

# Εικαστικοί καλλιτέχνες: για μια βελτίωση των συνθηκών του επαγγέλματος

ΜΑΤΟΥΛΑ ΣΚΑΛΤΣΑ

## 1. Εισαγωγικά

**Ο**Ι ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΕΣ συνθήκες άσκησης του καλλιτεχνικού επαγγέλματος παρουσιάζουν σήμερα ορισμένα ιδιότυπα χαρακτηριστικά.

Αυτά οφείλονται:

α) Σε ιστορικά προσδιορισμένα γνωρίσματα της τέχνης και του καλλιτέχνη στις δυτικές κοινωνίες, όπως η ατομικότητα, η αυθεντία και η ελευθερία του καλλιτέχνη. Οι έννοιες αυτές έχουν αφετηρία την προσπάθεια των καλλιτεχνών, ήδη από τα μέσα του 15ου αιώνα, να αποδείξουν ότι δεν είναι το χειρωνακτικό μέρος που χαρακτηρίζει την καλλιτεχνική εργασία, αλλά η δημιουργική διάνοια και η αυστηρή επιστήμη. Έτσι, οι καλλιτέχνες, ταυτιζόμενοι με τα τελευταία αυτά χαρακτηριστικά, που αυτόματα εντάσσουν τις καλές τέχνες στα ελεύθερα επαγγέλματα, ενέτασαν και τους εαυτούς τους στη χορεία των ελευθέρων δημιουργών, οι οποίοι για την εκτέλεση αυτού που συνέλαβε η διάνοιά τους χρειάζονται και τη συνδρομή των επιστημών.

β) Στη σημερινή λειτουργία της αγοράς αγαθών που τείνει να ενσωματώσει στη λογική της και την αγορά τέχνης. Ένα κυρίαρχο τμήμα της σύγχρονης αγοράς για να λειτουργήσει σύμφωνα με τη λογική της μαζικής παραγωγής και του διευρυνόμενου καταναλωτισμού πρέπει να μπορεί να αναπαράγει με μαζικό τρόπο προϊόντα, στα οποία, με διάφορα αντικειμενικά και μετρήσιμα κριτήρια, δίνει αντικειμενικές αξίες. Αυτά τα αγαθά, στη συνέχεια, με διάφορες μεθόδους, προωθούνται στην αγορά για να καλύψουν τη ζήτηση, που κάποιος άλλος, ελεγχόμενος από την ίδια αυτή αγορά, μηχανισμοί έχουν δημιουργήσει. Παράλληλα, βέβαια, υπάρχει και ένα κομμάτι της που λειτουργεί ως το πρότυπο που παράγει μοντέλα για το ευρύτερο αυτό τμήμα μαζικής παραγωγής και κατανάλωσης.

Έτσι, για την αγορά έργων τέχνης δημιουργείται η εξής αντιφατική συνθήκη: η αγορά έργων τέχνης, ακόμη και για τον ορισμό των προϊόντων της και ακολούθως για τη διακίνηση και εμπορία τους, βασίζεται πρωτίστως στη διαδικασία παραγωγής και διακίνησης προτύπων, που παράγονται από τους καλλιτέχνες «ελεύθερα» ως μοναδικά και αυθεντικά προϊόντα της διάνοιας και της επιστημονικής τους γνώσης. Ο αποκαλούμενος στην αγγλοσα-

ξονική ορολογία «κόσμος της τέχνης» (art worlds), που μετέχει σ' αυτή τη διαδικασία, συνίσταται, εκτός από τους καλλιτέχνες που παράγουν τα έργα τέχνης, από αυτούς που παράγουν τα υλικά της τέχνης των προηγουμένων, από τους εμπόρους τέχνης και τους ιδιοκτήτες των αιθουσών τέχνης, από τους συλλέκτες και τους αγοραστές έργων τέχνης, από τους επιμελητές και διευθυντές των μουσείων, από υπαλλήλους του υπουργείου Πολιτισμού, αλλά και όσων άλλων κρατικών υπηρεσιών έχουν αποφασιστικό λόγο για θέματα οικονομικής ή νομικής υποστήριξης της τέχνης, από τους τεχνοκριτικούς και ιστορικούς της τέχνης, από εκδότες και δημοσιογράφους, ακόμα-ακόμα από όσους ανταποκρίνονται συγκινησιακά στην τέχνη, όπως και τους άλλους καλλιτέχνες, σύγχρονους αλλά και του παρελθόντος που δημιουργούν το απαραίτητο ιστορικό πλαίσιο για τη θεώρηση ως έργων τέχνης των προϊόντων που παράγονται στον παρόντα χρόνο. Είναι φανερό, λοιπόν, ότι ο «κόσμος της τέχνης» συνίσταται από όλους εκείνους τους ανθρώπους, των οποίων οι ενέργειες είναι απαραίτητες για να παραχθούν τα χαρακτηριστικά αυτά προϊόντα, που ο «κόσμος» αυτός –ίσως και άλλοι– ορίζει ως τέχνη<sup>1</sup>.

Η αγορά έργων τέχνης, το κομμάτι της εκείνο που είναι και το ευρύτερο για την αγορά αγαθών, δηλαδή αυτό της μαζικής αναπαραγωγής και κατανάλωσης, το καλύπτει μέσω της προώθησης των πολλών –λιθογραφίες, μεταξοτυπίες, χαρακτηριστικά κ.ά.– αλλά βέβαια δεν θεωρεί, και στην πραγματικότητα δεν είναι ο τρόπος αυτός και εκείνος που τη χαρακτηρίζει. Βρίσκεται, δηλαδή, στην αντιφατική συνθήκη να πρέπει να λειτουργήσει στα πλαίσια μιας αγοράς αγαθών με κύριο χαρακτηριστικό τη μαζικότητα, ενώ ο κυρίαρχος τρόπος παραγωγής της αγοράς τέχνης χαρακτηρίζεται από την παραγωγή μοναδικών και αυθεντικών προϊόντων. Μια σύμβαση που η αγορά έργων τέχνης ευρέως χρησιμοποιεί για να εξομαλύνει την πιο πάνω αντίφαση είναι και η κατά το δυνατό επιβολή, μέσω των μηχανισμών του «κόσμου της τέχνης», στερεοτύπων για την καλλιτεχνική παραγωγή από συγκεκριμένους καλλιτέχνες, στα πλαίσια ενός ευρύτερα αναγνωρίσιμου στυλ. Δηλαδή, προωθεί εύκολα αναλώσιμες και αναγνωρίσιμες μορφές, των οποίων δεν ευνοεί τη διαφοροποίηση, άπαξ και οι πιο

πάνω μηχανισμοί έχουν κινηθεί για να τις επιβάλουν στην αγορά. Βέβαια, οι ίδιοι μηχανισμοί θα ευνοήσουν τη διαφοροποίηση, όταν η αγορά «κορεστεί» ή αναζητεί το «νέο», το οποίο με τη σειρά του θα καθιερωθεί ως κυρίαρχο.

Έτσι, όταν κανείς επιχειρεί να θίξει το θέμα της βελτίωσης των οικονομικών συνθηκών των καλλιτεχνών, δεν μπορεί παρά να έχει γνώση των ιδιοσυπιών αυτών που παρουσιάζει η αγορά έργων τέχνης. Παράλληλα, όμως, τίθεται αμέσως το θεμελιώδες ερώτημα με ποια κοινωνικοπολιτική φιλοσοφία παρέμβασης θέλει κανείς να θίξει ένα σε λειτουργία οικονομικό σύστημα, με όλες τις ιδιομορφίες που μόλις περιγράφηκαν. Από τη φιλοσοφία αυτή προκύπτει τόσο η σκοπιμότητα όσο και το εφικτό των μέτρων που προτείνονται. Στη συγκεκριμένη περίπτωση, η κοινωνικοπολιτική σκοπιά από την οποία προτείνονται τα μέτρα βελτίωσης είναι αυτή ενός κοινωνικού κράτους που επιτρέπει μεν την ελευθερία της αγοράς, αλλά παρεμβαίνει, εξισορροπώντας τις αδυναμίες και τα κενά που δημιουργούν οι ιδιαιτερότητες της αγοράς τέχνης, θεωρώντας την τέχνη ως κοινωνικό αγαθό, που πρέπει να υποστηρίζεται όσο και η εκπαίδευση και η υγεία.

Αυτά θα έπρεπε κανείς να λάβει υπόψη του για να δοκιμάσει να κάνει προτάσεις για τη βελτίωση των οικονομικών συνθηκών μέσα στις οποίες ζουν και εργάζονται οι εικαστικοί καλλιτέχνες, οπότε, στη συνέχεια, διασφαλίζοντας χορηγό, θα συγκροτούσε μια πολυπρόσωπη διεπιστημονική ομάδα, που θα ήταν απαραίτητη για να συλλάβει επιχειρησιακά το πλέγμα μακροοικονομίας και μικροοικονομίας της τέχνης στη σήμερα παντοδύναμη διεθνοποιημένη ελεύθερη αγορά.

