

ΤΑ ΑΙΣΘΗΤΙΚΑ ΚΡΙΤΗΡΙΑ ΣΤΗΝ ΑΓΟΡΑ ΤΕΧΝΗΣ

Τα εικαστικά μέσα στο μάθημα της αισθητικής αγωγής δεν παύουν να εμφανίζονται με ένα τριπλό χαρακτήρα άρρηκτα συνδεδεμένο σε ένα σύνολο: α) το θεωρητικό χαρακτήρα β) τον πρακτικό και γ) εκείνον της παραγωγής. Η διαδικασία της εικαστικής σκέψης είναι αυτή που έδωσε τη βάση για να αναπτυχθεί η γεωμετρία και τα εργαλεία — εργαλεία τόσο θεωρητικά όσο και πρακτικά στο καλλιτεχνικό πεδίο.

Στο παρόν κείμενο θα προσπαθήσω να προσεγγίσω το χαρακτήρα της παραγωγής και τη μοίρα ενός εικαστικού έργου, στο πεδίο της αγοράς. Υπάρχει πράγματι μία αγορά τέχνης, θεσμοποιημένη, των λεγόμενων καλλιτεχνικών αξιών. Πραγματοποιείται πάντα σε σχέση με το καλλιτεχνικό πεδίο¹, όπου τίθενται υπό διαπραγμάτευση οι αισθητικές αξίες ενός έργου ή μιας τεχνοτροπίας ή ακόμα και μιας φάσης αυτών. Όλα τα ερωτήματα παραμένουν ανοιχτά ακόμα και αν ένα έργο έχει ήδη αγορασθεί και έχει αναρτηθεί σε ένα Μουσείο. Στην αγορά πραγματοποιούνται οι συναλλαγές, οι δοσοληψίες και οι κάθε είδους συμβάσεις. Οι συναλλαγές αυτές μπορεί να είναι πολύ ψυχρές και τυποποιημένες, αλλά μπορεί να είναι και το έναυσμα ή η αρχή για συζητήσεις και ανταλλαγή σκέψεων, απόψεων, θέσεων κ.λπ. Εκεί προπάντων συζητιούνται οι αξίες και οι τιμές βάσει ορισμένων κριτηρίων. Τα επιχειρήματα δίνουν και παίρνουν, όμως τα κριτήρια είναι πολλά και προσδιορίζονται από ποικίλους παράγοντες, δεδομένου ότι κρίνουν πολλοί: ειδικοί και αδαείς, πλούσιοι και φτωχοί.

Καταρχάς, τίθενται τα ακόλουθα ερωτήματα:

- Ποια αντικείμενα είναι έργα τέχνης και γιατί;
- Και ποια είναι η φύση της αισθητικής εμπειρίας;

Τα ερωτήματα αυτά εγείρουν προβλήματα πρωταρχικής σημασίας για την αισθητική, τα δε κριτήρια, οι κρίσεις και η αισθητική εμπειρία συνδέονται οργανικά μεταξύ τους.

1. MOULIN, «Le marché de l'art», σελ. 9, εκδ. Champs Flammarion, Παρίσι, 2003.

‘Όλοι γνωρίζουμε, (αυτό θεωρείται κοινοτοπία), ότι λίγα είναι τα καλά έργα τέχνης. Ωστόσο, ικανοποιούμαστε πολλές φορές με το μέτριο και το ασήμαντο, λόγω της ανθρώπινης φύσης μας, που στην ουσία αδρανεί. Η αδράνεια αυτή, σύμφωνα με σημαντικούς ψυχολόγους και ψυχχαναλυτές, αποτελεί τη φυσική μας ροπή και δεν έχει πάντα αρνητική κατεύθυνση.

