



Εργαλειοθήκη για τους
επαγγελματίες της
νεολαίας
και της τέχνης

A(rt)ction για την κλιματική αλλαγή

Στο πλαίσιο του έργου A(RT)CTION εκπονήθηκε η παρούσα **εργαλειοθήκη**: αποτελείται από τα συμπεράσματα των ομάδων εστίασης που διεξήγαγε κάθε εταίρος στις 4 χώρες-στόχους και από πρακτικές δεξιότητες που είναι ιδιαίτερα απαραίτητες για τους καλλιτέχνες ως πράσινους επιχειρηματίες, ιδίως για τους εικαστικούς καλλιτέχνες, οι οποίες δεν προσποιούνται ότι είναι αποκλειστικές.

Όλοι έχουμε ακούσει τις στατιστικές για το πόσο δύσκολο είναι να τα καταφέρεις ως καλλιτέχνης. Υπάρχει μεγάλος ανταγωνισμός για τις θέσεις εργασίας στην τέχνη και το κόστος της σχολής τέχνης μπορεί να είναι απαγορευτικό. Αλλά δεν πιστεύουμε ότι αυτές οι στατιστικές αντικατοπτρίζουν με ακρίβεια τις ευκαιρίες που υπάρχουν σήμερα. Η καλλιτεχνική βιομηχανία ακμάζει και είναι ένα εξαιρετικό μέρος για αφοσιωμένους, δημιουργικούς ανθρώπους που μπορούν να βρουν ουσιαστική δουλειά.

Αυτή η εργαλειοθήκη θα σας βοηθήσει να περιηγηθείτε σε αυτόν τον μερικές φορές δύσκολο δρόμο από τον επίδοξο καλλιτέχνη στον επιτυχημένο επαγγελματία. Στόχος μας είναι οι πληροφορίες που παρέχονται εδώ να παρέχουν καθοδήγηση και να βοηθήσουν τους καλλιτέχνες όλων των επιπέδων να πλοηγηθούν επιτυχώς στην καριέρα τους ως πράσινοι φορείς της αλλαγής.



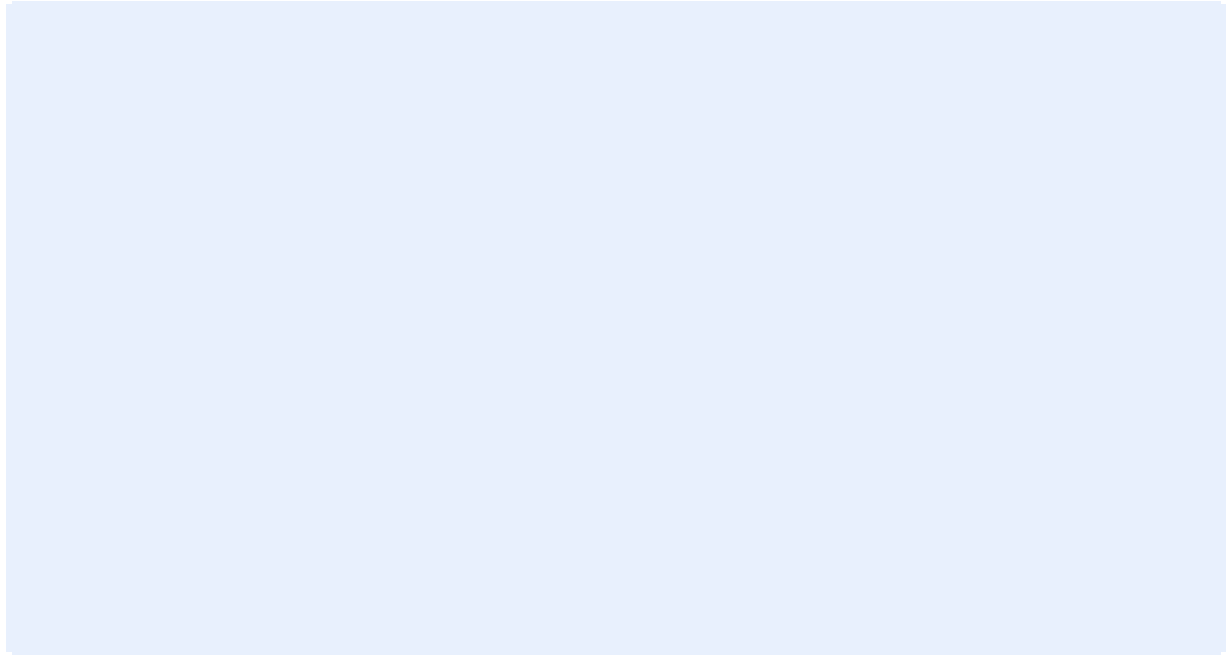
Το περιεχόμενο της παρούσας δημοσίευσης αντιπροσωπεύει τις απόψεις του συγγραφέα και είναι αποκλειστικά δική του/της ευθύνη. Η Ευρωπαϊκή Επιτροπή δεν φέρει καμία ευθύνη για τη χρήση των πληροφοριών που περιέχει.

Πίνακας περιεχομένων

I. Εισαγωγή.....	4
II. Κάθετες δεξιότητες.....	19
Ερευνητικές ικανότητες.....	20
Πράσινο επιχειρηματικό σχέδιο.....	25
Ηγεσία και σταδιοδρομία.....	30
Ανθεκτικότητα.....	34
Πληροφορική και ψηφιακή εξειδίκευση.....	37
Τεχνικές.....	41
Ανάπτυξη κοινού.....	46
III. Οριζόντιες δεξιότητες.....	51
Ευαισθητοποίηση της επωνυμίας της τέχνης σας.....	52
Διαχείριση χρόνου.....	56
Επικοινωνία.....	60
Δικτύωση.....	67
Ιδέα και δημιουργικότητα.....	71
Διαγωνισμός καλλιτεχνών.....	75
Πρόγραμμα καλλιτεχνών.....	79
IV. Άλλοι πόροι.....	84
V. Βιβλιογραφία.....	86

I. Εισαγωγή





Προκειμένου να αναπτυχθεί η παρούσα **εργαλειοθήκη για τη νεολαία και τους επαγγελματίες της τέχνης**, η κοινοπραξία του έργου A(rt)ction for Climate Change πραγματοποίησε συναντήσεις **ομάδων εστίασης** για να συλλέξει τις απόψεις καλλιτεχνών, επαγγελματιών και νέων, καθώς και άλλων σχετικών επαγγελματιών που εργάζονται στον τομέα που σχετίζεται με τη νεολαία, το περιβάλλον και την κλιματική αλλαγή, όπως κοινωνικοί επαγγελματίες, περιβαλλοντολόγοι, επιστήμονες, πάροχοι κατάρτισης, οργανώσεις νεολαίας, εκπαιδευτές νέων κ.λπ.

Η συνεδρίαση περιελάμβανε συζήτηση και διάλογο σχετικά με τα τρέχοντα ζητήματα και τον τρόπο αντιμετώπισής τους μέσω της τέχνης. Οι συνεδρίες που πραγματοποιήθηκαν από τους 7 εταίρους έλαβαν χώρα στις 4 χώρες-στόχους του έργου: Ελλάδα, Ιταλία, Κύπρο και Ισπανία.

Στόχος είναι να δοθούν διορατικές μαρτυρίες από επαγγελματίες σε νέους καλλιτέχνες ως φορείς αλλαγής.

Τα συμπεράσματα από τη συζήτηση παρουσιάζονται εδώ μετά και σύμφωνα με κάθε χώρα-στόχο, προκειμένου να τονιστεί η διαφορά και η σύγκλιση των ιδεών στις τέσσερις ευρωπαϊκές χώρες.

Τα συμπεράσματα είναι τα συνοπτικά ευρήματα από τις διάφορες ομάδες εστίασης ανά χώρα. Θα τονιστεί ότι, καθώς το θέμα αφορά όλους, οι τρέχουσες ανάγκες και ο προτεινόμενος τρόπος αντιμετώπισής τους είναι επίσης πολύ παρόμοιοι στις χώρες-στόχους. Πράγματι, από τα συμπεράσματα προκύπτει σαφώς ότι **η τέχνη και οι δημιουργικές πρακτικές** έχουν τη θέση τους



και τη νομιμοποίησή τους για την ευαισθητοποίηση σχετικά με την κλιματική αλλαγή και τις καταστροφικές συνέπειές της με καινοτόμο τρόπο.

Κύπρος

Ζούμε σήμερα σε μια **κοινωνία της απόρριψης**, όπου χρησιμοποιούμε τους πόρους μας με τρόπο που θα παράγει σκουπίδια ή θα γίνει άλλο ένα σκουπίδι μιας χρήσης. Είναι σαφείς οι καταστροφικές ζημιές της μαζικής κατανάλωσης της κοινωνίας μας, η οποία είναι ορατή παντού και στο περιβάλλον.

Οι περιβαλλοντολόγοι και οι πράσινοι επιχειρηματίες έχουν αναγνωρίσει ότι **η τέχνη αποτελούσε ανέκαθεν ένα μέσο μετασχηματισμού των κοινωνιών και πρόκλησης του κοινού** να σκεφτεί τα πράγματα διαφορετικά.

Πολλοί καλλιτέχνες εργάζονται ήδη για την ευαισθητοποίηση σχετικά με την κλιματική κατάσταση έκτακτης ανάγκης. Κάποιοι από αυτούς εργάζονται με διαφορετικά διάσπαρτα υλικά, εξερευνώντας και πειραματιζόμενοι με πράγματα που βρίσκουν ενδιαφέροντα. Πράγματι, σήμερα, μία από τις δράσεις που θεωρούνται πιο χρήσιμες κατά την ευαισθητοποίηση για την κλιματική αλλαγή είναι η **δημιουργία τέχνης από απορρίμματα**, η ωραιοποίησή τους και η έκθεσή τους πίσω στον κόσμο. Οι καλλιτέχνες έχουν πάντα έναν τρόπο να κάνουν τα πράγματα να φαίνονται πιο όμορφα. Αναφέρεται για αυτή την τεχνική ο Bordallo ένας καλλιτέχνης από την Πορτογαλία, καθώς χρησιμοποιεί επίσης απόβλητα που βρίσκονται σε χωματερές για να δημιουργήσει δωρεάν δημόσια τέχνη για να τη βλέπουν όλοι. Τέτοιοι καλλιτέχνες τονίζουν ότι όλα δεν πρέπει να είναι αναλώσιμα, όλα πρέπει να επαναχρησιμοποιούνται με κάποιο τρόπο και να γίνονται με τον καλύτερο τρόπο που μπορούν να γίνουν.

Όσον αφορά τη σχέση μεταξύ τέχνης και βιώσιμης ζωής, αν και οι καλλιτέχνες δεν θεωρούν τους εαυτούς τους ειδικούς στο θέμα, ανέφεραν ότι σε κάποιους από αυτούς αρέσει να δουλεύουν πολύ με πλαστικό που βρήκαν. Μπορεί να είναι ανταλλακτικά αυτοκινήτων, παλιά κουτιά ή οτιδήποτε άλλο πράγμα που οι άνθρωποι δεν ανακυκλώνουν και πετούν στη φύση, σώζοντας αυτά τα απόβλητα από το να μολύνουν περισσότερο ή να φαγωθούν από τα ζώα.

Οι πράσινοι επιχειρηματίες που ασχολούνται με την επαναχρησιμοποίηση πλαστικών έχουν επίσης δηλώσει ότι, αν και δεν δημιουργούν πραγματικά τέχνη, υπάρχει σίγουρα ένα καλλιτεχνικό στοιχείο. Κατά κάποιον τρόπο, μπορεί επίσης να πει κανείς ότι αυτό είναι που μπορεί να κάνει η τέχνη. Λόγω της συνήθους έλλειψης πόρων, υπάρχει μια δυνατότητα έκφρασης της τέχνης μέσω μιας σειράς δημιουργικών μέσων που οι άλλοι δεν βλέπουν.

Παρ' όλα αυτά, οι μαρτυρίες των καλλιτεχνών δείχνουν ότι υπάρχει γενικά μια **χαμηλή ενασχόληση** με το θέμα της κλιματικής αλλαγής από τους καλλιτέχνες, όπως και από τον πληθυσμό γενικά, δεδομένης της τεράστιας έκτακτης ανάγκης. Ενδεικτικά, ένας τοπικός

καλλιτέχνης δήλωσε ότι κατά τη διάρκεια της καριέρας του, συνάντησε μόνο λίγους ανθρώπους που κάνουν τέχνη από τα απορρίμματα και επίσης δημιουργούν ευαισθητοποίηση για το θέμα. Υπογράμμισε επίσης την επισφάλεια με την οποία έρχονται αντιμέτωποι ορισμένοι καλλιτέχνες, καθιστώντας την αποστολή του παράγοντα αλλαγής πιο δύσκολη. Πράγματι, οι περισσότεροι από τους καλλιτέχνες έχουν και δεύτερη δουλειά, καθώς είναι δύσκολο να πληρώνουν τα έξοδα μόνο με αυτή την ενασχόληση.

Για να ενθαρρύνουν μια "επιτυχημένη" επαγγελματική εξέλιξη ως **φορείς αλλαγής**, οι καλλιτέχνες αναφέρουν ότι η **συνεργασία αποτελεί** πράγματι **βασική συμβουλή** στην καριέρα τους. Η μαρτυρία του καλλιτέχνη Abdul Gany Bande δείχνει κάτι τέτοιο. Ως πρόσφυγας που ήρθε στην Κύπρο από την Ακτή Ελεφαντοστού και ζούσε σε καταυλισμό, η τέχνη ήταν η διέξοδος του και ό,τι ήθελε να κάνει ήταν τέχνη. Προώθησε τη δουλειά του χτυπώντας πόρτες και προσπαθώντας να προσεγγίσει όσο το δυνατόν περισσότερους ανθρώπους. Το να βρει ανθρώπους για να συνεργαστεί και να μοιραστεί το ίδιο πάθος ήταν το πιο σημαντικό πράγμα που τον βοήθησε να αναπτύξει την καριέρα του. Το να είστε **μέλος ενός δικτύου ή μιας παγκόσμιας κοινότητας** είναι επίσης μια σχετική συμβουλή. Είναι χρήσιμο να είσαι μέρος ενός ευρύτερου κοινού που είναι συνειδητοποιημένο και ενεργό στον ίδιο τομέα, ή όχι. Ίσως αυτή η κοινότητα ή το δίκτυο να κατέχει πόρους που είναι ανοιχτοί και που μπορούν να μοιραστούν μέσω του δικτύου.

Όταν πρόκειται για την προσέγγιση των κοινοτήτων και την έναρξη ενός κινήματος αλλαγής συμπεριφοράς, ένας από τους καλύτερους τρόπους για να γίνει αυτό είναι η **εμπλοκή με τις κοινότητες με διαφορετικούς τρόπους**. Ένα στοιχείο σε αυτό είναι η **συνεργασία με άλλα μέρη**, ενσωματώνοντας κάθε στοιχείο μαζί στη δράση τους, όπως η επαναχρησιμοποίηση, η περιβαλλοντική εκπαίδευση κ.λπ. Ένα άλλο σημαντικό στοιχείο είναι η **αξία της εκπαίδευσης** όταν πρόκειται για την ευαισθητοποίηση σχετικά με την κλιματική κρίση.

Αυτές μπορούν να λάβουν διάφορες μορφές, όπως εκδηλώσεις ή εργαστήρια, ειδικά σχεδιασμένα για το είδος του κοινού στο οποίο απευθύνονται (ηλικία, επάγγελμα κ.λπ.). Οι ειδικοί πιστεύουν ότι με αυτόν τον τρόπο μπορούμε να αγγίξουμε τον πυρήνα του κάθε ανθρώπου- και να τονίσουμε γιατί συμβαίνει αυτή η κατάσταση και ότι η **αλλαγή πρέπει να προέλθει από τον καθένα μας**. Εκπαιδευτικές δράσεις, όπως οι επισκέψεις σε σχολεία, είναι επίσης αποδεδειγμένο ότι συμβάλλουν στην καλλιέργεια του περιβαλλοντικού ακτιβιστικού πνεύματος στη μελλοντική γενιά.

Ως πρακτικό παράδειγμα, οι πράσινοι επιχειρηματίες, οι οποίοι διερευνούν τρόπους μετατροπής των πλαστικών απορριμμάτων σε ένα χρήσιμο, ανθεκτικό υλικό μακράς διάρκειας, διηγούνται ότι επισκέπτονταν συχνά ένα ίδρυμα συνταξιούχων ή ανέργων γυναικών, όπου οι τελευταίες συγκεντρώνονταν εβδομαδιαίως για να κάνουν κάθε είδους παραδοσιακές χειροτεχνίες. Καθώς οι περισσότερες από αυτές ήξεραν να ράβουν, τους προτάθηκε η ιδέα να



κατασκευάσουν επαναχρησιμοποιήσιμες τσάντες από τα περισσεύματα των υφασμάτων. Γρήγορα υιοθέτησαν αυτή την ιδέα και άρχισαν να φτιάχνουν τις δικές τους τσάντες, οι οποίες έγιναν και πηγή εισοδήματος για ορισμένες από αυτές.

Τέλος, ο δρόμος για να γίνετε πράσινοι επιχειρηματίας καλλιτέχνης δεν είναι εύκολος. Η κύρια πρόκληση που αντιμετωπίζουν οι καλλιτέχνες κατά την ευαισθητοποίηση για το θέμα έγκειται στην έκφραση των δημιουργιών και του οράματός τους, καθώς θέλουν να αρέσει στον κόσμο, να το υποστηρίξει και να το αγοράσει με έναν ανθεκτικό και βιώσιμο τρόπο, προκειμένου να συνεχίσουν να το κάνουν. Αν και υπάρχει κάποια απροθυμία και διάσπαση απόψεων όσον αφορά τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης, είναι ένα μέσο που μπορεί να μας βοηθήσει σε αυτή τη διαδικασία. Σήμερα παραμένει ένας από τους καλύτερους τρόπους για να το κάνουμε αυτό. Θα πρέπει ωστόσο να αποφύγει κανείς να εξαρτάται από αυτά ως τον μοναδικό τρόπο προβολής της δουλειάς του και να έχει την πρόθεση να **διαφοροποιήσει** τα κανάλια επικοινωνίας του και τον τρόπο εμπλοκής του κοινού του.

