την εκπόνηση της εργασίας, ως ένδειξη των βιωματικών κινήτρων που καθόρισαν την επιλογή του θέματος. Η έρευνα πραγματοποιείται σε τρεις ψηφιακούς λογαριασμούς Bookstagram: έναν από την Αυστραλία, έναν από την Αγγλία και έναν από την Ελλάδα. Οι δύο πρώτοι ανήκουν στους πέντε δημοφιλέστερους λογαριασμούς παγκοσμίως σύμφωνα με το Chat GPT, ενώ ο τρίτος είναι από τους πιο δημοφιλείς ελληνικούς λογαριασμούς. Το γεωγραφικό πλαίσιο θα μπορούσε να περιγραφεί ως διεθνές. Στόχος μου δεν είναι η πολιτισμική σύγκριση, αλλά μέσα από αντιπροσωπευτικά παραδείγματα στον χώρο του Bookstagram να αποτυπωθούν πιθανές κυρίαρχες αισθητικές και καταναλωτικές τάσεις της πλατφόρμας σε παγκόσμια κλίμακα.

Η επιλογή βασίστηκε στον αριθμό των ακολούθων και στη συνεχή ενασχόληση των δημιουργών με την αισθητική αναπαράσταση της αναγνωστικής εμπειρίας. Ειδική έμφαση δίνω στην αναπαραγωγή συγκεκριμένων ατμοσφαιρών, που σχετίζονται με τη λογική της αυτοφροντίδας, της ηρεμίας και της επιμελημένης καθημερινότητας.

Στο πρώτο κεφάλαιο εξετάζεται το βιβλίο ως συμβολικό αγαθό και η ανάγνωση ως πολιτισμικά καθορισμένη πρακτική συνδεδεμένη με το *habitus* και την κοινωνική θέση. Στο δεύτερο αναλύεται το “hygge” ως αισθητικό πρότυπο και παράδειγμα πολιτισμικής αποικιοκρατίας. Αν και η έννοια του “hygge” δεν αποτέλεσε αρχικό στόχο της έρευνας, προέκυψε μέσα από την ανάλυση, ως κυρίαρχη αισθητική αναφορά, η οποία έχει επηρεάσει καθοριστικά τη διαμόρφωση των «επιμελημένων ατμοσφαιρών ανάγνωσης» στο Bookstagram. Στο τρίτο μελετάται η επιμέλεια εαυτού και ατμοσφαιρών στο Bookstagram, ως πεδίο αισθητικής διάκρισης και συγκρότησης διαδικτυακών ταυτοτήτων.

1. Ένα βιβλίο για να με σέβονται: Το βιβλίο ως πολιτισμικό και ταξικό αγαθό

«Πάντα μου άρεσε να περπατάω στο δρόμο με ένα βιβλίο στο χέρι ή να διαβάζω σε δημόσιους χώρους. Οι περισσότεροι σε κοιτάζουν με ένα είδος σεβασμού.

Από την άλλη, πριν δύο χρόνια περίπου, χρειάστηκε να παραμείνω στο νοσοκομείο για κάποιες μέρες και βρήκα ευκαιρία να διαβάσω ένα κάπως δύσκολο και πολυσέλιδο βιβλίο, Η διαλεκτική του βλέπειν. Όταν το είδε ένας από τους γιατρούς που με επισκέπτονταν, γέλασε, και με ρώτησε τι πρόβλημα έχω και διαβάζω τέτοια πράγματα. Περίμενα ότι θα με θαύμαζε για το μη «ελαφρύ» περιεχόμενου βιβλίο μου, όμως αυτός μάλλον το θεώρησε ανόητο. Ίσως να περίμενε να κουβαλήσω κάποιο περιοδικό μόδας για να περάσω την ώρα μου ως γυναίκα. Εγώ από την άλλη, ήθελα να «εκμεταλλευτώ» το χρόνο και να διαβάσω αυτό το βιβλίο που όλοι έλεγαν ότι είναι σημαντικό. Και ο γιατρός και εγώ είχαμε μια πολύ συγκεκριμένη ιδέα για το τι κάνουν τα βιβλία.»

Σύμφωνα με τον Daniel Miller, το γεγονός ότι οι άνθρωποι αγοράζουν και χρησιμοποιούν τα ίδια αντικείμενα (όπως εγώ και ο γιατρός στο παραπάνω ημερολογιακό σημείωμα), δε σημαίνει ότι διατηρούν παρόμοια σχέση με αυτά. Αναφέρει ως παράδειγμα τα ρούχα, τα οποία αγοράζονται, για να καλύπτουν το σώμα και να προφυλάσσουν από τις κλιματολογικές συνθήκες. Με την επιλογή των ρούχων διαμορφώνονται ταυτότητες, δίνοντας στοιχεία για το φύλο, την εθνικότητα, τη θρησκεία, το επάγγελμα και τις προτιμήσεις γενικότερα. Επομένως, χρησιμοποιούνται και για άλλους λόγους πέρα της λειτουργικότητάς τους. Οι λόγοι αυτοί σχετίζονται με τη συμβολική αξία των αντικειμένων (Miller, 2010, pp. 55-56).

Το πάθος για την απόκτηση αντικειμένων δεν είναι επιφανειακό, αλλά ριζωμένο στην ανάγκη για σταθερότητα και έλεγχο. Όταν ένα αντικείμενο ξεπερνά την πρακτική χρήση και εντάσσεται σε προσωπικό πλαίσιο, γίνεται φορέας νοήματος. Ωστόσο, η απόκτηση δεν φέρνει πληρότητα· κάθε νέο αντικείμενο γεννά νέα επιθυμία, αφήνοντας πίσω απογοήτευση και αίσθηση του ανικανοποίητου. Έτσι, τα αντικείμενα αποκτούν ποιητική σημασία, συνθέτοντας ένα προσωπικό σύμπαν όπου το υποκείμενο αναζητά συνοχή, νόημα και αυτοεπιβεβαίωση. (Baudrillard, 1996, σσ. 85-87) Σύμφωνα με τον Baudrillard, όταν ένα αντικείμενο καταναλώνεται, μετατρέπεται σε σημείο, δηλαδή αποκόπτεται από την χρηστική του λειτουργία και εντάσσεται σε ένα σύστημα νοημάτων. Το αντικείμενο αποκτά έτσι έναν αφηρημένο χαρακτήρα, δεν έχει αξία από μόνο του, αλλά μέσα από τη θέση που καταλαμβάνει σε ένα σύνολο με παρόμοια σημεία, για τη συμβολική του διαφορά, για την ταυτότητα ή το ύφος που εκπέμπει. (Baudrillard, 1996, σ. 200) Στην περίπτωση μας, το βιβλίο μετατρέπεται σε σημαινόμενο, δηλαδή ένα πολιτισμικό σύμβολο που εντάσσεται σε ένα σύστημα αντικειμένων που «λένε κάτι» για το άτομο που τα διαθέτει. Είτε βρίσκεται σε ένα ράφι, είτε σε μια φωτογραφία σε πλατφόρμα κοινωνικής δικτύωσης, το βιβλίο καταναλώνεται συμβολικά, για ό,τι αυτό αντιπροσωπεύει.

Ως πολιτισμικό προϊόν, το βιβλίο δεν είναι μόνο φορέας νοήματος, αλλά και δείκτης πολιτισμικού και συμβολικού κεφαλαίου, καθώς η κατοχή ή προβολή του «διακρίνει» τον κάτοχό του. Ο Bourdieu δείχνει ότι η κοινωνική θέση δεν καθορίζεται μόνο από το οικονομικό, αλλά και από το πολιτισμικό κεφάλαιο (δεξιότητες, τρόποι συμπεριφοράς, γλωσσικές συνήθειες, τίτλοι σπουδών, πολιτισμικές δραστηριότητες), το κοινωνικό κεφάλαιο (δίκτυο σχέσεων που προσφέρει στήριξη ή

ευκαιρίες) και, τέλος, το συμβολικό κεφάλαιο, δηλαδή κάθε μορφή των παραπάνω που αποκτά κοινωνική αναγνώριση και κύρος, όπως ένας τίτλος σπουδών ή ένα έργο τέχνης. (Bourdieu, 2022)

Το βιβλίο μπορεί να λειτουργήσει ως ενσώματο πολιτιστικό κεφάλαιο όταν η ανάγνωσή του προσφέρει γνώσεις. Παράλληλα, αποκτά τη διάσταση του αντικειμενοποιημένου πολιτιστικού κεφαλαίου όταν εκτίθεται στον χώρο, όπως σε μια προσεκτικά επιμελημένη βιβλιοθήκη, σε ένα επιμελημένο coffee table ως ένδειξη κουλτούρας και γούστου. Η λειτουργία του βιβλίου, όμως, δεν σταματά εκεί. Μπορεί να προσφέρει κοινωνικό κεφάλαιο, όταν χρησιμοποιείται ως αφορμή για κοινωνική αλληλεπίδραση μέσα από λέσχες ανάγνωσης, διαδικτυακές πλατφόρμες ανταλλαγής απόψεων ή ακόμα και ως θέμα συζήτησης σε κοινότητες. Επίσης, όταν όλες αυτές οι μορφές κεφαλαίου (πολιτιστικό, κοινωνικό και οικονομικό) αναγνωρίζονται κοινωνικά και αποκτούν συμβολικό κύρος, τότε το βιβλίο μετατρέπεται σε συμβολικό κεφάλαιο, ως στοιχείο ταυτότητας ή ταξικής διάκρισης. Η κατοχή και η προβολή «σωστών» ή «ποιοτικών» βιβλίων γίνεται τρόπος να δηλώσει κανείς ποιος είναι, ή ποιος θέλει να φαίνεται πως είναι, στο κοινωνικό πεδίο.

