

2022



PAINT THE BIT

Rethinking artistic
and creative
competences and
job
profiles

PR1 - Έγγραφο Διάχυσης

Αριθμός Έργου: 2021-1-FR01-KA220-VET-000033163



**Co-funded by
the European Union**

Με τη χρηματοδότηση της Ευρωπαϊκής Ένωσης. Οι απόψεις και οι γνώμες που διατυπώνονται εκφράζουν αποκλειστικά τις απόψεις των συντακτών και δεν αντιπροσωπεύουν κατ'ανάγκη τις απόψεις της Ευρωπαϊκής Ένωσης ή του Agence Erasmus+ France / Education Formation. Η Ευρωπαϊκή Ένωση και ο χορηγούσα αρχή δεν μπορούν να θεωρηθούν υπεύθυνοι για τις εκφραζόμενες απόψεις.

ΑΝΑΦΕΡΟΜΕΝΑ ΕΓΓΡΑΦΑ

ID	Βιβλιογραφικές Αναφορές		Τίτλος
1	OECD		Έκθεση OECD (Σεπτέμβριος 2020)
2	EY (2015) - Cultural times		Ο πρώτος παγκόσμιος χάρτης των πολιτιστικών και δημιουργικών βιομηχανιών
3	European Commission (2021).		
4	Eurostat (2020),		Στατιστικά στοιχεία πολιτισμού
5	Menabò of Ethics and Economics, Covid-19		Αναμενόμενες επιπτώσεις και επιλογές πολιτικής για τη διασφάλιση της δημιουργικής οικονομίας - Απρίλιος 2020
6	EPC – European Producers Club		
7	Panteia (2020)		Panteia (2020), op.cit., σελ. 18.



Περιεχόμενα

Σύνθεση αναδυόμενων επαγγελματικών ρόλων	3
Βασικά χαρακτηριστικά του δημιουργικού και πολιτιστικού τομέα	5
Ο πολιτιστικός και ο δημιουργικός τομέας στην Ευρώπη	6
Οι συνέπειες της κρίσης	6
Ανάλυση ερωτηματολογίων	9
CCS: Επαγγελματίες και ενδιαφερόμενοι φορείς	9
Δεξιότητες ICT	11
Επιχειρηματικές δεξιότητες	12
Ψηφιακές δεξιότητες για CCS	12
Ο αντίκτυπος της ψηφιακής κατανάλωσης στις επιχειρήσεις των ενδιαφερομένων	13
Μεταβιβάσιμες δεξιότητες	14
Το σενάριο μετά την κρίση	15
Νέες ευκαιρίες αγοράς	15
Αναδυόμενες ευκαιρίες	18
Καινοτομία μέσω της ψηφιοποίησης	18



Σύνθεση αναδυόμενων επαγγελματικών ρόλων

Ο πολιτιστικός και ο δημιουργικός τομέας έχουν πληγεί περισσότερο από τα περιοριστικά μέτρα που υιοθετήθηκαν για την καταπολέμηση της επιδημιολογικής κρίσης από την πανδημία Covid-19, όπως αναφέρει ο OECD - Οργανισμός Οικονομικής Συνεργασίας και Ανάπτυξης - σε άρθρο που δημοσιεύθηκε τον Σεπτέμβριο του 2020.

Εκτιμάται ό,τι, μαζί με τον τομέα του τουρισμού, ο πολιτιστικός και δημιουργικός τομέας ήταν ανάμεσα στους τομείς που επηρεάστηκαν αισθητά περισσότερο από τα μέτρα κοινωνικής αποστασιοποίησης. Η απότομη πτώση των εσόδων έθεσε σε κίνδυνο την οικονομική βιωσιμότητά τους, και οδήγησε σε μείωση των μισθών και σε απολύσεις που επηρέασαν την αλυσίδα αξίας των προμηθευτών στον πολιτιστικό και δημιουργικό τομέα, με εκτιμώμενο ποσοστό 0,8 έως 5,5% των θέσεων εργασίας να κινδυνεύει στις περιφέρειες του OECD¹.

Ο τομέας αποτελείται σε μεγάλο βαθμό από πολύ μικρές, μικρές και μεσαίες επιχειρήσεις (MPMI - επιχειρήσεις με λιγότερους από 250 εργαζόμενους), και/ή ενώσεις που έχουν υποστεί σε μεγάλο βαθμό τις συνέπειες της κρίσης, με επιπτώσεις που έχουν επηρεάσει τον δημιουργικό τομέα, αλλά και τον τομέα παρακλάδι που περιστρέφεται γύρω από αυτόν. Θα πρέπει να τονιστεί ό,τι οι τομείς αυτοί είναι σημαντικοί για τον αντίκτυπό τους στην απασχόληση και την οικονομία, και συμβάλλουν στη δημιουργία θετικού κοινωνικού αντίκτυπου σε διάφορους άλλους τομείς, όπως η κατάρτιση, η ένταξη, η συγκέντρωση, η προώθηση, κ.λπ.

Ορισμένοι πολιτιστικοί και δημιουργικοί τομείς, όπως οι διαδικτυακές πλατφόρμες με περιεχόμενο, επωφελήθηκαν κατά τη διάρκεια της *απαγόρευσης κυκλοφορίας (καραντίνας)* από την αυξημένη ζήτηση για τη ροή πολιτιστικού περιεχομένου, αλλά τα οφέλη αυτής της πρόσθετης ζήτησης ωφέλησαν σε μεγάλο βαθμό κυρίως τις μεγάλες εταιρείες του κλάδου.

Το 2020 επέφερε πολυπλοκότητα, αλλαγές, και δυσκολίες, αλλά δεν είχαν όλα αυτά αποκλειστικά αρνητικό αντίκτυπο. Η ώθηση για ψηφιοποίηση λόγω της κατάστασης έκτακτης ανάγκης για την υγεία ανάγκασε πολλά άτομα να εξετάσουν νέα μοντέλα για την κοινωνική ζωή, τον πολιτισμό, και κυρίως, την εργασία. Στην πραγματικότητα, η πανδημία έπαιξε τον ρόλο του επιταχυντή για τη διαδικασία ψηφιοποίησης των εταιρειών που, ήδη εδώ και μερικά χρόνια, είχαν αρχίσει να επενδύουν στην τεχνολογία και τις ψηφιακές λύσεις.

Η μαζική ψηφιοποίηση, σε συνδυασμό με τις αναδυόμενες τεχνολογίες, όπως η εικονική και η επαυξημένη πραγματικότητα, μπορεί να δημιουργήσει νέες μορφές πολιτιστικής εμπειρίας και διάδοσης, καθώς και νέα επιχειρηματικά μοντέλα με δυνατότητες αγοράς. Λόγω της *απαγόρευσης κυκλοφορίας*, πολλοί δημόσιοι και ιδιωτικοί πάροχοι έχουν μεταφέρει περιεχόμενο στο διαδίκτυο δωρεάν για να κρατήσουν το κοινό δεσμευμένο και να ανταποκριθούν στην

απότομη αύξηση της ζήτησης για πολιτιστικό περιεχόμενο. Η παροχή δωρεάν ψηφιακού πολιτιστικού περιεχομένου δεν είναι βιώσιμη σε βάθος χρόνου, αλλά έχει ανοίξει την πόρτα σε πολλές μελλοντικές καινοτομίες. Η εκμετάλλευση του απαιτεί την αντιμετώπιση της έλλειψης ψηφιακών δεξιοτήτων στον κλάδο και τη βελτίωση της ψηφιακής πρόσβασης πέρα από τις μεγάλες μητροπολιτικές περιοχές, λαμβάνοντας υπόψη ό,τι η ψηφιακή πρόσβαση δεν μπορεί να αντικαταστήσει τη ζωντανή πολιτιστική εμπειρία, και την Πρόταση της Επιτροπής για μία Οδηγία του Συμβουλίου για την προσέγγιση των νομοθεσιών των κρατών μελών σχετικά με τα μηχανοκίνητα οχήματα.

Με βάση τον αντίκτυπο της κρίσης COVID-19, τόσο στον εκπαιδευτικό όσο και στον πολιτιστικό και δημιουργικό τομέα, μπορούν να αναπτυχθούν συμπληρωματικές στρατηγικές. Οι δύο τομείς έχουν βιώσει την επιταχυνόμενη ψηφιοποίηση, η οποία φέρνει νέες ευκαιρίες για την τοπική και περιφερειακή ανάπτυξη, αλλά υπάρχει κίνδυνος για επιδείνωση των ανισοτήτων χωρίς συνοδευτικά μέτρα.

Τα μέτρα αυτά αφορούν, για παράδειγμα, την ανάπτυξη μεθοδολογιών και τεχνολογικών λύσεων για την εκπαίδευση εξ αποστάσεως με ψηφιακή πρόσβαση σε πολιτιστικούς πόρους και εμπειρίες.

Τα μέτρα απομόνωσης και κοινωνικής αποστασιοποίησης κατέστησαν επίσης σαφή τη σημασία της τέχνης και του πολιτισμού για την ευημερία και την ψυχική υγεία των ανθρώπων, λόγω των ψυχοσωματικών επιδράσεων που τεκμηριώνονται όλο και περισσότερο ως αποτέλεσμα της πολιτιστικής πρόσβασης. Αυτό το βραβείο προσφέρει μία νέα ευκαιρία για την ενίσχυση του ρόλου της τέχνης και του πολιτισμού στην πρόληψη και τη θεραπεία ασθενειών σε όλη τη διάρκεια της ζωής, συμβάλλοντας στην παροχή λύσεων για τα συστήματα υγείας και πρόνοιας, επίσης μέσω της μείωσης των ποσοστών νοσηλείας και της χρήσης ναρκωτικών.