Ελλάδα

Η κλιματική αλλαγή επηρεάζει τους πάντες, ανεξάρτητα από το υπόβαθρο ή το επάγγελμα. Σύμφωνα με τους περιβαλλοντολόγους, η κλιματική αλλαγή είναι μια υπαρξιακή απειλή που απαιτεί **συνεργασία σε διάφορους τομείς**, συμπεριλαμβανομένων των τεχνών.

Είναι γνωστό ότι οι καλλιτέχνες μπορούν να αμφισβητήσουν τα κοινωνικά πρότυπα, να προκαλέσουν κριτική σκέψη και να διεγείρουν το διάλογο μέσω του έργου τους. Με την ενσωμάτωση θεμάτων κλιματικής αλλαγής στην τέχνη τους, οι καλλιτέχνες μπορούν να συμβάλουν στη δημιουργία **συλλογικής συνείδησης**, καθώς και να δώσουν τη δυνατότητα και να παρακινήσουν τα άτομα να αναλάβουν δράση για ένα βιώσιμο μέλλον. Η τέχνη έχει πράγματι τη δύναμη να **υπερβαίνει τη γλώσσα και τον πολιτισμό**, καθιστώντας την αποτελεσματικό εργαλείο για την εμπλοκή του ευρύτερου κοινού στην κατανόηση και την αντιμετώπιση της κλιματικής αλλαγής. Μπορεί να γεφυρώσει χάσματα, να υπερβεί εμπόδια και να φέρει τους ανθρώπους κοντά.

Οι καλλιτέχνες διαδραματίζουν καθοριστικό ρόλο στην εμπλοκή του ευρύτερου κοινού μέσω της δημιουργικής έκφρασης. Διαθέτουν μια μοναδική προοπτική και ένα δημιουργικό όραμα που μπορούν να επικοινωνήσουν τον επείγοντα χαρακτήρα και τη σοβαρότητα της κλιματικής κρίσης. Το έργο τους μπορεί να καταλύσει την αλλαγή: να εμπνεύσει τα άτομα να επανεκτιμήσουν τον τρόπο ζωής τους, να υποστηρίξουν ανανεώσιμες λύσεις και να απαιτήσουν περιβαλλοντική δικαιοσύνη. Η εμπλοκή των καλλιτεχνών στη συζήτηση για την κλιματική αλλαγή συμβάλλει στη **διεύρυνση της συζήτησης, καθιστώντας την πιο προσιτή και κατανοητή στο κοινό**.

Οι μαρτυρίες των επαγγελματιών της τέχνης δείχνουν ότι οι δημιουργικές εκφράσεις μπορούν να ευαισθητοποιήσουν το κοινό σε περιβαλλοντικά θέματα. Μπορούν να δημιουργήσουν οπτικά σαγηνευτικά έργα τέχνης που αναδεικνύουν την ομορφιά και την ευθραυστότητα του φυσικού κόσμου, προκαλώντας συναισθήματα και καλλιεργώντας την αίσθηση της σύνδεσης. Οι εκθέσεις τέχνης, οι εγκαταστάσεις και τα δημόσια έργα τέχνης μπορούν να αποτελέσουν ισχυρές πλατφόρμες για την εμπλοκή του κοινού, την πρόκληση συζητήσεων και την ενθάρρυνση του προβληματισμού σχετικά με τα περιβαλλοντικά ζητήματα.

Η διεπιστημονική συνεργασία αποτελεί βασικό στοιχείο για την ευαισθητοποίηση του κοινού. Οι καλλιτέχνες μπορούν να συνεργαστούν με περιβαλλοντικές οργανώσεις, επιστήμονες, ακτιβιστές κ.λπ. για να δημιουργήσουν διεπιστημονικά έργα που γεφυρώνουν την τέχνη, την επιστήμη, ..., και την υπεράσπιση. Για τους κοινωνικούς επαγγελματίες, η εμπλοκή του κοινού

σε περιβαλλοντικά ζητήματα απαιτεί επίσης **εκπαίδευση και ενδυνάμωση** τόσο για τον καλλιτέχνη όσο και για το κοινό. Οι επαγγελματίες της τέχνης θα πρέπει πράγματι να εμβαθύνουν στην κατανόηση των περιβαλλοντικών προκλήσεων που αντιμετωπίζουμε σήμερα και άλλων συναφών θεμάτων. Για το κοινό αυτό μεταφράζεται σε εργαστήρια, κοινοτικές εκδηλώσεις και διαδραστικές συνεδρίες- για την παροχή γνώσεων, εργαλείων και πόρων ώστε τα άτομα να γίνουν ενεργοί συμμετέχοντες στις προσπάθειες βιωσιμότητας. Οι γνώσεις αυτές θα αποτελέσουν ένα στέρεο θεμέλιο για τη **δημιουργία έργων τέχνης με αντίκτυπο και ενημέρωση**. Τέλος, η **αποτελεσματική αφήγηση ιστοριών** διαδραματίζει ζωτικό ρόλο στην ευαισθητοποίηση του κοινού.

Για παράδειγμα, όλα αυτά τα στοιχεία μπορούν να υλοποιηθούν μέσω της συνεργασίας μεταξύ καλλιτεχνών, κινηματογραφιστών και επαγγελματιών των μέσων μαζικής ενημέρωσης για την ανάπτυξη συναρπαστικών αφηγήσεων που επικοινωνούν τον επείγοντα χαρακτήρα και τις συνέπειες των περιβαλλοντικών προκλήσεων. Μέσω ντοκιμαντέρ, φωτογραφιών και ψηφιακών μέσων, οι ιστορίες αυτές φτάνουν σε ένα ευρύτερο κοινό, προκαλούν ενσυναίσθηση και εμπνέουν δράση.

Στις προϋπάρχουσες προκλήσεις που αντιμετωπίζουν οι επαγγελματίες της τέχνης προστίθενται και αυτές που συνδέονται με το ίδιο το φαινόμενο, ιδίως κατά την ευαισθητοποίηση σχετικά με αυτό.

Οι οικονομικές δυσκολίες θεωρούνται το σημαντικότερο εμπόδιο. Η χρηματοδότηση και η υποστήριξη για έργα τέχνης που επικεντρώνονται σε περιβαλλοντικά θέματα μπορεί να είναι περιορισμένη. Οι καλλιτέχνες συχνά αγωνίζονται να εξασφαλίσουν πόρους και ευκαιρίες για να παρουσιάσουν το έργο τους.

Μια άλλη μεγάλη πρόκληση είναι η προσέγγιση ενός **ευρέος και διαφορετικού κοινού**. Τα περιβαλλοντικά θέματα μπορεί να είναι πολωτικά και είναι σημαντικό να ξεπεραστούν οι προϋπάρχουσες προκαταλήψεις και να εμπλακούν κοινότητες που μπορεί αρχικά να μην είναι δεκτικές. Επιπλέον, τα περιβαλλοντικά ζητήματα συχνά ανταγωνίζονται για την προσοχή του κοινού με άλλες επείγουσες ανησυχίες. Μπορεί να είναι δύσκολο να επικοινωνηθεί ο επείγων χαρακτήρας της κλιματικής αλλαγής και η διασύνδεσή της με διάφορα κοινωνικά ζητήματα.

Τέλος, η παραπληροφόρηση και ο σκεπτικισμός των ατόμων μπορεί επίσης να είναι μια άλλη σημαντική πρόκληση. Η αντιμετώπισή τους απαιτεί την παροχή τεκμηριωμένων πληροφοριών, την προώθηση της κριτικής σκέψης και την κατάρτιση των μύθων. Μερικές φορές, αυτό μπορεί να είναι πιο δύσκολο όταν αντιμετωπίζουμε επίμονα και απρόθυμα άτομα.

Τέλος, όσον αφορά την καλλιτεχνική προσέγγιση, η εξέταση της προσωπικής σας σχέσης με το περιβάλλον, ο προβληματισμός για το πώς η κλιματική αλλαγή και τα περιβαλλοντικά ζητήματα επηρεάζουν τη ζωή σας και τον κόσμο γύρω σας, επιτρέπουν περισσότερη καλλιτεχνική έμπνευση. Αυτή η ενδοσκόπηση θα σας επιτρέψει να εμπλουτίσετε το έργο σας με αυθεντικότητα και γνήσιο πάθος. Η συνεχής εξερεύνηση νέων καλλιτεχνικών τεχνικών και μέσων επιτρέπει την αλληλεπίδραση με το περιβάλλον με καινοτόμους τρόπους, όπως ο πειραματισμός με βιώσιμα υλικά και πρακτικές για την ελαχιστοποίηση του περιβαλλοντικού αποτυπώματος των έργων τέχνης.

Ιταλία

Η ομορφιά της γης αποτελεί πηγή έμπνευσης για τους καλλιτέχνες: καθώς οι καλλιτέχνες την έβλεπαν να απειλείται, άρχισαν να μιλούν γι' αυτήν. Η αξία της τέχνης είναι να **ανοίγει τα μάτια μας στις ιστορικές συνθήκες της εποχής μας**, να μας κάνει να καταλάβουμε κάτι περισσότερο για εμάς.

Ο ρόλος των καλλιτεχνών ήταν πάντα να είναι σχολιαστές και εκπαιδευτές. Σήμερα η κλιματική αλλαγή είναι ένα συνηθισμένο θέμα και αποτελεί ένα από τα πιο γόνιμα θέματα της σύγχρονης καλλιτεχνικής έκφρασης. Υπάρχουν πολλά παραδείγματα έργων τέχνης που στοχεύουν στην ευαισθητοποίηση για το θέμα αυτό: ορισμένα καταδικάζουν και ενημερώνουν, χρησιμοποιώντας και επιστημονικά δεδομένα- άλλα εστιάζουν περισσότερο στη σύνδεση με τη φύση, για παράδειγμα παρουσιάζοντας με ανθρωπολογική οπτική πρακτικές και αρχαίες τελετουργίες από διαφορετικούς πολιτισμούς. Το πρώτο σας σπρώχνει το δράμα της περιβαλλοντικής κρίσης κατάμουτρα, το άλλο σας κάνει να ανακαλύψετε εκ νέου τη βαθιά σύνδεση που έχουν τα ανθρώπινα όντα με τη φύση.

Η τέχνη είναι ένα σπουδαίο εργαλείο για να δείξουμε στους ανθρώπους θετικά πράγματα, αλλά πρέπει να δουλέψουμε και να παράγουμε εντυπωσιακά μηνύματα, ιδίως την αλήθεια, επειδή περιβαλλόμαστε από ψέματα. Η τέχνη μπορεί πράγματι να ανοίξει τα μάτια μας, ξυπνώντας ξανά τις αισθήσεις μας, που όλο και περισσότερο μουδιάζουν από τη γνώση μέσω των μέσων κοινωνικής δικτύωσης. Είναι σημαντικό να κάνουμε τους ανθρώπους να κατανοήσουν τη σοβαρότητα της κλιματικής κρίσης, αλλά και να τους ενημερώσουμε για τις δράσεις που πρέπει να αναληφθούν για την καταπολέμησή της. Τα πιο αποτελεσματικά εργαλεία των καλλιτεχνών για να προσεγγίσουν το κοινό είναι οι εκδηλώσεις και όλες οι δραστηριότητες που πραγματοποιούνται σε χώρους όπου υπάρχει ορατότητα: στο δρόμο, στις πλατείες, στα χωριά in grimis, στα μουσεία, στις γκαλερί, στα ιδρύματα.

Οι συμμετοχικές δραστηριότητες είναι επίσης σημαντικές για την ανάδειξη πρακτικών εναλλακτικών λύσεων στις παραδοσιακές μη οικολογικές μεθόδους παραγωγής και δημιουργίας. Μέσω του έργου τους, οι καλλιτέχνες συμβάλλουν στην οικολογική εκπαίδευση και το κάνουν για παράδειγμα μέσω των υλικών, των μεθόδων και των εργαλείων. Ορισμένες φορές το ίδιο το περιεχόμενο περιέχει περιβαλλοντικά μηνύματα, αλλά αυτό είναι δευτερεύον σε σχέση με το παράδειγμα που ένας καλλιτέχνης έχει την ευθύνη να δώσει **μειώνοντας την κατανάλωση και τα απόβλητα**.

Ως παράδειγμα, η τοιχογραφία *Sea Level Rise*, που δημιούργησε ο Ρωμαίος περιβαλλοντικός καλλιτέχνης-μηχανικός Andreco στο Μεγάλο Κανάλι της Βενετίας: μπλε γραμμές σε κίτρινο φόντο σηματοδοτούν τα σημεία όπου η στάθμη της θάλασσας θα ανέβει αν δεν σταματήσουμε την υπερθέρμανση του πλανήτη. Εκτός από τις γραμμές, εμφανίζονται οι τύποι, τα σύμβολα και τα ακρωνύμια που defινίζουν στην επιστημονική γλώσσα τη συγκέντρωση του διοξειδίου του άνθρακα στην ατμόσφαιρα. Το έργο σχεδιάστηκε μελετώντας επιστημονικές δημοσιεύσεις και εκθέσεις. Μια άλλη εικονογράφηση από τον καλλιτέχνη Lodigiano Dem, με το **La Tana- nidificare i Paduli il Puglia**, δημιούργησε ένα νεο-χωρικό έργο για τη βιώσιμη διαβίωση, επιτρέποντας στους επισκέπτες να έχουν μια οικεία και αρχαϊκή εμπειρία με τη φύση, υποδηλώνοντας την ομορφιά και την αναγκαιότητα της συνύπαρξης με σεβασμό στη φύση ως το σπίτι μας. Το καταφύγιο χτίστηκε εξ ολοκλήρου με άχρηστα υλικά από την τοπική γεωργία από τον καλλιτέχνη με τη βοήθεια μηχανικών και βιολόγων καθώς και των ντόπιων, οι οποίοι εργάστηκαν όλοι μαζί για να δημιουργήσουν αυτό το φυσικό σπίτι.

Ωστόσο, η τέχνη είναι επίσης περιορισμένη, μιλάει σε όσους έχουν πάθος γι' αυτήν. Είναι εξίσου σημαντικό όσο και προκλητικό να προσεγγίσουμε ένα ευρύτερο κοινό, και κυρίως για τους πράσινους καλλιτέχνες να εκπληρώσουν την αποστολή τους ως παράγοντες αλλαγής. Για παράδειγμα, για να προσεγγίσει περισσότερους ανθρώπους, το *Cinéma du désert*, ένας ηλιακός και περιπλανώμενος κινηματογράφος, πηγαίνει σε γειτονιές, ιδίως εργατικές, για να οργανώσει προβολές που περνούν μηνύματα προσπαθώντας να εκπαιδεύσει τις "μάζες".

Όσον αφορά το μήνυμα, ένα από τα πιο σημαντικά στοιχεία για την ευαισθητοποίηση του κοινού σε αυτά τα θέματα είναι να κατανοήσει ότι είμαστε ένα ελάχιστο μέρος αυτού του πλανήτη και της ιστορίας του και, επομένως, τα προβλήματά μας είναι πραγματικά ασήμαντα. Δεύτερον, να τους δώσουμε να καταλάβουν ότι είμαστε απείρως μικροί και μετράμε απείρως πολλά. Στην πραγματικότητα, ο τρόπος ζωής μας έχει ανατρέψει τις σχέσεις μέσα στη φύση. Επομένως, είναι θέμα προώθησης ενός οράματος που δεν είναι ανθρωποκεντρικό, αλλά πιο σφαιρικό.

Το ταξίδι προς το να γίνεις καλλιτέχνης και ειδικά πράσινος καλλιτέχνης δεν είναι εύκολος δρόμος. Μερικές φορές γίνεσαι καλλιτέχνης κατά τύχη επειδή έχεις κάτι να πεις. Υπάρχουν πολλά επίπεδα της τέχνης, ο κλάδος που αφορά την ευαισθητοποίηση για περιβαλλοντικά ζητήματα είναι πιθανότατα όχι ο πιο δημοφιλής.

Για τους νέους καλλιτέχνες μια σημαντική σύσταση είναι να **μη σταματούν και να κάνουν πάντα περισσότερα**. Στις περισσότερες περιπτώσεις, οι καλλιτέχνες δεν το κάνουν για τα χρήματα αλλά για να εκφραστούν επειδή έχουν κάτι να μοιραστούν. Όσο για τους πράσινους καλλιτέχνες, πρέπει να προσπαθούν να ζουν με τρόπο που να συνάδει με αυτό που θέλουν να επικοινωνήσουν. Για να περάσουν ένα μήνυμα, είναι σημαντικό να **είναι μέρος αυτής της**

αλλαγής και όχι απλώς να την προωθούν. Ως παράδειγμα, ο Davide, συνιδρυτής του Cinéma du desert, και η οικογένειά του έχουν κάνει το όραμά τους για τη ζωή στυλ, τρόπο ζωής. Ζουν σε ένα φορητό, με καταμετρημένη ενέργεια, καταμετρημένους υδάτινους πόρους. Έχουν έναν πράσινο τρόπο ζωής.

Τέλος, η τέχνη είναι ένας τομέας όπου η εργασία είναι αυστηρά προσωπική, δεν μπορεί να υπάρξει δημιουργική ηγεσία. Ορισμένες βασικές δεξιότητες για έναν καλλιτέχνη είναι να πιστεύει σε αυτό που κάνει, να είναι ανθεκτικός, να δοκιμάζει κάθε είδους στρατηγικές για να διεγείρει την αίσθηση της μεταμόρφωσης του, να ξέρει να είναι χαμαιλέοντας, να μην τα παρατάει (παράλληλες στρατηγικές επιβίωσης). Η βιομηχανία της τέχνης προσπαθεί να μας πείσει ότι η καλλιτεχνική επωνυμία είναι απαραίτητη, αλλά δεν είναι. Υπάρχει ένα αναγνωρίσιμο στυλ πέρα από το δομημένο εμπορικό σήμα.