Αυτό που κάνει το άρθρο αυτό είναι μια συστηματική συγκέντρωση πιθανών προτάσεων, οι οποίες αποτελούν μια αφετηρία για συστηματική επεξεργασία και έλεγχο. Ορισμένα από τα μέτρα που σημειώνονται ήδη έχουν σε κάποιες χώρες μπει σε εφαρμογή και έχουν δώσει κάποια συμπεράσματα, άλλα έχουν διατυπωθεί στα πλαίσια των σχετικών συζητήσεων στο διεθνή χώρο και άλλα συμπληρώνονται από τη συγγραφέα του άρθρου με βάση τη βιβλιογραφική γνώση, την εμπειρική παρατήρηση και τα αποτελέσματα σχετικής έρευνας, που έγινε στα πλαίσια των φοιτητικών θεμάτων ιστορίας τέχνης τρίτου κύκλου του τμήματος αρχιτεκτόνων.

## 2. Το παρελθόν

Η αγορά της τέχνης στο δυτικό κόσμο έχει μακρά ιστορία, που οι αρχές της μπορούν να ανιχνευτούν σχεδόν 2000 χρόνια πριν: Λέγεται ότι ο Δαμάσιππος ήταν ένας από

τους πρώτους εμπόρους τέχνης, που πουλούσε ελληνικά γλυπτά στις ρωμαϊκές ανώτερες τάξεις κατά τον 1ο αιώνα π.Χ.<sup>2</sup>.

Στα χρόνια της Αναγέννησης, πέντε αιώνες πριν, η ιταλική οικογένεια των Portinari ζήτησε από έναν έμπορο τέχνης να της προμηθεύσει μια «Προσκύνηση των Μάγων» του διάσημου Ολλανδού ζωγράφου Hugo van der Goes.

Ασφαλώς, οι έμποροι αυτοί θα κέρδιζαν αρκετά, ώστε να αξίζει τον κόπο το δύσκολο και μακρινό ταξίδι τους και σίγουρα περισσότερα από το «φταχό» Leonardo, το φημισμένο καλλιτέχνη από το Vinci. Ο Leonardo, θέλοντας να μετακινηθεί από την αυλή των Medici της Φλωρεντίας στους Sforza του Μιλάνου, στο σχετικό έγγραφο αίτημά του προς το μελλοντικό του πάτρωνα, δεν επαναπαύτηκε μόνο στην ήδη πασίγνωστη καλλιτεχνική του φήμη, τόνισε εξίσου τις γνώσεις και ικανότητές του στη μηχανική, ως εφευρέτη πολεμικών μηχανών και ως σχεδιαστή αποτελεσματικών οχυρωματικών έργων<sup>3</sup>.

Ο Leonardo δεν ήταν ο πρώτος στην ιστορία της τέχνης που προσέφερε στον πάτρωνα του και άλλα, εκτός από τα κύρια του προσόντα, στηρίζοντας με τον τρόπο αυτό το βασικό καλλιτεχνικό του επάγγελμα. Ο Pisanello αποτελεί ένα άλλο παράδειγμα ζωγράφου, που προσέφερε πρόσθετες υπηρεσίες ως σχεδιαστή των κοστούμιών του κυρίου του και ο Giotto, εκτός από την αναγνωρισμένη ζωγραφική του δραστηριότητα, υπήρξε επίσης γνωστός γλύπτης και αρχιτέκτων.

Αυτές και άλλες παρόμοιες μαρτυρίες έχουν το ιδιαίτερο ενδιαφέρον τους για όποιον θελήσει να προσεγγίσει τις οικονομικές συνθήκες μέσα στις οποίες δρουν οι εικαστικοί καλλιτέχνες, έστω και αν θεωρήσει τις παραπάνω περιπτώσεις κάτω από το πρίσμα του αναγεννησιακού «homo universalis»<sup>4</sup>.

## 3. Καλλιτέχνες και διαμεσολαβητές, έργα τέχνης και εμπορεύματα

Μελετώντας τις οικονομικές συνθήκες μέσα στις οποίες λειτουργούν οι εικαστικοί καλλιτέχνες, πρέπει να λάβουμε υπόψη μας ορισμένους σημαντικούς παράγοντες που επηρεάζουν τις τέτοιου είδους οικονομικές διαδικασίες. Οι παράγοντες αυτοί είναι οι καλλιτέχνες και το προϊόν τους, το κοινό και οι κάθε είδους διαμεσολαβητές<sup>5</sup>.

Ένα έργο τέχνης ολοκληρώνει το σκοπό του μόνο όταν ιδωθεί σε σχέση με το κοινό του. Αυτό, βέβαια, δεν σημαίνει ότι δεν μπορούν να παραχθούν έργα τέχνης ανεξάρτητα από την ύπαρξη ενός κοινού, σημαίνει ότι για να χαρακτηριστούν ως έργα τέχνης χρειάζονται οπωσδήποτε έ-

ναν παρατηρητή, ένα κοινό, που, τουλάχιστον, θα αποδεχθεί ότι πρόκειται και για έργα τέχνης, ακόμη κι όταν το ίδιο κοινό απορρίπτει το νεωτερισμό που αυτά εισάγουν, και επιχειρηματολογεί εναντίον τους.

Η ύπαρξη και μόνο αντιπαρατιθέμενων απόψεων, που προκύπτουν, είτε από την αμφιλεγόμενη φύση ενός έργου τέχνης, είτε από την αμφιλεγόμενη γνώμη για κάτι που παρουσιάζεται ως έργο τέχνης, αποδεικνύει από μόνη της την ήδη δεδομένη αναγνώριση: ότι πρόκειται, δηλαδή, για έργο τέχνης. Αυτός ο λογικός συλλογισμός μας θυμίζει το cogito ergo sum, πράγμα που συμβαίνει συχνά όταν, σε μια διαδικασία επίλυσης προβλήματος, δεν χρειαζόμαστε μόνο ορισμούς του νοήματος των λέξεων, αλλά και τις αφετηρίες του νοήματος αυτού, καταφεύγοντας, έτσι, τελικά στη φιλοσοφία.

Ακόμη και στην περίπτωση του Dada, του πρώτου κινήματος στην ιστορία της τέχνης που έθεσε σε αμφιβολία καθιερωμένες έννοιες σχετικές με τη φύση του έργου τέχνης, όπως επίσης και στην περίπτωση του Conceptualism, «κάποιοι» βρισκόνταν στη θέση να αποφασίσουν αν, είτε αυτό που παρουσιάζονταν, είτε αυτό που δεν παρουσιάζονταν μεν, αλλά είχε συλληφθεί και προτεινόταν ως έργο τέχνης από έναν καλλιτέχνη, ήταν ή δεν ήταν πράγματι τέχνη<sup>6</sup>. Αυτοί οι «κάποιοι» δεν μπορούσε να είναι μόνο οι καλλιτέχνες, οι «κάποιοι» συγκροτούσαν αναγκαστικά ένα συγκεκριμένο κοινό<sup>7</sup>.

Μεταξύ του καλλιτέχνη και του κοινού ανέκαθεν υπήρξαν διαμεσολαβητές: αυτοί που ήταν σε θέση να πείσουν το κοινό ότι ένα προϊόν μπορούσε να χαρακτηριστεί ως έργο τέχνης.

Ο Όμηρος, περιγράφοντας τη διακόσμηση της ασπίδας του Αχιλλέα, απέδιδε στην ιστορία της τέχνης ένα από τα πρώτα έργα τέχνης. Δεν εξεθεύαζε πρωτίστως την αποτελεσματικότητα της ασπίδας για την προστασία του πολεμιστή, αλλά την καλλιτεχνική της αξία. Ο Όμηρος ήταν αυτός που κατακύρωσε την καλλιτεχνική φύση ενός αντικειμένου, αρχικά κατασκευασμένου ως πολεμικό όπλο.

Ο Περικλής, μαζί με τους συμβούλους του, αποφάσισε σχετικά με την καλλιτεχνική ποιότητα του Φειδία, παραγγέλλοντας στο εργαστήριο του πολλά από τα γλυπτά της Ακρόπολης.

Ο Vasari, αρχιτέκτονας και καλλιτέχνης ο ίδιος, θεωρείται ως ένας από τους πρώτους ιστορικούς τέχνης, που αποτίμησε την σύγχρονη του τέχνη, την τέχνη του 16ου αιώνα μ.Χ.

Κατά συνέπεια, αν αποδεχτούμε ότι στην ίδια την ύπαρξη του έργου τέχνης επιδρά τόσο αποφασιστικά το κοινό του και το σώμα των διαμεσολαβητών, η ύπαρξη του καλλιτέχνη επηρεάζεται εξίσου

από τους παράγοντες αυτούς: παρόμοια επιδρούν και οι οικονομικές, πολιτικές και κοινωνικές συνθήκες μέσα στις οποίες λειτουργεί ο καλλιτέχνης.