Βασικά χαρακτηριστικά του δημιουργικού και πολιτιστικού τομέα

Σε σύγκριση με την ευρύτερη αγορά εργασίας, οι καλλιτέχνες και οι άνθρωποι που εργάζονται στον τομέα του πολιτισμού είναι κυρίως αυτοαπασχολούμενοι. Η αυτοαπασχόληση έχει το υψηλότερο ποσοστό στον τομέα (περίπου 33%)⁷.

Ωστόσο, οι επίσημες στατιστικές στην τρέχουσα μορφή τους δεν καταγράφουν τις δεύτερες θέσεις εργασίας ή τον εθελοντισμό που συχνά έχουν έντονη παρουσία στους τομείς του πολιτισμού και της δημιουργίας, οπότε δεν δείχνουν την πραγματική διάσταση της πολιτιστικής απασχόλησης και τη σημασία του CCS.

Επιπλέον, οι περισσότεροι πολιτιστικοί οργανισμοί και επιχειρήσεις είναι μικρομεσαίοι/ες (πάνω από 90%).



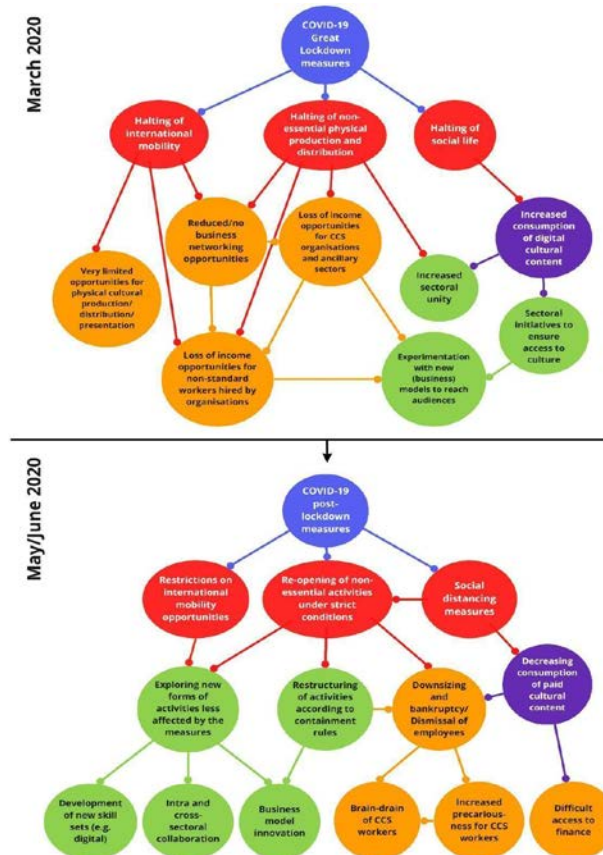
Ο ΠΟΛΙΤΙΣΤΙΚΟΣ ΚΑΙ Ο ΔΗΜΙΟΥΡΓΙΚΟΣ ΤΟΜΕΑΣ ΣΤΗΝ ΕΥΡΩΠΗ

Οι συνέπειες της κρίσης

Οι τομείς του πολιτισμού και της δημιουργίας (CCS) ήταν οι τομείς που επηρεάστηκαν περισσότερο από τα περιοριστικά μέτρα που λήφθηκαν για την πανδημία Covid-19, για την καταπολέμηση της επιδημιολογικής κρίσης, με την πλειονότητα των θέσεων εργασίας να βρεθούν σε κίνδυνο. Επιπλέον, είναι σημαντικοί για τον αντίκτυπο τους στην οικονομία και την απασχόληση.

Θεωρείται ότι οι επιπτώσεις θα είναι μακροχρόνιες λόγω πολλαπλών πιυχών: η μείωση του διεθνούς και εθνικού τουρισμού, η μείωση της αγοραστικής ισχύς, και η μείωση της δημόσιας και ιδιωτικής χρηματοδότησης για την τέχνη και τον πολιτισμό.

Γράφημα: Οι συνέπειες της κρίσης από τον COVID-19 - αλυσιδωτές επιδράσεις



Με τη χρηματοδότηση της Ευρωπαϊκής Ένωσης. Οι απόψεις και οι γνώμες που διατυπώνονται εκφράζουν αποκλειστικά τις απόψεις των συντακτών και δεν αντιπροσωπεύουν κατ'ανάγκη τις απόψεις της Ευρωπαϊκής Ένωσης ή του Agence Erasmus+ France / Education Formation. Η Ευρωπαϊκή Ένωση και ο χορηγούσα αρχή δεν μπορούν να θεωρηθούν υπεύθυνοι για τις εκφραζόμενες απόψεις.

Πηγή: Έρευνα για την Επιτροπή CULT - Ο πολιτιστικός και ο δημιουργικός τομέας στην Ευρώπη μετά τον COVID-19 - Επιπτώσεις της Κρίσης και Στρατηγικές Συστάσεις (Ευρωπαϊκό Κοινοβούλιο) Η ανάλυση των επιπτώσεων που πραγματοποιήθηκε στην παρούσα μελέτη καλύπτει κυρίως την περίοδο Μάρτιος-Σεπτέμβριος 2020.

IPOLE | Θεματικό Τμήμα Διαρθρωτική Πολιτική και Πολιτική Συνοχής

Η πολιτιστική βιομηχανία είναι ένας ετερογενής και εγκάρσιος τομέας με δύσκολη περίμετρο, του οποίου η οικονομική αξία είναι δύσκολο να προσδιοριστεί. Κυμαίνεται από τη διατήρηση ή την ανάδειξη ενός ιστορικού μνημείου και τη χαρά που παίρνουμε από αυτό, τη δημιουργία μίας ταινίας, την παραγωγή μίας καλλιτεχνικής παράστασης, μέχρι τα σχετικά παρακλάδια, όπως ο τουρισμός ή οι διαδικτυακές πλατφόρμες ροής, που βρίσκουν στην καρποφορία των καλλιτεχνικών και δημιουργικών αγαθών έναν μοχλό ζήτησης.

Στη βιβλιογραφία, οι ορισμοί του πολιτιστικού τομέα είναι πολλοί και διαφοροποιημένοι, με ευρείες περιμέτρους². Αυτό που ενώνει όλες τις διαφορετικές ταξινομήσεις είναι μία προσέγγιση του πολιτιστικού αγαθού που υπερβαίνει την παραδοσιακή έννοια της διατήρησης και της ανάδειξης της πολιτιστικής κληρονομιάς, για να εξετάσει ένα ευρύτερο φάσμα αλυσιδών εφοδιασμού που περιστρέφονται γύρω από τη δημιουργία πολιτιστικού, δημιουργικού, και καλλιτεχνικού περιεχομένου.

Η οικονομική αξία ενός τόσο μεγάλου και ποικίλου τομέα όπως ο δημιουργικός και ο πολιτιστικός δεν είναι εύκολο να ποσοτικοποιηθεί. Σε Ευρωπαϊκό επίπεδο, η συμβολή των δραστηριοτήτων της πολιτιστικής και δημιουργικής βιομηχανίας στο ακαθάριστο εγχώριο προϊόν (GDP) εκτιμάται στο 5,3% (περίπου 510 δισεκατομμύρια ευρώ)³ και το μερίδιο της συνολικής απασχόλησης μεταξύ 4% και 7% (καθώς και 8,7 εκατομμύρια θέσεις εργασίας στην ΕΕ)⁴.

Η ψηφιακή επανάσταση που μεταμορφώνει την κινηματογραφική βιομηχανία αργεί να εξαπλωθεί στην πιο παραδοσιακή χρήση των πολιτιστικών αγαθών.

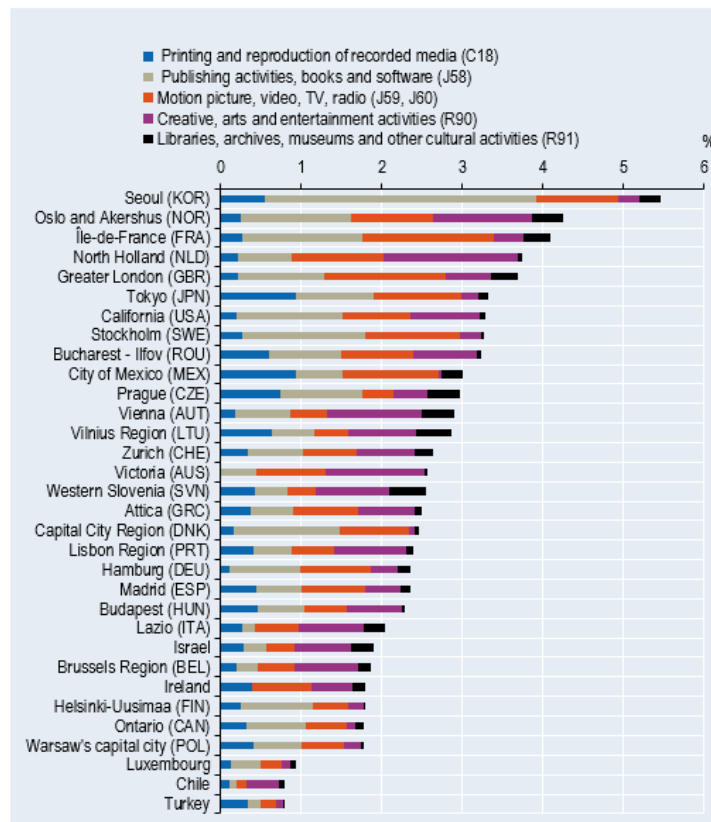
Σε Ευρωπαϊκό επίπεδο, ο τομέας των πολιτιστικών και δημιουργικών βιομηχανιών συνεισφέρει περισσότερο από το 5% του ΑΕΠ (GDP). Στην Ιταλία, αυτή η αξία ανέρχεται σε πάνω από 6%.