Στις ψηφιακές πλατφόρμες, η ανάγνωση εμφανίζεται όχι μόνο ως διανοητική εμπειρία, αλλά και ως αισθητική και συμβολική. Το βιβλίο, ακόμη και αδιάβαστο, λειτουργεί ως δείκτης πολιτισμικής ταυτότητας, δηλώνοντας γούστο, καλλιέργεια και κοινωνική τάξη. Αποτελεί «ελαφρύ» πολιτισμικό κεφάλαιο, αναγνωρίσιμο και εύκολα εντάξιμο στις διαδικτυακές αφηγήσεις, όπου αρκούν το σχήμα, το εξώφυλλο ή λίγες σελίδες για να αποδώσουν κύρος. Ως σύμβολο, ξεπερνά την ατομική ταυτότητα και αγγίζει πολιτισμικές διακρίσεις, καθώς η διάκριση υψηλού και χαμηλού δεν βασίζεται σε αισθητικά κριτήρια, αλλά σε ιεραρχήσεις που εξυπηρετούν κοινωνικούς και συμβολικούς διαχωρισμούς. (Barker & A. Jane, 2022, σσ. 58-59)

Αυτές οι αισθητικές διακρίσεις και ιεραρχήσεις διαμορφώνουν τη συμβολική αξία καθημερινών πολιτισμικών αντικειμένων, όπως το βιβλίο. Στο περιβάλλον του Bookstagram, η αξία του βιβλίου συχνά δεν καθορίζεται μόνο από το περιεχόμενό του, αλλά και από την εμφάνισή του, την αισθητική της φωτογραφίας, το πλαίσιο στο οποίο τοποθετείται και την πολιτισμική αφήγηση που το συνοδεύει. Το βιβλίο μετατρέπεται έτσι σε ένα επιμελημένο σημείο αισθητικής ταυτότητας και πολιτισμικού κεφαλαίου. Ένα αντικείμενο που δηλώνει το γούστο, την κοινωνική θέση και τη συμμετοχή σε ένα παγκόσμιο, επιμελημένο τρόπο ζωής. Το βιβλίο, μέσα από την αισθητική του επιμέλεια και τη δημόσια έκθεσή του, μετατρέπεται σε φορέα συμβολικής αξίας, αποκαλύπτοντας πως ακόμη και η ανάγνωση μπορεί να λειτουργήσει ως πράξη κοινωνικής ταυτότητας και πολιτισμικής διάκρισης.

2. Το “hygge” κυριαρχεί:

Παγκοσμιοποιημένες εκδοχές της σκανδιναβικής υπεροχής

«Είναι πρωί...Μαζί με τον καφέ μου, πήρα και το βιβλίο μου. Κάθομαι στην όχι και τόσο αναπαυτική καρέκλα της τραπεζαρίας μου (industrial style). Ακούγεται ο ήχος από το πλυντήριο και ο θόρυβος από την ανέγερση μιας πολυκατοικίας ακριβώς απέναντι. Πάλι δεν έχω πολύ χρόνο. Λίγες σελίδες και τέλος. Μέχρι να καταφέρω να «χαθώ» κάπως μέσα στο

βιβλίο πρέπει να το αφήσω. Πάνω στο τραπέζι το laptop, ένα πακέτο χαρτομάντηλα και δυο-τρία κουλουράκια σε ένα παιδικό πλαστικό μπολ. Το βιβλίο καλό, αλλά οι συνθήκες δε με βοηθούν να το απολαύσω, ούτε καν να το τελειώσω.

Καμία σχέση με ό,τι θα ήθελα!».» (Εικ.1-2)



Εικόνα 1



Εικόνα 2

Κατά τη μελέτη των φωτογραφιών στο Bookstagram, παρατήρησα πως οι ατμόσφαιρες που δημιουργούνται γύρω από την διαδικασία της ανάγνωσης δεν είναι τυχαίες. Επαναλαμβανόμενα μοτίβα όπως τα κεριά, τα ζεστά υφάσματα, το φυσικό φως, τα φλιτζάνια με ροφήματα και τα ξύλινα στοιχεία, παραπέμπουν σε ένα συγκεκριμένο πολιτισμικό πλαίσιο, την καθημερινή πρακτική του “hygge”.

Η Malene Breunig και η Shona McArthur Kallestrup προέρχονται από το πεδίο της Ιστορίας της Τέχνης και των Πολιτισμικών Σπουδών. Όπως επισημαίνουν, η έννοια του “hygge” έχει μεταφραστεί και επαναπλαισιωθεί στον αγγλόφωνο κόσμο ως μια μορφή «μύθου του δανέζικου design», η οποία συγχωνεύει την αισθητική με τον εθνικό πολιτισμικό συμβολισμό. Η ρίζα αυτής της αισθητικής ανάγεται στην ίδρυση του Danish Design Centre τη δεκαετία του 1970, που στόχευε να προβάλει τη Δανία ως πρωτοπόρα δύναμη στον χώρο της λειτουργικής, δημοκρατικής σχεδίασης. Το design στη σκανδιναβική του μορφή, και ειδικότερα στη δανέζικη εκδοχή του, συνδέθηκε με κοινωνικές αξίες όπως η απλότητα, η συμμετρία, η προσβασιμότητα και η άνεση. Μέσα σε αυτό το πλαίσιο, το “hygge” μετατράπηκε σε έναν πολιτισμικό κώδικα, που συνδυάζει το υλικό με το ηθικό,

προσφέροντας ένα αφήγημα εθνικής ταυτότητας βασισμένο στη φροντίδα του εαυτού, την εγγύτητα και τη συναισθηματική ασφάλεια. Ωστόσο, με τη διεθνή του διάδοση, κυρίως μετά το 2016, το “hygge” αποκόπηκε από τις «τοπικές» του ρίζες και επανεμφανίστηκε ως στοιχείο μιας καταναλωτικής παγκόσμιας τάσης για ευεξία, με έντονο lifestyle και εμπορικό χαρακτήρα. Αυτή η εξαγωγή πολιτισμικής αξίας, σύμφωνα με τις συγγραφείς, επανατοποθετεί το “hygge” ως εργαλείο ήπιας πολιτισμικής ηγεμονίας, που προβάλλει τη δανέζικη κουλτούρα ως παγκόσμιο πρότυπο ευτυχίας και κοσμικού ορθολογισμού. (Breunig & McArthur Kallestrup, 2020)

Σύμφωνα με σύγχρονες μελέτες, η έννοια του “hygge” έχει βαθιές ρίζες στην προτεσταντική ηθική και αισθητική που διαμόρφωσε τον σκανδιναβικό πολιτισμό εδώ και αιώνες. Ερευνητές, όπως οι Grage, Mohnike και Rohrbach, υποστηρίζουν ότι βασικά χαρακτηριστικά όπως η απλότητα, η εσωτερικότητα, η ισορροπία ανάμεσα στο άτομο και την κοινότητα, καθώς και μια έντονη αίσθηση καθήκοντος, επηρέασαν έντονα το στυλ ζωής και τον σχεδιασμό στις βόρειες ευρωπαϊκές χώρες. Αυτές οι πολιτισμικές αξίες, οι οποίες είναι βαθιά επηρεασμένες από τον Προτεσταντισμό, εκφράζονται μέσα από το “hygge”, το οποίο προβάλλεται ως τρόπος ζωής που συνδυάζει την καθημερινή θαλπωρή με έναν διακριτικό, σχεδόν ηθικολογικό, τρόπο να είναι κανείς ευτυχισμένος. (Grade, Mohnike, & Rohrbach)

Σε μια πιο δημοφιλή εξήγηση, ο Meik Wiking, διευθυντής του Happiness Research Institute στη Δανία εξηγεί πως το “hygge” είναι ο τρόπος που επέλεξαν οι Δανοί, για να αντέξουν τους «μεγάλους» και σκοτεινούς χειμώνες που βιώνουν. Το απαλό φως των κεριών, οι μάλλινες κουβέρτες, τα ζεστά ροφήματα, η «παρέα» των βιβλίων και η επαφή με τον εαυτό ή αγαπημένα πρόσωπα αποτελούν «φάρμακο» για το άγχος, ρίχνοντας τους ρυθμούς της καθημερινότητας. (Wiking, 2016). Ο ανθρωπολόγος Wlodzimierz Pessel ασκεί κριτική στον Wiking, τον οποίο παρουσιάζει ως τον βασικό διαμορφωτή της δημοφιλούς εικόνας του “hygge”, μέσα από το εμπορικά επιτυχημένο βιβλίο του *The Little Book of “hygge”*. Τονίζει πως η εκδοχή του Wiking, που συνδέεται με το Ινστιτούτο Έρευνας Ευτυχίας, προωθήθηκε εκτός συνόρων και φέρει ως παράδειγμα την Πολωνία με έντονη εμπορική στρατηγική, από διαφημιστικές πινακίδες έως φαρμακεία που πωλούσαν «ευτυχία» υπό τη μορφή αρωματικών κεριών. Ο Pessel αναδεικνύει έτσι τον τρόπο με τον οποίο το “hygge” μετατράπηκε σε καταναλωτικό προϊόν, απομακρυνόμενο από το πολιτισμικό του πλαίσιο. (Pessel, 2018)

Η ιδέα του “hygge”, παρουσιάζεται και κυριαρχεί σε παγκόσμιες πλατφόρμες, όπως το Instagram. Συχνά συνοδεύεται από έναν λόγο περί πολιτισμικής «αυθεντικότητας» (Barker & A. Jane, 2022, σ. 694), όπου η σκανδιναβική καθημερινότητα προβάλλεται ως αγνή, ήρεμη, ουσιαστική και «αληθινή». Η σύνδεση αυθεντικότητας και κουλτούρας βασίζεται σε μια «ουσιοκρατική» (Barker & A. Jane, 2022, σ. 701) αντίληψη, σύμφωνα με την οποία οι πολιτισμικές πρακτικές έχουν «καθαρή» καταγωγή και συνεπώς αντικατοπτρίζουν μια σταθερή, εσωτερική ταυτότητα. Μέσα σε αυτό το πλαίσιο, η έννοια του “hygge” λειτουργεί όχι μόνο ως αισθητική επιλογή, αλλά και ως πολιτισμικό «στερεότυπο» (Barker & A. Jane, 2022, σ. 704), που ουσιοποιεί τη «σκανδιναβικότητα» μέσα από συγκεκριμένα οπτικά και συναισθηματικά μοτίβα. Ταυτόχρονα, μέσα από την πολιτισμική διάχυση, το “hygge” γίνεται ένα παγκοσμιοποιημένο πρότυπο τρόπου ζωής, το οποίο αποκλείει εναλλακτικές κουλτούρες, νοηματοδοτώντας τις ως μη-αυθεντικές ή «λιγότερο» πολιτισμικά αποδεκτές. Ακολουθεί όμως και τη λογική της «εμπορευματοποίησης» (Barker & A. Jane, 2022, σ.