‘Όμως, η δημιουργία γνώσης αποτελεί επώδυνη διαδικασία καθώς προϋποθέτει μακρόχρονη και επίπονη προσπάθεια, μεταβολές, ρήξεις, εμπειρία, αισθητική γνώση και σοφία. Τον επώδυνο χαρακτήρα της καλής δημιουργίας γνώσης είχαν παρατηρήσει ήδη οι αρχαίοι ημών πρόγονοι, τονίζοντας ότι «χαλεπά τα καλά».

Εάν λοιπόν ικανοποιούμαστε με το μέτριο και το ασήμαντο, τίθεται το ερώτημα, γιατί να αποσαφηνίσουμε τα αισθητικά κριτήρια, την αξία και το ενδιαφέρον που παρουσιάζει ή δεν παρουσιάζει ένα έργο; ‘Όλες σχεδόν οι απόπειρες για έναν ορισμό της καλής τέχνης έχουν οδηγήσει σε απαισιόδοξα μονοπάτια και τα κριτήρια χάθηκαν μέσα στην αταξία και το χάος της λεγόμενης πρωτοποριακής τέχνης. Χάθηκαν σε τέτοιο σημείο, που πλέον αμφισβητείται πολύ απλά και η ίδια η τέχνη. Δεν υπάρχει ορισμός της, δεν υπάρχουν κριτήρια. ‘Αρα τι απομένει; μπορεί οτιδήποτε να είναι τέχνη;

Δεν υπάρχουν κριτήρια, άρα όλα ορίζουν, δεν υπάρχει ορισμός, άρα οτιδήποτε μπορεί να είναι τέχνη, εφόσον η τέχνη πέθανε (Hegel)¹, χάθηκε κ.λπ.

Πολλοί από τους νοσταλγούς του θανάτου της τέχνης, προέρχονται από τις Σχολές Καλών Τεχνών, αλλά υπάρχει και μία άλλη κατηγορία που προσβύει το θάνατο της τέχνης, οι νοσταλγοί μιας καθημερινής πρακτικής δραστηριότητας, την οποία εκφράζει το σύνθημα - σλόγκαν ‘business and business’.

Σε αυτές τις δύο κατηγορίες προστίθεται και το φιλότεχνο κοινό, η κρίση του «κοινού» της κοινής αίσθησης κατά τον Αριστοτέλη, το οποίο «κοινό» δεν πηγαίνει ποτέ στις αίθουσες που εκθέτουν σύγχρονη τέχνη, αν εξαιρέσουμε τους λίγους και περιέργους, που δεν μπορούμε να προσδιορίσουμε ακριβώς, αν η παρουσία τους στις αίθουσες τέχνης οφείλεται σε αληθινή περιέργεια για μάθηση ή σε επιπολαιότητα. ‘Όμως το γεγονός αυτό σηκώνει πολλή σκόνη και κατακάθι. Γιατί, όταν μία στιγμή τα σαρώνει όλα ένας αέρας εντελώς φυσικός και απρόβλεπτος, τότε το κοινό αρχίζει να προστατεύεται και μπαίνει στην πρώτη καλύβα να κρυφθεί, να συντηρηθεί πρό-

1. Hegel, «Phaenomenologie des Geistes», Εκδ. Hoggmeister Meiner Verlag, Hambourg, 1952, p. 523. Γράφει ο Hegel: «Τα αγάλματα είναι τώρα πτώματα των οποίων η ψυχή πέταξε...».

σκαира, με την ελπίδα ενός καλύτερου κύριου. 'Αλλωστε, στο σπίτι του τον περιμένει η τελεόραση ή η εφημερίδα του και ο «σώζων» εαυτὸν σωθήτω».