Δεν είναι μόνο οι φυσικοί χώροι πολιτισμού που έχουν υποστεί τις επιπτώσεις της πανδημίας. Η πρώτη απαγόρευση κυκλοφορίας, και στη συνέχεια, τα μέτρα κοινωνικής αποστασιοποίησης, που υιοθετήθηκαν σε όλες τις περιοχές του πλανήτη, προκάλεσαν ένα γενικευμένο μπλοκάρισμα των δημιουργικών δραστηριοτήτων.



Στην Ευρώπη, η δημιουργική και πολιτιστική βιομηχανία, η οποία αντιπροσωπεύει πάνω από το 5% του ΑΕΠ, διαδραματίζει ιδιαίτερα σημαντικό ρόλο στην παγκόσμια σύγκριση. Αυτός ο τομέας είναι ο τρίτος σε απασχόληση, μετά τις κατασκευές και τα τρόφιμα, και οι επιπτώσεις της κρίσης θα μπορούσαν να επηρεάσουν πάνω από 7 εκατομμύρια άτομα, εκ των οποίων πάνω από το 30% είναι αυτοαπασχολούμενα και, επομένως, σε θέση μεγαλύτερου κινδύνου⁵.

Στο πλαίσιο αυτό, εκτιμάται ότι στον κινηματογραφικό και οπτικοακουστικό τομέα περίπου 600 χιλιάδες ελεύθεροι επαγγελματίες έχουν χάσει την εργασία τους⁶. Το πλαίσιο της αβεβαιότητας, ωστόσο, θα μπορούσε να επιδεινωθεί από τις αλλαγές στις συνήθειες των χρηστών των πολιτιστικών προϊόντων.



Ανάλυση ερωτηματολογίων

CCS: Επαγγελματίες και ενδιαφερόμενοι φορείς

Σκοπός της μελέτης ήταν να παρουσιάσει τον τρόπο με τον οποίο εκφράζονται οι επαγγελματίες και οι ενδιαφερόμενοι φορείς του δημιουργικού και του πολιτιστικού τομέα. Πολλοί/ές επαγγελματίες και ενδιαφερόμενοι φορείς χρειάστηκε να αλλάξουν τον τρόπο εργασίας τους και τις ανθρώπινες σχέσεις τους.

Οι μελέτες που διεξήχθησαν από τους εταίρους του έργου, σε συνδυασμό με την ανάλυση των αποτελεσμάτων των ερωτηματολογίων για τους πολιτιστικούς και δημιουργικούς φορείς, μας επέτρεψαν να εντοπίσουμε νέα επαγγελματικά προφίλ, προκειμένου να καθορίσουμε μελλοντικά προγράμματα κατάρτισης που θα ανταποκρίνονται καλύτερα στο σημερινό πλαίσιο της αγοράς της καλλιτεχνικής και δημιουργικής παραγωγής.

Ένα ηλεκτρονικό ερωτηματολόγιο διανεμήθηκε μεταξύ των φορέων του πολιτιστικού και του δημιουργικού τομέα που ζουν και εργάζονται στις χώρες-εταίρους του έργου (Ιταλία, Γαλλία, Ισπανία, Αυστρία, και Κύπρος).

Το ερωτηματολόγιο περιείχε 32 ερωτήσεις πολλαπλής επιλογής ή/και ανοικτού τύπου, χωρισμένες σε δύο ενότητες με έμφαση στη χρήση της τεχνολογίας και των κοινωνικών καναλιών κατά τη διάρκεια της πανδημίας και μετά την πανδημία.

Προκειμένου αυτή η μελέτη να είναι όσο το δυνατόν πιο παρόμοια με την Ευρωπαϊκή τοπογραφία, τα ερωτηματολόγια απευθύνονταν σε διαφορετικές ομάδες φύλου και ηλικίας. Τα σχόλια που λάβαμε μας επέτρεψαν να έχουμε μία σαφέστερη εικόνα της τρέχουσας κατάστασης στον κλάδο.

Η βασική πτυχή που καλύφθηκε ήταν να σκιαγραφηθεί το κοινωνικό-δημογραφικό προφίλ των ατόμων που συμμετείχαν, καθώς και να παρατηρηθεί και να αναλυθεί η εμπειρία τους στον κλάδο, οι δεξιότητες τους, και η θέση εργασίας τους.

Η πρώτη ενότητα αφορούσε τις κοινωνικό-δημογραφικές πτυχές των ατόμων που συμμετείχαν. Από την ανάλυση των στοιχείων με βάση το φύλο, προκύπτει ό,τι η επικράτηση των ανδρών μεταξύ των ενδιαφερομένων σε σύγκριση με τους επαγγελματίες, όπου παρατηρείται το αντίθετο, είναι ελαφρώς πιο έντονη από τον μέσο όρο.

Από την ανάλυση της ηλικιακής σύνθεσης της απασχόλησης, και εξετάζοντας αρχικά όλα τα άτομα που εργάζονται και δραστηριοποιούνται στο Πολιτιστικό και Δημιουργικό Σύστημα Παραγωγής, παρατηρούμε μία μεγαλύτερη συγκέντρωση των νεαρότερων ηλικιακών ομάδων, με τις δύο ομάδες που περιλαμβάνουν άτομα ηλικίας μεταξύ 25 και 34 ετών να συνδέονται με υψηλότερη επίπτωση. Στην πραγματικότητα, το 66% του συνόλου των ατόμων που συμμετείχαν είναι κάτω των 34 ετών, ενώ οι ενδιαφερόμενοι φορείς του Πολιτιστικού και Δημιουργικού Συστήματος Παραγωγής είναι κάτω των 25 ετών.

Το ποσοστό αυτό είναι σημαντικό, επειδή έρχεται σε αντίθεση με τη γενική τάση (για το σύνολο της οικονομίας, η ηλικιακή ομάδα με τη μεγαλύτερη πυκνότητα εργαζομένων είναι 45-54 ετών).

Όσον αφορά το μέσο επίπεδο εκπαίδευσης, είναι ενδιαφέρον να σημειωθεί ότι το 100% των ενδιαφερομένων έχει πανεπιστημιακό επίπεδο αξιολόγησης. Το ποσοστό αυτό εξακολουθεί να είναι υψηλό μεταξύ των επαγγελματιών, παρόλο που δόθηκε ποικιλία απαντήσεων.

Πιο συγκεκριμένα, από τα άτομα που συμμετείχαν, σχεδόν το 44% των ενδιαφερομένων εργάζεται στην καλλιτεχνική εκπαίδευση και την πολιτιστική δράση, και το 37,5% στις εικαστικές τέχνες, ενώ το μεγαλύτερο ποσοστό των επαγγελματιών ανήκουν στις παραστατικές τέχνες. Πρέπει επίσης να σημειωθεί ότι, για παράδειγμα, μόνο το 24,4% των επαγγελματιών εργάζεται στις εικαστικές τέχνες, ποσοστό κατά 13 μονάδες μικρότερο από αυτό των ενδιαφερομένων. Είναι σημαντικό να ληφθεί υπόψη το γεγονός ότι αυτή η ερώτηση επέτρεπε διάφορες απαντήσεις. Ορισμένα από τα άτομα αυτά εργάζονται παράλληλα σε διάφορους τομείς.

Η δεύτερη ενότητα περιείχε ερωτήσεις σχετικά με τις ψηφιακές, επαγγελματικές και διαπροσωπικές δεξιότητες, τη χρήση της τεχνολογίας και των κοινωνικών καναλιών κατά τη διάρκεια της πανδημίας και μετά την πανδημία, και τον τρόπο με τον οποίο οι βασικοί φορείς του δημιουργικού και του πολιτιστικού τομέα επαναπροσδιόρισαν το επάγγελμα τους κατά τη διάρκεια της κρίσης.

Στην πραγματικότητα, το πρώτο βήμα ήταν η αξιολόγηση των δεξιοτήτων που έχουν οι επαγγελματίες και οι ενδιαφερόμενοι φορείς στον Δημιουργικό και τον Πολιτιστικό Τομέα, και κυρίως η κατανόηση του επιπέδου ψηφιακής επάρκειας και ωριμότητας των ατόμων αυτών και των ενδιαφερομένων, τόσο στον ιδιωτικό όσο και στον επαγγελματικό τομέα. Συγκεκριμένα:

- Ψηφιακά Εργαλεία: επιδεξιότητα και ικανότητα στη χρήση ψηφιακών συσκευών και διαδικτυακών εφαρμογών.
- Ψηφιακή Διορατικότητα: ικανότητα αξιοποίησης των ψηφιακών περιβαλλόντων και των μέσων κοινωνικής δικτύωσης ως διαύλων έρευνας και ανάλυσης.
- Έξυπνη Εργασία & Συνεργασία: δεξιότητα και ικανότητα στη χρήση συνεργατικών εργαλείων με την άρση των χωρικών και χρονικών φραγμών.