696), καθώς μετατρέπεται σε πολιτισμικό προϊόν διαθέσιμο προς πώληση. Μέσα από τη σύνδεσή του με αντικείμενα και συναισθήματα, αποκτά ανταλλακτική αξία και κυκλοφορεί στην παγκόσμια αγορά όχι ως βιωμένη εμπειρία, αλλά ως καταναλωτική αισθητική, αναπαράγοντας ταξικούς και πολιτισμικούς αποκλεισμούς. Η ανάγνωση, στο πλαίσιο του “hygge”, δεν αντιμετωπίζεται ως απομονωμένη πράξη, αλλά ως μέρος ενός συνόλου μικρών απολαύσεων. Το βιβλίο εντάσσεται σε ένα περιβάλλον αισθητικών και υλικών ερεθισμάτων, που προσφέρουν συναισθηματική ασφάλεια και δημιουργούν μια ατμόσφαιρα προσωπικού καταφυγίου. Έτσι, η ανάγνωση αποκτά χαρακτήρα τελετουργίας αυτοφροντίδας.

Στην πραγματικότητα το “hygge” λειτουργεί ως μέρος του habitus, δηλαδή ως ένα σύνολο εδραιωμένων έξεων, που συγκροτούν έναν ιδιαίτερο τρόπο ζωής. Η επιλογή του απλού, του φυσικού, του ζεστού και του οικείου δεν είναι αυθόρμητη, αλλά συνδέεται με μια ταξική αισθητική που αναπαράγει κοινωνικά προνόμια με όρους κουλτούρας. Οι πρακτικές του “hygge”, όπως η ανάγνωση σε έναν προσεκτικά διαμορφωμένο χώρο ησυχίας, αντανakλούν ένα σύστημα διακρίσεων, που εκφράζει και νομιμοποιεί συγκεκριμένες πολιτισμικές αξίες, αναδεικνύοντας έτσι το “hygge” ως φορέα κοινωνικής διάκρισης. Οι αξίες του “hygge” «επανασυσκευάζονται» σε αντικείμενα, αισθητικές επιλογές και καταναλωτικά μοτίβα, μετατρέπόμενες σε brand. Η τοπικότητα και η αυθεντικότητα προβάλλονται στρατηγικά, αλλά συχνά μέσα από σκηνοθεσία που θολώνει τα όρια πραγματικού και αναπαράστασης. (Kompatsiaris, 2024, σ. 121)

Το “hygge” προβάλλεται ως αυθεντική εμπειρία, που υπόσχεται άνεση και εσωτερική πληρότητα. Ωστόσο, πίσω από αυτήν την εικόνα κρύβεται μια σκηνοθετημένη συνθήκη όπου τα διάφορα στοιχεία συνθέτουν μια ψευδαίσθηση φυσικότητας. Έτσι, η «αυθεντικότητα» μετατρέπεται σε επιμελημένο αφήγημα που καλλιεργεί επιθυμία και κατανάλωση. Σύμφωνα με αυτό, το “hygge” αποτελεί χαρακτηριστικό παράδειγμα μιας τοπικής πολιτισμικής έννοιας που μετασχηματίζεται σε παγκόσμιο εμπορικό προϊόν. Αποσπασμένο από το δανέζικο πλαίσιο, κυκλοφορεί διεθνώς ως lifestyle αισθητική, προτείνοντας ένα μοντέλο «καλής ζωής».

Αυτό συνιστά μορφή συμβολικής κυριαρχίας, όπου ένα συγκεκριμένο πολιτισμικό πλαίσιο, το σκανδιναβικό, λευκό, μεσαίας/ανώτερης τάξης, παρουσιάζεται ως επιθυμητό για όλους, μη λαμβάνοντας υπόψη τις πολιτισμικές διαφορές και τις κοινωνικές ανισότητες. Αποσπάται από το κοινωνικοπολιτικό του πλαίσιο, όπου αποτελεί κομμάτι ενός κράτους πρόνοιας, και επανεισάγεται ως ιδιωτική εμπειρία χαλάρωσης, κυρίως μέσω της απόκτησης αντικειμένων. Έτσι, γίνεται μέρος του νεοφιλελεύθερου κόσμου, όπου η ευτυχία και η φροντίδα είναι προσωπική υπόθεση παραβλέποντας κοινωνικά προβλήματα.

Η επανάληψη των ίδιων στυλιστικών επιλογών οδηγεί σε ένα ομοιογενές πρότυπο ευ ζην, όπου η πολιτισμική ποικιλία χάνεται. Χρήστες από διαφορετικές χώρες, μιμούμενοι το “hygge”, υιοθετούν ένα έτοιμο πακέτο αισθητικών επιλογών. Συχνά δεν πρόκειται για ελεύθερη επιλογή, αλλά για συμμόρφωση στις επιταγές μιας ταυτότητας που θεωρείται πιο ελκυστική ή σύγχρονη. Η επιθυμία ένταξης στο δυτικό πρότυπο, όπως αυτό εκφράζεται μέσω πολιτισμικών πρακτικών, είναι μια διαδικασία ενσωμάτωσης και συμμόρφωσης με λόγους εξουσίας, που ορίζουν τι θεωρείται «κανονικό», «ποιοτικό» ή «αυθεντικό», όπως όριζε ο Michel Foucault (Barker & A. Jane, 2022, σ. 25).

Η επιθυμία για ένταξη στο δυτικό πρότυπο δεν εκφράζεται μόνο με την απόκτηση αντικειμένων ή πρακτικών, αλλά και μέσω της ίδιας της εικόνας, που στα ψηφιακά μέσα μετατρέπεται σε προϊόν. Το “hygge” προβάλλεται οπτικά ως εμπειρία που μπορεί κανείς να «ζήσει» απλώς με ένα scroll. Έτσι, η κατανάλωση μετατοπίζεται από το υλικό στο οπτικό, καθώς η εικόνα λειτουργεί ως αισθητικό και συναισθηματικό υποκατάστατο εμπειρίας. Η κατανάλωση αποκτά ένα ρομαντικό ύφος, ως αντίδραση στη μαζική κουλτούρα, επομένως όποια σύνδεση ή σχέση του «εμπορεύματος» με το παρελθόν ή τη φύση προσθέτει συμβολική και κατά συνέπεια οικονομική αξία (Komratsiaris, 2024, σσ. 121-122) Στις ψηφιακές πλατφόρμες, η αυτοφροντίδα μετατρέπεται σε στοιχείο δημόσιας ταυτότητας και κοινωνικής επίδειξης. Έτσι, η επιμέλεια γίνεται κυρίαρχο πρότυπο, ενώ ο «homo curatorius», ο άνθρωπος που επιμελείται τον εαυτό και τον κόσμο γύρω του, αναδεικνύεται σε κεντρική φιγούρα του νεοφιλελεύθερου φαντασιακού, όπου ταυτότητα και κατανάλωση συνδέονται άρρηκτα. (Komratsiaris, 2024, σσ. 158-161) Σε αυτό το πλαίσιο, η εικόνα λειτουργεί ως υποκατάστατο εμπειρίας, προκαλώντας επιθυμία και προσφέροντας συμμετοχή, χωρίς «αληθινή» ιδιοκτησία.

3. Μια επιμελημένη ατμόσφαιρα για το βιβλίο μου: Ο καπιταλισμός της πλατφόρμας

«Η γκρι κούπα που μόλις αγόρασα, με ζεστό καπουτσίνο που αχνίζει, απλώνοντας στον χώρο το άρωμά του. Το βιβλίο που θα ξεκινήσω να διαβάζω έχει εξώφυλλο που υπόσχεται ενδιαφέρον περιεχόμενο. Το υπόλευκο χρώμα των σελίδων του μ' αρέσει, νομίζεις είναι από άλλη εποχή. Η μυρωδιά του χαρτιού υπέροχη. Δεν ξέρω ποια προτιμώ περισσότερο, του καφέ ή του βιβλίου; Ο συνδυασμός μάλλον είναι καλύτερος. Κάτι λείπει όμως πάλι...Ανάβω το κατακόκκινο κερί με άρωμα κανέλα και κάρδαμο. Ανοίγω το laptop κι επιλέγω από το youtube μουσική (4 hours study girl-Cozy loft music and rain in background). Βέβαια είμαι στο τραπέζι της κουζίνας, αλλά ok. Κάπως αρχίζει να ομορφαίνει η ατμόσφαιρα! Εγώ όμως; Ας φορέσω κάτι καλύτερο. Πιτζάμες και αχτένιστα μαλλιά; Δεν ταιριάζω στο σύνολο. [...] Λίγες μεγάλες γουλιές από τον καφέ μου... Λίγο να μυρίσω το κερί με κλειστά μάτια... Λίγο να χαϊδέψω το απαλό εξώφυλλο του βιβλίου μου... Χαίρομαι που κατάφερα να το αγοράσω κι ας μην έχω χρόνο να το διαβάσω! Ίσως αύριο προλάβω να το ξεκινήσω!»