Αν, επιπλέον, συνεκτιμήσουμε και ορισμένα ειδικά χαρακτηριστικά της δυτικής καπιταλιστικής οικονομίας, βασιμμένης κυρίως στην έννοια της ατομικότητας, που με τη σειρά της συγκροτεί βασικό συστατικό της έννοιας της προόδου στις δυτικές κοινωνίες, τότε αντιλαμβανόμαστε γιατί οι οικονομικές συνθήκες της λειτουργίας του καλλιτέχνη γίνονται αρκετά περίπλοκες. Γίνονται περίπλοκες διότι, εκτός των όσων εισαγωγικά αναφέρθηκαν:

α) τα έργα των καλλιτεχνών που ζουν και εργάζονται στις δυτικές καπιταλιστικές οικονομίες τείνουν να λειτουργούν ως κοινά εμπορευματικά αγαθά, πράγμα που αφίσταται από τον τρόπο που αυτή παραδοσιακά λειτουργούσε<sup>8</sup>. Έτσι, μια από τις κύριες αντιφάσεις προκύπτει από το γεγονός ότι παραδοσιακές ξεπερασμένες μέθοδοι παραγωγής του παρελθόντος θα έπρεπε να προσαρμοστούν στις σύγχρονες συνθήκες του εμπορίου και της κατανάλωσης<sup>9</sup>, και,

β) η έννοια της ατομικότητας, που μοιάζει να ταιριάζει στη φύση του καλλιτέχνη, αποδεικνύεται κι αυτή αντιφατική, καθώς, σύμφωνα με τους κανόνες του μαζικού καταναλωτισμού, το «μοναδικό» προϊόν ενός ατόμου –μιας προσωπικότητας με μοναδικά χαρακτηριστικά– θα πρέπει να λειτουργεί, να αναπαράγεται και να διακινείται μέσα από μεθόδους που ευνοούν αφενός τη δημιουργία στερεότυπων εικόνων που κάνουν εύκολη τη λήψη και προώθηση στην κατανάλωση σε ποσότητες μαζικές και αφητέρου τη μαζική αναπαραγωγή και κατανάλωση. Και αν αυτό βρίσκει εφαρμογή στα κοινά αγαθά, αποδεικνύεται αντιφατικό στην περίπτωση της τέχνης και του τρόπου παραγωγής της.

#### 4. Παρόν και μέλλον

Ανεξάρτητα από τις παραπάνω αντιφατικότητες, οι καλλιτέχνες, για μια συνεκτική συγκρότηση της επαγγελματικής τους συνθήκης, πρέπει να βρίσκονται σε θέση να κερδίζουν τα προς το ζην από την τέχνη τους και μόνον από αυτή<sup>10</sup>, μια που το τελευταίο, επιπροσθέτως, θεωρείται βασικός παράγων στη λειτουργία των καλλιτεχνών μέσα σε μια δυτικό τύπου καπιταλιστική οικονομία ελεύθερης αγοράς.

Οι τρόποι που οι σύγχρονοι καλλιτέχνες μπορούν να κερδίζουν τα προς το ζην από την τέχνη τους θα μπορούσαν να διακριθούν στους εξής τρεις: άμεσοι, έμμεσοι και μεικτοί τρόποι.



##### 4.1. Άμεσοι τρόποι

Έτσι χαρακτηρίζονται όλοι οι τρόποι κατά τους οποίους ο καλλιτέχνης –στην περίπτωση μας ο εικαστικός καλλιτέχνης– κερδίζει χρήματα άμεσα από την τέχνη του, δηλαδή:

1. Όταν τα έργα τέχνης αγοράζονται για λογαριασμό ιδιωτών ή δημοσίων και ιδιωτικών πινακοθηκών και μουσείων από εκθέσεις, από εμπόρους τέχνης, από το ατελιέ του καλλιτέχνη, ή ακόμη και στο δρόμο –ο διαταγμός των χαμηλότερων εισοδηματικών στρωμάτων να περάσουν το κατώφλι μιας γκαλερί, ή ακόμη και ενός κορνιζοποιείου που πουλάει αντιγραφα, βρίσκει ανταπόκριση σ' αυτό τον ιδιόρρυθμο, αλλά όχι λιγότερο «επαγγελματικό», τρόπο.

2. Όταν οι καλλιτέχνες δέχονται παραγγελία από το κράτος, το δήμο, οργανισμούς τέχνης, πολιτιστικά ιδρύματα, φεστιβάλ, πανεπιστήμια ή επιχειρήσεις.

Ορισμένες από τις παραγγελίες αυτές μετατρέπονται σε έμμεσες πηγές προσδοκώμενου εισοδήματος, στις περιπτώσεις που οι καλλιτέχνες δεν αμείβονται με την πραγματική αξία που έχουν στην αγορά τα έργα τους, ή ακόμη δεν παίρνουν παρά μόνο τα έξοδα για τα υλικά και την κατασκευή του έργου. Αυτό συμβαίνει, επειδή τέτοιες παραγγελίες ενισχύουν τη φήμη και το κύρος του καλλιτέχνη, ο οποίος στη συνέχεια μπορεί να ζητήσει ευκολότερα την αξία των έργων του στην αγορά.

Μία ανάλογη έμμεσου ή μεικτού τύπου

αμοιβή του καλλιτέχνη εμφανίζεται σε περιπτώσεις που ο συλλέκτης ή το ίδρυμα έχουν τέτοιο όνομα και κύρος, που και μόνη η απόκτηση του έργου, σε χαμηλότερη βέβαια τιμή, είναι αρκετή για να προσδώσει κύρος στον καλλιτέχνη.

Ιδιαίτερα στην Ελλάδα, με την έλλειψη ενός κρατικού μουσείου σύγχρονης τέχνης<sup>11</sup>, δύο από τους μεγαλύτερους συλλέκτες ελληνικής σύγχρονης τέχνης μετασκέυασαν ιδιόκτητες εγκαταστάσεις τους σε ειδικά σχεδιασμένες ιδιωτικές πινακοθήκες, ανοικτές στο κοινό, όπου, εκτός της μόνιμης συλλογής τους, παρουσιάζουν περιοδικά εκθέσεις ελληνικής σύγχρονης τέχνης. Είναι επόμενο, οι καλλιτέχνες να πωλούν τα έργα τους σε χαμηλότερες τιμές, όταν αγοραστές είναι τέτοιοι «διακεκριμένοι» συλλέκτες, οι οποίοι έχουν την ικανότητα, μέσω των εκθέσεων στους χώρους τους, να προωθούν τους καλλιτέχνες της συλλογής τους.

3. Όταν οι καλλιτέχνες δέχονται μια υποτροφία, ένα βραβείο ή άλλη οικονομική ενίσχυση.

Στην Ελλάδα τα ξένα ινστιτούτα (Γαλλικό Ινστιτούτο, Ινστιτούτο Goethe, Ελληνοαμερικανική Ένωση) έχουν παίξει ρόλο πάτρωνα, προσφέροντας σε καλλιτέχνες υποτροφίες και άλλου είδους οικονομικές ενισχύσεις, για να εργαστούν στο εξωτερικό για μια συγκεκριμένη χρονική περίοδο. Ειδικότερα μετά τον δεύτερο παγκόσμιο πόλεμο και τον εμφύλιο η γαλλική κυβέρνηση προσέφερε πολλές οικονομικές ενισχύσεις σε εικαστικούς καλλι-

τέχνες και ιστορικούς της τέχνης για να ζήσουν και να εργαστούν στο Παρίσι, προωθώντας έτσι την ιδέα της πόλης αυτής ως κέντρου της σύγχρονης τέχνης<sup>12</sup>. Αυτή η επαφή Ελλήνων καλλιτεχνών με το Παρίσι αποδείχθηκε πολύ χρήσιμη κατά τη διάρκεια της δικτατορίας, όταν πλήθος Ελλήνων καλλιτεχνών βρήκε καταφύγιο εκεί – για αρκετούς από αυτούς αφορμή για το ξεκίνημα μιας διεθνούς καριέρας.

Κατά τη δεκαετία του '50 και μέχρι και τη δεκαετία του '80 η Ομοσπονδιακή Δημοκρατία της Γερμανίας, στην προσπάθεια να προωθήσει την καλλιτεχνική ζωή του Δυτικού Βερολίνου, προσελκύοντας εκεί νέους καλλιτέχνες, προσέφερε οικονομικά μέσα σε Έλληνες εικαστικούς καλλιτέχνες για να μείνουν και να εργαστούν στην πόλη αυτή.

Η αμερικανική κυβέρνηση, μέσω των υποτροφιών Fulbright μετά το 1960, καλλιεργεί, παράλληλα με την εικόνα της στρατιωτικής της δύναμης, και το πολιτιστικό της πρόσωπο στην περιοχή, στέλνοντας κάθε χρόνο Έλληνες εικαστικούς καλλιτέχνες στις Η.Π.Α.

Το ελληνικό Ίδρυμα Κρατικών Υποτροφιών προσφέρει κάθε χρόνο έναν αριθμό υποτροφιών σε αποφοίτους της Σχολής Καλών Τεχνών, είτε για μεταπτυχιακές σπουδές στο εξωτερικό είτε για μεταπτυχιακή έρευνα στο εσωτερικό.