- Δικτυακή Νοημοσύνη: ικανότητα προσέγγισης και εμπλοκής επαφών και χρηστών μέσω διαδικτυακών πλατφορμών για την απόκτηση πληροφοριών και την επίτευξη στόχων.
- Ψηφιακή Ενσυναίσθηση: διαπροσωπικές δεξιότητες σε διαδικτυακά κανάλια επικοινωνίας, ακόμη και υπό πίεση.
- Συμπεριφορά σε πραγματικό χρόνο: ικανότητα άμεσης αντίδρασης σε εναύσματα και εργασίας σε πραγματικό χρόνο.
- Συμπεριφορά σε συνδυασμένο χρόνο: ικανότητα επιβράδυνσης, μετατόπιση από την πολυπραγμοσύνη στην εστίαση σε μία συγκεκριμένη εργασία.

Η εξέταση των δεδομένων μας οδήγησε στον εντοπισμό δεξιοτήτων και ικανοτήτων μεταξύ των επαγγελματιών και των ενδιαφερομένων στον Δημιουργικό και τον Πολιτιστικό Τομέα, οι οποίες μπορούν να ταξινομηθούν σε τρεις κατηγορίες: ψηφιακές, επιχειρηματικές, και μεταβιβάσιμες.

Δεξιότητες ICT (Τεχνολογία Πληροφορικής και Επικοινωνιών)

Όσον αφορά τη χρήση τεχνολογικών συσκευών τόσο στην ιδιωτική όσο και στην επαγγελματική ζωή, τα αποτελέσματα είναι αρκετά παρόμοια μεταξύ των επαγγελματιών και των ενδιαφερομένων.

Ωστόσο, θα πρέπει να ληφθεί υπόψη ότι οι ενδιαφερόμενοι φορείς που συμμετείχαν στις συνεντεύξεις του έργου είναι πολύ λιγότεροι από τους/τις επαγγελματίες, οπότε δώσαμε προσοχή στην επεξήγηση ορισμένων αποτελεσμάτων και στις διαφορές μεταξύ τους.

Το 80% των ατόμων που συμμετείχαν χρησιμοποιεί συσκευές όπως smartphones, υπολογιστές, κ.λπ., σε καθημερινή βάση για να περιηγηθεί στο Διαδίκτυο, να διαβάζει/στέλνει μηνύματα ηλεκτρονικού ταχυδρομείου, να χρησιμοποιεί κοινωνικά δίκτυα, να επικοινωνεί μέσω ψηφιακών εργαλείων, να εκτελεί διοικητικές εργασίες, να κάνει ηλεκτρονικές αγορές, και να ακούει μουσική ή να παρακολουθεί βίντεο.

Άλλες δραστηριότητες είναι λιγότερο διαδεδομένες και στις δύο πλευρές, παρόλο που υπάρχουν κάποιες διαφορές στη χρήση, για παράδειγμα: παιχνίδια, έλεγχος της κατάστασης της υγείας, και πρόσβαση σε διαδικτυακές υπηρεσίες υγείας. Ενώ στις υπόλοιπες περιπτώσεις οι ποσοστιαίες διαφορές μεταξύ επαγγελματιών και ενδιαφερομένων είναι μόνο μερικές μονάδες, στην περίπτωση της πρόσβασης σε διαδικτυακές υπηρεσίες υγείας παρουσιάζεται μεγαλύτερο εύρος, συγκεκριμένα 39,4% των επαγγελματιών και 56,3% των ενδιαφερομένων.



Επιχειρηματικές δεξιότητες

- Προσωπική ταυτοποίηση επιχειρηματικών δεξιοτήτων

Αρχικά, διαπιστώθηκε ό,τι οι ενδιαφερόμενοι φορείς αναγνωρίζουν ό,τι διαθέτουν περισσότερες επιχειρηματικές δεξιότητες από τους/τις επαγγελματίες. Επομένως, 9 από τις 12 δεξιότητες που απαριθμούνται επιλέχθηκαν από ποσοστό περισσότερο του 80% των ενδιαφερομένων, αφού θεωρούν ό,τι τις κατέχουν εν μέρει ή πλήρως, ενώ μόνο 6 από αυτές επιλέχθηκαν από το 80% των επαγγελματιών.

Ενδιαφερόμενοι φορείς	Επαγγελματίες
1. πνεύμα για πρωτοβουλίες: 100%	1. πνεύμα για πρωτοβουλίες: 90.9%
2. δεξιότητες διαχείρισης: 100%	2. εκτέλεση πολλών καθηκόντων ταυτόχρονα: 90.9%
3. ικανότητα προσαρμογής: 93.75%	3. ικανότητα προσαρμογής: 90.9%
4. δημιουργικότητα και ευρηματικότητα: 93.75%	4. επαγγελματική επίγνωση: 84.8%
5. αυτοπεποίθηση: 87.5%	5. επιθυμία για αριστεία: 84.8%
6. επαγγελματική επίγνωση: 87.5%	6. δημιουργικότητα και ευρηματικότητα: 81.8%
7. εκτέλεση πολλών καθηκόντων ταυτόχρονα: 87.5%	7. αναγνώριση αδυναμιών: 78.7%
8. επιθυμία για αριστεία: 81.25%	8. αυτοπεποίθηση: 72.7%
9. αναγνώριση αδυναμιών: 81.25%	9. ηγετικές δεξιότητες: 72.7%
10. ηγετικές δεξιότητες: 75%	10. αντίσταση στο άγχος: 72.7%
11. αντίσταση στο άγχος: 75%	11. δεξιότητες διαχείρισης: 63.6%
12. επιθυμία για ρίσκα: 56.25%	12. επιθυμία για ρίσκα: 60.6%

Ψηφιακές δεξιότητες στους τομείς του πολιτισμού και της δημιουργίας (CCS)

Σχετικά με τη δήλωση, «Υπάρχει ανάγκη να αντιμετωπιστεί η έλλειψη ψηφιακών δεξιοτήτων στον τομέα και να βελτιωθεί η ψηφιακή πρόσβαση για όλους τους ανθρώπους», το 62,5% των ενδιαφερομένων και το 97% των επαγγελματιών CCS συμφωνούν ή συμφωνούν απόλυτα. Επομένως, οι ενδιαφερόμενοι φορείς φαίνονται λίγο πιο αναποφάσιστοι και λιγότερο σίγουροι για τη δήλωση αυτή από ό,τι οι επαγγελματίες CCS. Κανένα άτομο από τις δύο πλευρές δεν διαφώνησε με τη δήλωση.

Όσον αφορά τις δεξιότητες που οι συμμετέχοντες/ουσες πιστεύουν ό,τι πρέπει να διαθέτουν τα άτομα που εργάζονται στον CCS κλάδο, υπήρξε μία σχεδόν απόλυτη ομοφωνία σχετικά με τις επικοινωνιακές δεξιότητες: το 100% των ενδιαφερομένων και το 97% των επαγγελματιών απάντησαν ό,τι είναι απαραίτητες. Ακολουθούν τα βίντεο και οι τεχνικές συνεντεύξεις (62,5%



των ενδιαφερομένων και 78,8% των επαγγελματιών), και η ικανότητα δημιουργίας οπτικού υλικού (56,3% των ενδιαφερομένων και 57,6% των επαγγελματιών).

Ο αντίκτυπος της ψηφιακής κατανάλωσης στις επιχειρήσεις των ενδιαφερομένων

Οι ενδιαφερόμενοι φορείς ρωτήθηκαν επίσης σχετικά με τον αντίκτυπο της ψηφιακής κατανάλωσης στις επιχειρήσεις τους. Οι απαντήσεις ήταν μοιρασμένες: το 50% πιστεύει ότι έχει αρνητικό αντίκτυπο, και το άλλο μισό όχι. Ορισμένα άτομα σχολίασαν ότι είναι ο τρόπος με τον οποίο εξελίσσεται η κοινωνία άρα πρέπει να προσαρμοστούμε, ενώ ορισμένα άλλα φοβούνται ότι οι επιχειρήσεις τους δεν μπορούν να προσαρμοστούν σε αυτή την εξέλιξη και επισημαίνουν ότι το να είμαστε τόσες πολλές ώρες μπροστά από μία οθόνη μπορεί να είναι κουραστικό.

ΔΕΞΙΟΤΗΤΕΣ ΣΥΝΕΡΓΑΣΙΑΣ

Ακόμη και πριν από την πανδημία Covid-19, η δικτύωση γινόταν κυρίως μέσω των κοινωνικών δικτύων. Σύμφωνα με τα ερωτηματολόγια μας, το 81% των επαγγελματιών και το 62% των ενδιαφερομένων χρησιμοποιούσαν αυτό το κανάλι.