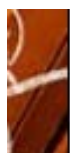
Στις ψηφιακές πλατφόρμες, η κατασκευή και η κατανάλωση «ατμοσφαιρών» αποτελεί βασικό εργαλείο του σύγχρονου καπιταλισμού. Ο Gernot Böhme ορίζει την ατμόσφαιρα ως ενδιάμεση κατάσταση που αναδύεται από τη σχέση μεταξύ υποκειμένων, χώρου, αντικειμένων και φύσης. Στοιχεία όπως φωτισμός, χρώματα και αντικείμενα ενεργοποιούν κοινές αισθήσεις και συναισθήματα, ενώ η ατμόσφαιρα μπορεί να παραχθεί και μέσω λόγου, που κινητοποιεί τη φαντασία. Η «Νέα Αισθητική» αναγνωρίζει αυτή τη συνεχή αισθητικοποίηση της πραγματικότητας, επισημαίνοντας τόσο τη δύναμη όσο και τη χειραγώγηση που ενέχει η αισθητική. Ωστόσο, οι ατμόσφαιρες παραμένουν δύσκολο να «νομιμοποιηθούν», καθώς βασίζονται σε συμβολισμούς και υποκειμενικές ερμηνείες. (από Böhme σελ. 13-35)

Σύμφωνα με τον Κομπατσιάρη, η επιμέλεια εντάσσεται στον καπιταλισμό της πλατφόρμας, αποκτώντας θετική χροιά και λειτουργώντας ως μηχανισμός παραγωγής κουλτούρας, αξιών και συμβόλων. Οι χρήστες καλούνται να επιμελούνται τον εαυτό τους και τις «ατμόσφαιρες» γύρω τους, παρουσιάζοντας σκηνοθετημένες ταυτότητες που αποκτούν αξία μέσω της κοινωνικότητας και της αναγνώρισης. Η επιμέλεια, αντλώντας κύρος από τη σύνδεσή της με την τέχνη, μετατρέπεται σε καταναλωτικό προϊόν που επηρεάζει τις κοινωνικές ταυτότητες και ενισχύει την κυριαρχία των πλατφορμών. (από Κομπατσιάρη σελ. 4-17) Το ψηφιακό αφήγημα δεν είναι απλώς μια παράθεση πληροφοριών, αλλά μια οργανωμένη ακολουθία που δημιουργεί νόημα μέσα από τις σχέσεις των στοιχείων της. Λειτουργεί δηλαδή σαν ένα πλέγμα, όπου οι λέξεις, οι εικόνες ή οι συμβολισμοί συνδέονται για να διαμορφώσουν ένα σύστημα σημασίας. (Πεντάζου, 2019, σσ. 138-139) Στην περίπτωση του Bookstagram, το αφήγημα αυτό καθοδηγεί το βλέμμα το οποίο με τη σειρά του καθοδηγείται από προσδοκίες, επιθυμίες και κυρίαρχους πολιτισμικούς κώδικες, μετατρέποντας την ανάγνωση από ιδιωτική εμπειρία σε δημόσια επιτελεστικότητα, που προωθείται μέσω οικείων αισθητικών μοτίβων.

Με στόχο να φανούν οι τρόποι με τους οποίους κατασκευάζεται, προβάλλεται και αισθητικοποιείται η διαδικασία της ανάγνωσης και η κατασκευή ατμοσφαιρών που την αναδεικνύουν στο πλαίσιο των social media, αναλύω τους παρακάτω λογαριασμούς, όπου το βιβλίο ενσωματώνεται σε ένα ευρύτερο πλαίσιο πολιτισμικών πρακτικών, αισθητικής και συμβολικών αξιών. το οποίο θα προσπαθήσω να αναλύσω με κριτική ματιά.

3.1 Πολιτισμική μετατόπιση: Από την τοπική κληρονομιά στις κυρίαρχες αισθητικές

Σε αυτό το υποκεφάλαιο εστιάζω σε έναν λογαριασμό του Bookstagram που ανήκει σε μια δημιουργό από την Ινδονησία, η οποία, ωστόσο, επιλέγει να παρουσιάζει σχεδόν αποκλειστικά περιεχόμενο που αναπαράγει κυρίαρχες πολιτισμικές αισθητικές, και ιδιαίτερα το ύφος των ιαπωνικών anime. Η Ινδονησία και η Ιαπωνία, αν και ανήκουν στην ευρύτερη περιοχή της Ασίας, παρουσιάζουν έντονες πολιτισμικές διαφορές. Παρά τις κοινές αξίες σεβασμού και κοινοτικής συνοχής, οι δύο πολιτισμοί διαφοροποιούνται αισθητά σε καλλιτεχνικές φόρμες, κοινωνικές δομές και δημοφιλή κουλτούρα.



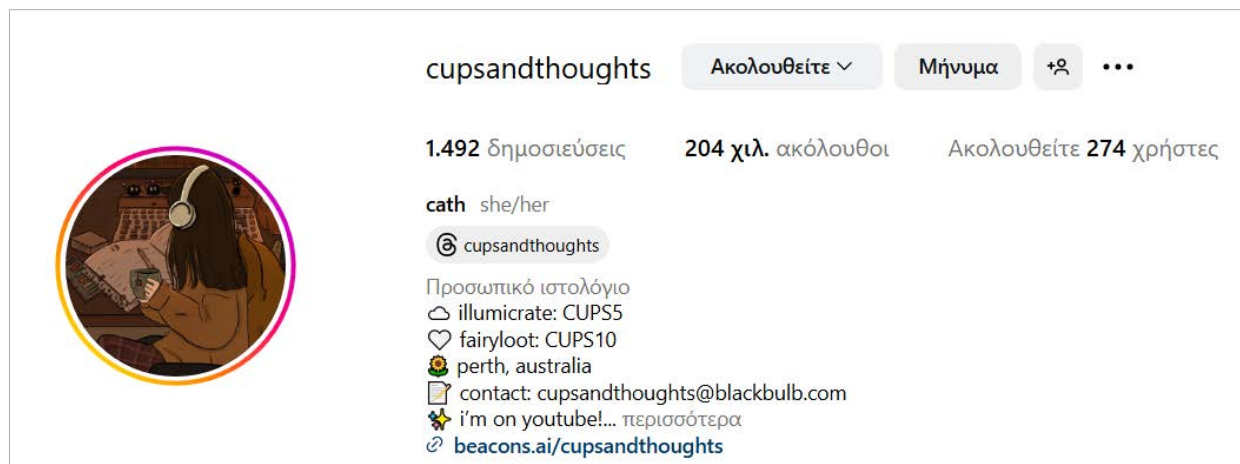
Εικόνα 4



cupsandthoughts

Ο λογαριασμός του Instagram **@cupsandthoughts**, είναι ο δημοφιλέστερος παγκοσμίως, σύμφωνα με τον αριθμό των ακολούθων, που ανήκει στην κοινότητα του Bookstagram και ασχολείται με τις cozy ατμόσφαιρες γύρω από την

διαδικασία της ανάγνωσης. Ανήκει σε μια φοιτήτρια που ζει στην Αυστραλία, έχει πάνω από 200 χιλιάδες ακολούθους και μέσα από το υλικό της προβάλλει την αγάπη της για το διάβασμα, τις σημειώσεις και τα ροφήματα.



Εικόνα 3

Το προφίλ της bookstagrammer «Φλιτζάνια και σκέψεις» ακολουθεί αυτή τη λογική. Το ίδιο το όνομα (Εικ.3-4) ενεργοποιεί έναν συσχετισμό ανάμεσα στο διάβασμα και τις καθημερινές αισθήσεις (το ρόφημα και τις σκέψεις). Έτσι, δημιουργείται ένα αφήγημα γύρω από το βιβλίο, που δεν αφορά μόνο το περιεχόμενό του, αλλά και το πλαίσιο της εμπειρίας της ανάγνωσης.



Εικόνα 5

Στην εικόνα, που έχει επιλέξει ως εικόνα προφίλ (Εικ.5), είναι ένα κορίτσι με άνετα ρούχα (ίσως πιτζάμες), καθισμένο στην καρέκλα του γραφείου του με ένα φουσκωτό μαξιλάρι για στήριξη, γυρισμένο πλάτη στον θεατή, κρατώντας ένα φλιτζάνι με ζεστό τσάι. Στο κεφάλι φοράει λευκά ακουστικά (υποθέτω πως ακούει μουσική). Πάνω στο γραφείο, ανοιγμένο ένα μεγάλο βιβλίο, ένα μολύβι και πολλοί πολύχρωμοι σελιδοδείκτες. Τα χρώματα γήινα σε όλη την εικόνα, με κυρίαρχο το καφέ.

Στην φωτογραφία (Εικ.6) δείχνει ένα σύνολο αντικειμένων, τοποθετημένων με επιμέλεια, πιθανόν, πάνω σε ένα κρεβάτι. Ένας ξύλινος δίσκος με ένα tablet που δείχνει σκηνή από την ταινία *Kiki's Delivery Service*, ένα κερί που σιγοκαίει, ένα φλιτζάνι καφέ, ένα μπολ με γιαούρτι, φρούτα και δημητριακά. Ένα μικρό μπλοκ με σημειώσεις και σκιστάκια, παρέα με ένα στυλό ακουμπά λίγο στον δίσκο και λίγο στο κρεβάτι. Πάνω στο υπόλευκο σεντόνι είναι τοποθετημένα τρία βιβλία το ένα δίπλα στο άλλο. Τα αντικείμενα που αποτελούν αυτό το σύνολο είναι προσεκτικά τοποθετημένα, ώστε να δημιουργούν ισορροπία στη σύνθεση. Τα χρώματα είναι σε τόνους και αποχρώσεις του καφέ. Την φωτογραφία συμπληρώνουν λεζάντες και περιγράμματα, σαν η δημιουργός να κρατάει χειρόγραφες σημειώσεις πάνω στην φωτογραφία με λευκό χοντρό μαρκαδόρο.