4. Όταν ο καλλιτέχνης δέχεται κάποιο μηνιαίο εισόδημα από μια γκαλερί για να ετοιμάσει έργα για μια έκθεση, με την προοπτική μελλοντικών πωλήσεων.

5. Όταν καλλιτέχνες παίρνουν προκαταβολές ή δάνεια από γκαλερί, με την προοπτική μελλοντικών πωλήσεων.

6. Όταν καλλιτέχνες δέχονται οικονομικά επιδόματα από έμπορο τέχνης, πάτρωνα ή συλλέκτη για να ετοιμάσουν μια συγκεκριμένη ποσότητα έργων.

Κατά την δεκαετία του '30, ο Τέτιαδε, Έλληνας κριτικός τέχνης εγκατεστημένος στο Παρίσι, φιλικά συνδεδεμένος με τους Matisse, Picasso, Kandinski Chagal και Κριστιάν Ζερβό –εκδότη του *Cahier d'art*– προσέφερε καθολική οικονομική υποστήριξη στο ναΐφ ζωγράφο από τη Μυτιλήνη Θεόφιλο, με αντάλλαγμα το σύνολο της καλλιτεχνικής του παραγωγής. Σήμερα το Μουσείο Τέτιαδε, στην πρωτεύουσα της Λέσβου, είναι στην πραγματικότητα ένα μουσείο Θεόφιλου, με αρκετά βέβαια έργα και των φίλων καλλιτεχνών του Τέτιαδε, που αναφέρθηκαν παραπάνω.

7. Όταν οι καλλιτέχνες, συνεργαζόμενοι συνήθως με αρχιτέκτονες, λειτουργούν ως σύμβουλοι για αισθητικά ζητήματα σχετιζόμενα με την τοιχογράφηση και το χρωματισμό κτιρίων, τη διακόσμηση στάσεων λεωφορείων ή και των ιδίων των οχημάτων και άλλων στοιχείων εξοπλισμού της πόλης, όπως π.χ. πάγκων, δο-

χείων απορριμμάτων κ.λπ., τη διακόσμηση της πόλης με γλυπτά, τοιχογραφίες, ψηφιδωτά, βιτρό, κρήνες, διακριτικά σημάδια –κατασκευές ή σημαίες– με την ευκαιρία ειδικών εκδηλώσεων.

Στην Ελλάδα υπάρχουν αρκετά παραδείγματα συνεργασίας εικαστικών καλλιτεχνών με αρχιτέκτονες, με αντικείμενο κυρίως το σχεδιασμό εσωτερικών χώρων. Υπάρχουν, ακόμη, παραδείγματα τοιχογράφησης κτιρίων και ηλεκτρικών λεωφορείων.

Στη Γερμανία, και ειδικότερα στο Βερολίνο και στη Βρέμη, η συνεισφορά των εικαστικών καλλιτεχνών στην αισθητική διαμόρφωση του προσώπου της πόλης είναι πολύ σημαντική<sup>13</sup>. Στη Μεγάλη Βρετανία υπάρχει μια εξίσου ζωντανή παράδοση ανάθεσης έργων τέχνης για ανοικτούς υπαίθριους χώρους, που συνήθως ακολουθείται από μια εξίσου έντονη συζήτηση για το ρόλο των «γραφείων συμβούλων για τέχνη σε δημόσιο χώρο»<sup>14</sup>.

Το πρόβλημα είναι ότι, ιδιαίτερα σε πόλεις χωρίς βαθύτερη συνειδητοποίηση της σημασίας της καλλιτεχνικής αυτής συνεισφοράς και χωρίς τη σταθερή θέληση για συνεχή παραγγελία τέτοιων έργων, η άμεση οικονομική ανταπόδοση τέτοιων αναθέσεων μπορεί να καταλήξει για τους καλλιτέχνες να είναι απλώς έμμεση.

8. Όταν οι καλλιτέχνες εργάζονται ως διδάσκαλοι «τεχνικών» σε όλα τα επίπεδα της δημόσιας ή ιδιωτικής εκπαίδευσης, ή όταν παραδίδουν ιδιωτικά μαθήματα τέχνης στο ατελιέ τους.

9. Όταν καλλιτέχνες οργανώνουν και κατευθύνουν καλλιτεχνικές δραστηριότητες σε ειδικά κέντρα για συγκεκριμένες κοινωνικές ομάδες (ενήλικες, παιδιά, άτομα με ειδικές ανάγκες κ.ο.κ.).

Στη Θεσσαλονίκη, Άγγλος δάσκαλος τεχνικών εργαζόταν εδώ και πολλά χρόνια με τυφλούς. Το προϊόν αυτής της συνεργασίας παρουσιάστηκε στο Ινστιτούτο Goethe και ήταν μια συναρπαστική εμπειρία, λόγω, κυρίως, του επαγγελματικού επιπέδου των εκτεθειμένων έργων.

10. Όταν καλλιτέχνες πωλούν τα έργα τους μέσω ταχυδρομικών παραγγελιών, πράγμα εφαρμόσιμο μόνο σε χαρακτηριστικά, λιθογραφίες και εν γένει πολλαπλά.

11. Όταν εταιρίες ζητούν από καλλιτέχνες την άδεια για αναπαραγωγή χαρακτηριστικών και μεταξοτυπία.

12. Όταν καλλιτέχνες, είτε δίδουν διαλέξεις σε σχολεία και καλλιτεχνικούς οργανισμούς, είτε συμμετέχουν σε προγράμματα του ραδιοφώνου ή της τηλεόρασης.

Στις περιπτώσεις αυτές, το εγγενές έμμεσο όφελος είναι τόσο σημαντικό που οι περισσότεροι καλλιτέχνες δεν ζητούν άμεση αμοιβή. Έτσι, και οι παραγωγοί των τηλεοπτικών προγραμμάτων και οι καλλιτεχνικοί οργανισμοί σπάνια προβλέπουν στους προϋπολογισμούς τους ποσά για α-

ποζημιώσεις προσκεκλημένων καλλιτεχνών. Παρ' όλα αυτά, το αίτημα για άμεση αποζημίωση διασφαλίζει και ενισχύει τον καλλιτεχνικό επαγγελματισμό.

13. Όταν ανατίθεται σε καλλιτέχνες η εικονογράφηση βιβλίων.

Η δημοσίευση έργων τέχνης, είτε σε καταλόγους και βιβλία τέχνης, είτε σε άλλου είδους δημοσιεύματα, θα έπρεπε να διέπεται από τους κανόνες περί πνευματικής ιδιοκτησίας, που εφαρμόζονται σε αναδημοσιεύσεις κειμένων ή μουσικών συνθέσεων, προσφέροντας έτσι στους εικαστικούς καλλιτέχνες άμεσο οικονομικό όφελος. Με την ίδια λογική, θα έπρεπε οι εικαστικοί καλλιτέχνες να απαιτούν «δικαιώματα» για τα έργα τους και να ζητείται η άδεια τους –ενδεχομένως με οικονομική αποζημίωση– όταν τα έργα τους παρουσιάζονται δημόσια.

14. Κάποιες δυνατότητες για άμεσο οικονομικό όφελος θα περιελάμβαναν:

– Ενίσχυση σε νέους καλλιτέχνες για παρουσίαση της πρώτης ατομικής τους έκθεσης.

– Ενίσχυση σε καλλιτέχνες για ταξίδια στο εξωτερικό.

– Ενίσχυση σε καλλιτέχνες για να εργάζονται στην επαρχία.

– Ενίσχυση σε ομάδες καλλιτεχνών, εκπαιδευτικών, κριτικών τέχνης για συνεργασία σε συγκεκριμένα προγράμματα, που θα μπορούσαν να ενδιαφέρουν και να κινητοποιούν μεγάλες ομάδες πληθυσμού σε τοπικό επίπεδο.

– Δυνατότητα σε δημόσιους οργανισμούς, που διοργανώνουν εκθέσεις, να πωλούν τα εκτιθέμενα έργα για λογαριασμό του καλλιτέχνη.

15. Μια τελική δυνατότητα άμεσου οικονομικού οφέλους, για την οποία θα άξιζε τον κόπο να αγωνιστούν οι καλλιτέχνες στις περισσότερες χώρες, θα ήταν η θεσμοθέτηση ενός ποσοστού επί του, επάνω από κάποιο όριο, προϋπολογισμού δημοσίων ή ιδιωτικών έργων, που θα διοχετευόταν υποχρεωτικά στην παραγγελία ή την αγορά έργων τέχνης<sup>15</sup>.

## 4.2. Μεικτοί τρόποι

Παράλληλα με τους άμεσους, θα μπορούσαν να υπάρχουν και μεικτοί τρόποι που συμβάλλουν στην οικονομική στήριξη των καλλιτεχνών.