Ωστόσο, οι αριθμοί αυτοί αυξήθηκαν μετά την πανδημία. Για τους/τις επαγγελματίες, αναπτύχθηκαν επαφές σε μεγάλες αποστάσεις:

- Κοινωνικά δίκτυα: από 81% έως 90%
- Έρευνα και τηλέφωνο: από 39.4% έως 57.4%

Οι ενδιαφερόμενοι φορείς χρησιμοποιούσαν ήδη αρκετά τα κοινωνικά δίκτυα πριν από την πανδημία (62%), αλλά το ποσοστό αυτό έχει εκτοξευθεί έκτοτε (93%). Τα άλλα δεδομένα δεν άλλαξαν πολύ. Επομένως, υπάρχει κάποια ομοιότητα με τα αποτελέσματα των επαγγελματιών. Με την πιθανή εξαίρεση της αύξησης των κοινωνικών δικτύων, η οποία είναι ιδιαίτερα υψηλή εδώ.

Τα στοιχεία δείχνουν ότι οι επαγγελματίες διατηρούσαν περισσότερο επαφή με συναδέλφους και τους άμεσους πελάτες τους. Αντίθετα, οι ενδιαφερόμενοι φορείς διατηρούσαν περισσότερο επαφή με μάντζερ και τους παραγωγούς τους. Αυτά τα συγκριτικά στοιχεία εξακολουθούν να είναι πολύ χαμηλά. Η κρίση που προκάλεσε η πανδημία έχει μειώσει σημαντικά την αλληλεπίδραση με διαφορετικές ομάδες ανθρώπων και στις δύο ομάδες. Ωστόσο, είναι σχεδόν αδύνατο να βρεθούν άτομα που δεν διατήρησαν καμία επαφή (0% των επαγγελματιών και μόνο 1 άτομο από τους ενδιαφερόμενους φορείς).

Επίσης, ο αριθμός των επαγγελματικών συνδέσεων τροποποιήθηκε από την κρίση Covid-19:



- Πολύ λίγο: 39% για επαγγελματίες και 37% για ενδιαφερόμενους φορείς
- Λίγο: 37% και 36% αντίστοιχα

Πρέπει να σημειωθεί ό,τι το 12% απάντησε πλήρως.

Τα ποσοστά για την ποιότητα των ανταλλαγών με τα άτομα που εργάζονται στον CCS κλάδο ακολουθούν το ίδιο μοτίβο, με το 87% και το 90%, ανεξαρτήτως ομάδας, να σημειώνουν ό,τι η ποιότητα έχει επηρεαστεί τουλάχιστον λίγο. Ένα από τα ψηφιακά εργαλεία που οι δύο ομάδες είχαν αρχίσει να χρησιμοποιούν είναι οι βιντεοκλήσεις (56%), ενώ το 30% δεν είχε χρησιμοποιήσει κάτι καινούργιο.

Μεταβιβάσιμες δεξιότητες

Οι μεταβιβάσιμες δεξιότητες δεν ανήκουν σε έναν συγκεκριμένο τομέα ή ρόλο. Οι μεταβιβάσιμες δεξιότητες χρησιμοποιούνται σε διάφορους τομείς του εργασιακού κόσμου, ανεξάρτητα από τη θέση που έχει ένα άτομο, και αυτό είναι που τις καθιστά πολύ ισχυρά και διαθεματικά εργαλεία.

Οι μεταβιβάσιμες δεξιότητες που προέκυψαν από την ανάλυση του ερωτηματολογίου σχετίζονται κυρίως με την επικοινωνία. Τόσο οι ενδιαφερόμενοι φορείς όσο και οι επαγγελματίες δείχνουν καλές δεξιότητες και προδιάθεση για επικοινωνία με το κοινό, είτε άμεσα είτε έμμεσα, δηλαδή με τη χρήση εργαλείων επικοινωνίας όπως τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης.

Είναι προφανές ό,τι η επικοινωνία είναι ένα από τα βασικά χαρακτηριστικά των ατόμων που εργάζονται στον CCS κλάδο.

Όπως προσέξαμε στην προηγούμενη ενότητα, οι δύο ομάδες έχουν επιχειρηματικές δεξιότητες, οι οποίες αποτελούν επίσης μεταβιβάσιμες δεξιότητες, καθώς μπορούν να αξιοποιηθούν σε όλους τους τομείς της αγοράς εργασίας.

Αυτές είναι κυρίως:

1. πνεύμα για πρωτοβουλίες
2. δεξιότητες διαχείρισης
3. ικανότητα προσαρμογής
4. δημιουργικότητα και ευρηματικότητα
5. αυτοπεποίθηση
6. επαγγελματική επίγνωση



7. εκτέλεση πολλών καθηκόντων ταυτόχρονα
8. επιθυμία για αριστεία
9. αναγνώριση αδυναμιών
10. ηγετικές δεξιότητες
11. αντίσταση στο άγχος
12. επιθυμία για ρίσκα

Το σενάριο μετά την κρίση

Η πανδημία έπαιξε τον ρόλο του επιταχυντή για τη διαδικασία ψηφιοποίησης των εταιρειών που, ήδη εδώ και μερικά χρόνια, είχαν αρχίσει να επενδύουν στην τεχνολογία και τις ψηφιακές λύσεις.

Η πιο άμεση επίπτωση των μέτρων περιορισμού της πανδημίας στον πολιτιστικό τομέα ήταν η μεταφορά όλων των πιθανών συστατικών σε εικονικά κανάλια.

Τα πιο παραδοσιακά τμήματα του πολιτιστικού κλάδου - εκείνα που ενυπάρχουν στην καλλιτεχνική κληρονομιά και τις παραστατικές τέχνες - βίωσαν μία σημαντική δυναμική, με τη διοργάνωση εικονικών περιηγήσεων σε μουσεία και αρχαιολογικούς χώρους, και την ενίσχυση των αρχείων βίντεο με ζωντανές παραστάσεις.

Στην πιο έντονη στιγμή της κρίσης, το βασικό μέλημα των φορέων του τομέα ήταν να διατηρήσουν ζωντανή τη σχέση με τους χρήστες των πολιτιστικών προϊόντων, αξιοποιώντας τις δυνατότητες που προσφέρει η ψηφιακή τεχνολογία, η οποία έχει παράλληλα αποκτήσει διεισδυτικό ρόλο στις καθημερινές συνήθειες των χρηστών.

Νέες ευκαιρίες αγοράς

Κατά τη διάρκεια της κρίσης, ενώ συνέχισε να έχει αντίκτυπο στο πρώτο τρίμηνο του 2022, ο CCS κλάδος προσαρμόστηκε γρήγορα στις νέες μορφές ψηφιακής διανομής, επιταχύνοντας τις διαδικασίες.

Το 2020 θεωρείται ως το έτος που επιβάρυνε ολόκληρο το παγκόσμιο οικονομικό σύστημα, όμως, από την άλλη πλευρά, αναγνωρίζεται ως το έτος που κατέγραψε τη μεγαλύτερη αύξηση των ηλεκτρονικών συναλλαγών στον κόσμο της τέχνης και του πολιτισμού. Αυτή η στρατηγική, η



οποία υπαγορεύεται από τους περιορισμούς που υιοθετούν οι διάφορες χώρες, και η συνακόλουθη στάση που υιοθετούν οι γκαλερί και οι οίκοι δημοπρασιών, έδειξε ό,τι η αγορά αυτή ήταν ήδη έτοιμη για το διαδικτυακό κομμάτι.

Αναλύοντας τα στοιχεία της ζήτησης και της προσφοράς συλλεκτικών αγαθών, μπορούμε να πούμε ό,τι το 2020, λόγω της πανδημίας, ορισμένες από τις βασικές τάσεις της αγοράς που είχαν ήδη σκιαγραφηθεί κατά τη διάρκεια του 2019, επιβεβαιώθηκαν ή τονίστηκαν, καταδεικνύοντας μία αυξανόμενη τάση για τεχνολογική καινοτομία.

- **Ψηφιοποίηση και Διαφάνεια:** Η αναγκαστική μετατροπή της καλλιτεχνικής-πολιτιστικής προσφοράς σε ψηφιακή μορφή επέτρεψε στον τομέα να επιταχύνει τη διαδικασία ψηφιοποίησης που επηρέαζε, πριν την πανδημία, κυρίως τους μεγάλους οργανισμούς. Μία από τις θετικές συνέπειες ήταν η αύξηση της διαφάνειας των τιμών, στοιχείο που καθιστά τις διαδικτυακές εκθέσεις πολύ διαφορετικές από τις φυσικές, οι οποίες χαρακτηρίζονταν από μία έντονη τάση αποκάλυψης των τιμών μόνο κατόπιν ειδικού αιτήματος, όπως συμβαίνει συχνά στις γκαλερί τέχνης.

- **Νέοι αγοραστές και αύξηση της εμπλοκής των Millennials:** Μία άλλη θετική πτυχή της ψηφιοποίησης ήταν η αύξηση των νέων, και των νέων της χιλιετίας, που αγόραζαν συλλεκτικά αγαθά, ειδικά σε δημοπρασίες «αποκλειστικά στο διαδίκτυο».

- **Βιωσιμότητα:** Κατά τη διάρκεια αυτής της περιόδου «παύσης», το καλλιτεχνικό σύστημα προβληματίστηκε περισσότερο σχετικά με τη βιωσιμότητά του, και ξεκίνησε σημαντικές πρωτοβουλίες για την αύξηση της ευαισθητοποίησης των φορέων και για τη συμβολή στην καταπολέμηση της κλιματικής αλλαγής.