Εικόνα 6



Εικόνα 7

Το λίγο ξέστρωτο σεντόνι παραπέμπει σε άνεση και ξεκούραση, αφού φαντάζεσαι πως κάποιος είναι εκεί ξαπλωμένος. Το θερμό φως του αρωματικού κεριού και τα γήινα χρώματα, σε συνδυασμό με το ξύλο και τα θέματα από τα εξώφυλλα των βιβλίων, που απεικονίζουν σκηνές από τη φύση, εγείρουν όλες τις αισθήσεις. Όραση, όσφρηση, αφή, αλλά και γεύση, από το υγιεινό περιεχόμενο του μπολ. Το πρωινό μετατρέπεται σε ιεροτελεστία. Οι λεζάντες συμπληρώνουν την ζεστή και άνετη ατμόσφαιρα, επεξηγώντας στον θεατή ακόμα και τα αυτονόητα, αυτά δηλαδή που ήδη βλέπει, μην αφήνοντας περιθώρια για ελεύθερες ερμηνείες. Η δημιουργός κατευθύνει τις αισθήσεις του θεατή ακριβώς εκεί που επιθυμεί. Όπως αναφέρει ο καθηγητής αρχιτεκτονικής Albertsen, οι ατμόσφαιρες λειτουργούν σαν αόρατες δυνάμεις που δρουν πάνω στα συναισθήματά μας. Μας επηρεάζουν χωρίς να το καταλαβαίνουμε πάντα, γιατί απευθύνονται στο υποσυνείδητό μας. Έτσι μπορούν να καθορίσουν τη διάθεσή μας και τη συμπεριφορά μας, χωρίς να το έχουμε πλήρως συνειδητοποιήσει. (Albertsen, 2016, pp. 573-578)

Το ίδιο ισχύει για όλες τις φωτογραφίες του λογαριασμού, καθώς η αισθητική και η επεξεργασία παραμένουν σταθερές: ίδια γωνία λήψης (flat lay), πληθώρα αντικειμένων, ένα χέρι με βιβλίο ή φλιτζάνι, χειρόγραφες σημειώσεις με τον ίδιο τρόπο και ίδιες χρωματικές επιλογές, με μόνη διαφορά τους τίτλους των βιβλίων. Σύμφωνα με τον Miller, τα αντικείμενα μας επηρεάζουν πιο έντονα όταν θεωρούνται δεδομένα. Η υλική κουλτούρα λειτουργεί ακριβώς επειδή δεν ξεχωρίζει, διαμορφώνοντας συμπεριφορές και ταυτότητες ανεπαίσθητα, αφού ό,τι φαίνεται «προφανές» ή «φυσικό» καθοδηγεί βαθύτερα χωρίς αμφισβήτηση. (Miller, 2010, σσ. 59-60) Η επαναλαμβανόμενη αισθητική του λογαριασμού λειτουργεί όπως τα «αυτονόητα» αντικείμενα του Miller: περνά απαρατήρητη, αλλά διαμορφώνει συνήθεια και σταθερή ταυτότητα. Η επιμέλεια στα social media μοιάζει με διαχείριση μικρής προσωπικής επιχείρησης και με οργάνωση δημόσιας έκθεσης. (Kompatsiaris, 2024, σ. 150)

Εδώ φαίνεται μια στρατηγική ασφαλούς αυτοπροβολής. Τα περιορισμένα και προσεκτικά στημένα κάδρα επιτρέπουν στη δημιουργό να ελέγχει πλήρως τι επιλέγει να δείξει από τον



Εικόνα 8



Εικόνα 9

προσωπικό της χώρο. Η απουσία της ίδιας από το πλάνο (Εικ.8-9) μειώνει την άμεση έκθεση της, αποφεύγοντας την επιμέλεια εαυτού. Έτσι, δημιουργείται ένα φανταστικό γύρω από την προσωπικότητά της, μέσα από τα αντικείμενα και την ατμόσφαιρα που κατασκευάζει. Κατασκευάζει μια διαδικτυακή ταυτότητα, όπου μέσα από μια σταθερή αισθητική, επιλεγμένα θέματα και απουσία φυσικής παρουσίας, συγκροτείται ένα ασφαλές, φιλτραρισμένο αφήγημα. Σε αυτό το πλαίσιο, η δημιουργός λειτουργεί, όπως παρατηρεί και ο Κομπατσιάρης, σαν μια επιχείρηση που επιμελείται όχι μόνο τον εαυτό της αλλά και ένα ευρύτερο αφήγημα αισθητικής και ταυτότητας, προσαρμοσμένο στις απαιτήσεις της πλατφόρμας και του κοινού της.

Οι χρήστες των ψηφιακών μέσων χρειάζεται συχνά να διαμορφώνουν μια «ουδέτερη» ή «ασφαλή» διαδικτυακή ταυτότητα, μια εικόνα δηλαδή του εαυτού που συμμορφώνεται με κυρίαρχες κοινωνικές προσδοκίες και δεν προκαλεί ή παρεκκλίνει έντονα, ώστε να επιτύχουν κοινωνική αποδοχή και αναγνωρισιμότητα στο διαδίκτυο. Είναι σαν να υποχρεώνονται να παρουσιάζουν μια εκδοχή του εαυτού τους που θεωρείται «φυσιολογική», «κανονική» ή «κατάλληλη» από το εκάστοτε πολιτισμικό πλαίσιο. (Kompatsiaris, 2024, σ. 15) Η blogger, επιλέγοντας μια αισθητική γεμάτη απαλές αποχρώσεις, vintage αντικείμενα και floral μοτίβα, συμμετέχει σε μια πολιτισμικά αποδεκτή

αφήγηση που συνδέεται με λευκές, μεσαίας αστικής τάξης συνήθειες. Μέσα από αυτή την επιλογή, μπορεί να ερμηνευτεί ότι διαμορφώνει μια διαδικτυακή ταυτότητα πιο «ουδέτερη» ή «συμμορφωμένη». Μια εκδοχή του εαυτού που επιτρέπει ευκολότερη αποδοχή και προβολή στον δημόσιο χώρο, ενισχύοντας έτσι το πολιτισμικό της κεφάλαιο με τρόπους που είναι κοινωνικά «ασφαλείς».

Με βάση τη θεωρία του Bourdieu, το γούστο δεν είναι προσωπική υπόθεση. (Bourdieu, 2022) Το habitus είναι ένα σύνολο βαθιά ριζωμένων έξεων, δηλαδή τρόπων σκέψης, αντίληψης και δράσης, που διαμορφώνονται από την παιδική ηλικία, μέσα στην οικογένεια και τις εμπειρίες μας. Λειτουργεί ως ενσώματη μνήμη που καθορίζει σχεδόν αυτόματα προτιμήσεις, συμπεριφορές και οπτικές. Κάθε κοινωνική τάξη παράγει το δικό της habitus, το οποίο κατευθύνει διαφορετικά γούστα και τρόπους ζωής, τόσο στο πρακτικό όσο και στο φαντασιακό επίπεδο. (Τσιράκης, 2021, σσ. 22-26)

«Μου αρέσει πολύ ο τρόπος που
επεξεργάζεσαι τις φωτογραφίες σου»



awonderingreader i love the way you edit your photos ❤️
1 ημ. Αρέσει σε 1 Απάντηση Εμφάνιση μετάφρασης

«Πάντα μου αρέσουν οι δημιουργίες του
ημερολογίου σου!!! Τόσο ονειρικές!
Ανυπομονώ να πάρω στα χέρια μου αυτό το βιβλίο»



darlingslibrary i always love your journal setups!!! so dreamy
☁ i can't wait to get my hands on this book
1 ημ. Αρέσει σε 1 Απάντηση Εμφάνιση μετάφρασης

«Αυτές οι επεξεργασίες είναι εκπληκτικές.»



julesrichardson0 These edits are absolutely phenomenal.
1 ημ. Αρέσει σε 1 Απάντηση Εμφάνιση μετάφρασης

Εικόνα 10

Σε πολλά σχόλια, όπως τα παραπάνω (Εικ.10), φαίνεται η σημασία που δίνουν οι ακόλουθοι στις εικόνες. Η δημιουργός σε κάθε εικόνα χρησιμοποιεί πολλά αντικείμενα, όλα σε παρόμοιες γήινες αποχρώσεις. Συνδυάζει διάφορα μικροαντικείμενα με τα βιβλία, όπως κουτάκια, ντουλαπάκια, φλιτζάνια, στυλό, μολύβια, σελιδοδείκτες, post it, κ.α. Εκτός από τη σύνθεση των αντικειμένων κάνει επιπλέον μία ψηφιακή επεξεργασία, δίνοντας μια «καρτουνίστικη» εκδοχή. Προσθέτει λευκά περιγράμματα στα αντικείμενα, σαν να έχουν γίνει από χοντρό μαρκαδόρο, και σχόλια, σαν πρόχειρες σημειώσεις.



Εικόνα 11

«και φυσικά κάνω τέχνη!» (Εικ.11): Στον καπιταλισμό της πλατφόρμας, η επιμέλεια δεν περιορίζεται στην κατανάλωση ή την παραγωγή. Οι δύο λειτουργίες συγχέονται. Η επιλογή, η αισθητική οργάνωση και η αφήγηση των αντικειμένων, όπως σε ένα concept store, δημιουργούν μια ιστορία που μπορεί να επηρεάσει το πώς βλέπει κανείς τον εαυτό του ή πώς θέλει να τον βλέπουν οι άλλοι. Η έννοια του *artification* δείχνει πώς κάτι καθημερινό μπορεί να αποκτήσει αξία και να μοιάζει πιο «σοβαρό» ή «πολιτισμένο» όταν συνδεθεί με την τέχνη. Παράλληλα, τα συναισθήματα που μεταφέρονται στα social media δεν είναι αυθόρμητα. Το ύφος, τα χρώματα, τα αντικείμενα επιλέγονται προσεκτικά, για να κάνουν τον εαυτό να φαίνεται πιο ελκυστικός και με μια ενιαία εικόνα προς τα έξω. (Kompatsiaris, 2024, σσ. 8-14) Η επεξεργασία των φωτογραφιών από τη blogger δεν λειτουργεί απλώς ως αισθητική

επιλογή, αλλά ως μια μορφή επιμέλειας του εαυτού, όπου η εικόνα και το συναίσθημα παρουσιάζονται προσεκτικά. Η επιλογή να παρουσιάζει το έργο της ως «τέχνη» εντάσσεται σε αυτό που περιγράφεται ως *artification*: μια προσπάθεια αξιοποίησης της τέχνης για να προσδώσει βάθος και κύρος στην διαδικτυακή ταυτότητα. Η καλλιτεχνική επεξεργασία και το ύφος των φωτογραφιών δεν είναι απλώς αισθητική επιλογή, αλλά εργαλείο αφήγησης του εαυτού και ενίσχυσης της παρουσίας της στην πλατφόρμα. Η blogger δημιουργεί μια ψηφιακή ταυτότητα όπου η ανάγνωση και τα αντικείμενα γύρω από αυτήν γίνονται εργαλεία χειραγώγησης. Μέσα από την αισθητικοποίηση και την επιμέλεια, η καθημερινή πρακτική μετατρέπεται σε μηχανισμό αναπαραγωγής κυρίαρχων πολιτισμικών νοημάτων και κοινωνικών προσδοκιών.