Ισπανία

Επαγγελματίες που εργάζονται στον τομέα αυτό δήλωσαν ότι εξακολουθεί να υπάρχει μεγάλη άγνοια για το θέμα από την κοινωνία αλλά και από τους καλλιτέχνες και ότι πρέπει να γίνει πολλή δουλειά. Η αντιμετώπιση του ζητήματος είναι μια διαδικασία που αφορά όλους και όλες. Από **τώρα, βρισκόμαστε στη βάση ενός δέντρου που ο καθένας πρέπει να σκαρφαλώσει και όπου ο ένας πρέπει να βοηθήσει τον άλλον.**

Ωστόσο, σύμφωνα με τους επαγγελματίες, υπάρχει ακόμη πολύς δρόμος να διανυθεί. Πράγματι, υπάρχει η αίσθηση ότι όλα όσα συμβαίνουν (παντού) είναι αρκετά ασυνάρτητα. Δεν υπάρχουν σαφείς πολιτικές, ιδίως στο θέμα της "ανάπτυξης". Το ενδιαφέρον εστιάζεται περισσότερο στην ανακύκλωση, για παράδειγμα, παρά στη μείωση της παραγωγής. Με την τρέχουσα κατάσταση, δεν είναι πλέον δυνατόν να συνεχίσουμε να καταναλώνουμε όπως κάνουμε τώρα. Έχοντας επίγνωση του κοινωνικοοικονομικού και περιβαλλοντικού αντίκτυπου των συνηθειών μας, οι επαγγελματίες έχουν ευαισθητοποιηθεί σχετικά με το θέμα και τις τρέχουσες ανάγκες μας: **να μειώσουμε και να μειώσουμε.** Εννοώντας την επιτάχυνση της μείωσης της κατανάλωσης, και όχι τόσο της ανακύκλωσης, και κυρίως την επανασύνδεση με τη φύση σε όλες τις πτυχές της ζωής, για παράδειγμα μέσω των βιοϋλικών ή του αναγεννητικού σχεδιασμού κ.λπ.

Ένας αποτελεσματικός τρόπος ευαισθητοποίησης για την κλιματική κρίση είναι η αντιμετώπισή της μέσα από **νέες αφηγήσεις**, πιο ανοιχτές που μας δίνει η καλλιτεχνική δημιουργία, αναζητώντας γλώσσες, εκφράσεις και τρόπους για να προσεγγίσουμε αποτελεσματικά το κοινό και εναλλακτικά προς τα συνήθη κανάλια. Νέες αφηγήσεις, που θα επιτρέψουν να δούμε τον κόσμο με διαφορετικό τρόπο, να μετασχηματίσουμε απόψεις και να λειτουργήσουμε ως γέφυρα μεταξύ διαφορετικών κλάδων. Αφηγήσεις που δηλώνουν την πραγματικότητα και την τρέχουσα κατάσταση χωρίς να πέφτουν σε αφέλεια, αλλά με πρόθεση να ανατρέψουν την κατάσταση.

Η σχέση μεταξύ των καλλιτεχνών, ιδίως των πράσινων εικαστικών καλλιτεχνών, των έργων τους και των επιπτώσεών τους στο περιβάλλον μπορεί να είναι πολύπλοκη. Ενώ ευαισθητοποιούν για τα θέματα αυτά μέσω της τέχνης τους, οι καλλιτέχνες μπορεί να υιοθετήσουν ένα στυλ ή να χρησιμοποιήσουν υλικά ή εργαλεία που σε κάποιο βαθμό θα παράγουν πολλά στερεά απόβλητα, γεγονός που έρχεται σε αντίθεση με την κλίση τους ως παράγοντες για την κλιματική αλλαγή. Ένα άλλο ζήτημα που αντιμετωπίζουν οι καλλιτέχνες είναι η ικανότητά τους να επικοινωνούν ή να πωλούν την τέχνη τους. Με άλλους όρους, η ικανότητά τους να προσεγγίσουν το κοινό. Υπάρχει έλλειψη κατάρτισης, ιδίως για το πώς να επικοινωνήσεις αυτό που έχεις κάνει για να προσεγγίσεις περισσότερους ανθρώπους ή πώς να τοποθετηθείς σε έναν χώρο όπου

μπορείς να προσεγγίσεις περισσότερους ανθρώπους. Από καλλιτεχνική άποψη, υπάρχει επίσης μεγάλη παραπληροφόρηση και παραπληροφόρηση, ιδίως από τους εικαστικούς καλλιτέχνες. Υπάρχει ήδη πολύς λόγος για την κλιματική αλλαγή, αλλά οι καλλιτέχνες γενικά δεν έχουν τις πληροφορίες για να συμβάλουν στον αγώνα με ατομικό τρόπο. Υπάρχει έλλειψη γνώσεων για να αναλάβουν δράση, μεταξύ άλλων και για τους Στόχους Βιώσιμης Ανάπτυξης, οι οποίοι εξακολουθούν να είναι αρκετά συγκεχυμένοι για πολλούς ανθρώπους.

Σε αυτό το πλαίσιο, η πορεία προς την επιτυχία για τους πράσινους καλλιτέχνες περιλαμβάνει **εκπαίδευση και συνδημιουργία σε συνεργασία**. Με την πάροδο των ετών η έμφαση έχει μετατοπιστεί: είναι σπουδαίο να μοιράζεσαι γνώσεις, να προσφέρεις ευαισθητοποίηση και νέα μάθηση, να προσφέρεις κατάρτιση, αλλά η πραγματική δύναμη έγκειται στο γεγονός ότι ο καθένας μέσα σε μια συλλογικότητα ή ένα κίνημα μπορεί να κάνει αυτό που ξέρει καλύτερα. Το καλλιτεχνικό και δημιουργικό άτομο, που έχει την ικανότητα να δημιουργεί ένα οπτικό μήνυμα, μπορεί να εστιάσει την ενέργειά του σε αυτό που κάνει καλύτερα. Με αυτόν τον τρόπο δεν σπαταλούν ενέργεια στο να προσπαθούν να μάθουν κάτι που δεν είναι εξ ολοκλήρου ο τομέας τους. Με άλλους όρους, οι συνεργασίες μέσω αυτού του καταμερισμού δεξιοτήτων, καθηκόντων, ευθυνών που επιτρέπει σε κάθε άτομο να απολαμβάνει περισσότερο αυτό που κάνει καλύτερα.

Στα σενάρια όπου υπάρχει συνεργασία, οι καλλιτέχνες θα πρέπει να έχουν κατά νου την επιβολή αλλά και την πιθανή απώλεια αντίκτυπου. Στις συμμετοχικές διαδικασίες, το αποτέλεσμα δεν αποτελεί έκπληξη, διότι όλα είναι σεναριακά σχεδιασμένα, όλα είναι πολύ συμφωνημένα. Το αποτέλεσμα καταλήγει να είναι ένα μέρος με ένα στοιχείο που οι άνθρωποι που συμμετέχουν ήδη γνωρίζουν και η αντίδραση είναι εξίσου επιβεβλημένη. Αντίθετα, όταν ένας καλλιτέχνης ή μια συλλογικότητα δημιουργεί μια τέχνη ή μια τάση ανεξάρτητα, το εκπληκτικό μέρος μπορεί να δημιουργήσει την απροσδόκητη συνειδητοποίηση. Για παράδειγμα, η δημιουργία αφισών σε μια διαδήλωση που δεν έχουν καμία σχέση με τη διαδήλωση ή η δημιουργία γκράφτι. **Για να προκαλέσετε αντίκτυπο, μερικές φορές δουλεύοντας ανεξάρτητα και χωρίς να παρουσιάσετε ένα έργο προηγουμένως, μπορείτε να δημιουργήσετε μια κάποια έκπληξη τη στιγμή της αποκάλυψης του έργου σας.**

Ένα παράδειγμα συνεργασίας είναι η διάδοση της επιστημονικής γνώσης μέσω δημιουργικών αφηγήσεων, είτε πρόκειται για σχεδιασμό είτε για τέχνη είτε για κάτι άλλο. Ένα άλλο παράδειγμα είναι η **συνδημιουργία** μιας τοιχογραφίας για την κοινότητα. Ίσως με κάποιον που παρέχει τα κεφάλαια και τα υλικά, κάποια άλλη οντότητα ή πρόσωπο που βοηθά στην επικοινωνία.

Τούτου λεχθέντος, **όλες οι μεθοδολογίες είναι καλές, είναι πολλαπλές και δεν είναι αποκλειστικές**. Στο τέλος της ημέρας, εξαρτάται από τη δημιουργική διαδικασία του κάθε

καλλιτέχνη, αν δημιουργεί ανεξάρτητα ή συλλογικά. Το πιο σημαντικό στοιχείο είναι ότι δημιουργούν μια **τέχνη που ενσωματώνει**, μια τέχνη που παρατηρεί τη διαφορετικότητα και η οποία συμπεριλαμβάνει και ενσωματώνει σε κοινωνικό επίπεδο όλες τις διαφορετικότητες.

Τέλος, πρέπει να θυμόμαστε ότι για να αλλάξουμε ένα σύστημα πρέπει να μιλάμε τη γλώσσα του συστήματος και να μιλάμε πιο δυνατά από το σύστημα. Έτσι, αν μπορούμε στο σύστημα στο οποίο ζούμε, τον καπιταλισμό, που δημιουργεί την τρέχουσα κατάσταση της υπερθέρμανσης του πλανήτη, πρέπει να είμαστε σε θέση να δημιουργήσουμε ένα χώρο διαλόγου με το σχετικό κοινό σε μια γλώσσα που καταλαβαίνει.

II. Κάθετες δεξιότητες



Ερευνητικές ικανότητες

"Κάθε καλλιτέχνης πρέπει να ζει με αυτές τις λέξεις: Ποτέ μην αισθάνεστε άσχημα για την επιτυχή πώληση των δημιουργιών σας. Ποτέ μην αισθάνεστε άσχημα για τη δημιουργία τέχνης που δεν μπορείτε να πουλήσετε".

(Marc Ecko, 2015)



Οι καλλιτέχνες σήμερα δεν είναι μόνο δημιουργοί αλλά και επιχειρηματίες που πρέπει να περιηγηθούν στο πολύπλοκο τοπίο των πωλήσεων, της δικτύωσης και του μάρκετινγκ για να επιτύχουν σε μια ανταγωνιστική αγορά. Η αποτελεσματική έρευνα διαδραματίζει κρίσιμο ρόλο στην ενδυνάμωση των καλλιτεχνών να συνδεθούν με πιθανούς αγοραστές, να δημιουργήσουν ισχυρά δίκτυα και να ξεπεράσουν τις προκλήσεις που σχετίζονται με την εμπορία του έργου τους (Davey, 2020). Σε αυτό το κεφάλαιο, διερευνούμε τις στρατηγικές που μπορούν να χρησιμοποιήσουν οι καλλιτέχνες για να βρουν ανθρώπους να αγοράσουν το έργο τους, να δημιουργήσουν ένα ισχυρό δίκτυο εντός της βιομηχανίας της τέχνης και να αντιμετωπίσουν τις δυσκολίες που αντιμετωπίζουν κατά την εμπορία των δημιουργιών τους. Αξιοποιώντας τις ερευνητικές δεξιότητες, οι καλλιτέχνες μπορούν να ενισχύσουν τις ικανότητές τους για να ευδοκιμήσουν στον σύγχρονο κόσμο της τέχνης (Sullivan, 2006).

Ο ΚΡΙΣΙΜΟΣ ΡΟΛΟΣ ΤΗΣ ΕΡΕΥΝΑΣ ΓΙΑ ΤΟΥΣ ΚΑΛΛΙΤΕΧΝΕΣ

Η αποτελεσματική έρευνα είναι συχνά το ζητούμενο για την επιτυχία ενός καλλιτέχνη στο οικοσύστημα της σύγχρονης τέχνης. Η ικανότητα συλλογής πληροφοριών, εντοπισμού τάσεων και σύνδεσης με πιθανούς αγοραστές και συναδέλφους καλλιτέχνες παίζει σημαντικό ρόλο στη βιωσιμότητα και την ανάπτυξη της καριέρας ενός καλλιτέχνη (Sullivan, 2006). Στο σύγχρονο καλλιτεχνικό τοπίο, ένας καλλιτέχνης μπορεί να χρειάζεται όχι μόνο να είναι δημιουργικός αλλά και να έχει την ικανότητα να σκέφτεται ως επιχειρηματίας (H, 2022).

Αξιοποιώντας την έρευνα, οι καλλιτέχνες μπορούν να εντοπίσουν πιθανούς αγοραστές, να δημιουργήσουν ουσιαστικές συνδέσεις και να αντιμετωπίσουν τεχνικές μάρκετινγκ που θα

τους υποστηρίξουν στο δημιουργικό, αλλά και απαιτητικό ταξίδι της βιοπορισμού από την πώληση της τέχνης τους (Thurston, 2018).

ΕΥΡΕΣΗ ΑΤΟΜΩΝ ΓΙΑ ΤΗΝ ΑΓΟΡΑ ΕΡΓΩΝ ΤΕΧΝΗΣ

Η πώληση έργων τέχνης αποτελεί πρωταρχικό μέλημα για τους καλλιτέχνες. Η αποτελεσματική έρευνα επιτρέπει στους καλλιτέχνες να κατανοήσουν το κοινό στο οποίο απευθύνονται και να προσαρμόσουν ανάλογα τις δημιουργίες τους (Sullivan, 2006). Διάφορες στρατηγικές μπορούν να βοηθήσουν τους καλλιτέχνες στην εξεύρεση δυνητικών αγοραστών:

- **Ανάλυση αγοράς**

Η ενδελεχής έρευνα των τρεχουσών τάσεων και απαιτήσεων της αγοράς επιτρέπει στους καλλιτέχνες να δημιουργούν έργα τέχνης που βρίσκουν απήχηση στους αγοραστές. Αυτό περιλαμβάνει την ανάλυση των έργων επιτυχημένων καλλιτεχνών, την κατανόηση των δομών τιμολόγησης και την αναγνώριση των αναδυόμενων θεμάτων (Davey, 2020). Η επίσκεψη σε γκαλερί τέχνης, διαδικτυακές πλατφόρμες και εκθέσεις παρέχει πληροφορίες σχετικά με το τι είναι σήμερα δημοφιλές.

- **Εκδηλώσεις και εκθέσεις τέχνης**

Η έρευνα και η συμμετοχή σε εκθέσεις τέχνης, εργαστήρια, σεμινάρια και συνέδρια παρέχουν ευκαιρίες να συναντήσετε συναδέλφους καλλιτέχνες, ενθουσιώδεις καλλιτέχνες και πιθανούς αγοραστές. Αυτές οι εκδηλώσεις προσφέρουν μια πλατφόρμα για να συνδεθείτε και να μοιραστείτε εμπειρίες, οδηγώντας σε πολύτιμες σχέσεις (Thurston, 2018).

- **Διαδικτυακές πλατφόρμες**

Οι διαδικτυακές αγορές τέχνης, τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης και οι ιστότοποι καλλιτεχνών παρέχουν στους καλλιτέχνες παγκόσμια προβολή. Η έρευνα των πλατφορμών που ταιριάζουν με το στυλ και τους στόχους τους επιτρέπει στους καλλιτέχνες να προβάλλουν το έργο τους σε ένα ευρύτερο κοινό και να αλληλεπιδρούν άμεσα με πιθανούς αγοραστές. Οι καλλιτέχνες πρέπει να ερευνούν τις πλατφόρμες που ευθυγραμμίζονται καλύτερα με το κοινό-στόχο τους (H, 2022). Η εκμάθηση του τρόπου λειτουργίας των αλγορίθμων και η προσαρμογή του περιεχομένου για τη μεγιστοποίηση της προβολής είναι απαραίτητη.

ΟΙΚΟΔΟΜΗΣΗ ΕΝΟΣ ΔΙΚΤΥΟΥ ΣΤΟΝ ΚΑΛΛΙΤΕΧΝΙΚΟ ΚΛΑΔΟ

Η δικτύωση συμβάλλει καθοριστικά στην επέκταση της εμβέλειας και των ευκαιριών ενός καλλιτέχνη. Η δημιουργία ενός ισχυρού δικτύου συναδέλφων καλλιτεχνών, συλλεκτών, ιδιοκτητών γκαλερί και επιμελητών ενισχύει την προβολή και την αξιοπιστία ενός καλλιτέχνη. Η αποτελεσματική έρευνα δίνει τη δυνατότητα στους καλλιτέχνες να εντοπίζουν πρόσωπα με επιρροή και να δημιουργούν ουσιαστικές συνδέσεις (Thurston, 2018). Βλέπε Βασικές στρατηγικές περιλαμβάνουν:

- **Κοινότητες καλλιτεχνών**

Η έρευνα τοπικών ή διαδικτυακών κοινοτήτων καλλιτεχνών παρέχει στους καλλιτέχνες μια πλατφόρμα για να μοιράζονται εμπειρίες, να ανταλλάσσουν ιδέες και να συνεργάζονται σε έργα. Μπορεί επίσης να προσφέρει την ευκαιρία να γνωρίσουν κριτικούς τέχνης, επιμελητές, ιδιοκτήτες γκαλερί και καταξιωμένους καλλιτέχνες, οι οποίοι μπορούν να προσφέρουν πολύτιμα σχόλια και ευκαιρίες για ανάπτυξη, ενισχύοντας την προβολή ενός καλλιτέχνη (Sullivan, 2006).

- **Έρευνα Γκαλερί**

Ο εντοπισμός γκαλερί που ταιριάζουν με το στυλ ενός καλλιτέχνη απαιτεί επιμελή έρευνα. Η κατανόηση της φήμης, της πελατείας και του ιστορικού των εκθέσεων μιας γκαλερί βοηθά τους καλλιτέχνες να προσεγγίσουν γκαλερί που μπορούν να προβάλουν αποτελεσματικά το έργο τους (Thurston, 2018).