- **Αύξηση των Ιδιωτικών Πωλήσεων:** Με την έξαρση της πανδημίας και την επακόλουθη κρίση, αυξήθηκε η επιθυμία για εμπιστευτικότητα και ταχύτητα στις συναλλαγές, γεγονός που αύξησε σημαντικά τον κύκλο εργασιών που παράγεται από τις ιδιωτικές πωλήσεις.

- **Επικίνδυνη αύξηση της χρήσης εγγυήσεων:** Όπως και στο παρελθόν, σε περιόδους οικονομικών δυσκολιών, η κρίση οδήγησε σε αύξηση της χρήσης των εγγυήσεων, οι οποίες χρησιμοποιούνται πάντα από τους μεγάλους φορείς για να ενθαρρύνουν τους συλλέκτες να πουλήσουν τα έργα τους.

- **Διαφορετικότητα και Ένταξη:** Η κρίση που προκάλεσε η πανδημία και η συνακόλουθη κοινωνική αναταραχή συνέβαλαν στο να στραφεί η προσοχή σε θέματα που σχετίζονται με τη διαφορετικότητα και την ένταξη. Η τάση αυτή επιβεβαιώθηκε και στον κόσμο της τέχνης και του πολιτισμού, ο ρόλος του οποίου στην κοινωνία ήταν πάντα να αντανακλάει τη δυναμική της

τρέχουσας ιστορικής περιόδου. Επιπλέον, πολλά μουσεία και ιδρύματα σε διεθνές επίπεδο έχουν αναλάβει πρωτοβουλίες για την αύξηση της ανάδειξης των έργων έγχρωμων καλλιτεχνών, ή γυναικών καλλιτεχνών, και άλλων μειονοτήτων που εκπροσωπούνται ελάχιστα στις συλλογές των μουσείων.

• **Αύξηση της σημασίας των γυναικών καλλιτεχνών:** Σύμφωνα με την αυξανόμενη προσοχή στη διαφορετικότητα, η επιτυχία των γυναικών καλλιτεχνών συνεχίζει να αυξάνεται, καθώς και οι τιμές τους στην αγορά, ενθαρρύνοντας τη συνεχή μείωση του ιστορικού χάσματος μεταξύ της αγοράς των ανδρών καλλιτεχνών και της αγοράς των γυναικών καλλιτεχνών.

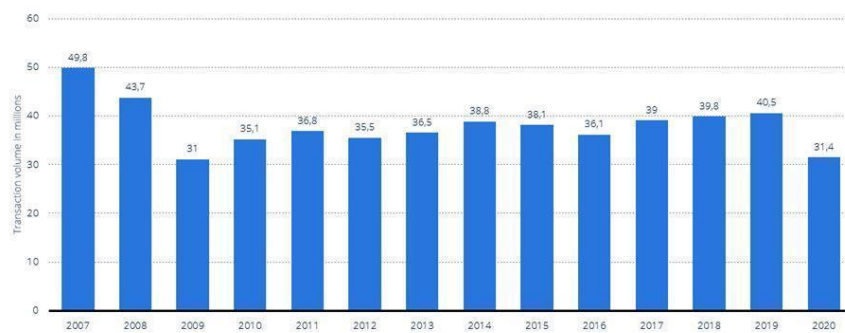
• **Πολλές φιλανθρωπικές δημοπρασίες:** Η κρίση οδήγησε στην αύξηση των δημοπρασιών των οποίων τα έσοδα διατέθηκαν για φιλανθρωπικούς σκοπούς, όλα ή εν μέρει, επιβεβαιώνοντας τον προσανατολισμό για αντίκτυπο, επενδύοντας ταυτόχρονα στην αγορά έργων τέχνης και συλλεκτικών αντικειμένων.

Σε αυτό το πλαίσιο, είναι απαραίτητο να κατανοήσουμε εάν η αύξηση των διαδικτυακών πωλήσεων είναι ένα προσωρινό φαινόμενο, ή εάν είναι λογικό να αντιμετωπίσουμε το 2020 ως ένα κομβικό σημείο, από το οποίο το φαινόμενο των διαδικτυακών πωλήσεων τέχνης θα τείνει αναπόφευκτα να αυξηθεί.

Τα πρώτα διαθέσιμα δεδομένα δίνουν μία μερική απάντηση. Οι εκτιμήσεις δείχνουν σημαντικό κύκλο εργασιών, αλλά είναι διαθέσιμες μόνο για το πρώτο εξάμηνο του 2021. Θα πρέπει να περιμένουμε στοιχεία τριετίας, τόσο από την άποψη της συνολικής κατανάλωσης, όσο και από την άποψη των πολιτικών προσφοράς, για να κατανοήσουμε τα πραγματικά όρια του φαινομένου.

Global art market volume of transactions from 2007 to 2020 (in millions)

Volume of transactions in the art market worldwide 2007-2020



Σχετικά με τα νέα τμήματα της διαδικτυακής αγοράς, είναι απαραίτητο να γίνει ένας δομικός προβληματισμός: δεδομένου ό,τι η αγορά αποκλειστικά μέσω διαδικτύου μειώνει το κόστος παραγωγής και προώθησης, και λαμβάνοντας υπόψη ό,τι η διαδικτυακή αγορά έργων τέχνης μειώνει την κλίμακα της σχεσιακής και κοινωνικής αξίας των έργων τέχνης, είναι δυνατόν να εντοπιστούν συγκεκριμένα τμήματα που θα μπορούσαν να αντιληφθούν τις διαδικτυακές πλατφόρμες ως φυσικούς διαύλους ανάπτυξης, χωρίς να επηρεάζουν ή να αντικαθιστούν την παραδοσιακή αγορά.

Το διάσημο πλέον NFT μπορεί να αντιπροσωπεύει ένα από αυτά τα τμήματα, αλλά σίγουρα όχι το μοναδικό και ίσως ούτε το πιο σημαντικό.

Η εξάπλωση των διαδικτυακών πωλήσεων έργων τέχνης συνεπάγεται μία δομική αλλαγή του συστήματος δημιουργίας της αξίας της αγοράς τέχνης που δεν πρέπει να υποτιμηθεί: οι παράγοντες που καθορίζουν την τιμή των έργων τέχνης εντοπίζονται σε μεγάλο βαθμό σε ένα σύστημα φήμης που έχει ανατεθεί σε ένα σύνολο φορέων, οι οποίοι δεν είναι άμεσα αναγνωρίσιμοι στην αγορά, αλλά είναι πάντοτε αναγνωρίσιμοι εντός του συστήματος προσφοράς τέχνης (κριτικοί, επιμελητές, μουσεία, εφημερίδες, εξειδικευμένα περιοδικά, κ.λπ.).

Οι διαδικτυακές πωλήσεις, από την άλλη πλευρά, αναπτύσσονται μέσω ενός διαφορετικού μηχανισμού φήμης που βασίζεται σε ένα άλλο σύνολο που δεν είναι άμεσα αναγνωρίσιμο ως φορείς αυτής της αγοράς, αλλά είναι πάντοτε αναγνωρίσιμοι εντός του συστήματος ζήτησης τέχνης (ενθουσιώδεις καλλιτέχνες, το ευρύ κοινό, υφιστάμενοι και πιθανοί συλλέκτες, κ.λπ.).

Αναδυόμενες Ευκαιρίες

Καινοτομία μέσω της ψηφιοποίησης

Η μαζική ψηφιοποίηση που συμβαίνει τα τελευταία δύο έτη στους τομείς του πολιτισμού και της δημιουργικότητας δεν είναι ένα προσωρινό φαινόμενο, και δημιούργησε νέες μορφές εμπειρίας και επιχειρηματικά μοντέλα με δυνατότητες αγοράς. Υπήρξε η ευκαιρία για μία σημαντική εξέλιξη στη διάδοση των τεχνολογιών αιχμής που επέτρεψαν την «παρουσία από απόσταση» (τεχνητή νοημοσύνη, εικονική και εμπλουτισμένη πραγματικότητα, Διαδίκτυο των πραγμάτων, κ.λπ.) για τη δημιουργία μίας νέας οικονομίας της εμπειρίας.

Οι νέες μορφές αποκεντρωμένης και ψηφιακά δημιουργικής παραγωγής επέτρεψαν και επιτρέπουν τη συμμετοχή ολοένα και μεγαλύτερων και ευρύτερων κοινοτήτων, όχι μόνο όσον αφορά την υποδοχή, αλλά και την παραγωγή περιεχομένου. Αυτή η τάση θα μπορούσε να οδηγήσει σε πιο περιεκτικές και καινοτόμες μορφές συλλογικής παραγωγής δημιουργικού περιεχομένου.



Η επιτάχυνση της ψηφιοποίησης της προσφοράς της πολιτιστικής κληρονομιάς είναι μία από τις θετικές πτυχές της πανδημίας: πριν από τον Covid-19, οι ψηφιακές πλατφόρμες είχαν εφαρμοστεί μόνο από ένα περιορισμένο ποσοστό των οργανισμών που δραστηριοποιούνται στον κόσμο της τέχνης και του πολιτισμού, κυρίως από μεσαίου-μεγάλου μεγέθους με σημαντικούς πόρους και οικονομική διαθεσιμότητα.