Ποια είναι όμως, τα προγράμματα της τηλεόρασης και τα άρθρα της εφημερίδας, που θα δημιουργήσουν κριτήρια αισθητικής, ή οι δημοσιογράφοι — σταρ που θα δώσουν τον ορισμό της τέχνης;

Οι πιο σοφοί κλείνουν την τηλεόραση και την εφημερίδα για να σκεφθούν τι είναι σκέψη; τι είναι εικαστική σκέψη. Πώς θα αποκτήσω κριτήρια αν δεν σκεφθώ; Πώς να δώσω ορισμό, αν δεν αποσαφηνίσω γνώσεις και ιδέες, δεδομένου ότι η σκέψη συνδέεται οργανικά με την πράξη και η πρακτική συνδέεται με την παραγωγή και τις επιχειρήσεις.

Στο ερώτημα ποιο προϊόν είναι καλό, όλοι έχουμε μια πρόχειρη απάντηση ανά πάσα στιγμή, αν και οι απαντήσεις μας ποικίλλουν αφάνταστα τις πιο πολλές φορές μέσα στο στρες του παιχνιδιού, στο άγχος και στην αγωνία. Και ξαφνικά ανακαλύπτουμε τις κλασικές αξίες. Ερωτώ, μήπως οι κλασικές αξίες είναι το σύγχρονο, το μοντέρνο, το δέον; Και φυσικά οι κλασικές αξίες αποτελούν για το δημιουργό, αλίμονο, μόνο πηγή έμπνευσης και έρωτα για αλήθεια και δημιουργία, όπως άλλωστε δηλώνεται και στο τρίπτυχο της πλατωνικής τοιχογραφίας στο Φαίδρο: έρωτας, αλήθεια, δημιουργία.

Οι διαπιστώσεις αυτές, μιας εποχής και ενός καιρού, δεν αποτελούν παρά το παράδειγμα ενός ελληνοδυτικού πολιτισμού που κάποια στιγμή κατέρρευσε ει των έσω. 'Όλα τα εις «-σμος» έγιναν συντρίμια ενός οικοδομήματος που δεν άντεχε το φως, έχασε τα χρώματά του και είναι αδύνατον πλέον να συντηρηθεί. Δεν έχει πλέον επάνω του τη σφραγίδα της 'καλής τέχνης', γιατί δεν είναι, εφόσον οι καλές τέχνες απέμειναν χωρίς έμπνευση, χωρίς αλήθεια, νεκρογένεση. Επικράτησε εκείνη η ηλιθιότητα (idiosie) και η δημιουργία καταναλωτικών προϊόντων - έργων, τα οποία συσσωρεύονται στις συλλογές, στα μουσεία, στα σπίτια και στα καταστήματα. Αυτό που διαπιστώνουμε, προπάντων, είναι η αισθητική των συγκεκριμένων προϊόντων, που θέλοντας και μη την καταναλώνουμε.

Μέσα σε αυτό το χάος και την αταξία, από άποψη δημιουργίας, επένδυσης χρόνου και χρήματος αλλά και ψυχικής επένδυσης ένα προϊστορικό εργαλείο, ένα νεοκλασικό κτίσμα, μία τοιχογραφία της Θήρας, ένας πίνακας του Πικάσο αξίζουν την προσοχή μας περισσότερο από τα εικονογραφημένα υπό-προϊόντα, το ποδόσφαιρο ή την ακαλαίσθησία των εφημερίδων, της τηλεόρασης και του διαδικτύου.

Έχει επίσης διαπιστωθεί ότι στο κοινωνικό πεδίο οι νοοτροπίες αλλάζουν πολύ αργά στη βάση¹ και γρηγορα στην κορυφή, επιστρέφουν στη βάση

1. Δημαράς, «Ιστορία της Νεοελληνικής Λογοτεχνίας», σελ. 4, 'Ικαρος 1968.

και ταυτίζονται με τον μανιερισμό, την επανάληψη, την επιστροφή στις ρίζες, τη στιγμή που ακόμα και η κλασική τέχνη δεν μπορεί παρά μόνο να μας εμπνέει.