- **Συνεργατικά έργα**

Η έρευνα πιθανών συνεργατών, όπως άλλοι καλλιτέχνες ή οργανισμοί, μπορεί να οδηγήσει σε μοναδικές ευκαιρίες για διασταυρούμενη προώθηση και αμοιβαία ανάπτυξη.

ΠΡΟΚΛΗΣΕΙΣ ΣΤΟ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ ΕΡΓΩΝ ΤΕΧΝΗΣ

- **Τιμολόγηση**

Η έρευνα των στρατηγικών τιμολόγησης των έργων τέχνης είναι ζωτικής σημασίας για την επίτευξη μιας ισορροπίας μεταξύ της προσέλκυσης αγοραστών και της κατάλληλης αποτίμησης του έργου (Davey, 2020). Οι καλλιτέχνες μπορούν να εξετάσουν την τιμολόγηση παρόμοιων έργων από άλλους καλλιτέχνες και να συνυπολογίσουν κόστη όπως τα υλικά και ο χρόνος που επενδύεται. Ο καθορισμός της σωστής τιμής απαιτεί έρευνα σχετικά με την εμπειρία του καλλιτέχνη, το μέγεθος του έργου τέχνης, τα υλικά που χρησιμοποιήθηκαν και την αγοραία αξία (Thurston, 2018). Η υπερτιμολόγηση μπορεί να αποτρέψει τους αγοραστές, ενώ η υποτιμολόγηση μπορεί να υποτιμήσει το έργο του καλλιτέχνη.

- **Επωνυμία και προώθηση**



Οι καλλιτέχνες μπορούν να ερευνήσουν αποτελεσματικές τεχνικές branding για να δημιουργήσουν μια μοναδική ταυτότητα (Davey, 2020). Αυτό περιλαμβάνει την έρευνα επιτυχημένων εκστρατειών branding εντός και εκτός του κλάδου της τέχνης για να αντλήσουν έμπνευση (H, 2022).

Πράσινο επιχειρηματικό σχέδιο

"Ένας πράσινος επιχειρηματίας εξετάζει τους περιβαλλοντικούς, οικονομικούς και κοινωνικούς άξονες στην κύρια επιχειρηματική του δραστηριότητα, παρέχει καινοτόμες λύσεις στον τρόπο παραγωγής και κατανάλωσης αγαθών και υπηρεσιών και προτείνει ένα επιχειρηματικό μοντέλο που συμβάλλει στην οικολογικοποίηση της οικονομίας."

(Farreny κ.α., 2015, σ. 6)



Η δημιουργία ενός πράσινου επιχειρηματικού σχεδίου είναι ένα σημαντικό βήμα κατά την ίδρυση μιας πράσινης επιχείρησης. Η ανάπτυξη αυτού του σχεδίου απαιτεί χρόνο και αφοσίωση και είναι ζωτικής σημασίας να περιλαμβάνει όλους τους σχετικούς παράγοντες που συμβάλλουν στην επίτευξη ελάχιστων αρνητικών επιπτώσεων στο περιβάλλον (Majurin, 2017). Παρόμοια με ένα παραδοσιακό επιχειρηματικό σχέδιο, ένα πράσινο επιχειρηματικό σχέδιο αποδεικνύει ότι η επιχείρηση είναι οικονομικά βιώσιμη. Η διαφορά έγκειται στο γεγονός ότι δίνει επίσης έμφαση στο ότι η επιχείρηση είναι περιβαλλοντικά ορθή και κοινωνικά δίκαιη (Green For All, n.d.). Τα περισσότερα πράσινα επιχειρηματικά σχέδια έχουν τα ακόλουθα βασικά στοιχεία (Majurin, 2017):

ΠΕΡΙΛΗΨΗ

Πρόκειται για μια περίληψη μιας έως δύο σελίδων ολόκληρου του επιχειρηματικού σχεδίου και είναι σημαντική, καθώς είναι συνήθως η πρώτη φορά που ένας ενδιαφερόμενος μαθαίνει για την επιχείρησή σας. Θα πρέπει να περιλαμβάνει μια επισκόπηση της επιχείρησης, τι θα κάνει και τι την κάνει μοναδική. Θα πρέπει να δίνει έμφαση στις πράσινες διαστάσεις της επιχείρησης και στον τρόπο με τον οποίο θα έχει θετικό αντίκτυπο στον κόσμο.

ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΗ ΙΔΕΑ

Κατά τη σύνταξη του επιχειρηματικού σας σχεδίου, είναι σημαντικό να τονίσετε τις φιλικές προς το περιβάλλον πτυχές που το καθιστούν πράσινο. Η περιγραφή θα πρέπει να περιγράφει με σαφήνεια το συγκεκριμένο περιβαλλοντικό ζήτημα που η επιχειρηματική σας ιδέα στοχεύει να αντιμετωπίσει ή/και να καταδεικνύει τον τρόπο με τον οποίο η επιχειρησιακή διαδικασία προωθεί τη φιλικότητα προς το περιβάλλον.

ΣΧΕΔΙΟ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ

Η διενέργεια έρευνας αγοράς σας επιτρέπει να αναγνωρίσετε τις απαιτήσεις των δυνητικών πελατών και να αποκτήσετε γνώσεις σχετικά με τον τρόπο με τον οποίο οι ανταγωνιστές σας ανταποκρίνονται στις απαιτήσεις αυτές. Αυτή η κατανόηση θα αποτελέσει τη βάση για την ανάπτυξη ενός αποτελεσματικού σχεδίου μάρκετινγκ, με βάση τα 7 "Π":

1	Προϊόν (δηλαδή, πράσινα αγαθά ή υπηρεσίες που θα προσφέρετε για να καλύψετε τις ανάγκες των πελατών σας)
2	Τιμή (δηλαδή, στρατηγική τιμολόγησης που θα εφαρμόσετε για να καθορίσετε το κόστος των προϊόντων ή υπηρεσιών σας για τους πελάτες)
3	Τόπος (δηλαδή, μέθοδοι και τοποθεσίες που θα χρησιμοποιήσετε για να προσεγγίσετε και να συνδεθείτε με τους πελάτες σας)
4	Πρώθηση (δηλαδή, τρόπος επικοινωνίας και ενημέρωσης των πελατών για τις προσφορές σας, με στόχο να τους προσελκύσετε να προβούν σε αγορές)
5	Άνθρωποι (δηλ. άτομα που θα συμβάλουν στην ανάπτυξη των μοναδικών χαρακτηριστικών που διαφοροποιούν την επιχείρησή σας)
6	Διαδικασία (δηλαδή, μηχανισμοί και διαδικασίες που εμπλέκονται στην παράδοση του προϊόντος ή της υπηρεσίας σας στους πελάτες)
7	Φυσικά στοιχεία (δηλαδή, συνολική εμφάνιση και απτά στοιχεία που σχετίζονται με τα προϊόντα, τις υπηρεσίες ή την εταιρεία σας)

ΠΡΟΣΩΠΙΚΟ

Κατά τον προσδιορισμό των απαιτήσεων σε προσωπικό για την επιχείρησή σας, είναι σημαντικό να αξιολογήσετε τα καθήκοντα που πρέπει να εκτελεστούν. Λάβετε υπόψη εάν απαιτούνται πρόσθετες τεχνικές δεξιότητες για το πράσινο προϊόν ή την υπηρεσία σας.

ΟΡΓΑΝΩΣΗ ΚΑΙ ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗ

Καθορίστε τη νομική δομή της επιχείρησής σας, λαμβάνοντας υπόψη τις νομικές μορφές που υπάρχουν στη χώρα σας (π.χ. ατομική επιχείρηση, προσωπική εταιρεία ή συνεταιρισμός). Είναι σημαντικό να αξιολογήσετε τα πλεονεκτήματα και τα μειονεκτήματα κάθε επιλογής προτού αποφασίσετε, να λάβετε υπόψη όλους τους απαραίτητους φόρους και άδειες, συμπεριλαμβανομένων των περιβαλλοντικών, και να επιλέξετε ένα



ασφαλιστήριο συμβόλαιο για να διασφαλίσετε τη συμμόρφωση και να μετριάσετε τους πιθανούς κινδύνους.

ΑΓΟΡΑ ΓΙΑ ΤΗΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗ ΣΑΣ

Πριν από την παραγωγή ή την πώληση των προϊόντων/υπηρεσιών σας, είναι απαραίτητο να προμηθευτείτε τα απαραίτητα υλικά. Όταν λαμβάνετε αποφάσεις αγοράς, λάβετε υπόψη τη φιλικότητα προς το περιβάλλον των υλικών ή του εξοπλισμού που σκοπεύετε να αγοράσετε (π.χ. ανακυκλωμένο χαρτί, χρώματα φιλικά προς το περιβάλλον, βιολογικά υφάσματα ή ανακυκλωμένα υλικά).

ΠΡΑΣΙΝΕΣ ΔΙΑΔΙΚΑΣΙΕΣ ΣΑΣ

Αυτό περιλαμβάνει διάφορες πτυχές, ξεκινώντας από τη φιλικότητα προς το περιβάλλον των πρώτων υλών σας μέχρι την παράδοση του τελικού προϊόντος σας στους καταναλωτές. Για παράδειγμα, μπορείτε να χρησιμοποιείτε ανανεώσιμες πηγές ενέργειας και νερού, ενώ παράλληλα να προσπαθείτε να εξοικονομείτε ενέργεια και νερό όποτε αυτό είναι εφικτό, να χρησιμοποιείτε εξοπλισμό και τεχνικές χαμηλών εκπομπών για την ελαχιστοποίηση της ρύπανσης κατά την παραγωγή ή την παροχή υπηρεσιών, να επιλέγετε μεθόδους μεταφοράς φιλικές προς το περιβάλλον και να αποφεύγετε τις μεγάλες αποστάσεις, να μειώνετε, να επαναχρησιμοποιείτε και να ανακυκλώνετε όποτε αυτό είναι δυνατό, και να διασφαλίζετε την υπεύθυνη διάθεση των αντικειμένων που δεν μπορούν να επαναχρησιμοποιηθούν ή να ανακυκλωθούν.

ΚΟΣΤΟΣ

Για να καθορίσετε τις τιμές και να δημιουργήσετε ένα οικονομικό σχέδιο, πρέπει να υπολογίσετε το κόστος που σχετίζεται με τα προϊόντα σας. Σημειώστε ότι οι αρχικές πράσινες επενδύσεις σε εξοπλισμό, εγκαταστάσεις ή δεξιότητες μπορεί να συνεπάγονται πρόσθετα έξοδα, αλλά μπορείτε επίσης να περιμένετε εξοικονόμηση από τις φιλικές προς το περιβάλλον πρακτικές (π.χ. μειωμένη κατανάλωση ηλεκτρικής ενέργειας ή νερού, που οδηγεί σε χαμηλότερους λογαριασμούς κοινής ωφέλειας).

ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΟΣ ΣΧΕΔΙΑΣΜΟΣ

Σε αυτό θα πρέπει να περιγράφεται κάθε οικονομική πτυχή της επιχείρησης και να περιλαμβάνονται πηγές κεφαλαίου, κατάσταση εσόδων, ταμειακές ροές και ισολογισμός. Θα πρέπει επίσης να περιλαμβάνει τυχόν οικονομικά οφέλη ή κόστη από τη λειτουργία μιας πράσινης επιχείρησης.

ΑΠΑΙΤΟΥΜΕΝΟ ΚΕΦΑΛΑΙΟ ΕΚΚΙΝΗΣΗΣ

Κατά την εκτίμηση του απαιτούμενου κεφαλαίου εκκίνησης, εκτιμήστε τις ανάγκες για κεφαλαιακές επενδύσεις και κεφάλαιο κίνησης. Λάβετε υπόψη τα στοιχεία που αφορούν την



οικολογική λειτουργία της επιχείρησής σας κατά τον υπολογισμό αυτών των δαπανών και επιδιώξτε μια ρεαλιστική εκτίμηση.

ΠΗΓΕΣ ΚΕΦΑΛΑΙΟΥ ΕΚΚΙΝΗΣΗΣ

Οι πρωταρχικές πηγές κεφαλαίου εκκίνησης είναι τα ίδια κεφάλαια και τα δάνεια. Ωστόσο, υπάρχουν ιδρύματα που προσφέρουν ειδικές ευκαιρίες χρηματοδότησης για πράσινες επιχειρήσεις.

Η ενσωμάτωση της βιωσιμότητας στο επιχειρηματικό σας μοντέλο ως νέος καλλιτέχνης δεν αποτελεί μόνο ευθύνη αλλά και ευκαιρία για θετικό αντίκτυπο. Με τη δημιουργία ενός πράσινου επιχειρηματικού σχεδίου, μπορείτε να ευθυγραμμίσετε τις καλλιτεχνικές σας προσπάθειες με τις αρχές της περιβαλλοντικής διαχείρισης, της κοινωνικής ευθύνης και της οικονομικής βιωσιμότητας. Μέσω της συνειδητής λήψης αποφάσεων και της δημιουργικής σκέψης, μπορείτε να εμπνεύσετε άλλους και να συμβάλλετε σε ένα πιο βιώσιμο μέλλον.

Ηγεσία και σταδιοδρομία

"Αυτό που είναι πραγματικά ζωτικής σημασίας για να είσαι αποτελεσματικός ως πράσινος καλλιτέχνης είναι: να πιστεύεις σε αυτό που κάνεις, να είσαι ανθεκτικός και προσαρμόσιμος, να βρίσκεις τον τρόπο να προσεγγίζεις τα σωστά κανάλια για την τέχνη σου. Μην τα παρατάτε, εκτός αν δεν μπορείτε να ζήσετε από αυτό".

(Lupan, Santarcangelo di Romagna, Ιταλία)



ΕΥΕΛΙΞΙΑ ΚΑΙ ΠΡΟΣΑΡΜΟΣΤΙΚΟΤΗΤΑ

Είναι σημαντικό να μπορείτε να προσαρμόζεστε σε μεταβαλλόμενες καταστάσεις ή να ξεπερνάτε εμπόδια. Μπορεί να σας φανεί χρήσιμο να εργάζεστε σε διαφορετικά πλαίσια και με διαφορετικούς ανθρώπους ή ομάδες, όντας ανοιχτοί σε άλλες προοπτικές. Η εργασία σας θα πρέπει να είναι δυναμική και όχι προδιαγεγραμμένη και τυποποιημένη. (Domenico Malara, Inside Out, 2021). Αυτή η δεξιότητα βασίζεται σε: θετική στάση, διεκδικητικότητα, έρευνα και διάλογο.

ΑΥΤΟΠΑΡΑΚΙΝΗΣΗ

Όταν πιστεύετε πραγματικά σε αυτό που κάνετε, το κίνητρό σας σας ωθεί να επιδιώκετε σαφείς στόχους και να μην τα παρατάτε ποτέ. (Daniel Goleman, 2016)

Αυτή η δεξιότητα αποτελείται από: αυτοεκτίμηση, ικανότητα εστίασης, προσοχή στο πλαίσιο, επίγνωση των πόρων σας.



ΚΟΙΝΩΝΙΚΕΣ ΙΚΑΝΟΤΗΤΕΣ

Η συνεργασία με άλλους, αντί να εργάζεστε πάντα μόνοι σας, μπορεί να σας βοηθήσει να βελτιώσετε τη δουλειά σας και να διαδώσετε το μήνυμά σας. Σκεφτείτε τη συμμετοχή σε δημιουργικές δραστηριότητες: μπορεί να είναι χρήσιμες για να προσεγγίσετε το κοινό σας με αποτελεσματικό τρόπο. Εάν εργάζεστε με ανάθεση, είναι σημαντικό να αναγνωρίζετε και να ικανοποιείτε τις ανάγκες των εξωτερικών πελατών, επικοινωνώντας μαζί τους με σαφήνεια.

(Domenico Malara, Inside Out, 2021). Αυτή η δεξιότητα αποτελείται από: ενεργή συμμετοχή και εμπλοκή, ακρόαση, περιέργεια και πρωτοβουλία.

ΕΥΘΥΝΗ

Μην φείδεστε να συμμετέχετε σε έργα, να συνεργάζεστε και να βοηθάτε τους άλλους. Ακολουθήστε το δικό σας αίσθημα ευθύνης. (Daniel Goleman, 2016). Αυτή η δεξιότητα αποτελείται από: γνώση και ικανότητα ανάλυσης διαφορετικών καταστάσεων, ευαισθητοποίηση στη διαχείριση των συναισθημάτων.



ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗ ΟΜΑΔΩΝ ΚΑΙ ΠΟΡΩΝ

Όταν εργάζεστε σε μια ομάδα, θα πρέπει να είστε σε θέση να δημιουργήσετε και να εξασφαλίσετε ένα σαφές "όραμα για το μέλλον" για να βελτιώσετε την ομαδική σας εργασία. Είναι σημαντικό να δημιουργήσετε μια ομάδα όπου είναι εύκολο να εμπνέεται και να παρακινείται ο ένας από τον άλλον. Κάθε μέλος της ομάδας θα πρέπει να αποτελεί παράδειγμα και να αναλαμβάνει προσωπικά την ευθύνη. (Daniel Goleman, 2016). Αυτή η δεξιότητα αποτελείται από: την ικανότητα να εμπνέεις τους ανθρώπους, να διδάσκεις, να εκτιμάς τους ανθρώπους, να αναλαμβάνεις την ευθύνη και να αναθέτεις.

ΠΡΩΤΟΒΟΥΛΙΑ

Ένα άτομο με πρωτοβουλία συμμετέχει ενεργά στο εργασιακό περιβάλλον, προτείνοντας νέες δραστηριότητες και συνεργαζόμενο προσωπικά για την εκτέλεσή τους. (Domenico Malara, Inside Out, 2021). Η δεξιότητα αυτή αποτελείται από: κριτική σκέψη, στάση επίλυσης προβλημάτων και προγραμματισμό.