Οι εικονικές πλατφόρμες προώθησαν την αύξηση των επιπέδων διαφάνειας και της επίγνωσης της αγοράς, δεδομένης της ξαφνικής αύξησης της διαθεσιμότητας πληροφοριών σχετικά με τις τιμές των έργων, με ιδιαίτερη αναφορά στον κόσμο των εκθέσεων και των γκαλερί τέχνης. Η ανάπτυξη αυτή υποστηρίχθηκε επίσης από την αυξανόμενη προσφορά συμβουλευτικών υπηρεσιών τέχνης, και νομικών και φορολογικών συμβουλών, προς όφελος των συλλεκτών. Το Ευρωπαϊκό Κοινοβούλιο αναγκάστηκε να τοποθετηθεί σε έναν τομέα που μεταβάλλεται διαρκώς, και ο οποίος εξακολουθεί να χαρακτηρίζεται από έλλειψη ενιαίων προτύπων και κανονισμών.

Από την άλλη πλευρά, έχει καταστεί αναγκαίο για τους φορείς του τομέα να εφαρμόσουν καινοτόμες στρατηγικές για την τόνωση της ζήτησης και το ενδιαφέρον του κοινού, σε μία εποχή που η ψηφιακή τεχνολογία έχει καταστεί η μόνη εναλλακτική λύση για να παραμείνει ένα άτομο ενεργό. Έχει σημειωθεί μία πρωτοφανής αύξηση του αριθμού των εικονικών προτάσεων και πρωτοβουλιών. Σε σύντομο χρονικό διάστημα, δημιουργήθηκε ένας πραγματικός κορεσμός ψηφιακού καλλιτεχνικού περιεχομένου, με προοδευτική μείωση του ενδιαφέροντος των χρηστών τέτοιων προϊόντων, που χάθηκε από τη σύγχυση και την επικάλυψη μίας υπερβολικής και απρογραμμάτιστης προσφοράς. Για πολλές μικρές και μεσαίες επιχειρήσεις, ήταν δύσκολο να «αναδειχθούν» σε ένα τέτοιο ανταγωνιστικό πλαίσιο. Τότε, δημιουργήθηκαν νέες και ασυνήθιστες συνεργασίες, καθώς και νέοι τρόποι υποβολής προτάσεων, οι οποίοι μπορούν να αναθεωρηθούν και να βελτιωθούν, για μία πιθανή και εύλογη ομαλοποίηση της αγοράς μετά το τέλος της πανδημίας.

Η τεχνολογική ανάπτυξη και η ψηφιοποίηση συνάντησαν τον κόσμο της τέχνης χάρη στα NFT, δηλαδή τα ψηφιακά αγαθά που αναπαριστούν αντικείμενα του πραγματικού κόσμου, όπως τέχνη, μουσική, βίντεο, κείμενα, κ.λπ. Τα NFT αγοράζονται και πωλούνται διαδικτυακά, και η μοναδικότητά τους καθίσταται δυνατή χάρη στην τεχνολογία blockchain. Το blockchain είναι ένα κοινόχρηστο και αμετάβλητο λογιστικό βιβλίο που διευκολύνει τη διαδικασία καταγραφής των συναλλαγών και την ιχνηλασιμότητα των αγαθών σε ένα εμπορικό δίκτυο. Σχεδόν οτιδήποτε έχει αξία μπορεί να παρακολουθείται και να διαπραγματεύεται σε ένα δίκτυο blockchain, μειώνοντας τον κίνδυνο και το κόστος για όλα τα εμπλεκόμενα μέρη.

Τα NFT έχουν γίνει ουσιαστικά το καλύτερο εργαλείο για τη μεταβίβαση ψηφιακών έργων από ένα άτομο σε ένα άλλο, χωρίς να χρειάζεται να εκχωρηθούν τα πνευματικά δικαιώματα με τις παλιές

μεθόδους πνευματικής ιδιοκτησίας. Ένα meme, ένα μήνυμα στο Twitter, μία εικόνα, ένα βίντεο, ή ένα παιχνίδι, για παράδειγμα, μπορούν να μεταβιβαστούν μέσω NFT, τα οποία πιστοποιούν την ιδιοκτησία της ιδέας πίσω από το ψηφιακό περιεχόμενο με τρόπο αδιαμφισβήτητο.

Επομένως, το NFT προσδιορίζεται σε ένα ψηφιακό πιστοποιητικό που επιβεβαιώνει την πρωτοτυπία και την κυριότητα οποιουδήποτε ψηφιακού περιεχομένου - με άλλα λόγια, αντιπροσωπεύει την πράξη ιδιοκτησίας και το πιστοποιητικό γνησιότητας ενός περιουσιακού στοιχείου.

Κατά τη διάρκεια της δημιουργίας του ψηφιακού έργου, χρησιμοποιείται μία ακολουθία συγκεκριμένων αριθμών για να διασφαλίζεται διαχρονικά η ιχνηλασιμότητα και το αμετάβλητο του σήματος. Ο παραγόμενος κωδικός, που ονομάζεται *hash8*, καταχωρείται στο blockchain, μέσω έξυπνου συμβολαίου, και τότε το σήμα μπορεί να γίνει αντικείμενο ανταλλαγής στις ειδικές αγορές. Το στάδιο της νομισματοκοπίας είναι το τελευταίο βήμα, δηλαδή η αγορά του NFT. Μόλις ένα άτομο γίνει κάτοχος ενός σήματος θα μπορεί να συμμετέχει σε μία ιδιωτική κοινότητα και να έχει πρόσβαση σε αποκλειστικές λειτουργίες.

Το blockchain παίζει πολύ σημαντικό ρόλο στη διαδικασία δημιουργίας ενός NFT: με αυτόν τον τρόπο, μπορούμε να πιστοποιήσουμε το NFT, χρησιμοποιώντας τους ίδιους μηχανισμούς κρυπτογράφησης που χρησιμοποιούνται για τη δημιουργία νέων κρυπτονομισμάτων. Αυτή τη στιγμή, το blockchain που χρησιμοποιείται περισσότερο για τη δημιουργία NFT είναι το Ethereum, το οποίο διαθέτει τα καλύτερα χαρακτηριστικά, όσον αφορά την ταχύτητα εκτέλεσης της κρυπτογράφησης, το κόστος διαχείρισης, και την απλότητα στην ανταλλαγή και την πώληση, χάρη στο πρότυπο σήματος ERC72111 και το πρότυπο σήματος ERC115512.

Με άλλα λόγια, το blockchain είναι ένα κοινόχρηστο και αμετάβλητο ψηφιακό αρχείο καταγραφής όπου αποθηκεύονται συναλλαγές δεδομένων, που δεν μπορούν να τροποποιηθούν ή να διαγραφούν.

Πριν από το blockchain, οποιοδήποτε περιεχόμενο στο διαδίκτυο μπορούσε εύκολα να αναπαραχθεί ατελείωτα, οπότε δεν υπήρχε καμία εγγύηση, για παράδειγμα, ότι ένα ψηφιακό έργο τέχνης ήταν εξίσου αυθεντικό με ένα έργο τέχνης του πραγματικού κόσμου. Η τεχνολογία blockchain μας επιτρέπει να γράψουμε σε ένα ψηφιακό μητρώο, που εκτελεί λειτουργία παρόμοια με εκείνη ενός συμβολαιογράφου, πληροφορίες που σχετίζονται με το ψηφιακό προϊόν, μη τροποποιήσιμες και δημόσιες, που επικοινωνούν τη μη αναπαραγωγιμότητα ενός προϊόντος.

Η ψηφιακή τέχνη είναι ένας νέος τρόπος να εξερευνήσουμε τη δημιουργικότητα μέσω της τεχνολογίας, και έχουμε επίσης την υλοποίηση έργων τέχνης χάρη στην ψηφιακή τεχνολογία. Το

φαινόμενο αυτό βιώνει έντονη ανάπτυξη χάρη στην αυξανόμενη χρήση της τεχνολογίας blockchain. Ένα έργο «κρυπτό-τέχνης» είναι περιεχόμενο σε ψηφιακή μορφή, το οποίο φορτώνεται σε μία πλατφόρμα ανταλλαγής, όπως, για παράδειγμα, η Rarible.com, η πώληση του οποίου καταχωρείται τότε σε ένα blockchain.

Η κρυπτό-τέχνη καλύπτει πολλά είδη, το πιο δημοφιλές είναι οι εικόνες, όσο το δυνατόν πιο πρωτότυπες, αλλά και ένα tweet μπορεί να έχει αγοραστές εάν έχει κάποια συμβολική αξία.

Επιπλέον, υπάρχουν παιχνίδια, καθώς και GIF. Αυτό που έχει μεγαλύτερη σημασία είναι ό,τι πρέπει να ξεχωρίζουν. Επομένως, η βιασύνη για την παραγωγή έργων τέχνης με NFT επέτρεψε την ανάπτυξη της κρυπτό-τέχνης ή της ψηφιακής τέχνης, η οποία είχε εξαιρετική επιτυχία το τελευταίο έτος.

Όσα άτομα αγοράζουν ένα έργο που συνδέεται με ένα NFT δεν αγοράζουν το έργο με τη συνηθισμένη έννοια του όρου. Αντίθετα, εγγυάται τη δυνατότητα διεκδίκησης ενός δικαιώματος για το αγορασμένο έργο, μέσω ενός έξυπνου συμβολαίου, δηλαδή ενός πρωτοκόλλου που διευκολύνει και επαληθεύει την εκτέλεση ενός συμβολαίου.