Ο νεοκλασικισμός κατέρρευσε στην Ευρώπη και μαζί του πήρε εκατομμύρια νέους στους βάρβαρους πολέμους. Η θρησκευτική τέχνη βαδίζει χέρι-χέρι με τις επιχειρήσεις και η Δημοκρατία αναστενάζει χαράσσοντας επίμονα και διακριτικά την παρουσία της σε κάθε είδους συνέλευση ατόμων και προσώπων, εκεί όπου λαμβάνονται οι αποφάσεις γι' αυτό που θα επιλεγεί, γι' αυτό που θα αγοραστεί, γι' αυτό που θα καταναλωθεί. Μία τέτοια συνέλευση είναι άξια της τύχης της, της τέχνης της.

Στην καλύτερη περίπτωση διαπιστώνουμε ότι καταφεύγουμε στους ειδικούς, στους γνώστες των γνωστικών αντικειμένων — τι ορισμός και αυτός, και εκεί τα πράγματα φαίνονται να απλοποιούνται, εφόσον ο γνώστης, ο εξπέρ (expert), ο σύμβουλος θα αναλάβει την ειδική ευθύνη βάζοντας την υπογραφή του. Οπότε δεν απομένει παρά η οικονομική υπηρεσία να ειδοποιήσει το δημιουργό ότι η επιταγή του είναι έτοιμη και μπορεί να περάσει να την πάρει. Ο ρόλος όμως του συμβούλου δεν θα πρέπει να περιορίζεται σε μία στείρα κρίση που διέπεται από τις αρχές του καταναλωτισμού. Ο σύμβουλος, ως ειδήμων, δεν είναι εκείνος που θα υποδείξει στον υποψήφιο συλλέκτη, ίδρυμα ή πινακοθήκη να αγοράσει «συγκεκριμένο έργο, συγκεκριμένου δημιουργού». Αντίθετα, ο σύμβουλος θα πρέπει να προβλέπει τις ανάγκες του παρόντος και του μέλλοντος για έργα, να καθορίσει το είδος των έργων που πρέπει να αγορασθούν και να προτείνει δημιουργούς. Ο ρόλος του συμβούλου είναι να συμβάλλει, εξ ου και ο ορισμός «σύμβουλος». Οι επιτροπές αποφασίζουν τελικά και υπογράφουν, ενώ ο σύμβουλος πρέπει να περιορίζεται στο δύσκολο, αν όχι ακατόρθωτο έργο, να εισηγηθεί αν ένα προϊόν έχει μέλλον, δεδομένου ότι έχει ήδηπραγματοποιηθεί και αν ένας δημιουργός συμβάλλει στη δημιουργία σύγχρονης πολιτιστικής κληρονομιάς.

Υπάρχουν βέβαια, τα κριτήρια διαφόρων κοινωνικών κατηγοριών και η δαπάνη για την αγορά έργων τέχνης υπακούει σε αυτά. Πρόκειται για κριτήρια, μεταξύ άλλων, ενός πλουραλισμού του καιρού που διαρκεί και που δεν μπορεί κανείς να τα αγνοήσει, αφού τα διατυμπανίζουν τα μέσα ενημέρωσης με μία σταθερή δυναμική που συνεχώς ανεβαίνει και καταναλώνεται. Είναι με λίγα λόγια μία αισθητική εμπειρία ευρύτατη, καθώς τα μέσα ενημέρωσης και κυρίως η τηλεόραση εκπέμπουν ασταμάτητα. Μέσα σε αυτόν τον κυκεώνα λόγων και απόψεων είναι δύσκολο να διακρίνει κάποιος και να ορίσει ποια είναι η τέχνη, και μάλιστα η καλή τέχνη. Πώς δηλαδή, να ιεραρχήσει κάποιος όλα αυτά τα κριτήρια των συντηρητικών μαζών, των μεταρρυθμιστών ή των ειδικών σε συνάρτηση με ένα σύστημα τεχνών που εκτείνεται σε τοπικό, σε εθνικό, σε διεθνές και σε παγκόσμιο επίπεδο; Χρειάζεται