ΔΙΑΠΟΛΙΤΙΣΜΙΚΕΣ ΙΚΑΝΟΤΗΤΕΣ

Η συνεργασία με καλλιτέχνες σε όλο τον κόσμο μπορεί να σας βοηθήσει να προσεγγίσετε ευρύτερο κοινό και να βελτιώσετε το έργο σας με διαφορετικές προοπτικές. Η περιέργεια θα σας βοηθήσει να οικοδομήσετε τις γνώσεις σας και να συγκεντρώσετε γνώσεις και δεξιότητες από ανθρώπους διαφορετικών πολιτισμών. (Psycheatwork, 2021)

Η δεξιότητα αυτή αποτελείται από: επικοινωνία, περιέργεια, ευελιξία και υπομονή.

What experienced artists think about it

"Δεν νομίζω ότι είμαι ηγέτης. Όταν ενεργείς για έναν καλό σκοπό, μπορεί να είναι χρήσιμο για κάποιον να ηγείται, αλλά μόνο αν δεν είναι μόνιμο. Οι ηγέτες πρέπει να είναι σε θέση να



αποδέχονται την αλλαγή, να αφήνουν χώρο για άλλους". (**Davide**, Cinéma du Désert, Santarcangelo di Romagna, Ιταλία)

"Το να είσαι ηγέτης δεν είναι απαραίτητο: Γνωρίζω μερικούς πολύ καλούς πράσινους καλλιτέχνες που δεν έχουν προσωπικές ηγετικές ικανότητες, αλλά η τέχνη τους μιλάει αρκετά δυνατά ώστε να μην τις χρειάζονται. Μερικές φορές η ηγεσία συμβαίνει τυχαία, απλά έχοντας κίνητρο και ενέργεια. Οι διοργανωτές είναι ηγέτες, οι άνθρωποι ενεργούν όταν εμπνέονται, οπότε αν μπορείς να εμπνεύσεις τους ανθρώπους υποθέτω ότι αυτό σε κάνει ηγέτη". (**Tracey Pica Pica**, Santarcangelo di Romagna, Ιταλία)

Ανθεκτικότητα

Αγκαλιάζοντας την εμπλοκή της κοινότητας ως αναπόσπαστο μέρος του έργου σας, μπορείτε να οικοδομήσετε ανθεκτικότητα που έχει τις ρίζες της στη συλλογική δύναμη και ευθύνη. Αυτό το κεφάλαιο εξηγεί πώς η τέχνη μπορεί να οικοδομήσει την ανθεκτικότητα της κοινότητας.



ΠΩΣ ΝΑ ΣΥΝΕΡΓΑΣΤΕΙΤΕ ΜΕ ΤΗΝ ΚΟΙΝΟΤΗΤΑ

Η εμπλοκή της κοινότητας φέρνει κοντά άτομα με διαφορετικό υπόβαθρο, εμπειρίες και τεχνογνωσία. Αυτή η ποικιλομορφία μπορεί να συνεισφέρει νέες προοπτικές, καινοτόμες ιδέες και εναλλακτικές προσεγγίσεις στην επίλυση προβλημάτων (Artscape, 2021).

Όταν τα μέλη της κοινότητας συμμετέχουν σε ένα έργο, αναπτύσσουν την αίσθηση της ιδιοκτησίας και επενδύουν προσωπικά στην επιτυχία του. Αυτή η δέσμευση μεταφράζεται σε αυξημένη αφοσίωση, κίνητρα και ενεργό συμμετοχή, οδηγώντας σε πιο ανθεκτικά αποτελέσματα. Με τη συμμετοχή των ενδιαφερομένων από νωρίς, μπορείτε να οικοδομήσετε μια κοινή κατανόηση του σκοπού του έργου και να ενισχύσετε το αίσθημα ευθύνης μεταξύ των μελών της κοινότητας (Basler et al, 2008).

ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΑΝΘΕΚΤΙΚΩΝ ΚΟΙΝΟΤΗΤΩΝ ΜΕ ΑΝΘΕΚΤΙΚΑ ΕΡΓΑ

Με τη συμμετοχή της κοινότητας, προάγετε τη βιωσιμότητα και τον μακροπρόθεσμο αντίκτυπο του έργου σας (Artscape, 2021).

Η εμπλοκή της κοινότητας προάγει την αίσθηση της συνέχειας και διασφαλίζει ότι το έργο ευθυγραμμίζεται με τις ανάγκες, τις αξίες και τις προσδοκίες της κοινότητας. Όταν τα μέλη της κοινότητας συμμετέχουν ενεργά στο σχεδιασμό, την υλοποίηση και την αξιολόγηση του έργου, είναι πιο πιθανό να υιοθετήσουν και να διατηρήσουν τα αποτελέσματα του έργου και μετά την αρχική του φάση (Basler et al, 2008).

Αυτή η προσέγγιση με γνώμονα την κοινότητα οικοδομεί ανθεκτικότητα με την προώθηση της αυτοδυναμίας και την ενδυνάμωση της κοινότητας να συνεχίσει να ευημερεί μπροστά στις μελλοντικές προκλήσεις (Mycommunity, 2019).

Σε γενικές γραμμές, με την ενσωμάτωση της τοπικής σας κοινότητας στα έργα και επιτρέποντας τη συμμετοχή ατόμων με διαφορετικό υπόβαθρο μπορούμε να έχουμε τα ακόλουθα αποτελέσματα (Bassler et al, 2008):

- Διαφορετικές αξίες και προτεραιότητες
- Διαφορετικά πλαίσια ή τρόποι με τους οποίους οι πολίτες βλέπουν την κοινότητα ή ένα συγκεκριμένο έργο
- Διάφορες εναλλακτικές λύσεις και συνέπειες
- Νέες αντιλήψεις για τα οφέλη και τους κινδύνους
- Διαφορετικές ιδέες και πιθανές λύσεις και δράσεις

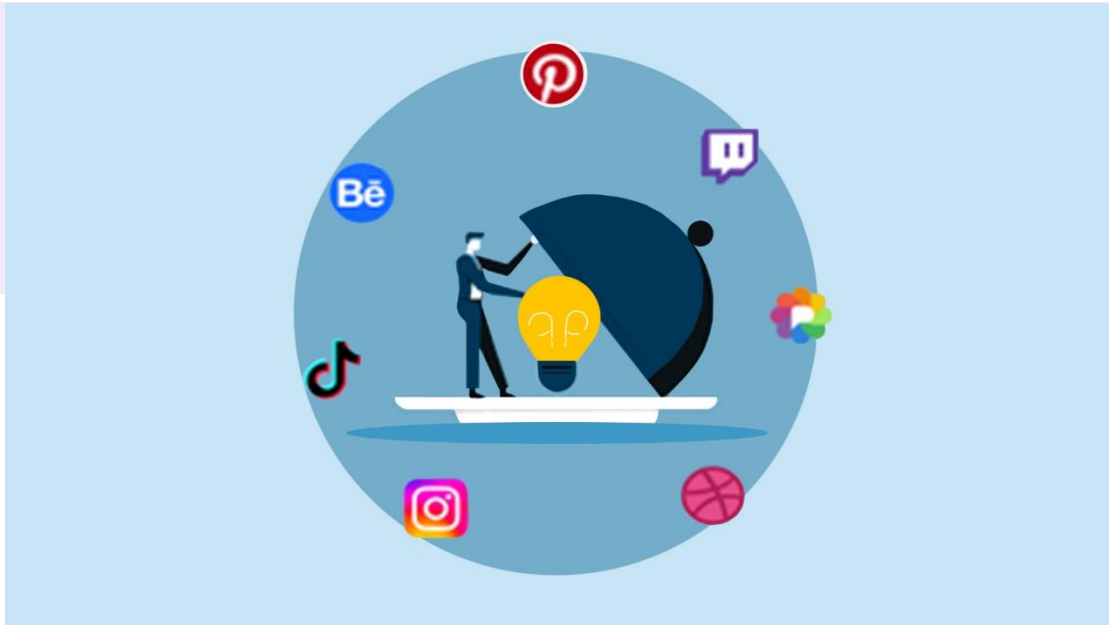


Να θυμάστε ότι η συμμετοχή της κοινότητας σε ένα καλλιτεχνικό έργο για το περιβάλλον δεν αφορά μόνο το τελικό προϊόν, αλλά και τη δημιουργία σχέσεων, την προώθηση του διαλόγου και τη δημιουργία μιας κοινής αίσθησης ευθύνης για τον πλανήτη μας.

Πληροφορική και ψηφιακή εξειδίκευση

"Οι δεξιότητες πληροφορικής και τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης αποτελούν βασικά στοιχεία της προαγωγής της υγείας, της εκπαίδευσης και της επικοινωνίας. Ειδικότερα, τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης αποτελούν ένα οικονομικά αποδοτικό εργαλείο προαγωγής της υγείας, με πολλά πλεονεκτήματα, όπως η στοχευμένη αποστολή μηνυμάτων, η εκπαίδευση της κοινότητας και η λειτουργικότητα για την προσέγγιση τόσο του γενικού πληθυσμού όσο και των πληθυσμών-στόχων."

(Hefler et al., 2020)



Η ενασχόληση με τις τέχνες προσφέρει πολλά θετικά οφέλη για την υγεία (Davies et al., 2014), με ισχυρές ενδείξεις ότι η ψυχαγωγική ενασχόληση με τις τέχνες για απόλαυση, ψυχαγωγία ή ως χόμπι ενισχύει την ψυχική ευεξία (Davies and Pescud, 2020). Οι κύριες μορφές τέχνης περιλαμβάνουν τις παραστατικές τέχνες, τις εικαστικές τέχνες, το σχεδιασμό και τη χειροτεχνία, τα κοινοτικά και πολιτιστικά φεστιβάλ, τη λογοτεχνία και τις διαδικτυακές, ψηφιακές και ηλεκτρονικές τέχνες (Davies and Clift, 2022).

ΠΟΙΑ ΕΙΝΑΙ ΤΑ ΚΑΛΥΤΕΡΑ ΜΕΣΑ ΚΟΙΝΩΝΙΚΗΣ ΔΙΚΤΥΩΣΗΣ ΓΙΑ ΚΑΛΛΙΤΕΧΝΕΣ;

Υπάρχουν πολλά μέρη όπου καλλιτέχνες και δημιουργοί συγκεντρώνονται για να μοιραστούν την τέχνη τους, να κάνουν πωλήσεις και να δικτυωθούν, όπως:

- I. Instagram
- II. Facebook
- III. Twitter
- IV. YouTube
- V. TikTok
- VI. Pinterest
- VII. DeviantArt

VIII. LinkedIn

IX. Ehance

X. ArtStation

Οι καλύτερες πλατφόρμες κοινωνικής δικτύωσης για περιεχόμενο βίντεο είναι το YouTube και το TikTok. Το Pinterest και το Instagram είναι οι καλύτερες για στατικές εικόνες και σύντομα βίντεο. Και το Facebook και το Twitter είναι και τα δύο καλά για τη δημιουργία κοινότητας και την έρευνα εξειδικευμένων θέσεων.

ΓΙΑΤΙ ΟΙ ΚΑΛΛΙΤΕΧΝΕΣ ΧΡΗΣΙΜΟΠΟΙΟΥΝ ΤΑ ΜΕΣΑ ΚΟΙΝΩΝΙΚΗΣ ΔΙΚΤΥΩΣΗΣ;

Πολλοί καλλιτέχνες χρησιμοποιούν κανάλια κοινωνικής δικτύωσης για επαγγελματικούς, δημιουργικούς και κοινωνικούς λόγους. Πριν από το Διαδίκτυο, οι καλλιτέχνες δέχονταν επισκέψεις στο στούντιο από επιμελητές, γκαλερίστες, συλλέκτες, αγοραστές, συγγραφείς και άλλους καλλιτέχνες που ενδιαφέρονταν για το έργο τους.

Τώρα, επειδή οι καλλιτέχνες έχουν πρόσβαση στο Διαδίκτυο, μπορούν να χρησιμοποιούν τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης ως υποκατάστατο των προσωπικών επαφών του παρελθόντος-επαφές που γίνονταν σε χώρους όπως επισκέψεις σε στούντιο και εγκαίνια εκθέσεων. Για πολλούς καλλιτέχνες, τα κανάλια κοινωνικής δικτύωσης έχουν γίνει το πρώτο σημείο επαφής μέσω του οποίου μοιράζονται το έργο τους, τις ιδέες τους και το ποιοι είναι.

- **Επαγγελματικό**

Ορισμένοι καλλιτέχνες έχουν δικό τους ιστότοπο. Χρησιμοποιούν την ιστοσελίδα τους για να παρουσιάσουν ένα ηλεκτρονικό χαρτοφυλάκιο, ένα βιογραφικό σημείωμα με εκθέσεις και εκδηλώσεις, μια ενότητα "για μένα" και στοιχεία επικοινωνίας για περαιτέρω ερωτήσεις. Ωστόσο, όλο και περισσότεροι καλλιτέχνες χρησιμοποιούν τα κανάλια κοινωνικής δικτύωσης για να μοιράζονται αυτού του είδους το περιεχόμενο. Πολλοί καλλιτέχνες βλέπουν τα κανάλια τους στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης ως ένα συνεχές διαδικτυακό χαρτοφυλάκιο έργων τέχνης. Μοιράζονται τέχνη που είναι νέα, παλιά και μερικές φορές έργα σε εξέλιξη. Με το να μοιράζονται τα δικά τους έργα τέχνης, οι καλλιτέχνες είναι σε θέση να προβάλλουν τον εαυτό τους, να χτίσουν ένα κοινό και να προσπαθήσουν να φέρουν το χαρτοφυλάκιό τους μπροστά σε ανθρώπους που μπορεί να είναι σε θέση να υποστηρίξουν περαιτέρω την καριέρα τους.

Οι καλλιτέχνες μπορούν επίσης να πωλούν έργα τέχνης απευθείας σε αγοραστές μέσω άμεσων μηνυμάτων. Μερικές φορές, αυτό γίνεται με τη χρήση ενσωματωμένων χαρακτηριστικών που διευκολύνουν τις συναλλαγές.

- **Κοινωνικό**

Τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης σημαίνουν ότι οι καλλιτέχνες μπορούν να δημιουργούν και να διατηρούν σχέσεις με ανθρώπους από όλο τον κόσμο. Οι κοινωνικές συνδέσεις μπορούν

να συμβούν μεταξύ των καλλιτεχνών και του κοινού τους, συμπεριλαμβανομένων των θαυμαστών και των υποστηρικτών, και μπορούν επίσης να συμβούν μεταξύ των ίδιων των καλλιτεχνών. Οι άνθρωποι μπορούν να βρουν λογαριασμούς που θέλουν να ακολουθήσουν χρησιμοποιώντας τις μπάρες αναζήτησης, αναζητώντας προτεινόμενους λογαριασμούς για να ακολουθήσουν, ή ακόμη και ελέγχοντας τα τμήματα "likes", "followers" και "following" των λογαριασμών που τους αρέσουν.

- **Δημιουργικό**

Οι καλλιτέχνες χρησιμοποιούν τις πλατφόρμες των μέσων κοινωνικής δικτύωσης για επαγγελματικές ευκαιρίες, ως τρόπο συναναστροφής με άλλους, αλλά και ως δημιουργικό χώρο έμπνευσης, προβολής και συζήτησης. Αν ακολουθείτε πολλούς ανθρώπους που εργάζονται στον καλλιτεχνικό χώρο, η ροή σας μπορεί να γίνει ένας πίνακας διάθεσης. Θα βλέπετε εικόνες νέας τέχνης, λήψεις από στούντιο, έργα σε εξέλιξη, εκθέσεις, ακόμα και το υλικό αναφοράς που εμπνέει τους δημιουργούς να κάνουν πράγματα, όπως βιβλία, άρθρα, αντικείμενα και σημαντικούς ανθρώπους και τις ιδέες τους. Αυτό με τη σειρά του μπορεί να εμπνεύσει άλλους να σκεφτούν, να δημιουργήσουν, ακόμα και να διασκευάσουν τη δουλειά του άλλου. Υπάρχει επίσης ένα ημερολόγιο προκλήσεων στις οποίες μπορείτε να συμμετέχετε μέσω hashtags.

Τεχνικές

Αυτό το κεφάλαιο θα σας βοηθήσει να αναπτύξετε τις τεχνικές που απαιτούνται, προκειμένου να είστε προσαρμοστικοί στα ζητήματα της κλιματικής αλλαγής ως καλλιτέχνης. Αυτές περιλαμβάνουν βιώσιμες καλλιτεχνικές πρακτικές, τεχνολογία και εφαρμογές ανανεώσιμων πηγών ενέργειας σε καλλιτεχνικές εγκαταστάσεις.



ΒΙΩΣΙΜΕΣ ΚΑΛΛΙΤΕΧΝΙΚΕΣ ΠΡΑΚΤΙΚΕΣ

Η δεξιότητα αυτή περιλαμβάνει τη γνώση των φιλικών προς το περιβάλλον υλικών, των τεχνικών μείωσης των αποβλήτων και των διαδικασιών παραγωγής με περιβαλλοντική συνείδηση. Οι καλλιτέχνες που διαθέτουν αυτή τη δεξιότητα μπορούν να ελαχιστοποιήσουν το οικολογικό τους αποτύπωμα και να εμπνεύσουν άλλους να υιοθετήσουν βιώσιμες προσεγγίσεις στις καλλιτεχνικές τους προσπάθειες. Ειδικότερα: Η καλλιτεχνική κατάρτιση είναι μια από τις σημαντικότερες δεξιότητες που έχουν αποκτήσει οι καλλιτέχνες:

- **Υλικά φιλικά προς το περιβάλλον**

Οι καλλιτέχνες πρέπει να έχουν γνώση και πρόσβαση σε φιλικά προς το περιβάλλον υλικά για τις καλλιτεχνικές τους δημιουργίες. Αυτό περιλαμβάνει τη χρήση υλικών που έχουν μικρότερο περιβαλλοντικό αντίκτυπο, όπως ανακυκλωμένα ή ανακυκλωμένα υλικά, μη τοξικά χρώματα και χρωστικές ουσίες και υλικά που προέρχονται από βιώσιμες πηγές. Επιλέγοντας βιώσιμα υλικά, οι καλλιτέχνες μπορούν να μειώσουν το οικολογικό τους αποτύπωμα και να συμβάλουν σε μια πιο βιώσιμη βιομηχανία τέχνης.