Η ψηφιοποίηση δημιούργησε, στην εποχή του Διαδικτύου, έναν εικονικό χώρο που διέπεται από νόμους ετεροδικίας, ο οποίος με την πάροδο των ετών δημιούργησε μία δική του ρύθμιση. Η εμφάνιση και η ανάπτυξη των NFT έχει καθιερωθεί στους κόσμους των επιχειρήσεων, της πνευματικής ιδιοκτησίας, της τέχνης, της μουσικής, των ψηφιακών μέσων, της μόδας, των παιχνιδιών, και του αθλητισμού. Η ευρεία χρήση του φαινομένου και οι ιδιαίτερες επιπτώσεις του στο σημερινό κοινωνικό πλαίσιο εγείρουν ερωτήματα σχετικά με το νομικό πλαίσιο, την εφαρμοστέα νομοθεσία, και τις συνέπειες της κυκλοφορίας των NFT.

Η πρόταση για έναν Κανονισμό του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου και του Συμβουλίου, που δημοσιεύθηκε στις 24 Σεπτεμβρίου 2020, παρέχει ορισμένες ιδέες για το νομικό πλαίσιο των NFT. Αυτή η πρόταση συνδέεται με την εμφάνιση της έννοιας «κρυπτό-δραστηριότητα», εξαιρετικά ευρείας, περιλαμβάνοντας στο πεδίο εφαρμογής της τα «ηλεκτρονικά χρηματικά σήματα» και τα κρυπτογραφημένα περιουσιακά στοιχεία.

Αρχικά, υπάρχουν ζητήματα προστασίας των καταναλωτών: Η πολυπλοκότητα των παραπάνω τεχνολογιών δεν εγγυάται στους καταναλωτές επαρκή πληροφόρηση σχετικά με τα προϊόντα και τις υπηρεσίες που αγοράζονται στις πρώτες πλατφόρμες που δημιουργήθηκαν για τη δημιουργία και την ανταλλαγή ψηφιακών συλλεκτικών αντικειμένων. Ο μέσος καταναλωτής σπάνια προσέχει τους γενικούς όρους μίας υπηρεσίας ή είναι σε θέση να κατανοήσει πλήρως τις ρήτρες της.

Δεδομένου ό,τι το φαινόμενο των NFT καθιστά τη δημιουργία ψηφιακών έργων τέχνης δημοκρατική και προσιτή ενέργεια για όλους τους ανθρώπους, είναι δύσκολο για τους καλλιτέχνες να κατανοήσουν τι δημιουργούν, ποια δικαιώματα παραχωρούν, και ποιες υποχρεώσεις έχουν. Η χρήση της τεχνολογίας blockchain δεν παρέχει συστήματα που να εγγυώνται το δικαίωμα απόσυρσης. Οι αγορές σε πλατφόρμες NFT δεν επιτρέπουν τον τερματισμό της σύμβασης και την επιστροφή των αγαθών, με αποτέλεσμα την επιστροφή των ποσών που δαπανήθηκαν.

Δεύτερον, ο κόσμος της τέχνης και των κρυπτογραφημένων περιουσιακών στοιχείων διασταυρώνονται μέσω της τεχνολογίας NFT - επομένως, η AML (καταπολέμηση της νομιμοποίησης εσόδων από παράνομες δραστηριότητες) και ο νόμος κατά της χρηματοδότησης της τρομοκρατίας θα μπορούσαν επίσης να εφαρμοστούν στη χρήση των NFT.

Σύμφωνα με την Πέμπτη Οδηγία της Ευρωπαϊκής Ένωσης, και το νομοθετικό διάταγμα 231/2007 σχετικά με την πρόληψη της χρήσης του χρηματοπιστωτικού συστήματος για τη νομιμοποίηση εσόδων από παράνομες δραστηριότητες, τόσο τα κανάλια όσο και οι οίκοι δημοπρασιών, οι πάροχοι υπηρεσιών κρυπτογραφικών περιουσιακών στοιχείων είναι υποχρεωμένοι να διενεργούν επισταμένη έρευνα των πελατών και συνεχή παρακολούθηση. Θα πρέπει να σημειωθεί ό,τι επί του παρόντος δεν υπάρχουν ίχνη τέτοιων δραστηριοτήτων στις μεγάλες πλατφόρμες δημιουργίας και ανταλλαγής NFT.

Επιπλέον, τα ζητήματα πνευματικής ιδιοκτησίας, με την εξάπλωση των NFT, αποκτούν ολοένα και μεγαλύτερη σημασία.

Τα ζητήματα αυτά αντιμετωπίζονται νομικά σύμφωνα με διαφορετικές προσεγγίσεις.

Υπάρχει μία αρχική σκέψη που υποστηρίζει ό,τι τα NFT θα πρέπει να παρέχουν στον κάτοχο του έργου δικαίωμα ιδιωτικού δικαιώματος. Σύμφωνα με μία δεύτερη οδηγία, τα NFT δεν θα έχουν καμία σημασία όσον αφορά τα δικαιώματα πνευματικής ιδιοκτησίας. Αντίθετα, η κυριότητα του πρωτοτύπου θα πρέπει να θεωρείται ανεξάρτητη από την κυριότητα του αγορασμένου έργου. Η αγορά ενός φυσικού πίνακα, για παράδειγμα, θα αφορούσε μόνο το δικαίωμα ελεύθερης απόλαυσης του έργου, αλλά τα πνευματικά δικαιώματα εξακολουθούν να ανήκουν στον/την δημιουργό.

Κάποια άτομα έχουν εφαρμόσει την επιστήμη των δεδομένων στον πολιτισμό ως επάγγελμα. Επαγγέλματα με βάση τα δεδομένα για την καλύτερη διαχείριση της κοινωνικοοικονομικής αξίας του πολιτισμού. Επίσης, συνδυάζουν τη μηχανική μάθηση και την τεχνητή νοημοσύνη για να προσφέρεται, αντί για ψηφιακά στιγμιότυπα της παρουσίας επισκεπτών σε πολιτιστικούς χώρους

(κυρίως μουσεία), μία μορφή εξατομικευμένων ταμπλό και αυτόματων αναφορών. Τα δεδομένα αυτά, σε συνδυασμό με τη διαδικτυακή κίνηση, τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης, και τις επιχειρηματικές συναλλαγές, δημιουργούν μία εικόνα της εμπειρίας των επισκεπτών. Εάν οι χώροι πολιτισμού διαθέτουν ιστορικά δεδομένα, είναι επίσης σε θέση να δημιουργήσουν μοντέλα πρόβλεψης για τις επισκέψεις.

Μία άλλη αναδυόμενη ευκαιρία είναι η αυξημένη συνεργασία μεταξύ ιδιωτικών βιομηχανιών CCS και δημόσιων ή ημιδημόσιων πολιτιστικών ιδρυμάτων. Η δημιουργία περισσότερων δεσμών μεταξύ επιχειρήσεων και φορέων, όπως μουσεία, θέατρα, βιβλιοθήκες, μπορεί επίσης να βελτιώσει τη βιωσιμότητα των μη εμπορικών τμημάτων του τομέα που βασίζονται στη δημόσια χρηματοδότηση.

Όλα αυτά, θα είναι ανεπαρκή εάν δεν επενδύσουμε στο στρατηγικό ζήτημα της δημιουργίας του Ευρωπαϊκού «ψηφιακού χώρου», μίας κοινοτικής πλατφόρμας ικανής να ανταγωνιστεί σε παγκόσμιο επίπεδο. Στόχος είναι η παροχή εργαλείων που θα προωθήσουν την ισχυρότερη ενσωμάτωση των Ευρωπαϊκών πολιτιστικών και δημιουργικών επιχειρήσεων. Ένας δομικός προβληματισμός που προβλέπει την υλοποίηση αγορών για καλλιτέχνες που δεν εκπροσωπούνται από καμία γκαλερί θα μπορούσε να ευνοήσει την αύξηση του κοινού που ενδιαφέρεται για τις τέχνες και των πιθανών αγοραστών, και να αναπτύξει ένα νέο σύστημα τιμολόγησης σε ένα τμήμα που δεν περιλαμβάνεται στην παραδοσιακή αγορά τέχνης.

Η επιβεβαίωση ενός έργου ή ενός καλλιτέχνη θα υπόκειται επομένως σε κανόνες διαφορετικούς από εκείνους που ακολουθεί η αγορά μέχρι σήμερα, με συνέπειες που, μακροπρόθεσμα, θα μπορούσαν να συνεπάγονται ουσιαστικές διαφορές σε σχέση με την τρέχουσα διάρθρωση της αξίας.

Ένας τέτοιος μηχανισμός, ωστόσο, θα μπορούσε να αποτελέσει τη βάση για ένα από τα βασικά προβλήματα ευκαιρίας-κόστους που παρουσιάζει σήμερα η αγορά τέχνης: την επιλογή, από γκαλερί και συλλέκτες, αναδυόμενων ή προ-αναδυόμενων καλλιτεχνών.

Χάρη στην εκφραστική δύναμη των έργων τέχνης και τη φυσική συνοχή που παρουσιάζουν τα περισσότερα έργα με τα σημερινά διαδικτυακά εργαλεία, αυτό το είδος τμήματος θα μπορούσε να αναγνωρίσει ένα έντονο ενδιαφέρον από μία κατηγορία θεμάτων που επί του παρόντος δεν μπορεί να ανιχνευθεί σε ένα τμήμα δυνητικής ζήτησης για έργα τέχνης.