3.2 Μινιμαλιστική πολυτέλεια: Όταν η απλότητα σηματοδοτεί ταξικό προνόμιο

Ο δεύτερος λογαριασμός που εξετάζω αναδεικνύει μια καθαρά μινιμαλιστική αισθητική: φωτεινοί χώροι, ουδέτεροι τόνοι, λίγα και επιμελώς τοποθετημένα αντικείμενα. Παρότι παρουσιάζεται ως «απλότητα», αυτή η οπτική αρμονία δεν είναι ουδέτερη. Προϋποθέτει υλικούς πόρους, χρόνο και πρόσβαση σε συγκεκριμένα καταναλωτικά αγαθά. Η αισθητική αυτή, στην πραγματικότητα, κωδικοποιεί μορφές πολιτισμικού και οικονομικού κεφαλαίου, αποκαλύπτοντας τη σύνδεση μεταξύ στυλ και ταξικής ταυτότητας. Η «ήρεμη» ανάγνωση κατασκευάζεται ως εμπειρία εφικτή, μόνο υπό συνθήκες αφθονίας και ελέγχου του χώρου.

Ο λογαριασμός **@lottelikesbooks** ανήκει στη Lotte από το Βερολίνο και έχει περίπου 60.000 ακόλουθους. Η Lotte προβάλλει την αγάπη της για τη λογοτεχνία συνδυασμένη με cozy αισθητική. Συνηθίζει να προτείνει βιβλία σε σχέση με την ατμόσφαιρα κάθε εποχής.



lottelikesbooks

Ακολουθείτε ▾

Μήνυμα

+9 ...

392 δημοσιεύσεις

60,4 χιλ. ακόλουθοι

Ακολουθείτε 612 χρήστες

Lotte she/her

book person from berlin • reads + reviews books • works with books • books books books

📍 linktr.ee/lottelikesbooks

Ακολουθείται από bookbento



Εικόνα 12

Η εικόνα προφίλ δείχνει μια νεαρή γυναίκα (προφανώς την Lotte) με κοντά, ξανθά μαλλιά, να χαμογελάει. Πάνω από το κεφάλι της υπάρχει ένα ψηφιακό αυτοκόλλητο που γράφει Bookworm, που σημαίνει βιβλιοφάγος και μια στοίβα βιβλίων, τονίζοντας τη λατρεία της για τα βιβλία.

(Εικ.12) Πάνω σε ένα λευκό τραπέζακι υπάρχει ένα ανοιχτό βιβλίο, ένας ξύλινος δίσκος με μια κούπα καφέ, ένα κερί κι ένα σουβέρ με το κεφάλι μιας γάτας, καθώς κι ένα βαζάκι με γυψόφυλλο, δημιουργώντας μια «απαλή» και «ήρεμη» ατμόσφαιρα. Η έννοια της ατμόσφαιρας δεν περιορίζεται μόνο στους ανθρώπους ή μόνο στα πράγματα· βρίσκεται κάπου ανάμεσά τους, σαν μια αίσθηση που γεννιέται από τη σχέση τους. Δεν είναι απλώς κάτι που νιώθει το άτομο, αλλά μοιάζει να έχει δική της δύναμη και παρουσία. (Bohme, 2017, pp. 13-14, 23) Τα αντικείμενα, αν και καθημερινά, αποκτούν «προσωπικότητα» μέσα από την αισθητική τους

σύνδεση, δημιουργώντας μια ατμόσφαιρα τρυφερότητας και ευαισθησίας. Η προσεγμένη επιμέλεια αισθητικοποιεί την καθημερινότητα, ενώ το προσωπικό «σκηνικό» της Lotte μετατρέπεται σε κοινωνικό, προβάλλοντας έναν επιθυμητό τρόπο ζωής και κατανάλωσης. Η αισθητικοποίηση, ως διαδικασία όπου η κοινωνική ζωή διαμορφώνεται μέσω αισθητικών πρακτικών, καθιστά το κοινωνικό πεδίο χώρο έκφρασης σχέσεων και ταυτοτήτων. (Kompatsiaris, 2024, σ. 28)

Στις παρακάτω εικόνες (Εικ.13-14-15), όπως και σε αρκετές ακόμη, υπάρχει ο συνδυασμός των βιβλίων με ξύλινα δάπεδα και πίνακες ζωγραφικής. Το ξύλο και άλλα φυσικά υλικά σήμερα είναι πολύτιμα για τη νοσταλγική τους «ζεστασιά» και την αίσθηση ζωής που εκπέμπουν, καθώς φέρουν τα σημάδια του χρόνου και της φύσης. Ωστόσο, η διάκριση ανάμεσα σε φυσικά και συνθετικά υλικά, καθώς και η ιδέα της «αυθεντικότητας» τους, είναι καθαρά πολιτισμικές αξίες και όχι αντικειμενικές αλήθειες. Η έννοια ότι κάποια υλικά έχουν εγγενή ευγενή φύση αποτελεί προϊόν κοινωνικών ιδεολογιών. (Baudrillard, 1996, pp. 37-38)



Εικόνα 13



Εικόνα 14



Εικόνα 15

Οι πίνακες ζωγραφικής που εμφανίζονται στις φωτογραφίες παραπέμπουν στο καλλιτεχνικό κίνημα του Ρομαντισμού. Ιδιαίτερα η γυναικεία μορφή στην Εικόνα 14 έχει χαρακτηριστικά που θυμίζουν προσωπογραφίες του 18ου και 19ου αιώνα (στάση σώματος, έκφραση, φωτισμό, ένδυση). Πρόκειται για έργα που δίνουν έμφαση στην κομψότητα και την πνευματικότητα. Εδώ, οι συγκεκριμένοι πίνακες Δεν είναι απλώς διακοσμητικά στοιχεία, αλλά μεταφέρουν την ανάγνωση σε μια εκλεπτυσμένη, ήσυχη, και τοποθετημένη στο παρελθόν ζωή, συνδέοντας το βιβλίο με ένα παλιό και πολιτισμικά φορτισμένο περιβάλλον. Έτσι, δεν προβάλλεται μόνο το περιεχόμενο του βιβλίου, αλλά μια αντίληψη ζωής που συνδυάζει πνευματικότητα, πολιτισμό και υψηλή αισθητική.

Η αισθητική τοποθέτηση των βιβλίων δίπλα σε φυσικά υλικά και έργα τέχνης τα κάνει να ξεπερνούν τη χρήση τους και να αποκτούν συμβολική αξία. Το γούστο, μέσα από τέτοιες επιλογές, δεν δείχνει μόνο προσωπικές προτιμήσεις αλλά και την κοινωνική θέση του ατόμου. (Bourdieu, 2022, σσ. 220-221) Η απόφαση της blogger να οργανώσει αυτές τις ατμόσφαιρες, δείχνει ακριβώς αυτό που περιγράφει ο Bourdieu, δηλαδή μια έκφραση γούστου που δεν είναι ουδέτερη ή απλώς όμορφη, αλλά κοινωνικά φορτισμένη.

Ένα ακόμη μοτίβο που παρατηρώ είναι οι στοίβες βιβλίων με μια κούπα στην κορυφή (Εικ. 14-15-16). Η blogger φαίνεται να κάνει πολύ συχνά αυτήν την επιμελητική επιλογή. Οι κούπες πάντα έχουν τυπωμένο κάτι σχετικό, όπως «τόσα πολλά βιβλία, τόσο λίγος χρόνος», «διάβασε, κοιμήσου, και ξανά», «επαγγελματίας βιβλιοφάγος». Το φλιτζάνι λειτουργεί ως σύμβολο χαλάρωσης, απόλαυσης και προσωπικού χρόνου. Η σύνδεσή του με τα βιβλία προσθέτει στην ανάγνωση αυτά τα συμβολικά χαρακτηριστικά. Επίσης οι στοίβες βιβλίων σχετίζονται με τον καταναλωτισμό και τη συσσώρευση.