1. Όταν καλλιτέχνες εντάσσονται σε προγράμματα του τύπου «φιλοξενία καλλιτεχνών» (artists in residence scheme), προγράμματα τα οποία αρκετά μουσεία στη Μ. Βρετανία εφαρμόζουν.

Στην περίπτωση αυτή, αποθήκες, εργοστάσια, ειδικοί χώροι σε μουσεία και άλλα κτίρια που ανήκουν στην τοπική αυτοδιοίκηση, ή και σε ιδιώτες, και δεν χρησιμοποιούνται, μπορούν να προσφερθούν προσωρινά σε ομάδες καλλιτεχνών για εγ-

κατάσταση των ατελιέ τους, υπό την προϋπόθεση ότι θα επιστραφούν στους ιδιοκτήτες τους, όταν αυτοί το ζητήσουν, με κάποια χρονική προθεσμία προειδοποίησης, π.χ. ενός έτους. Η τοπική αυτοδιοίκηση ή οι κρατικές τράπεζες θα μπορούσαν να δίδουν χαμηλότοκα δάνεια στους καλλιτέχνες για τον εξοπλισμό των χώρων αυτών και οι καλλιτέχνες θα έπρεπε, σε αντάλλαγμα, να προσφέρουν έναν αριθμό έργων τους στον ιδιοκτήτη που τους παραχώρησε το χώρο.

Η τοπική αυτοδιοίκηση θα έπρεπε να διοργανώσει εκθέσεις των έργων, που έτσι δημιουργήθηκαν, είτε μέσα στους ίδιους τους παραχωρημένους χώρους, είτε σε άλλους δημόσιους χώρους, όπου και τα έργα θα μπορούσαν να πωληθούν. Οι σύλλογοι των καλλιτεχνών θα όφειλαν να εγγυώνται για την καλή κατάσταση των προσωρινά παραχωρημένων κτισμάτων.

Ενδεχόμενες φορολογικές ελαφρύνσεις για εταιρίες που παραχωρούν στέγη σε καλλιτέχνες θα συμπλήρωναν αυτό το μεικτό τρόπο οικονομικής στήριξης των καλλιτεχνών, αφού θα διευκόλυναν:

- δωρεάν χώρο εργασίας για καλλιτέχνες,

- επαφή τους με μελλοντικούς πιθανούς πάτρωνες και προοπτικές αναθέσεων.

2. Χαμηλότοκα δάνεια για τον εξοπλισμό των καλλιτεχνικών ατελιέ.

3. Επιχορήγηση για το ενοίκιο του ατελιέ.

4. Χαμηλότοκα δάνεια για την οργάνωση εκθέσεων.

5. Χαμηλή φορολογία του εξοπλισμού και των υλικών για καλλιτέχνες.

6. Φορολογικές απαλλαγές για νέους και έγγαμους καλλιτέχνες, ιδίως όταν πρόκειται για ζευγάρι καλλιτεχνών.

7. Επιχορήγηση νέων καλλιτεχνών για ενημερωτικά ταξίδια στο εξωτερικό.

8. Εξοπλισμό εργαστηρίων εκτυπώσεως χαρακτικών και πολλαπλών, που θα διατίθενται από την τοπική αυτοδιοίκηση και θα λειτουργούν υπό την εποπτεία των καλλιτεχνικών συλλόγων.

9. Κράτηση ποσοστού από τις πωλήσεις έργων τέχνης, που θα κατατίθενται σε ταμείο προνοίας καλλιτεχνών.

10. Χαμηλότοκα δάνεια είτε σε άτομα είτε σε καλλιτεχνικούς οργανισμούς και φιλανθρωπικές οργανώσεις, για την απόκτηση έργων τέχνης, ειδικότερα όταν τα αγοραζόμενα έργα τέχνης πρόκειται να παραχωρηθούν με δανεισμό σε σχολές, βιβλιοθήκες ή πανεπιστήμια.

11. Δυνατότητα καλλιτεχνικοί σύλλογοι να δανείζουν σε εταιρίες ή άτομα έργα τέχνης με ετήσιο «ενοίκιο», με την προοπτική το ενοίκιο αυτό να εκτέμει από την τιμή, σε περίπτωση που ο δανειζόμενος αποφασίσει να αγοράσει το έργο. Πρόσφατα στον ελληνικό ημερήσιο τύπο δημο-



σιεύτηκε ότι το μέτρο αυτό άρχισε να εφαρμόζεται στο Λονδίνο, με μεγάλη μάλιστα επιτυχία, αν κρίνει κανείς από την προσέλευση του κοινού και τις πραγματοποιηθείσες συναλλαγές.

12. Φορολογικές απαλλαγές σε τοπικές επιχειρήσεις, που βοηθούν με εξοπλισμό εκθέσεις οργανωμένες είτε από καλλιτεχνικούς συλλόγους είτε από ομάδες καλλιτεχνών.

13. Εξυπηρητήσεις από μέρος της τοπικής αυτοδιοίκησης προς τους καλλιτέχνες για το στήσιμο εκθέσεων (π.χ. μεταφορικό μέσο διαμορφωμένο ειδικά για την ασφαλή μεταφορά έργων τέχνης, μηχανήματα για το φόρτωμα, ξεφόρτωμα και στήσιμο γλυπτών, κ.ο.κ.).

14. Φορολογικές απαλλαγές για χρηματικές δωρεές προς τους καλλιτεχνικούς συλλόγους και τα ταμεία προνοίας καλλιτεχνών.

#### 4.3. Έμμεσοι τρόποι

Οι έμμεσοι τρόποι οικονομικής ενίσχυσης των καλλιτεχνών, που θα στόχευαν σε μακροπρόθεση βελτίωση της οικονομικής τους κατάστασης, έχουν να κάνουν κυρίως με τη δημιουργία μιας διαφορετικής *συνείδησης* για την τέχνη, τόσο από την πλευρά του κοινού, όσο και από αυτήν των ίδιων των καλλιτεχνών.

Η δημιουργία μιας τέτοιας συνείδησης σ' αυτούς που ενδιαφέρονται εν γένει για την τέχνη, σχετίζεται τόσο με τη μακροπρόθεσμη χάραξη κρατικής πολιτικής και

στρατηγικής, με εφαρμογή στην *εκπαίδευση* όσο και με τακτικές και μεθόδους, με εφαρμογή στην περιοχή της *επικοινωνίας*. Ο τομέας της νομοθεσίας μπορεί να αναφέρεται είτε σε μακροπρόθεσμες θεσμικές ρυθμίσεις είτε σε βραχυπρόθεσμες, όλες όμως οι τέτοιου είδους ρυθμίσεις έχουν προφανή επίδραση στη δημιουργία συνείδησης για την τέχνη.

Οι τρεις αυτές περιοχές –*εκπαίδευση, επικοινωνία και νομοθεσία*– θεωρούνται ως οι σημαντικότεροι έμμεσοι τρόποι για τη σταθερή βελτίωση της θέσης των καλλιτεχνών.

Αναφορικά με την *εκπαίδευση*, είναι απαραίτητο για κάθε «κοινωνικό» κράτος να αντιληφθεί τον σήμερα κρίσιμότερο παρά ποτέ ρόλο της τέχνης σε μια κοινωνία, όπου κυριαρχεί η αυστηρή εξειδίκευση και ο περιορισμός σε αναγκαστικά στενούς επιστημονικούς κλάδους<sup>16</sup>.

Αν πιστεύουμε ότι θα έπρεπε να υποστηριχτούν όσο είναι δυνατόν οι πηγές ψυχικής καλλιέργειας και ευαισθησίας του ανθρώπινου γένους, διαδικασία που δεν μοιάζει να μπορεί να στηριχτεί επαρκώς στη δυτική έννοια της προόδου και του άμετρου καταναλωτισμού, τότε η τέχνη θα έπρεπε να βρίσκεται υψηλά στις προτεραιότητες όλων των κυβερνήσεων.

Η τέχνη θα έπρεπε να είναι αντιληπτικά προσιτή και προσεγγίσιμη από όσο το δυνατόν ευρύτερα κοινωνικά στρώματα. Τούτο θα συμβεί όχι μόνο δημιουργώντας τις κατάλληλες προϋποθέσεις και παρέχοντας τις δυνατότητες στους καλλιτέχνες

να δημιουργούν, αλλά και όταν η μεγάλη πλειοψηφία των ανθρώπων είναι σε θέση να αντιλαμβάνεται και να απολαμβάνει την τέχνη. Μια ενδεχόμενη στρεβλή λειτουργία της αγοράς τέχνης μπορεί να προληφθεί ή να περιοριστεί όταν διευρυνθεί σημαντικά το κοινό που είναι εξοικειωμένο με την τέχνη.

Η αποδοχή τέτοιων προτεραιοτήτων από πλευράς του κράτους θα συνεπαγόταν τα εξής:

1. Εισαγωγή του μαθήματος της ιστορίας της τέχνης σε όλες τις βαθμίδες της εκπαίδευσης.

2. Οικονομική στήριξη ώστε να επισκέπτονται οι καλλιτέχνες τα σχολεία και οι μαθητές τα ατελιέ, τα μουσεία και τις εκθέσεις.