- **Τεχνικές μείωσης αποβλήτων**

Οι πρακτικές βιώσιμης τέχνης περιλαμβάνουν την ελαχιστοποίηση των αποβλήτων καθ' όλη τη διάρκεια της καλλιτεχνικής διαδικασίας. Αυτό μπορεί να περιλαμβάνει την εφαρμογή στρατηγικών όπως η ανακύκλωση και η επαναχρησιμοποίηση υλικών, η μείωση της περίσσειας ή των περιττών υλικών και η ορθή διάθεση των επικίνδυνων αποβλήτων. Υιοθετώντας τεχνικές μείωσης των αποβλήτων, οι καλλιτέχνες μπορούν να

συμβάλουν σε μια πιο κυκλική οικονομία και να ελαχιστοποιήσουν τις περιβαλλοντικές επιπτώσεις της καλλιτεχνικής τους πρακτικής. (Benson, 2016), (Brew et al, 2017), (Henshaw, 2016), (McDonald, n.d.).

ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΚΗ ΕΝΣΩΜΑΤΩΣΗ ΣΤΗΝ ΤΕΧΝΗ

Η ενσωμάτωση της τεχνολογίας στα έργα τέχνης μπορεί να ενισχύσει τον αντίκτυπο και την εμβέλειά τους. Η δεξιότητα αυτή περιλαμβάνει την ικανότητα χρήσης ψηφιακών εργαλείων, όπως πλατφόρμες πολυμέσων, εικονική πραγματικότητα, επαυξημένη πραγματικότητα ή διαδραστικές εγκαταστάσεις. Με τη συγχώνευση της τέχνης και της τεχνολογίας, οι καλλιτέχνες μπορούν να εμπλέξουν το κοινό με νέους τρόπους, μεταφέροντας αποτελεσματικά τον επείγοντα χαρακτήρα και την πολυπλοκότητα των ζητημάτων της κλιματικής αλλαγής. (Ligon, 2005).

- **Ψηφιακή Τέχνη και Μέσα**

Η τεχνολογία προσφέρει στους καλλιτέχνες διάφορες ψηφιακές πλατφόρμες και εργαλεία για να δημιουργούν και να μοιράζονται τα έργα τους. Η ψηφιακή τέχνη επιτρέπει καινοτόμες και διαδραστικές εμπειρίες, επιτρέποντας στους καλλιτέχνες να εμπλέξουν το κοινό με νέους και συναρπαστικούς τρόπους. Χρησιμοποιώντας ψηφιακά μέσα, όπως ψηφιακές εικονογραφήσεις, κινούμενα σχέδια, εικονική πραγματικότητα ή διαδραστικές εγκαταστάσεις, οι καλλιτέχνες μπορούν να ενισχύσουν τον αντίκτυπο και την εμβέλεια των μηνυμάτων τους για την κλιματική αλλαγή.

- **Διαδικτυακές πλατφόρμες και μέσα κοινωνικής δικτύωσης**

Η τεχνολογία παρέχει στους καλλιτέχνες διαδικτυακές πλατφόρμες και κανάλια κοινωνικής δικτύωσης για να προβάλλουν τα έργα τους και να επικοινωνούν με ένα παγκόσμιο κοινό. Οι καλλιτέχνες μπορούν να αξιοποιήσουν αυτές τις πλατφόρμες για να ευαισθητοποιηθούν σχετικά με την κλιματική αλλαγή, να μοιραστούν τις καλλιτεχνικές τους παρεμβάσεις και να πυροδοτήσουν συζητήσεις γύρω από περιβαλλοντικά ζητήματα. Μέσω των μέσων κοινωνικής δικτύωσης, οι καλλιτέχνες μπορούν να συνδεθούν με ομοϊδεάτες τους, να συνεργαστούν με άλλους καλλιτέχνες και να ενισχύσουν τα μηνυμάτά τους για την κλιματική αλλαγή.

- **Περιβαλλοντική παρακολούθηση και ανίχνευση**

Η τεχνολογία μπορεί να χρησιμοποιηθεί για την παρακολούθηση και την αίσθηση των περιβαλλοντικών αλλαγών, επιτρέποντας στους καλλιτέχνες να δημιουργήσουν έργα τέχνης που ανταποκρίνονται. Για παράδειγμα, οι καλλιτέχνες μπορούν να ενσωματώσουν αισθητήρες ή τροφοδοσίες δεδομένων που ανταποκρίνονται σε περιβαλλοντικά

δεδομένα σε πραγματικό χρόνο, όπως η θερμοκρασία, τα επίπεδα ρύπανσης ή οι καιρικές συνθήκες. Αυτή η διαδραστική προσέγγιση επιτρέπει στους θεατές να βιώσουν τον άμεσο αντίκτυπο της κλιματικής αλλαγής και προάγει μια βαθύτερη σύνδεση με το θέμα (Gere, 2008). Το "Trash to Treasure" είναι μια έννοια και προσέγγιση που περιλαμβάνει τη μετατροπή απορριπτόμενων ή άχρηστων υλικών σε πολύτιμα και δημιουργικά αντικείμενα, αναδεικνύοντας τις δυνατότητες ανακύκλωσης και βιώσιμων πρακτικών. Ενθαρρύνει επίσης τους καλλιτέχνες να δουν τις δυνατότητες στα απορριπτόμενα υλικά και να τα επαναπροσδιορίσουν ως πολύτιμους πόρους για τα έργα τέχνης τους. Οι καλλιτέχνες μπορούν να εξερευνήσουν διάφορα απορρίμματα, όπως πλαστικά μπουκάλια, χαρτόνι, παλιοσίδερα, απορρίμματα υφασμάτων και ηλεκτρονικά απόβλητα, για να δημιουργήσουν μοναδικά και περιβαλλοντικά συνειδητοποιημένα έργα τέχνης. (Benson, 2016), (Brew et al, 2017), (Henshaw, 2016), (McDonald, n.d.).

ΕΦΑΡΜΟΓΕΣ ΑΝΑΝΕΩΣΙΜΩΝ ΠΗΓΩΝ ΕΝΕΡΓΕΙΑΣ ΣΕ ΚΑΛΛΙΤΕΧΝΙΚΕΣ ΕΓΚΑΤΑΣΤΑΣΕΙΣ

Εγκαταστάσεις τέχνης που χρησιμοποιούν ανανεώσιμες πηγές ενέργειας, όπως ηλιακούς συλλέκτες ή ανεμογεννήτριες, καταδεικνύουν τις δυνατότητες βιώσιμων ενεργειακών λύσεων. Η δεξιότητα αυτή περιλαμβάνει την κατανόηση των τεχνικών πτυχών της ενσωμάτωσης των ανανεώσιμων πηγών ενέργειας σε έργα τέχνης και τη χρήση τους ως μέσο για τη μετάδοση μηνυμάτων σχετικά με την κλιματική αλλαγή. Οι καλλιτέχνες με αυτή τη δεξιότητα μπορούν να δημιουργήσουν οπτικά εντυπωσιακές εγκαταστάσεις που προωθούν την υιοθέτηση ανανεώσιμων πηγών ενέργειας και ευαισθητοποιούν για τη σημασία τους. Οι βιώσιμες πρακτικές εκθέσεων και εγκαταστάσεων είναι ζωτικής σημασίας για τους καλλιτέχνες που ασχολούνται με την κλιματική αλλαγή.

- **Ενεργειακή απόδοση**

Οι πρακτικές βιώσιμης έκθεσης και εγκατάστασης περιλαμβάνουν την ελαχιστοποίηση της κατανάλωσης ενέργειας. Οι καλλιτέχνες μπορούν να χρησιμοποιούν συστήματα φωτισμού με χαμηλή ενεργειακή απόδοση, όπως φώτα LED, ή να διερευνήσουν επιλογές φυσικού φωτισμού για να μειώσουν τη χρήση ενέργειας κατά τη διάρκεια εκθέσεων ή εγκαταστάσεων. Επιπλέον, οι καλλιτέχνες μπορούν να εφαρμόσουν τεχνικές έξυπνης διαχείρισης ενέργειας, όπως χρονοδιακόπτες ή αισθητήρες κίνησης, για να διασφαλίσουν ότι η ενέργεια χρησιμοποιείται μόνο όταν είναι απαραίτητο. (Gere, 2008).

- **Ελάχιστο περιβαλλοντικό αποτύπωμα**

Οι καλλιτέχνες θα πρέπει να εξετάζουν τις περιβαλλοντικές επιπτώσεις των υλικών της έκθεσης και της εγκατάστασής τους. Αυτό περιλαμβάνει τη χρήση φιλικών προς το περιβάλλον, ανακυκλωμένων ή ανακυκλωμένων υλικών, όποτε είναι δυνατόν. Οι καλλιτέχνες μπορούν επίσης να εξερευνήσουν ελαφριά και επαναχρησιμοποιήσιμα

υλικά για να ελαχιστοποιήσουν τα απόβλητα και το αποτύπωμα άνθρακα που συνδέεται με τη μεταφορά και τη διάθεση.

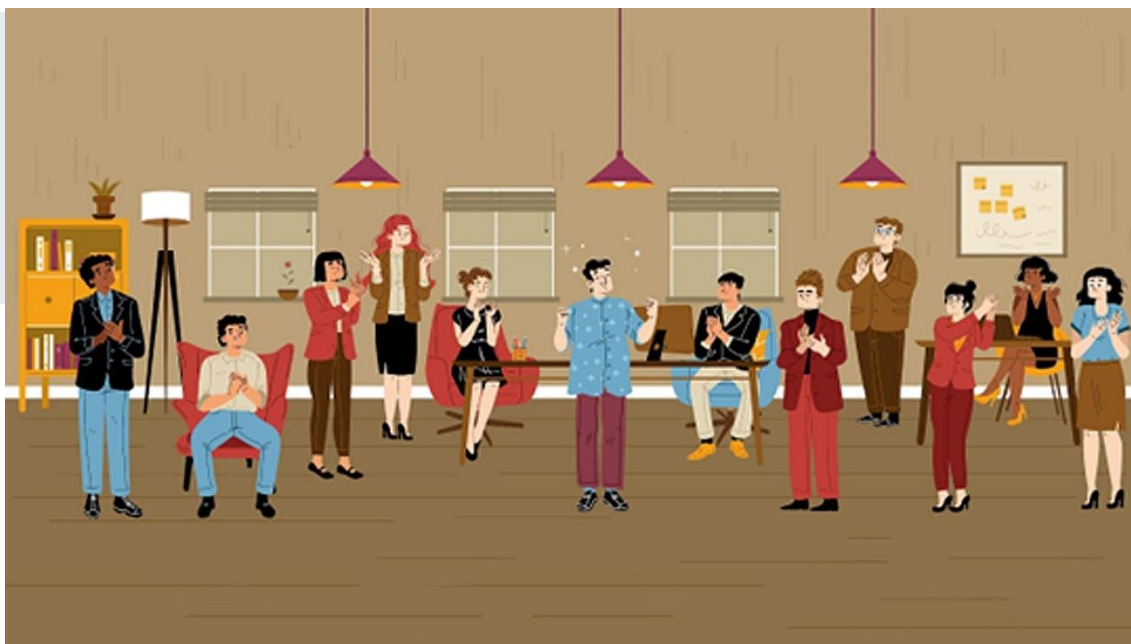
- **Διαχείριση αποβλήτων**

Οι βιώσιμες πρακτικές έκθεσης και εγκατάστασης περιλαμβάνουν την εφαρμογή αποτελεσματικών στρατηγικών διαχείρισης αποβλήτων. Οι καλλιτέχνες θα πρέπει να στοχεύουν στην ελαχιστοποίηση της παραγωγής αποβλήτων κατά τη διάρκεια της έκθεσης ή της διαδικασίας εγκατάστασης, όπως η αποφυγή υλικών μιας χρήσης ή η εξασφάλιση της κατάλληλης ανακύκλωσης και κομποστοποίησης των υλικών. Επιπλέον, οι καλλιτέχνες μπορούν να εξετάσουν το ενδεχόμενο επαναχρησιμοποίησης ή δωρεάς εκθεσιακών υλικών για την ελαχιστοποίηση των αποβλήτων που αποστέλλονται στις χωματερές. (Benson, 2016), (Brew et al, 2017), (Henshaw, 2016), (McDonald, n.d.).

Ανάπτυξη κοινού

"Η ανάπτυξη του κοινού είναι μια συνεχής, ενεργά διαχειριζόμενη διαδικασία κατά την οποία ένας οργανισμός ενθαρρύνει κάθε θεατή και δυνητικό θεατή να αναπτύξει την εμπιστοσύνη, τις γνώσεις, την εμπειρία και τη δέσμευση σε όλο το εύρος της μορφής τέχνης, ώστε να αξιοποιήσει πλήρως τις δυνατότητές του, ενώ παράλληλα ανταποκρίνεται στους καλλιτεχνικούς, κοινωνικούς και οικονομικούς στόχους του οργανισμού".

(Morris Hargreaves McIntyre, n.d.)



ΔΗΜΙΟΥΡΓΙΑ ΚΟΙΝΟΥ

Ως πράσινοι επιχειρηματίες είτε ξεκινάτε την επιχείρησή σας από το μηδέν είτε έχετε ήδη την επιχείρησή σας με ένα τρέχον βασικό κοινό.

Στην πρώτη περίπτωση, μία από τις σημαντικές πτυχές της διαχείρισης που πρέπει να λάβετε υπόψη σας είναι η **δημιουργία κοινού**. Η "οικοδόμηση κοινού" είναι διαφορετική από την "εύρεση πελατών". Ως πολιτιστικός φορέας/καλλιτέχνης, ο στόχος σας όσον αφορά το κοινό εξαρτάται από τον γενικότερο στόχο σας ως πράσινοι επιχειρηματίες. Η οικοδόμηση κοινού είναι η κίνηση που πρέπει να κάνετε αν αγαπάτε το είδος της δουλειάς που προσελκύει κοινό ή αν είστε παθιασμένοι με την οικοδόμηση ενός επιχειρηματικού μοντέλου που απαιτεί μεγάλο κοινό για να είναι κερδοφόρο. Η οικοδόμηση ενός βιώσιμου κοινού είναι μια διαδικασία που απαιτεί προσπάθεια και χρόνο αλλά μπορεί στο τέλος να είναι ικανοποιητική, όπου η εύρεση πελατών είναι ένας πιο άμεσος τρόπος για οικονομικό κέρδος.

Είναι δύσκολο να σε προσέξουν στις μέρες μας. Ενώ το Διαδίκτυο είναι ένα εξαιρετικό μέρος για να δημιουργήσετε ένα κοινό, είναι ένας αρκετά θορυβώδης κόσμος που δεν μειώνεται καθόλου. Υπάρχουν διάφορες διαθέσιμες πληροφορίες σχετικά με το πώς να δημιουργήσετε ένα κοινό. Ακολουθούν ορισμένες ανασυγκροτησείς βασικών συμβουλών για τη δημιουργία κοινού:

- I. **Ξεκινήστε με ένα.** Εξυπηρετήστε ένα άτομο, προσεγγίστε έναν θαυμαστή, αποκτήστε έναν αναγνώστη. Και να τους αγαπάτε. Μην περιφρονείτε τα μικρά ξεκινήματα.
- II. **Υποσχόμαστε και παραδίδουμε.** Να υπερβαίνετε και να ξεπερνάτε.
- III. **Ποιότητα έναντι ποσότητας.** Πάρτε το χρόνο σας για την τέχνη σας και βεβαιωθείτε ότι είστε καλοί πριν σας προσέξουν.

- IV. **Διατηρήστε την αίσθηση του χιούμορ σας.** Διασκεδάστε με τη δουλειά σας. Να είστε ανοιχτοί στα σχόλια. Να ευχαριστείτε συχνά τους ανθρώπους και να αφήνετε τον εαυτό σας να παίζει πού και πού.
- V. **Απολαύστε το ταξίδι.** Η οικοδόμηση ενός κοινού, η διατήρηση και η ανάπτυξή του είναι μια μακρά διαδικασία που αξίζει να την αγκαλιάσετε σε όλη της την έκταση.
- VI. **Με ό,τι τα κερδίζετε, θα τα μεγαλώνετε.** Διατηρήστε συνεχή συνέπεια στους τρόπους με τους οποίους ψυχαγωγείτε και εμπλέκετε το κοινό σας. Για παράδειγμα, δωρεάν δώρα, μηνιαία μηνύματα κ.λπ.
- VII. **Δεν είναι όλα τα ακροατήρια ίσα.** Προσέξτε τι είδους κοινό θα δημιουργήσετε, γιατί θα έχετε την ευθύνη να διατηρήσετε αυτό το κοινό. Οι άνθρωποι δεν πρέπει να θεωρούνται μέσο για ένα σκοπό. Η σχέση βρίσκεται στο τέλος της.
- VIII. **Το μικρό και σχετικό είναι καλύτερο από το μεγάλο και θορυβώδες.** Δεν χρειάζεστε τόσους ανεμιστήρες όσους νομίζετε ότι χρειάζεστε. Χρειάζεστε μόνο μια μικρή φυλή αφοσιωμένων θεατών ή οπαδών που θα συγκινηθούν από το έργο σας.

Ως μικρή επιχείρηση μπορεί να έχετε ήδη ένα βασικό "συνηθισμένο" κοινό, το οποίο μπορεί να θέλετε να διευρύνετε περαιτέρω.

ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΚΟΙΝΟΥ

Οι εισροές από αυτό το τμήμα περιλαμβάνουν έρευνα σχετικά με την ανάπτυξη κοινού (ΑΚ) για πολιτιστικούς οργανισμούς (Alessandro Bollo, Cristina Da Milano, Alessandra Gariboldi, Chris Torch. N.d.) που προτείνουν επιτυχημένες προσεγγίσεις και μεθόδους γύρω από την ΑΚ και μέσα για την προώθηση μιας πιο ακροαματοκεντρικής προσέγγισης στους πολιτιστικούς οργανισμούς. Η προσέγγιση που προτείνεται όσον αφορά την ΑΚ για πολιτιστικούς οργανισμούς μπορεί να μεταφερθεί σε εκείνη ενός μικρού πράσινου επιχειρηματία.