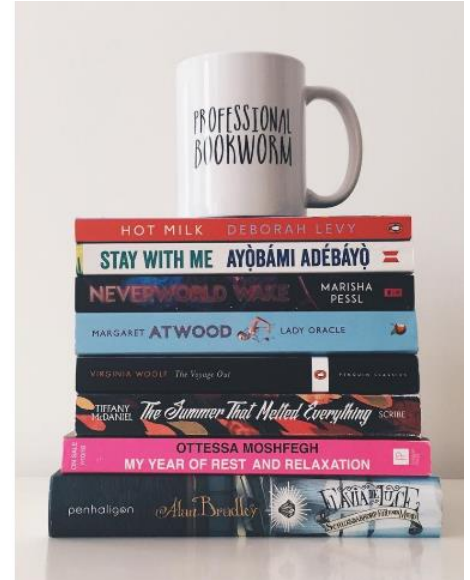
Αυτό που συχνά παρουσιάζεται ως «στυλ» δεν είναι τίποτα περισσότερο από ένα απλουστευμένο κλισέ, μια υπερβολική έμφαση σε κάποια συγκεκριμένη λεπτομέρεια, που καταλήγει να θεωρείται συνολική αισθητική. Τα χρώματα, οι αντιθέσεις και η σύγχρονη όψη φορτώνονται με νόημα, πέρα από τη λειτουργικότητά τους. Παράλληλα, η υπερβολή και η συσσώρευση αντικειμένων, όπως παρατηρείται σε οργανωμένους, επαναλαμβανόμενους χώρους, υποδηλώνουν μια ανάγκη να καλυφθεί η αίσθηση έλλειψης. Όταν η ποιότητα απουσιάζει, η ποσότητα έρχεται να



Εικόνα 14



Εικόνα 15



Εικόνα 16

τη συγκαλύψει. (Baudrillard, 1996, σσ. 148-150)

Η αισθητική με στοίβες βιβλίων, φλιτζάνια και προσεκτικά οργανωμένες λήψεις με ουδέτερα χρώματα και συμμετρίες συγκροτεί μια επιμελημένη, αλλά συχνά στερεοτυπική οπτική ταυτότητα. Η συσσώρευση και η επανάληψη λειτουργούν ως μέσο να καλυφθεί η έλλειψη αυθεντικότητας, προσφέροντας έναν ελεγχόμενο τρόπο αυτοπαρουσίασης. Η απλότητα της μινιμαλιστικής αισθητικής κρύβει κοινωνικές και οικονομικές ανισότητες. Η «ήρεμη» ανάγνωση δεν είναι ουδέτερη εμπειρία, αλλά προνόμιο όσων διαθέτουν χρόνο, χώρο και πόρους. Μέσα από την επιμελημένη σύνθεση και την οπτική αρμονία, η πλατφόρμα αναπαράγει μορφές πολιτισμικού και οικονομικού κεφαλαίου, με αποτέλεσμα η αισθητική να μετατρέπεται σε εργαλείο ταξικής διάκρισης.

3.3 Κατασκευάζοντας την ελληνικότητα: Αισθητικές πρακτικές εθνικής ταυτότητας

Ο τρίτος λογαριασμός προβάλλει εικόνες που δεν σχετίζονται απλώς με το διάβασμα, αλλά με μια συνειδητή απόπειρα αισθητικοποίησης της ελληνικής ταυτότητας, όπου βιβλία πλαισιωμένα από ελληνικά προϊόντα, παραδοσιακά υφάσματα, αρχιτεκτονικά στοιχεία ή τοπία, ακόμα και σύμβολα εθνικής σημασίας. Σε αυτό το πλαίσιο, η ανάγνωση δεν εμφανίζεται μόνο ως ιδιωτική πρακτική, αλλά και ως φορέας πολιτισμικής εκπροσώπησης. Εδώ τα πολιτισμικά σύμβολα ενεργοποιούνται για να παράγουν μια εμπορεύσιμη εικόνα της ελληνικότητας.

Ο λογαριασμός **@_bibliofagos_**, είναι ο δημοφιλέστερος στην Ελλάδα, σύμφωνα με τον αριθμό ακολούθων, που ανήκει στην κοινότητα του Bookstagram. Με ακόλουθους περίπου 6.500, η blogger είναι μια Ελληνίδα μητέρα που αγαπά να διαβάζει και να προτείνει βιβλία.



bibliofagos

Ακολουθείτε ▾

Μήνυμα

+👤

...

296 δημοσιεύσεις

6.516 ακόλουθοι

Ακολουθείτε 4.323 χρήστες

Blogger

🌸 HAPINESS IS IGNORING THE WORLD BECAUSE YOU ARE READING 🌸

🌸 Greek bookstagrammer 🌟

🌸 Book reviews - Giveaways 📺

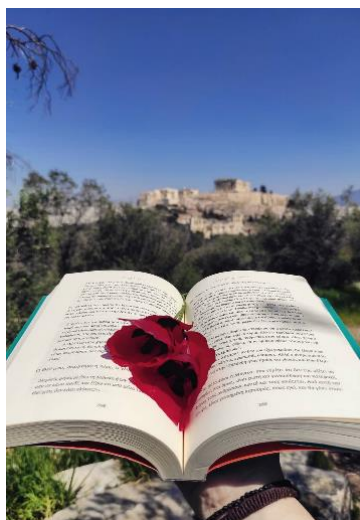
Ακολουθείται από τους [afinekettleofbooks](#) και [imikrivivliofagos](#)

Οι φωτογραφίες που αναρτά στον λογαριασμό της είναι διαφόρων ειδών, σε αντίθεση με την [@cupsandthoughts](#) που ακολουθεί ένα μοτίβο. Υπάρχουν διαφορετικές γωνίες λήψης, διαφορετικοί τρόποι παρουσίασης και επιμέλειας των αντικειμένων και του εαυτού

Στις (Εικ.17-18-19) Παρατηρείται μια συνειδητή προσπάθεια κατασκευής και αναπαράστασης μιας ελληνικής ταυτότητας, μέσα από το πρίσμα της ανάγνωσης. Η πρώτη φωτογραφία (Εικ.17), με την ελληνική σημαία ως φόντο, συνδέει το βιβλίο με ένα εθνικό σύμβολο, δίνοντας επιπλέον, πατριωτικό, νόημα στην ανάγνωση. Στην εικόνα στο κέντρο (Εικ.18), το χέρι της κρατά ένα ανοιχτό βιβλίο με μία παπαρούνα πάνω στις σελίδες του, ενώ στο φόντο βρίσκεται η Ακρόπολη. Με αυτόν τον τρόπο συνδέει τον αρχαίο ελληνικό πολιτισμό με την ανάγνωση, δίνοντας της συμβολική αξία. Η απουσία της σύγχρονης Ελλάδας από πολλές αφηγήσεις και αναπαραστάσεις σχετίζεται με τον τρόπο που έχει συγκροτηθεί ο λόγος γύρω από την ίδια την έννοια της «Ελλάδας». Συχνά, η λέξη



Εικόνα 17



Εικόνα 18

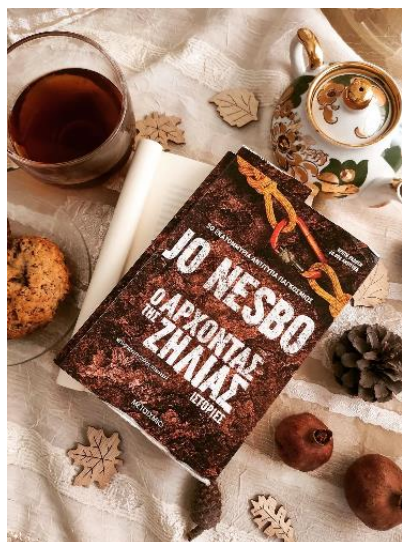


Εικόνα 19

παραπέμπει αυτόματα στην αρχαιότητα, σαν να μην υπάρχει συνέχεια ή παρόν. Ακόμα και τα ίδια τα ελληνικά τουριστικά αφηγήματα ενισχύουν αυτή τη μονοδιάστατη εικόνα, δίνοντας έμφαση στον αρχαίο πολιτισμό σε βάρος του σύγχρονου. Αυτή η εξιδανικευμένη αρχαιότητα διαμορφώθηκε κατά τον 18ο αιώνα από ευρωπαϊκές ιδεολογίες που συνέδεαν την πολιτισμική υπεροχή με φυλετικές έννοιες.. (Herzfeld, 2002, p. 900) Μέσα σε αυτό το ιδεολογικό πλαίσιο, η σύγχρονη πολιτισμική

ταυτότητα κατασκευάζεται συχνά μέσα από αντικείμενα-σύμβολα, που αναπαράγουν μια εξιδανικευμένη ελληνικότητα, αντλώντας από την αρχαιότητα, ως σημείο αναφοράς, τόσο αισθητικά όσο και νοηματικά. Στην εικόνα δεξιά (Εικ. 19), τα αντικείμενα είναι τοποθετημένα όπως τα κυρίαρχα πρότυπα στο Bookstagram, όμως ανήκουν στην ελληνική κουλτούρα. Τα γυαλιά ηλίου, το τσουρέκι, ο κρύος καφές μαζί με ένα ποτήρι νερό, η μαρμαρίνη επιφάνεια του τραπεζιού και τα λουλούδια της ελληνικής γης δημιουργούν μία cozy «ελληνική» ατμόσφαιρα. Έτσι συγκροτείται ένα μοντέρνο αλλά αναγνωρίσιμα ελληνικό σκηνικό, με μεσογειακή αισθητική. Η εθνική ταυτότητα δεν είναι δεδομένη, αλλά μια φανταστική σύνδεση με το έθνος-κράτος, που εκφράζεται μέσω συμβόλων και αφηγήσεων. Δεν αφορά μόνο θεσμούς, αλλά και πολιτισμικά νοήματα και εικόνες, τα οποία διαμορφώνονται και ανανεώνονται μέσα από καθημερινές πρακτικές και αναπαραστάσεις. (Barker & A. Jane, 2022, σ. 296) Οι τρεις εικόνες δείχνουν πώς η δημιουργός κατασκευάζει ένα σκηνικό ανάγνωσης που αποπνέει ελληνικότητα, προβάλλοντας τι σημαίνει να διαβάζεις ως Ελληνίδα και συμβάλλοντας έτσι στην αναπαραγωγή της εθνικής ταυτότητας στον ψηφιακό χώρο.