3. Επιχορήγηση των εκπαιδευτικών ταινιών για την τέχνη.

4. Επιχορήγηση των ραδιοφωνικών και τηλεοπτικών προγραμμάτων για την τέχνη.

5. Θεσμοθέτηση βραβείων για τέτοιου είδους προγράμματα.

6. Επιχορήγηση εκδόσεων, βιβλίων και περιοδικών για την τέχνη.

7. Θεσμοθέτηση βραβείων για τέτοιου είδους εκδόσεις.

8. Επιχορήγηση εκθέσεων τέχνης με καθαρά εκπαιδευτικούς στόχους.

9. Θεσμοθέτηση βραβείων για τέτοιου είδους εκθέσεις.

10. Επιχορήγηση εφημερίδων για την κάλυψη θεμάτων τέχνης σε ικανοποιητική αναλογία, π.χ. αυτής όπου καλύπτεται ο αθλητισμός.

11. Χρηματοδότηση έρευνας για θέματα τέχνης και για θέματα σχετικά με τις οικονομικές συνθήκες παραγωγής της.

12. Χρηματοδότηση περιοδουσιών εκθέσεων από αντίστοιχους κρατικούς οργανισμούς ή υπουργεία σε πλοία και βαγόνια τρένων.

13. Χρηματοδότηση συνεδρίων σχετικών με την τέχνη.

14. Εισαγωγή στις Σχολές Καλών Τεχνών μαθημάτων σχετικών με τη λειτουργία της αγοράς τέχνης στο εθνικό και στο διεθνές επίπεδο.

Στον τομέα της επικοινωνίας τόσο μεταξύ καλλιτεχνών όσο και μεταξύ καλλιτεχνών και άλλων (επιχειρήσεων, κοινού συνεργαζομένων αρχιτεκτόνων, διακοσμητών κ.ά.) οι διαφαινόμενες δυνατότητες θα μπορούσαν να συνοψιστούν στα εξής:

1. Οικονομική υποστήριξη ή διασφάλιση υποδομής για παρουσίαση εκθέσεων τέχνης στα πλαίσια λειτουργίας διεθνών εμπορικών εκθέσεων.

2. Χρηματοδότηση, μέσω του υπουργείου Εμπορίου, εμπορικού χαρακτήρα εκθέσεων τέχνης, δηλαδή κάτι ανάλογο με τη FIAC της Γαλλίας ή την ARCO της Ισπανίας.

3. Οικονομική υποστήριξη εκθέσεων αυτοφίτων Σχολών Καλών Τεχνών.

4. Οικονομική υποστήριξη της παρουσίας στο εξωτερικό έργων τέχνης, όταν πρόκειται για νέους ή για προσκεκλημένους καλλιτέχνες.

5. Οικονομική υποστήριξη συλλόγων καλλιτεχνών για την αγορά, ενοικίαση, ή επ' ανταλλαγή παραχώρηση ατελιέ στο εξωτερικό, όπου τα μέλη τους θα μπορούν να μένουν και να εργάζονται σε επαφή με τοπικούς καλλιτέχνες. Αυτό θα μπορούσε να γίνει σε συνεργασία με τις κατά τόπους πρεσβείες και το νεοσύστατο ίδρυμα πολιτισμού που υπάγεται στο υπουργείο Εξωτερικών.

6. Επιχορήγηση καλλιτεχνών για πρόσκληση συναδέλφων τους από το εξωτερικό.

7. Επιχορήγηση προγραμμάτων για την προώθηση της συνεργασίας καλλιτεχνών από διαφορετικές χώρες.

8. Ίδρυση, σε εθνικό επίπεδο, κέντρου πληροφοριών για εκθέσεις και συνέδρια τέχνης, εκθέσεων τέχνης εμπορικού χαρακτήρα, καλλιτεχνικών οργανισμών, οργανισμών χρηματοδότησης των τεχνών στο εξωτερικό με ανάλυση των στόχων και του τρόπου λειτουργίας τους. Πρεσβείες και εθνικοί τουριστικοί οργανισμοί μπορούν να προσφέρουν σημαντική βοήθεια προς την κατεύθυνση αυτή, αποτελώντας ταυτοχρόνως και τα κανάλια τόσο για τη ροή της πληροφορίας όσο και για την ευρεία δημοσιοποίηση και προώθηση των εκδηλώσεων.

9. Δημιουργία, σε εθνικό επίπεδο, ενός συμβουλευτικού κέντρου, που θα παρέχει συμβουλές σε καλλιτέχνες σχετικά με συμβόλαια, νομικά ζητήματα, συνταξιοδοτικά θέματα, δυνατότητες χρηματοδότησης ή οικονομικής υποστήριξης, τρόπους επαφής με οργανισμούς και χορηγούς τέχνης, συνθήκες επαγγελματικής απασχόλησης και επαφής με άλλους καλλιτέχνες στο εξωτερικό.

10. Ίδρυση, σε τοπικό επίπεδο, αρχείων για τοπικούς καλλιτέχνες και τις δραστηριότητές τους, με φωτογραφίες έργων τους και δημοσιεύσεις της δουλειάς τους: έτσι η σχετική πληροφορία είναι εύκολα προσιτή σε άτομα, πάτρωνες, χορηγούς, οικοδομικές εταιρίες και κάθε είδους οργανισμούς που θα ενδιαφέρονταν για τη χρησιμοποίηση εικαστικών καλλιτεχνών. Το αρχείο αυτό θα μπορούσε να χρηματοδοτείται από την κυβέρνηση και να λειτουργεί με τη φροντίδα των συλλόγων καλλιτεχνών.

11. Χρηματοδότηση περιοδικής έκδοσης με όλα τα γεγονότα σχετικά με καλλιτεχνικές δραστηριότητες σε τοπικό, εθνικό και, αν είναι δυνατόν, διεθνές επίπεδο.

12. Δημιουργία τοπικών βιβλιοθηκών τέχνης στα γραφεία των συλλόγων καλλι-

τεχνών.

13. Δημοσίευση των τιμών στις οποίες έγιναν οι τελευταίες αγορές έργων τέχνης από δημόσιους οργανισμούς.

14. Καθιέρωση βραβείων για τη διακόσμηση βιτρινών καταστημάτων ή δημοσίων και ιδιωτικών κτιρίων με έργα τέχνης.

15. Καθιέρωση του θεσμού της φιλοξενίας, από την τοπική αυτοδιοίκηση, κριτικών και ιστορικών τέχνης, για διευκόλυνση τοπικών μελετών που αφορούν στην τέχνη, τη διακίνησή της και τους καλλιτέχνες σε τοπικό επίπεδο, π.χ. περιφέρειας.

Περνώντας τώρα στον τομέα της νομοθεσίας, θα μπορούσαν να θεσμοθετηθούν τα ακόλουθα:

1. Υποχρεωτικό ποσοστό του συνολικού κόστους των κτιρίων για την τοποθέτηση έργων τέχνης, είτε στο κτίριο είτε στο έμμεσο περιβάλλον του.

Στην Ομοσπονδιακή Δημοκρατία της Γερμανίας, μέχρι προσφάτως, το ποσοστό αυτό ήταν ένα υποχρεωτικό 2%, σήμερα κατέληξε όμως να είναι 1% και προαιρετικό. Παρ' όλα αυτά, όμως, θα πρέπει να σημειωθεί ότι οι κυβερνήσεις των εκεί ομόσπονδων κρατιδίων δαπανούν σημαντικά ποσά για την τέχνη και η ανάθεση έργων σε καλλιτέχνες είναι ένα από τα σημαντικά τους καθήκοντα. Αυτός είναι ενδεχομένως ένας από τους λόγους για τους οποίους στη Γερμανία η χορηγία των τεχνών και ο ρόλος του ιδιωτικού τομέα στην οικονομική τους στήριξη εμφανίζονται τόσο περιορισμένα<sup>17</sup>.

2. Στην περίπτωση ανάθεσης ενός έργου τέχνης θα έπρεπε να θεσπιστεί ένα ελάχιστο επίπεδο αμοιβής με βάση κάποια αντικειμενικά κριτήρια, π.χ. μέγεθος, υλικό ή κόστος παραγωγής, όπως άλλωστε συμβαίνει και με τις αμοιβές των αρχιτεκτόνων. Επάνω από το επίπεδο αυτό οι καλλιτέχνες θα μπορούσαν να διαπραγματεύονται ελεύθερα την αμοιβή τους.

Το μέτρο αυτό πρώτα διασφαλίζει ένα ελάχιστο όριο αμοιβής για τον καλλιτέχνη, μετά εξισώνει τη δουλειά του με επαγγέλματα με τα οποία ήδη συνεργάζεται – αρχιτέκτονες, σχεδιαστές, διακοσμητές – και, τέλος, προωθεί την ιδέα του επαγγελματισμού, τόσο προς τους πιθανούς εργοδότες όσο και προς τους ίδιους τους καλλιτέχνες.