μία γνώση ριζικά αποδεκτή ή καλύτερα σχετικά ριζική, δεδομένου ότι ακόμα και στην επιστήμη και πολύ περισσότερο στην τέχνη, δεν υπάρχουν κριτήρια απόλυτης ισχύος. Το γεγονός ότι δεν υπάρχουν κριτήρια στην τέχνη το έχουν τονίσει ιδιαίτερα δημιουργοί της εμβέλειας του Ιάνη Ξενάκη¹. Άλλωστε, κάθε στιγμή κρίνουμε, επιλέγουμε ακόμα και σε ασήμαντα θέματα, όπως τι είδους φαγητό θα φάμε, τι ποτό θα πούμε, τι εικόνα θα αφήσουμε να εισβάλει στο κεντρικό νευρικό μας σύστημα ή τι εικόνα θα δημιουργήσουμε για να βάλουμε εκεί.

Αυτός ο σύγχρονος πλουραλισμός στην τέχνη αξίζει να μελετηθεί και να αναλυθεί από τους ειδικούς, γνώστες των εννοιών της αισθητικής εμπειρίας των κριτηρίων και της κρίσης του γούστου (Καντ - *Jugement de gout*). Βέβαια, η ρήση ότι «όλα είναι σχετικά» πολλές φορές μας οδηγεί να υιοθετήσουμε την άποψη ότι «όλα αξίζουν και δεν ξέρω τι να διαλέξω».

Τι πράττει κανείς εν προκειμένω; Υπενθυμίζει το δίλημμα του Σωκράτη στο διάλογο του Πλάτωνα «Ιππίας Μείζων»², όταν τον ρωτά ο δήθεν φιλοξενούμενός του: «Πες μου Σωκράτη και θέλω να μου απαντήσεις ξεκάθαρα: κάθε μέρα μου μιλάς για τα ωραία έργα, αλλά, όταν σε ρωτώ τι είναι το ωραίο αυτό καθ' εαυτό, δεν ξέρεις να μου απαντήσεις και σε αυτή την περίπτωση πάλι σε ρωτώ: Αξίζει να ζει κανείς ή να πεθάνει;». Από το διάλογο αυτό εμπνεύστηκε ο Σαίξπηρ και εξέφρασε τη ρήση μέσω του ήρωά του 'Αμλετ: «to be or not to be?».

Σήμερα, τα μουσεία, οι αίθουσες τέχνης, οι γκαλερί, τα κέντρα σύγχρονης τέχνης, οι πινακοθήκες, οι διεθνείς εκθέσεις (*biennales*) κ.λπ. παρουνισιάζουν διαρκώς την παραγωγή των καλλιτεχνών με βάση τα κριτήρια που προτείνουν, χωρίς εν τούτοις να υπάρχει παρά την αντίθετη γνώμη τους, μια ενότητα κριτηρίων που θα οδηγούσε ενδεχομένως σε έναν ορισμό, του τι δηλαδή είναι ακριβώς αυτό που λέγεται «σύγχρονη τέχνη». Η έννοια μιας τέχνης χωρίς ορισμό κατέληξε να είναι το κεντρικό σημείο του ορισμού της³. Αντίθετα, το ευρωπαϊκό φορολογικό σύστημα, ακολουθώντας μια ευρωπαϊκή παράδοση της έννοιας «έργο τέχνης», όρισε ως έργο τέχνης, παρά την αμφισβήτηση, την μοναδική παραγωγή — μοναδικό έργο και όχι της σειράς ή αναπαραγωγές, ενός δημιουργού μοναδικού και αδιαίρετου.