Σε άλλες εικόνες, όπως στις παρακάτω (Εικ. 20-21-22), φαίνεται να καταβάλει μεγαλύτερη προσπάθεια μίμησης των κυρίαρχων πρότυπων αισθητικής του Bookstagram. Η συμβολική εξουσία, δηλαδή η κοινωνική αναγνώριση και η διάκριση, αφορά κατά κύριο λόγο όσους ήδη την



Εικόνα 20



Εικόνα 21



Εικόνα 22

κατέχουν ή φιλοδοξούν να την αποκτήσουν. Οι επίδοξοι αυτοί blogger προσπαθούν να υιοθετήσουν διακριτικά χαρακτηριστικά, ακόμη και μέσω προσποίησης ή μίμησης, ώστε να ξεχωρίσουν από όσους δεν τα διαθέτουν. Ωστόσο, αυτή η μαζική υιοθέτηση οδηγεί στην απώλεια της ιδιαιτερότητας τους, γεγονός που αναγκάζει τους παλαιούς κατόχους να αναζητούν συνεχώς νέα μέσα διάκρισης. Έτσι συντηρείται μια διαρκής ένταση στην απόκτηση των συμβολικών αγαθών. Στο πλαίσιο αυτό, αναδεικνύεται η κενοδοξία ως βασικό χαρακτηριστικό. Η αισθητική παρουσίαση του λογαριασμού αποκαλύπτει μια έντονη ανάγκη αναγνώρισης και διάκρισης, μέσα στον χώρο του Bookstagram, που θυμίζει αυτό που ο Bourdieu περιγράφει ως μικροαστική επιθυμία για κοινωνική ανύψωση, μέσω της μίμησης των κυρίαρχων μορφών γούστου (Bourdieu, 2022, σσ. 295-297) Η δημιουργός φαίνεται να παλεύει με την ανάγκη αποδοχής και ανάδειξης. Όπως σημειώνει ο Bourdieu, η μικροαστική εμπειρία χαρακτηρίζεται από αμηχανία και ανασφάλεια: το άτομο παρατηρεί τον εαυτό

του μέσα από τα μάτια των άλλων, προσπαθεί να ελέγξει τη συμπεριφορά του και τελικά συχνά φαίνεται επιτηδευμένο, αποκαλύπτοντας την ανασφάλειά του. (Bourdieu, 2022, σ. 255)

Η Ελληνίδα bookstagrammer επιχειρεί να αποδώσει μια “hygge” ατμόσφαιρα με ριχτάρια, κεριά και ξύλινα στοιχεία, όμως περισσότερο ως διακοσμητική μίμηση παρά ως αυθεντική εμπειρία. Η αισθητική αυτή λειτουργεί κυρίως ως σκηνοθετημένη εικόνα αυτοπροβολής και ένταξης στην ψηφιακή κοινότητα, παρά ως βίωμα ζεστασιάς και οικειότητας. Σε αυτόν τον λογαριασμό, τα βιβλία πλαισιώνονται από εθνικά σύμβολα, παραδοσιακά αντικείμενα και τοπία. Η αισθητικοποίηση της ανάγνωσης εδώ λειτουργεί ως εργαλείο, που συνδέει την προσωπική εμπειρία με μια εμπορεύσιμη και αναγνωρίσιμη εικόνα του έθνους, ενώ η χρήση φθηνών απομιμήσεων αντικειμένων και υλικών καταδεικνύει μια προσπάθεια να αναπαραχθεί η κυρίαρχη αισθητική χωρίς το αντίστοιχο πολιτισμικό ή οικονομικό κεφάλαιο.

Συμπεράσματα

Η ανάλυση δείχνει ότι στο Bookstagram το βιβλίο ουδετεροποιείται, μετατρέπεται σε στοιχείο μιας επιμελημένης σύνθεσης, που θα μπορούσε στη θέση του να είναι οτιδήποτε άλλο. Η λειτουργία του είναι κυρίως αισθητική: οργανώνει το χώρο, πλαισιώνει ή πλαισιώνεται από άλλα αντικείμενα και δημιουργεί μια συγκεκριμένη οπτική ατμόσφαιρα. Παράλληλα, με τα πολιτισμικά νοήματα που το συνοδεύουν, το βιβλίο συνδέεται με την ευζωία, την ηρεμία και την προσωπική φροντίδα. Το βιβλίο λειτουργεί ως σύμβολο και μέσο αναπαραγωγής κυρίαρχων αισθητικών και κοινωνικών προτύπων, ενώ η ίδια η πράξη της ανάγνωσης υποβαθμίζεται μπροστά στην κυρίαρχη εικόνα που κατασκευάζεται και παρουσιάζεται στο ψηφιακό περιβάλλον.

Η έννοια του “hygge”, όπως αναδείχθηκε στο δεύτερο κεφάλαιο, αποτελεί πλέον ένα παγκοσμιοποιημένο πολιτισμικό πρότυπο, που δεν περιορίζεται στο δανέζικο πλαίσιο από το οποίο προέρχεται. Μέσα από διαδικασίες μετάφρασης, αισθητικοποίησης και εμπορευματοποίησης, μετατρέπεται σε ένα σύνολο καταναλώσιμων εικόνων, πρακτικών και αντικειμένων που υπόσχονται συναισθηματική θαλπωρή, απλότητα και οικειότητα. Η πολιτισμική του διαδρομή, από καθημερινή πρακτική των Δανών σε παγκόσμιο lifestyle trend, εγείρει ζητήματα αυθεντικότητας και πολιτισμικής οικειοποίησης. Όπως φάνηκε και από τη σχετική βιβλιογραφία, η επιτυχία του βασίζεται στη συμβολική αξία που του αποδίδεται. Λειτουργεί ως αφήγηση για το τι σημαίνει «ευτυχία» και «ποιότητα ζωής» στον σύγχρονο κόσμο. Στις επιμελημένες ατμόσφαιρες ανάγνωσης, εμφανίζεται ως ένα αισθητικό concept που προσδίδει νόημα και συναισθηματική βαρύτητα στην εμπειρία της ανάγνωσης.

Η ανάλυση των τριών λογαριασμών στο Bookstagram ανέδειξε τα βασικά χαρακτηριστικά που συγκροτούν τις «επιμελημένες ατμόσφαιρες ανάγνωσης» στον ψηφιακό χώρο. Οι εικόνες που μοιράζονται οι χρήστες αποτελούν οπτικοποιημένες αφηγήσεις, οι οποίες ενσωματώνουν αισθητικές και πολιτισμικές αξίες. Στο κέντρο αυτών των αναπαραστάσεων βρίσκεται το βιβλίο σαν σύμβολο πνευματικής καλλιέργειας, και ταυτότητας. Η σκηνοθετημένη καθημερινότητα, οι φυσικές υφές, οι ζεστές αποχρώσεις και τα κωδικοποιημένα αντικείμενα (όπως κουβέρτες, κεριά, ροφήματα) εμπνέεται έντονα από την αισθητική του “hygge”. Αυτό που παρατηρείται είναι ότι οι επιμελημένες

ατμόσφαιρες ανάγνωσης συνδέουν την ανάγνωση με το στυλ ζωής και την πολιτισμική νομιμότητα. Πρόκειται δηλαδή για έναν ψηφιακό χώρο όπου η ανάγνωση δεν καταγράφεται απλά ως μια δραστηριότητα, αλλά κυρίως ως μια εμπειρία αισθητικής απόλαυσης και κοινωνικού ανήκειν.

Συνοψίζοντας, η έρευνα αυτή προσπαθεί να συμβάλλει στην κατανόηση του τρόπου με τον οποίο οι πολιτισμικές πρακτικές «ταξιδεύουν», επανανοηματοδοτούνται και ενσωματώνονται σε ψηφιακά περιβάλλοντα, καταλήγοντας σε σύνθετα, πολυδιάστατα πολιτισμικά φαινόμενα. Σε μια μελλοντική έρευνα, σημαντική θα ήταν μια εθνογραφική προσέγγιση, που να περιλαμβάνει συνεντεύξεις από δημιουργούς περιεχομένου, ώστε να κατανοηθεί, πώς οι ίδιοι αντιλαμβάνονται την πρακτική της επιμέλειας και την αξία της ανάγνωσης. Τέλος, η μελέτη της σχέσης ανάμεσα σε πλατφόρμες (π.χ. Instagram, Tik Tok, Pinterest) θα μπορούσε να φωτίσει πώς μεταβάλλεται η αισθητικοποίηση της ανάγνωσης, ανάλογα με τη γλώσσα και τις δυνατότητες της εκάστοτε ψηφιακής πλατφόρμας.

Βιβλιογραφία

- Albertsen, N. (2016). Atmosphere: Power, Critique, Politics. A conceptual analysis. *Proceeding of 3rd International Congress on Ambiances*, (σσ. 573-578). Volos, Greece.
- Barker, C., & A. Jane, E. (2022). *Πολιτισμικές Σπουδές: θεωρία και πρακτική*. Αθήνα: ΕΚΔΟΣΕΙΣ ΤΖΙΟΛΑ.
- Baudrillard, J. (1996). *The system of objects*. London, New York: Verso.
- Bohme, G. (2017). *Atmospheric Architectures. The aesthetics of felt spaces*. Bloomsbury Academic.
- Bourdieu, P. (2022). *Η διάκριση. Κοινωνική κριτική της καλαισθητικής κρίσης*. Αθήνα: ΠΑΤΑΚΗ.
- Breunig, M., & McArthur Kallestrup, S. (2020). Translating Hygge: A Danish Myth and its Anglophone Appropriation. Ανάκτηση από <https://research-repository.st-andrews.ac.uk/handle/10023/24727>
- Grade, J., Mohnike, T., & Rohrbach, L. (Επιμ.). (χ.χ.). *Aesthetics of Protestantism in Northern Europe: From the Sixteenth to the Twenty-First Century*. Brepols Publishers. doi:10.1484/M.APNE-EB.5.130805
- Herzfeld, M. (2002). The Absence Presence: Discourses of Crypto-Colonialism. *The South Atlantic Quarterly*, 101.
- Kompatsiaris, P. (2024). *Curation in the age of platform capitalism. The value of selection, narration and expertise in new media cultures*. Abingdon: Routledge.
- Miller, D. (2010). *Stuff*. Cambridge: Polity Press.
- Pessel, W. K. (2018). The Hygge phenomenon. Between a lifestyle and nationalism. *Przegląd Humanistyczny* 2. Ανάκτηση 07 2025, από www.academia.edu
- Wiking, M. (2016). *The little book of hygge. The danish way to live well*. Copenhagen: Happiness Research Institute.
- Πεντάζου, Ι. (2019). *Ιστορία σε έκθεση. Πρακτικές ψηφιακού σχεδιασμού*. Αθήνα: ΕΑΠ Α.Ε.
- Τσιράκης, Ο. (2021). *Η θεωρία του πολιτισμικού κεφαλαίου του Pierre Bourdieu: Το εύρος και τα όριά της*. (Διπλωματική εργασία, Αριστοτέλειο Πανεπιστήμιο Θεσσαλονίκης).