3. Θεσμοθέτηση της κρατικής φροντίδας για τη στέγαση συλλόγων δωρισμένων στο κράτος ή στην τοπική αυτοδιοίκηση.

4. Υποχρεωτική πρόσληψη καλλιτεχνών σε αντικείμενα, όπου είναι σημαντικές οι αισθητικές αποφάσεις (π.χ. στην διαμόρφωση του αστικού περιβάλλοντος – παιχνιδότοποι, διακόσμηση της πόλης, τοιχογράφηση κτιρίων, αστικός εξοπλισμός κ.ο.κ.).

5. Καταβολή, εκ μέρους πολιτιστικών

οργανισμών με αντικείμενο τις εικαστικές τέχνες, ποσοστού επί των κερδών τους στο ταμείο προνοίας καλλιτεχνών.

6. Ποσοστό της αξίας πώλησεως έργων τέχνης σε δημοπρασίες να καταβάλλεται στους καλλιτέχνες ή στους κληρονόμους τους. Οι μηχανισμοί της αγοράς που διαμορφώνουν και «εκτοξεύουν» τις τιμές να αποδίδουν κάποιο ποσοστό των κερδών τους από κάθε συναλλαγή που αφορά στο συγκεκριμένο έργο στο δημιουργό ή τους κληρονόμους πρώτης γενιάς.

7. Καταβολή δικαιωμάτων στους καλλιτέχνες, όταν τα έργα τους εκτίθενται εκτός των καλλιτεχνικών οργανισμών, στη συλλογή των οποίων αυτά ανήκουν. Όταν σήμερα η οργάνωση μιας έκθεσης ανέρχεται σε αρκετά εκατομμύρια που αφορούν μεταφορά, ασφάλιση, διαμόρφωση εκθεσιακού χώρου, διαφήμιση, έντυπο υλικό, εργατικά κ.ά., δεν είναι λογικό, στο όνομα της έμμεσης προβολής του καλλιτέχνη, να απειμπολείται κάθε άμεση παροχή προς αυτόν.

8. Καταβολή δικαιωμάτων στους καλλιτέχνες από τη δημοσίευση των έργων τους ή τη χρησιμοποίησή τους για διαφήμιση, ταχυδρομικές κάρτες κ.ο.κ.

9. Φορολογικές απαλλαγές και διευκολύνσεις σε μη κερδοσκοπικά πολιτιστικά ιδρύματα και εταιρίες και σε δωρεές ιδιωτών που ενισχύουν την πολιτιστική ζωή<sup>18</sup>.

10. Νομοθετικές ρυθμίσεις ευνοϊκές για τη χορηγία των τεχνών<sup>19</sup>.

11. Πρόβλεψη εκθεσιακών χώρων τέχνης σε σχολεία, πανεπιστήμια, βιβλιοθήκες, νοσοκομεία κ.ο.κ.

12. Πρόσθετη οικονομική βοήθεια της κυβέρνησης στην τοπική αυτοδιοίκηση, όταν αυτή λειτουργεί πινακοθήκες, μουσεία ή διοργανώνει περιοδεύουσες εκθέσεις τέχνης.

## 5. Η Γη της Επαγγελίας

Το συμπέρασμα είναι ότι πολύ λίγα από τα παραπάνω μπορούν να επιτευχθούν, αν οι ίδιοι οι καλλιτέχνες δεν επαναδιατυπώσουν και δεν προσπαθήσουν να προωθήσουν στην πράξη την έννοια του επαγγελματισμού τους.

Οι ίδιοι οι καλλιτέχνες έχουν διαφορετικές και συχνά αντιφατικές απόψεις για το πώς ένας καλλιτέχνης μπορεί να χαρακτηριστεί ως επαγγελματίας<sup>20</sup>. Παρόλο που η απόπειρα ενός τέτοιου ορισμού μπορεί να θεωρηθεί ασυμβίβαστη με την έννοια της ατομικότητας και της καλλιτεχνικής ελευθερίας, σύμφυτης με τη βαθύτερη φύση της τέχνης, αυτό μοιάζει να είναι απαραίτητο.

Μια τέτοια προσέγγιση αναμφίβολα θα κατέληγε στη δημιουργία: α) ενός σώματος που θα έπαιζε αποφασιστικό ρόλο στον καθορισμό των επαγγελματιών, ου-



σιαστικών και τυπικών, προσόντων για να ονομάζεται κάποιος καλλιτέχνης, συννεκτιμώντας παράγοντες όπως παιδεία, εξάσκηση, απασχόληση και δεοντολογία και β) ενός συνδικαλιστικού οργάνου, που θα προωθούσε θέματα δικαιωμάτων, copyright, κοινωνικής ασφάλειας, συνταξιοδότησης, φορολογίας, συμβάσεων, προσλήψεων κ.ο.κ.

Είναι φανερό ότι κάθε διαδικασία που οδηγεί στο χαρακτηρισμό του καλλιτέχνη ως επαγγελματία, π.χ. είτε μέσω αναλόγων με τα παραπάνω «συντεχνιακού» τύπου σωμάτων και κανόνων, είτε μέσω των laissez-faire μεθόδων μιας ελεύθερης αγοράς -που στην πραγματικότητα πολύ απέχουν από του να είναι πραγματικά laissez-faire<sup>21</sup>- έχει τα δικά της θετικά και αρνητικά χαρακτηριστικά.

Η πρώτη μέθοδος, με την επιβολή κάποιων κανόνων, μοιάζει να περιορίζει την αίσθηση ή και τη λειτουργία στην πράξη της ελευθερίας, που θεωρείται τόσο σημαντική για τους καλλιτέχνες. Βέβαια τέτοιοι κανόνες δεν περιορίζουν την ελεύθερη αγορά τέχνης, η οποία θα μπορεί να λειτουργεί παράλληλα.

Η δεύτερη μέθοδος laissez-faire, αν και μοιάζει πιο φιλελεύθερη και κατά άλλους «δημοκρατική», σίγουρα αφήνει μεγαλύτερα περιθώρια για αυταρχικούς χειρισμούς και ελιτίστικες αποφάσεις. Η ελευθερία της έκφρασης στο γεγονός ότι εμφανίζεται να ανοίγει τις ίδιες ευκαιρίες στον καθένα να κερδίσει τον τίτλο του

καλλιτέχνη μέσα μόνο από την ποιότητα του έργου του. Η τελευταία, όμως, αυτή συνθήκη περιπλέκει περισσότερο τα πράγματα, αφού, ιδιαίτερα μάλιστα για ορισμένες κατευθύνσεις της μοντέρνας τέχνης, η χειροτεχνική ικανότητα δεν αποτελεί πλέον κρίσιμο κριτήριο. Γίνεται σαφές ότι δεν θα μπορούσε κανείς, στο όνομα μάλιστα και του πλουραλισμού, να αντικαταστήσει στη λειτουργία των κανόνων της ελεύθερης αγοράς στην τέχνη. Αυτό, όμως, που πρέπει να προσεχθεί είναι ο τρόπος που αυτή σήμερα λειτουργεί και οι στρεβλώσεις (κατασκευή της φήμης των καλλιτεχνών με προαποφασισμένες συνεργασίες καλλιτεχνών με διευθυντές και επιμελητές μουσείων, κριτικούς της τέχνης, συλλέκτες, δημοσιογράφους, περιοδικά τέχνης, γκαλερίστες και οίκους δημοπρασιών) που εγκυμονεί<sup>22</sup>. Το κρίσιμο σημείο εντοπίζεται στην επιβολή από την αγορά τέχνης αντιφατικών αισθητικών και οικονομικών φιλοσοφιών και πρακτικών στα έργα τέχνης<sup>23</sup>.

Δεν θα επαναλάβω εδώ τις αντιφάσεις αυτές που εισαγωγικά ανέλυσα και που συνοπτικά εντοπίζονται στο γεγονός ότι από τη μια πλευρά το έργο τέχνης αξιολογείται ως το προϊόν ενός πνεύματος<sup>24</sup>, που ως τέτοιο είναι μοναδικό, ενώ από την άλλη πλευρά διαπιστώνεται η ανάγκη να λειτουργήσει μέσα στα πλαίσια των ευρέων χαρακτηριστικών του καταναλωτισμού και της μαζικότητας. Εδώ, ίσως, θάπρεπε να σημειωθεί ο αμφίδρομος δα-

νεισμός μεθόδων μεταξύ της αγοράς εμπορικών αγαθών και της αγοράς τέχνης, όπου η αγορά τέχνης δανείζεται δοκιμασμένες μεθόδους προώθησης προϊόντων από την εμπορική αγορά και η εμπορική αγορά προσαρμόζει τις πρακτικές της προς τις κατεστημένες έννοιες της αυθεντικότητας και της μοναδικότητας των προϊόντων της αγοράς τέχνης. Το παράδειγμα των διαφόρων βαθμών αυθεντικότητας και μοναδικότητας στη βιομηχανία ενδυμάτων (μοναδικά κομμάτια υψηλής ραπτικής, έτοιμα signés ενδύματα και μαζικά παραγόμενα ενδύματα, βασισμένα σε signés σχέδια γνωστών εταιριών), είναι εύγλωττο για την αμοιβαία κατανόηση μεταξύ των δύο αυτών διαφορετικών αγορών.