Η ΑΚ μπορεί να γίνει κατανοητή με διάφορους τρόπους, ανάλογα με τους στόχους και τις ομάδες-στόχους της:

- διεύρυνση του κοινού- προσέλκυση κοινού με το ίδιο κοινωνικοδημογραφικό προφίλ με το σημερινό κοινό,
- εμπάθυνση της σχέσης με το κοινό- ενίσχυση της εμπειρίας του σημερινού κοινού,
- διαφοροποίηση του κοινού- προσέλκυση ατόμων με διαφορετικό κοινωνικο-δημογραφικό προφίλ, συμπεριλαμβανομένων ατόμων που δεν έχουν καμία προηγούμενη επαφή με τις τέχνες.

Υπάρχουν τρία είδη κοινού εκεί έξω:

- I. **Ακροατήριο από συνήθεια.** "Συνήθεια" εδώ σημαίνει ότι τα εν λόγω ακροατήρια είναι εξοικειωμένα με την ίδια ιδέα του να είναι ακροατήριο, επομένως δεν είναι απλώς κάτι

που έχουν συνηθίσει να κάνουν, αλλά πολύ περισσότερο μέρος της ταυτότητας και της αυτοαντίληψής τους.

- II. **Ακροατήριο από επιλογή.** Άνθρωποι που δεν συνηθίζουν να συμμετέχουν για διάφορους λόγους ή που σπάνια το επιλέγουν, αλλά δεν έχουν και κάποιο ιδιαίτερο κοινωνικό ή πολιτισμικό μειονέκτημα.
- III. **Το κοινό αιφνιδιάζεται.** Δύσκολα προσεγγίσιμοι/αδιάφοροι/εχθρικοί άνθρωποι που δεν συμμετέχουν σε καμία πολιτιστική δραστηριότητα για ένα πολύπλοκο φάσμα λόγων.

Πρόκειται στην πραγματικότητα για ευέλικτες κατηγορίες που μπορούν να βοηθήσουν τους οργανισμούς/επιχειρηματίες να κατανοήσουν καλύτερα το κοινό τους ως εργαλεία που πρέπει να χρησιμοποιηθούν σε σχέση με τις στρατηγικές διεύρυνσης, εμβάθυνσης και διαφοροποίησης του κοινού και με τα βασικά πεδία δράσης, όπως φαίνεται στο ακόλουθο σχήμα.

Το ακόλουθο σχήμα δείχνει με **γκρι** χρώμα τις 3 κατηγοριοποιήσεις, για να περιγράψει τη σχέση μεταξύ των ακροατηρίων και των διαφορετικών χρήσεων της ΑΚ.



- I. **εκπαίδευση του κοινού,**
- II. **καλλιέργεια γεύσης,**
- III. **εκτεταμένο μάρκετινγκ και πολιτιστική ένταξη.**

Με **κόκκινο** χρώμα δείχνει πώς οι 3 κύριοι στόχοι που προαναφέρθηκαν από την AD. (Kawashima Nobuko, 2000)

Σύμφωνα με αυτή την ερμηνεία, η **διεύρυνση**, η **εμβάθυνση** και η **διαφοροποίηση** ερμηνεύονται εκ νέου και επικαλύπτονται ελαφρώς.

Υπάρχουν πολλές στρατηγικές και εργαλεία για την επιδίωξη διαφορετικών στόχων του κοινού και μπορούν να ταξινομηθούν με πολλούς διαφορετικούς τρόπους. Με **μπλε** χρώμα,

προτείνονται 4 βασικοί τομείς δράσης που αντιπροσωπεύουν τα κύρια πλεονεκτήματα για τις στρατηγικές ΑΚ.

- Ο όρος "**τόπος**" αναφέρεται σε στρατηγικές που βασίζονται έντονα στον "παράγοντα τόπος", δημιουργώντας συνδέσμους και οικοδομώντας σχέσεις με βάση μια φυσική τοποθεσία.
- Η **ψηφιακή** αναφέρεται σε στρατηγικές που βασίζονται έντονα στον "ψηφιακό παράγοντα" ως κλειδί για την προσέγγιση του κοινού και την προώθηση της δέσμευσης.
- Η **οικοδόμηση ικανοτήτων** αναφέρεται σε στρατηγικές που βασίζονται σε μεγάλο βαθμό στον "παράγοντα άνθρωπος". Μπορεί να αναφέρεται στις δραστηριότητες που συνήθως χρησιμοποιούνται π.χ. για την εκπαίδευση σχετικά με την κλιματική αλλαγή.
- Η **ενεργός συμμετοχή/συνδημιουργία** αναφέρεται σε στρατηγικές που βασίζονται έντονα στον "παράγοντα της συμμετοχής". Αυτές είναι επίσης ιδιαίτερα ενδιαφέρουσες όσον αφορά τις επιπτώσεις στην επιχείρησή σας.

Να θυμάστε ότι η ΑΚ είναι μια μακροχρόνια και συνεχής διαδικασία. Κάθε εκστρατεία, έργο και τακτική θα πρέπει να είναι προσανατολισμένη στην επίτευξη των σκοπών και των στόχων που περιγράφονται στη στρατηγική σας. Ακολουθούν βασικές συμβουλές που θα σας βοηθήσουν να διατηρήσετε και να αναπτύξετε περαιτέρω το κοινό σας:

- Μην προσκαλείτε ανθρώπους να παρευρεθούν και στη συνέχεια μην επικοινωνήσετε ποτέ ξανά μαζί τους.
- Τα πράγματα που αποτρέπουν τους ανθρώπους από το να συμμετάσχουν μπορεί να είναι φυσικά, πρακτικά, έλλειψη πληροφοριών ή ακόμη και οι δικές τους αντιλήψεις.
- Σκεφτείτε την αξία για τα χρήματα. Αποτελούν οι δαπάνες σας και ο αριθμός των ατόμων που προσεγγίζετε αποτελεσματική χρήση των πόρων; Είναι μια αξιόλογη επένδυση με μακροπρόθεσμη απόδοση;
- Σκεφτείτε σωστά από τη στρατηγική μέχρι την εκστρατεία και την τακτική. Επικοινωνείτε με τους σωστούς ανθρώπους για το σωστό είδος δραστηριότητας και με τον σωστό τρόπο;
- Η δοκιμή των σχεδίων σας μπορεί να εξοικονομήσει χρόνο και χρήμα αργότερα. Συμβουλευτείτε συναδέλφους, πελάτες, φίλους, καλλιτέχνες, δασκάλους και ζητήστε τους να σχολιάσουν τα σχέδιά σας. (Culture Hive, 2013)

Χρειάζεται προσπάθεια για να χτίσετε και να αναπτύξετε ένα βιώσιμο κοινό

Μην υποθέτετε ότι μπορείτε να παράγετε μία ή δύο σελίδες περιεχομένου το μήνα και να περιμένετε ότι οι καταναλωτές θα έρχονται μαζικά. Με τον τεράστιο ανταγωνισμό στο Διαδίκτυο, χρειάζεται μεγάλη προσπάθεια για να πετύχετε πραγματικά.

Βρείτε τις καλύτερες μεθόδους δημιουργίας κοινού για την περίπτωσή σας και ακολουθήστε τις. Δεν θα βρείτε μια νικηφόρα στρατηγική αν δεν προσπαθήσετε!

III. Οριζόντιες δεξιότητες



Ευαισθητοποίηση της επωνυμίας της τέχνης σας

"Έχω παρατηρήσει ότι οι καλλιτέχνες που γίνονται πολύ επιτυχημένοι τείνουν να διατηρούν μια συγκεκριμένη εμφάνιση και στυλ στη δουλειά τους, κάτι που προσωπικά δεν θα μπορούσα να κάνω, καθώς εμπνέομαι συνεχώς από διαφορετικά υλικά, αλλά νομίζω ότι θα βοηθούσε τις "πωλήσεις" μου αν έμενα σε ένα πράγμα".

(Tracey Pica Pica, Santarcangelo di Romagna, Ιταλία)



What is brand awareness ?

Ορισμένοι καλλιτέχνες είναι πιο επιτυχημένοι από άλλους στο να προσεγγίσουν ένα ευρύ κοινό. Δεν είναι μόνο θέμα πώλησης έργων τέχνης, αλλά να φτάσετε κατευθείαν στην καρδιά του κοινού με το έργο σας και να οικοδομήσετε μια ισχυρή σύνδεση με τους ανθρώπους που γνωρίζουν το έργο σας.

Η αναγνωρισιμότητα του εμπορικού σήματος μετρά πόσο εξοικειωμένο είναι το κοινό σας με το έργο σας, πόσο αναγνωρίσιμο και αξιολογούμενο είναι το εμπορικό σήμα σας και πόσο πιστό είναι το κοινό σας στα έργα και τα προϊόντα σας. Εάν δημιουργήσετε αναγνωρισιμότητα της μάρκας, οι άνθρωποι αναπτύσσουν μια προτίμηση για την τέχνη σας και επιστρέφουν σε εσάς επειδή γι' αυτούς είστε αξιόπιστος και οικείος. (Campbell, 2020)

Πώς μπορείτε να το πετύχετε αυτό;
Μέσω μιας αποτελεσματικής **στρατηγικής για το εμπορικό σήμα** τέχνης.

How to build your brand strategy

I. ΒΡΕΙΤΕ ΤΗΝ ΒΑΣΙΚΗ ΣΑΣ ΤΑΥΤΟΤΗΤΑ

Ποιο είναι το καλύτερο πράγμα που κάνετε ως καλλιτέχνης; Η ειδικότητά σας, αυτό που σας κάνει να διαφέρετε από τους υπόλοιπους. Αυτό είναι το σημείο εκκίνησής σας, η αξία με την οποία θέλετε να συνδεθείτε.

Να είστε ειλικρινείς: ο προσδιορισμός των βασικών σας ικανοτήτων είναι σαν να θέτετε τα θεμέλια της στρατηγικής της επωνυμίας σας. (Down, 2022)

II. ΠΕΡΙΓΡΑΨΤΕ ΤΟΝ ΕΑΥΤΟ ΣΑΣ

Πώς θα περιγράφατε τον εαυτό σας ως καλλιτέχνη με ένα σλόγκαν ή μια σύντομη πρόταση; Τα σλόγκαν είναι εύκολο να τα θυμάται κανείς αν είναι πιασάρικα και σαφή. Θα πρέπει να είναι διαφορετικό από όλων των άλλων, να ξεχωρίζει από το πλήθος. (Artistsnetwork).

III. ΔΗΜΙΟΥΡΓΗΣΤΕ ΤΟ ΛΟΓΟΤΥΠΟ ΣΑΣ

Δεν είναι απαραίτητη προϋπόθεση, αλλά η ύπαρξη λογότυπου σας βοηθά να γίνετε αναγνωρίσιμοι. Γίνεται μέρος της οπτικής σας ταυτότητας ως καλλιτέχνη. (Campbell, 2020)

IV. ΠΡΟΩΘΗΣΤΕ ΤΗ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΑ ΣΑΣ

Μην ξεχνάτε να χρησιμοποιείτε την ταυτότητα του εμπορικού σας σήματος σε κάθε έργο τέχνης, στον ιστότοπό σας και στις σελίδες σας στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης. Ακόμη και όταν γράφετε μηνύματα ηλεκτρονικού ταχυδρομείου, συμπεριλάβετε το λογότυπο ή την υπογραφή σας. Οι άνθρωποι θα πρέπει να αναγνωρίζουν εσάς και το άγγιγμά σας αμέσως. (Artistsnetwork)

V. ΝΑ ΣΥΝΑΠΤΕΙ ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΕΣ ΣΥΜΠΡΑΞΕΙΣ

Η έναρξη νέων έργων με άλλους καλλιτέχνες μπορεί να σας βοηθήσει να προσεγγίσετε νέα κοινά-στόχους που δεν θα μπορούσατε να φανταστείτε πριν. Πρόκειται για μια τεράστια ευκαιρία ανάπτυξης, από καλλιτεχνική άποψη και από άποψη φήμης. (Campbell, 2020)

VI. ΝΑ ΕΙΣΤΕ ΚΟΙΝΩΝΙΚΟΙ!

Τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης μπορεί να μη σας φαίνονται ενδιαφέροντα, αλλά αποτελούν μια τεράστια ευκαιρία για τη δημιουργία ισχυρών δεσμών με το κοινό σας, ή όπως λέγεται στο διαδίκτυο, μια κοινότητα.

Οι κοινότητες είναι πιστές και ειλικρινείς σαν οικογένεια: θα ακολουθήσουν το έργο σας και θα το διαδώσουν, φτάνοντας σε περισσότερους ανθρώπους. Οι κοινότητες είναι ανθρώπινες σχέσεις, κρατούν ζωντανό το έργο σας και σας βοηθούν να προχωρήσετε παραπέρα. (Ένωση Εικαστικών Καλλιτεχνών)

VII. ΒΡΕΙΤΕ ΤΟ ΔΙΚΟ ΣΑΣ ΔΡΟΜΟ

Είναι αυτοί οι κανόνες υποχρεωτικοί για να είναι αναγνωρίσιμοι; Όχι, δεν είναι.

Είναι προτάσεις που μπορεί να σας βοηθήσουν στην πορεία σας, αλλά μπορεί να τις αντιληφθείτε ως όρια που περιορίζουν τη δημιουργικότητα και τη φαντασία σας.

Είσαι καλλιτέχνης; μπορείς να σκεφτείς ελεύθερα εκτός πλαισίου.



What experienced artists think about it

"Η βιομηχανία τέχνης είναι πεπεισμένη ότι το branding είναι ζωτικής σημασίας. Για μένα, δεν είναι. Βαριέμαι εύκολα, οπότε πρέπει να δοκιμάζω νέες τεχνικές και υλικά. Αν έπρεπε να έχω ένα αναγνωρίσιμο εμπορικό σήμα, θα είχα παραιτηθεί από τη δουλειά μου. Μην αισθάνεστε υποχρεωμένοι να αναπτύξετε την αναγνωρισιμότητα της μάρκας: είναι ο καπιταλισμός που εφαρμόζεται στην τέχνη". (Lupan, επαγγελματίας καλλιτέχνης που ζει και εργάζεται στην καλλιτεχνική κολεκτίβα Mutonia, Santarcangelo di Romagna, Ιταλία)

"Περισσότερο από ένα εμπορικό σήμα, έχουμε τη δική μας ταυτότητα. Να είσαι συνεπής με το μήνυμα που μεταδίδεις. Έχουμε ένα λογότυπο, αλλά δεν είμαστε πολύ ενθουσιασμένοι με τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης. Αξίζει τον κόπο; Το branding είναι χρήμα. Φυσικά, πρέπει να κάνεις συμβιβασμούς για να βγάλεις τα προς το ζην". (Davide, Cinéma du Désert, Santarcangelo di Romagna, Ιταλία)

"Δεν είμαι πολύ καλός στο branding, και είμαι στο Facebook αλλά δεν μου αρέσει πραγματικά. Ξέρω ότι θα ήμουν πιο επιτυχημένος οικονομικά αν δούλευα πάνω σε αυτό. Καταβάλλω προσπάθεια για να με βλέπουν, αλλά το να σε βλέπουν δεν πρέπει να σε οδηγεί στο να δέχεσαι απλήρωτη εργασία. Μερικές φορές οι άνθρωποι σου ζητούν να δουλέψεις για την προβολή. Σε αυτές τις περιπτώσεις δεν γίνεσαι πιο ορατός: γίνεσαι αόρατος". (Lyle, επαγγελματίας καλλιτέχνης που ζει και εργάζεται στην καλλιτεχνική κολεκτίβα Mutonia, Santarcangelo di Romagna, Ιταλία)

Διαχείριση χρόνου

"Η διαχείριση του χρόνου είναι απαραίτητη για μέγιστη υγεία και προσωπική αποτελεσματικότητα. Ο βαθμός στον οποίο αισθάνεστε ότι έχετε τον έλεγχο του χρόνου και της ζωής σας είναι ένας σημαντικός παράγοντας που καθορίζει το επίπεδο της εσωτερικής ειρήνης, της αρμονίας και της ψυχικής σας ευεξίας".

(Tracey, 2023, σ. 33)



Για να επιτύχετε τους στόχους σας ως επιχειρηματίας (είτε είστε επίδοξος είτε έμπειρος) πρέπει να ασχοληθείτε με τον προγραμματισμό, τον προγραμματισμό και τον έλεγχο των δραστηριοτήτων σας με συνέπεια και επιδεξιότητα. Εδώ μπορείτε να βρείτε μερικές σύντομες συμβουλές προκειμένου να σχεδιάσετε, να προγραμματίσετε και να ελέγξετε τη δημιουργική σας ζωή (Candela, 2020- Lambert, 2021):

ΠΡΟΣΔΙΟΡΙΣΜΟΣ ΤΩΝ ΣΗΜΑΝΤΙΚΟΤΕΡΩΝ ΠΡΟΤΕΡΑΙΟΤΗΤΩΝ

Πραγματοποιήστε μια συνολική αξιολόγηση του τρόπου με τον οποίο περνάτε την ημέρα σας. Αυτή η άσκηση θα σας επιτρέψει να εντοπίσετε πού κατανέμονται οι ώρες σας και να καθορίσετε πώς να επιφέρετε τις επιθυμητές αλλαγές. Επιλέξτε μια συγκεκριμένη ημέρα και καταγράψτε τις δραστηριότητές σας ώρα προς ώρα. Για παράδειγμα, 8 π.μ. πρόγευμα, 9 π.μ. έλεγχος χρονοπρογραμματιστή, 10 π.μ. έλεγχος emails κ.ο.κ. Κατά τη διάρκεια αυτής της διαδικασίας, σημειώστε επίσης πότε βιώνετε την περισσότερη έμπνευση ή ενέργεια για τη δημιουργική σας εργασία. Αυτό θα σας βοηθήσει να προγραμματίσετε εργασίες, όπως η απάντηση σε μηνύματα ηλεκτρονικού ταχυδρομείου ή τηλεφωνήματα, για μια ώρα που έχετε λιγότερη ενέργεια.