Τη νομοθεσία αυτή ακολουθούν όλες οι ευρωπαϊκές χώρες της ένωσης. Στη Γαλλία π.χ. μεταφέρθηκε ως νόμος της 29ης Δεκεμβρίου 1994 ακολου-

1. Ο Ιάνης Ξενάκης τόνιζε στα μαθήματά του το γεγονός ότι στην Τέχνη δεν υπάρχουν κριτήρια. Είχα την τύχη να παρακολουθήσω μαθήματά του στο Τμήμα «Πλαστικών Τεχνών και επιστημών της Τέχνης» στη Σορβόνη τη δεκαετία του '80.

2. Πλάτων, «Ιππίας Μείζων ή περί του καλού», 304 d, ε, εκδόσεις Κάκτος, Αθήνα Νοέμβριος 1993.

3. Yves Michaud «Criteres esthetiques» Chambon, Nimes 1999.

θούμενος από την εφαρμογή του της 17ης Φεβρουαρίου 1995. Το άρθρο αυτού του διατάγματος ακριβολογεί πάνω στην έννοια «έργο τέχνης»¹.

Η δυσκολία ενός ορισμού που θα ικανοποιεί όλα τα γούστα, μάλιστα μέσα στη σύγχυση που προκαλεί ο όρος “μεταμοντέρνο” στην τέχνη, είναι φυσικό να μας αφήνει αμήχανους, όταν πρόκειται να πάρουμε αποφάσεις για την αγορά ενός έργου. Η αποδόμηση του μοντερνισμού δεν αναδύει αυτόματα τη νεωτεριστικότητα σε αδιαμφισβήτητη αξία. Και πώς θα οριστούν τα ηλεκτρονικά έργα, αυτά που κατασκευάζονται με βάση τον προγραμματισμό και εργαλείο τον ηλεκτρονικό υπολογιστή, αυτά που βρίσκονται στους ψηφιακούς αριθμητικούς δίσκους ή αυτά που τυπώνονται απλά στον εκτυπωτή²; Διότι δεν έχει νόημα να ισχυριστούμε πως σε σχέση με την παράδοση η νέα τεχνολογία δεν έχει θέση στον κόσμο της τέχνης. Μάλιστα θα συμφωνήσουμε με τη συγγραφέα Moulin η οποία συμπεραίνει: «Δεν μιλά πλέον κανείς για τους ζωγράφους, τους γλύπτες, τους χαράκτες, τους φωτογράφους, γι’ αυτούς που πραγματοποιούν χάπενινγκ και βίντεο και φίλμ και κλιπ αλλά για τους καλλιτέχνες (artistes) αρτίστες»³.

Από τη μία τεχνική περνάμε στην άλλη σαν διαβατάρικα πουλιά, από τη μια πόλη στην άλλη κι όλα τα θέματα μοιάζουν απελπιστικά αποκαλύπτοντας τη δυσκολία και το πολύπλοκο του εγχειρήματος. Κι αν όντως πρόκειται για κρίση αξιών, αυτή φέρνει την παραδοσιακή και τη μοντέρνα τέχνη στο προσκήνιο της αγοράς, όταν δίπλα δίπλα με τη σύγχρονη τέχνη εκτίθεται και η παλαιά, ώστε να συμβαίνουν οι συγκρίσεις και οι συγκρούσεις. Έτσι ακριβώς συμβαίνει εν μέρει στις εκθέσεις των παλαισιπωλών όταν εκθέτουν παράλληλα ή συγχρόνως με τις αίθουσες σύγχρονης Τέχνης και τους ανεξάρτητους καλλιτέχνες επιχειρηματίες. Εν τούτοις, η ποικιλία των μέσων και τα θέματα που μοιάζουν διόλου δεν μας εμποδίζουν να επανερχόμαστε στην ανάγκη για γνώση της παραγωγής στην αγορά.

1. Moulin, «Le marché de l'art», σελ. 157, εκδ. Champs Flammarion 2003, Παρίσι.

2. Couchot E. et Hillaire N., «L' Art numerique Comment la technologie vient au monde de l'art», Paris, Flammarion, 2003.

3. Moulin, «Le marché de l'art», σελ. 175, Παρίσι 2002.