Τελικά, αυτό που έχει ιδιαίτερη σημασία και που προκύπτει και από τις παραπάνω πρακτικές και δυνατότητες, για τη βελτίωση της οικονομικών συνθηκών μέσα στις οποίες δρουν οι καλλιτέχνες, είναι ο καθοριστικός ρόλος ενός κοινωνικού κράτους στην προστασία και προώθηση των τεχνών. Δεν υπάρχει κανένας λόγος και καμία δικαιολογία για μετατόπιση αυτού του ρόλου έξω από την ευθύνη του. Η τέχνη, μαζί με την εκπαίδευση και την υγεία, θα έπρεπε να θεωρούνται κοινωνικά αγαθά με υψηλή προτεραιότητα σε κάθε δημοκρατική κοινωνία.

Τούτο, βέβαια, δεν συνεπάγεται ότι η λειτουργία της ελεύθερης αγοράς τέχνης παρεμποδίζεται. Τελικά, καταλήγει σε όφελος των καλλιτεχνών, αν η συμβολή για την ύπαρξη και λειτουργία της τέχνης προκύπτει από περισσότερες της μιας πηγές. Αυτό που από πλευράς του κράτους είναι απαραίτητο, είναι η βαθιά και ειλικρινής πίστη στη σημασία της τέχνης για την κοινωνία και ένας πιο συνεκτικός και συνεπής συσχετισμός, στρατηγικής και μεθόδων, για την επίτευξή τους<sup>25</sup>. ■

## ΣΗΜΕΙΩΣΕΙΣ

1. H.S. Becker, *Art Worlds* Berkeley, Los Angeles, London, California University Press, 1982, σ. 1-39.
2. A. Sinclair, *The Need to Give. The Patrons and the Arts*, London. Sinclair-Stevenson Ltd, 1990, σ. 10.
3. M. Brion, *Leonardo da Vinci: Μεγαλοφύια και πεπρωμένο*, Αθήνα, Νεφέλη, σ. 89-90.
4. Για τις οικονομικές συνθήκες των καλλιτεχνών στην ιστορία βλ.: B. Cole, *The Renaissance Artist at Work: from Pisano to Titian* London, John Murray, 1983, K.H. Haley, *The Dutch in the Seventeenth Century*, London, Thames and Hudson, 1972, F. Haskel, *Patrons and Painters: A Study in the Relations between Italian Art and Society in the Age of Baroque*, New York, Alfred A. Knopf, 1963 and G. Vasari, *The Lives of the Artists*, Oxford, New York, Oxford University Press, 1991. Βλ. ακόμα Μ. Λαμπράκη-Πλάκα, *Ο γελωτοποιός και η αλή-*

*θεια του*, 2η εκδ., Αθήνα, Καστανιώτης, 1991, σ. 36-67.

5. H.S. Becker, *Art Worlds*, Berkeley, Los Angeles, London, University of California Press, 1982, σ. 93-130, L. Buck and P. Todd, *Relative Values*, London, BBC Books, 1991, σ. 53-78 and N. Faith, *Sold. The Revolution in the Art market*, London, Hamish Hamilton, 1985.
6. I. Ground, *Art or Bunk*, Bristol, Classical Press, 1989, σ. 34, 56.
7. I. Ground, idem, σ. 61-99.
8. J. Pick, «The limits of marketing», *The Journal of Arts Policy and Management*, vol. 3, No. 3, Sept. 1989, σ. 13.
9. S. Bayley «Watteau, art and trade», in S. Bayley, *Commerce and Culture*, London, Design Museum and Fourth Estate, 1989, p. 7 and R. Williams, *Culture*, London, Fontana Press, σ. 33.
10. Galuste Gulbenkian Foundation (ed.), *The Economic Situation of the Visual Artist (Report)*, London, Galuste Gulbenkian Foundation, 1985, σ. 85.
11. Το μόνο πολιτιστικό ίδρυμα σύγχρονης ελληνικής και κυρίως διεθνούς τέχνης είναι το Μακεδονικό Μουσείο Σύγχρονης Τέχνης στη Θεσσαλονίκη, που διοικείται από εκλεγμένο εννεαμελές διοικητικό συμβούλιο.
12. Μ. Σκαλτσά, *Συλλογή Μορφωτικού Ιδρύματος Εθνικής Τραπέζης Θεσσαλονίκη*, Εθνική Τράπεζα/Πολιτιστικό Κέντρο Βορείου Ελλάδος, 1990, σ. 13, σημ. 15.
13. G. Hesse (Hrsg.), *Gemalte Illusionen*, 4 Auflage, Dortmund, Harenberg Kommunikation, 1985, H. Maske, *Kunst im öffentliche Raum*, München, Göthe Institute, 1984 και *Joachim Schmettau, Schmettau Brunnen Breitscheid Platz, Berlin, Staatliche Kustnhalle*, Berlin, Sept. 1984.
14. P. Shaw, *The Public Art Report* (Εισαγωγή E. Moody), London, Public Art Forum and City University, χ.χ. και A. Feist and R. Hutchison (eds.), *Cultural Trends 1989(4)*, Dec. 1989, Policy Studies Institute, σ. 25-26.
15. D. Green, *A % for Art, New Legislation Can Integrate Art and Architecture*, Denver, Colorado, Western States Arts Foundation, 1976.
16. R. Williams, *Culture and Society*, London, The Hogarth Press, 1990, σ. 333.
17. J.M. Davidson Schuster, *Supporting the Arts: An International Comparative Study*, Department of Urban Studies and Planning, Massachusetts Institute of Technology, 1985. Για μια συγκριτική μελέτη για την οικονομική υποστήριξη των τεχνών σε επτά δυτικές χώρες - Καναδά, πρώην Ομοσπονδιακή Δημοκρατία της Γερμανίας, Γαλλία, Ολλανδία, Σουηδία, Μ. Βρετανία και Ηνωμένες Πολιτείες Αμερικής βλ.: A. Feist and R. Hutchison, *Cultural Trends 1990(5)*, Μάρτ. 1990, London, Policy Studies Institute.
18. I.C. Bouuaert, *Taxation of Cultural Foundations and of Patronage in the Arts in the Member States of the European Economic Community*, μελέτη κατόπιν παραγγελίας της Επιτροπής Ευρωπαϊκών Κοινοτήτων, Ιαν.-Σεπτ. 1975.
19. M. Allen, *Sponsoring the Arts: New Business Strategies for the 1990s*, London, The

Economist Intelligence Unit, 1990, σ. 14-17 και J. Myerscough, *The Economic Importance of the Arts in Britain*, London, Policy Studies Institute, 1988, σ. 141-143.

20. Galuste Gulbenkian Foundation (ed.), *όπ. παρ.*, σ. 5-12.
21. M. Horkheimer, «Art and mass culture», SPSS, τόμ. 8, αρ. 3, 1938, σ. 67 και T. Adorno and M. Horkheimer, «Kulturindustrie, Aufklärung als Massenbetrug» in *Dialektik der Aufklärung, Philosophische Fragmente*, Amsterdam, Querido, 1947, σ. 83.
22. N. Faith, *Sold, The Revolution in the Art Market*, *όπ. παρ.* και S. Nairne, *State of the Art, Ideas and Images in the 1980's* *όπ. παρ.* Βλ. επίσης τα παρακάτω άρθρα: E. Moody, «Support for the Avant-garde in the visual arts in the 1980's», *The journal of Arts Policy and Management*, τόμ. 1, αρ. 2, 1984, σ. 15-20, J. Fisher, «Hans Haacke's corporate muse», *Artforum*, XXV, αρ. 7, Μάρτ. 1987, σ. 108-109, P. Fuller, «Leslie Waddington on art and its marketing», *Art Monthly*, αρ. 10 και 11, Σεπτ. και Οκτ. 1987, σ. 4-9 και 12-18. B. Heller, «The "Irises" affair» στο «Issues and commentary», *Art in America* Ιούλ. 1990, σ. 48-53, «Making art, making money, 13 artists comment» (συνεντεύξεις από L. Wei και C.N. MacCan), *Art in America*, Ιούλ. 1990, σ. 133-141, 178-179 και M. Stevenson, «The world art market», *The Economist*, 22 Δεκ. 1990, σ. 3-15.
23. W. Benjamin, «The work of art in the age of mechanical reproduction», στο S. Bayley (ed.), *όπ. παρ.* σ. 35, 36.
24. Για τη ρομαντική αντίληψη του καλλιτέχνη ως «μεγαλοφυσός πνεύματος» βλ. R. Williams, *Culture and Society 1780-1950*, *όπ. παρ.*, σ. 30-48 και L. Buck - P. Todd, *Relative Values*, *όπ. παρ.*, σ. 25-52.
25. Galuste Gulbenkian Foundation, *όπ. παρ.*, σ. 139, 175.