Αφού παρατηρήσετε μια τυπική εργάσιμη ημέρα, αφιερώστε λίγο χρόνο για να σκεφτείτε τι πρέπει να αλλάξει. Ποιες δραστηριότητες καταλαμβάνουν τον περισσότερο χρόνο σας; Τι επιθυμείτε να κάνετε αλλά δυσκολεύεστε να βρείτε χρόνο για αυτό; Αν υπάρχουν δραστηριότητες που καταναλώνουν σημαντικό μέρος του χρόνου σας αλλά δεν ευθυγραμμίζονται με τις προτιμήσεις σας, σκεφτείτε πώς μπορείτε να αναθέσετε ή να

εξαλείψετε αυτές τις εργασίες για να υποστηρίξετε καλύτερα τις καλλιτεχνικές και επιχειρηματικές πρακτικές σας.

ΝΑ ΚΡΑΤΑΤΕ ΗΜΕΡΟΛΟΓΙΟ

Ανεξάρτητα από τον τομέα σας, η διατήρηση ενός ενημερωμένου ημερολογίου είναι απαραίτητη για την αποτελεσματική διαχείριση του χρόνου σας ως καλλιτέχνης. Χωρίς τον προγραμματισμό συναντήσεων και ραντεβού δύο εβδομάδες, έναν μήνα ή ακόμη και τρεις μήνες μπροστά, καθίσταται δύσκολο να ανταποκριθείτε σε όλες τις υποχρεώσεις σας. Επιλέγοντας ένα ημερολόγιο που συγχρονίζεται απρόσκοπτα σε όλες τις συσκευές σας, η προσθήκη ενός ραντεβού στην κινητή συσκευή ή το tablet σας θα αντικατοπτρίζεται αυτόματα στον υπολογιστή σας. Αυτός ο συγχρονισμός διασφαλίζει ότι τα ραντεβού είναι λιγότερο πιθανό να παραβλεφθούν ακούσια.

Για παράδειγμα, οι χρήστες λογαριασμού Gmail μπορούν να επωφεληθούν από τη δυνατότητα να προσθέτουν απευθείας συνδεδεμένα ραντεβού από τα email τους στο ημερολόγιό τους, παρέχοντας ένα πρόσθετο πλεονέκτημα για τους λάτρεις της διαχείρισης χρόνου. Όταν προσθέτετε ραντεβού στο ημερολόγιο, είναι σημαντικό να δηλώνετε ότι ανήκουν στο κοινόχρηστο ημερολόγιο συγχρονισμού, επιτρέποντας την άμεση ορατότητα σε όλες τις συσκευές. Ενσωματώστε το ραντεβού σας σε ένα ψηφιακό ημερολόγιο και γίνετε πιο αποτελεσματικοί.

ΞΕΚΙΝΗΣΤΕ ΤΗΝ ΗΜΕΡΑ ΣΑΣ ΜΕ ΜΙΑ ΛΙΣΤΑ

Η δημιουργία μιας λίστας εργασιών είναι εξαιρετικά σημαντική για την αυτοδιαχείριση και την αποτελεσματική διαχείριση του χρόνου. Συνιστάται να καταγράφετε κάθε εργασία που πρέπει να ολοκληρωθεί, χωρίς να αφήνετε κανένα στοιχείο πίσω. Αφιερώστε λίγο χρόνο, κατά προτίμηση στην αρχή της εβδομάδας εργασίας σας, όπως το πρωί της Δευτέρας, για να δημιουργήσετε μια ολοκληρωμένη λίστα. Μόλις συντάξετε έναν λεπτομερή κατάλογο, περάστε τον συστηματικά. Κάντε στον εαυτό σας τις ακόλουθες ερωτήσεις: Ποιες εργασίες απαιτούν άμεση προσοχή; Ποιες μπορούν να αναβληθούν για αργότερα; Τι μπορώ να αναθέσω σε έναν βοηθό; Ποιες εργασίες πρέπει να καταργηθούν εντελώς;

Εκτός από τις καθημερινές λίστες εργασιών, η ενσωμάτωση εβδομαδιαίων στόχων σας βοηθά να διατηρήσετε την εστίασή σας σε ευρύτερους και πιο μακροπρόθεσμους στόχους. Θέτοντας εβδομαδιαίους στόχους, όχι μόνο κατανέμετε συγκεκριμένα χρονικά περιθώρια για εργασίες, αλλά και ορίζετε συγκεκριμένες ημέρες της εβδομάδας για να δώσετε προτεραιότητα σε συγκεκριμένες πτυχές της καθημερινής σας εργασίας.

ΧΡΗΣΙΜΟΠΟΙΕΙΤΕ ΛΟΓΙΣΜΙΚΟ ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗΣ ΕΡΓΑΣΙΩΝ

Η ύπαρξη λογισμικού διαχείρισης εργασιών (π.χ. Asana, Trello, Todoist) είναι απαραίτητη για την εισαγωγή επερχόμενων αρμοδιοτήτων και τη σήμανσή τους ως ολοκληρωμένες. Αυτή η

πρακτική θα σας βοηθήσει να παρακολουθείτε την πρόοδο του έργου και να καλλιεργείτε την αυτοπαρακίνηση, αναλογιζόμενοι τι έχει ήδη επιτευχθεί. Ειδικότερα, όταν αναθέτετε εργασίες με βάση τις ημερομηνίες λήξης τους, γίνεται ευκολότερο να ιεραρχείτε και να ολοκληρώνετε πρώτα τις εργασίες που είναι ευαίσθητες στο χρόνο. Επιπλέον, η καταγραφή των ημερομηνιών ολοκλήρωσης των εργασιών επιτρέπει την εύκολη αναφορά στο μέλλον.

Οι περισσότερες επιλογές λογισμικού διαχείρισης εργασιών προσφέρουν επίσης δυνατότητες επισήμανσης, επιτρέποντάς σας να οργανώνετε εργασίες με παρόμοια σημεία αναφοράς, όπως ανά πελάτη ή τύπο έργου. Δημιουργώντας αποτελεσματικά συστήματα για τα έργα σας, είτε αυτά αφορούν εκθέσεις είτε εργασίες σχεδιασμού για πελάτες, δημιουργείτε ένα πρότυπο για την εφαρμογή παρόμοιων πρωτοβουλιών διαχείρισης χρόνου στο μέλλον. Καθώς προχωράτε μπροστά, μπορείτε να επικαιροποιείτε και να τροποποιείτε αυτές τις διαδικασίες διαχείρισης χρόνου με βάση το τι αποδεικνύεται αποτελεσματικό ή απαιτεί βελτίωση. Μόλις βρείτε το λογισμικό που λειτουργεί καλύτερα για εσάς, η διαχείριση του χρόνου σας θα βελτιωθεί.

ΝΑ ΒΕΛΤΙΩΣΕΤΕ ΤΗΝ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ ΤΗΣ ΡΟΗΣ ΕΡΓΑΣΙΩΝ ΤΟΥ ΣΤΟΥΝΤΙΟ ΣΑΣ

Μια από τις σημαντικότερες πηγές εξάντλησης της ενέργειας είναι ο αγώνας για τον εντοπισμό εργαλείων και υλικών. Πιστεύετε ότι χρειάζεστε ένα καλύτερο σύστημα για την εύρεση αντικειμένων ή υλικών στο εργαστήριό σας; Πώς η ροή εργασίας σας διευκολύνει τη βέλτιστη αξιοποίηση του χρόνου σας; Ποια βήματα μπορείτε να κάνετε για να επιφέρετε μια αλλαγή; Θα μπορούσε να είναι τόσο απλό όσο το να προσλάβετε προσωρινά κάποιον για να τακτοποιήσει ή να επενδύσετε σε ράφια ή συστήματα αρχειοθέτησης για αποτελεσματική αποθήκευση. Συχνά, μια μικρή αλλαγή, όπως η εφαρμογή ενός συστήματος αρχειοθέτησης σε ένα ντουλάπι αρχειοθέτησης για τα έργα σας, μπορεί να κάνει σημαντική διαφορά.

Επικοινωνία

Αυτό το κεφάλαιο αφορά τις επικοινωνιακές δεξιότητες που μπορούν να φανούν χρήσιμες σε έναν νέο καλλιτέχνη, προκειμένου να γίνει επιτυχημένος επιχειρηματίας, αλλά ταυτόχρονα να προσαρμόσει την τέχνη του στα θέματα της κλιματικής αλλαγής και να γίνει περιβαλλοντική.



ΑΦΗΓΗΣΗ ΚΑΙ ΔΗΜΙΟΥΡΓΙΑ ΑΦΗΓΗΣΕΩΝ

Η αποτελεσματική αφήγηση ιστοριών είναι ένα ισχυρό εργαλείο για τους καλλιτέχνες που ασχολούνται με την κλιματική αλλαγή. Ακολουθεί μια περαιτέρω ανάλυση της σημασίας της:

- **Συναισθηματική σύνδεση**

Η αφήγηση ιστοριών έχει την ικανότητα να προκαλεί συναισθήματα και να δημιουργεί μια βαθιά συναισθηματική σύνδεση μεταξύ του κοινού και του θέματος. Ενσωματώνοντας προσωπικές ιστορίες, ανέκδοτα ή σχετικούς χαρακτήρες, οι καλλιτέχνες μπορούν να προκαλέσουν ενσυναίσθηση, συμπόνια και μια αίσθηση επείγοντος στο κοινό, παρακινώντας το να αναλάβει δράση κατά της κλιματικής αλλαγής. (Roosen et al, 2018), (O'Neill et al, 2014).

- **Πολυπλοκότητα Απλούστευση**

Η κλιματική αλλαγή είναι ένα πολύπλοκο και πολύπλευρο ζήτημα, το οποίο συχνά συνοδεύεται από επιστημονική ορολογία και τεχνικές λεπτομέρειες. Η αφήγηση ιστοριών επιτρέπει στους καλλιτέχνες να απλοποιήσουν πολύπλοκες έννοιες, καθιστώντας τις πιο προσίτες και κατανοητές σε ένα ευρύτερο κοινό. Υφάινοντας αφηγήσεις που απεικονίζουν τα αίτια, τις επιπτώσεις και τις πιθανές λύσεις της κλιματικής αλλαγής, οι καλλιτέχνες μπορούν να βοηθήσουν τα άτομα να κατανοήσουν τη σημασία του ζητήματος και να κατανοήσουν το ρόλο τους στην αντιμετώπισή του (Walkowski, 2019).

- **Αξιομημόνευτος αντίκτυπος**

Οι ιστορίες έχουν διαρκή αντίκτυπο στη διατήρηση της μνήμης. Όταν οι πληροφορίες παρουσιάζονται με αφηγηματική μορφή, γίνονται πιο αξιομνημόνευτες και ελκυστικές. Δημιουργώντας συναρπαστικές αφηγήσεις γύρω από την κλιματική αλλαγή, οι καλλιτέχνες μπορούν να διασφαλίσουν ότι τα μηνύματά τους θα έχουν απήχηση και θα παραμείνουν στο μυαλό του κοινού για πολύ καιρό αφότου συναντήσει το έργο τέχνης. Αυτό μπορεί να οδηγήσει σε αυξημένη ευαισθητοποίηση, συζητήσεις και αλλαγή συμπεριφοράς. (Roosen et al, 2018), (O'Neill et al, 2014).

- **Εμπνέοντας δράση**

Η αποτελεσματική αφήγηση μπορεί να προχωρήσει πέρα από την ευαισθητοποίηση, μπορεί επίσης να εμπνεύσει δράση. Παρουσιάζοντας ιστορίες ατόμων ή κοινοτήτων που λαμβάνουν προληπτικά μέτρα για την καταπολέμηση της κλιματικής αλλαγής, οι καλλιτέχνες μπορούν να εμπνεύσουν το κοινό να πιστέψει στη δική του δράση και να το ενθαρρύνουν να αναλάβει απτές δράσεις στη δική του ζωή. Η αφήγηση ιστοριών έχει τη δυνατότητα να παρακινήσει τα άτομα να γίνουν φορείς αλλαγής και να συμβάλουν στη συλλογική προσπάθεια. (Walkowski, 2019).

- **Πολιτιστική συνάφεια**

Η αφήγηση επιτρέπει στους καλλιτέχνες να ενσωματώσουν πολιτιστικές αναφορές και αφηγήσεις που έχουν απήχηση σε συγκεκριμένες κοινότητες ή πολιτισμικά υπόβαθρα. Με την ενσωμάτωση πολιτιστικών στοιχείων, οι καλλιτέχνες μπορούν να δημιουργήσουν μια βαθύτερη σύνδεση με διαφορετικά ακροατήρια, προωθώντας την αίσθηση της ιδιοκτησίας και της συνάφειας. Αυτό επιτρέπει στο έργο τέχνης να έχει ευρύτερο αντίκτυπο και ενθαρρύνει την εμπλοκή της κοινότητας και τη συμμετοχή σε πρωτοβουλίες για την κλιματική αλλαγή. Ένα εμπνευσμένο παράδειγμα είναι η πρωτοβουλία "Τέχνη για την πόλη", όπου οι καλλιτέχνες συνεργάζονται με τις τοπικές κοινότητες για να μετατρέψουν δημόσιους χώρους σε ζωντανές εγκαταστάσεις με περιβαλλοντικό θέμα. Μέσω αυτών των έργων, οι καλλιτέχνες δημιουργούν οπτικά γοητευτικά έργα τέχνης, ενώ παράλληλα ενισχύουν την αίσθηση της ιδιοκτησίας και της ευθύνης για το περιβάλλον μεταξύ των μελών της κοινότητας. (Walkowski, 2019).

ΣΥΝΕΡΓΑΤΙΚΕΣ ΚΑΙ ΔΙΕΠΙΣΤΗΜΟΝΙΚΕΣ ΠΡΟΣΕΓΓΙΣΕΙΣ

Η συνεργασία και οι διεπιστημονικές προσεγγίσεις διαδραματίζουν ζωτικό ρόλο στον καλλιτεχνικό αγώνα για την κλιματική αλλαγή. Ακολουθεί μια βαθύτερη ανάλυση της σημασίας τους:

- **Διαφορετικές προοπτικές**

Η κλιματική αλλαγή είναι ένα πολύπλοκο ζήτημα που απαιτεί πολυδιάστατη κατανόηση. Η συνεργασία με ειδικούς από διάφορους κλάδους, όπως επιστήμονες, φορείς χάραξης

πολιτικής, ακτιβιστές και άλλους καλλιτέχνες, επιτρέπει στους καλλιτέχνες να αποκτήσουν γνώσεις από διαφορετικές οπτικές γωνίες. Αυτή η διεπιστημονική προσέγγιση εμπλουτίζει την καλλιτεχνική διαδικασία και δίνει τη δυνατότητα στους καλλιτέχνες να αναπτύξουν πιο ολοκληρωμένες και επιδραστικές καλλιτεχνικές παρεμβάσεις που αντιμετωπίζουν τις πολύπλευρες πτυχές της κλιματικής αλλαγής. (Roosen et al, 2018), (O'Neill et al, 2014).

- **Ολιστική επίλυση προβλημάτων**

Η κλιματική αλλαγή δεν είναι μια πρόκληση που μπορεί να επιλυθεί με μια μόνο προσέγγιση. Συμμετέχοντας σε διεπιστημονικές συνεργασίες, οι καλλιτέχνες μπορούν να αντιμετωπίσουν την κλιματική αλλαγή από διάφορες οπτικές γωνίες, διερευνώντας κοινωνικές, πολιτιστικές, οικονομικές και περιβαλλοντικές διαστάσεις. Αυτή η ολιστική προσέγγιση επίλυσης προβλημάτων μπορεί να οδηγήσει σε πιο διαφοροποιημένες και αποτελεσματικές καλλιτεχνικές παρεμβάσεις που λαμβάνουν υπόψη τη διασύνδεση της κλιματικής αλλαγής με άλλες παγκόσμιες προκλήσεις. (Roosen et al, 2018), (O'Neill et al, 2014).

- **Γεφύρωση των διαχωρισμών**

Η συνεργασία μεταξύ κλάδων και τομέων μπορεί να συμβάλει στη γεφύρωση των διαχωριστικών γραμμών και να ενισχύσει την αίσθηση της κοινής ευθύνης. Συνεργαζόμενοι με διάφορους ενδιαφερόμενους φορείς, οι καλλιτέχνες μπορούν να δημιουργήσουν χώρους διαλόγου και αμοιβαίας κατανόησης, καταρρίπτοντας τα εμπόδια και χτίζοντας γέφυρες μεταξύ διαφορετικών κοινοτήτων. Αυτό προάγει μια συλλογική προσπάθεια για τον μετριασμό της κλιματικής αλλαγής και ενθαρρύνει τη συνεργασία πέρα από τον χώρο της τέχνης (Roosen et al, 2018), (O'Neill et al, 2014).

- **Ενισχυμένη εμβέλεια**

Τα συνεργατικά έργα έχουν τη δυνατότητα να προσεγγίσουν ένα ευρύτερο κοινό. Συγκεντρώνοντας πόρους, τεχνογνωσία και δίκτυα, οι καλλιτέχνες μπορούν να ενισχύσουν την προβολή και τον αντίκτυπο των καλλιτεχνικών τους παρεμβάσεων. Οι συνεργασίες δίνουν τη δυνατότητα στους καλλιτέχνες να αξιοποιήσουν διαφορετικά δίκτυα, να προσελκύσουν νέο κοινό και να αποκτήσουν πρόσβαση σε πλατφόρμες που ίσως να μην ήταν διαθέσιμες σε αυτούς μεμονωμένα. Αυτό διευρύνει την εμβέλεια των μηνυμάτων για την κλιματική αλλαγή και ενισχύει τις δυνατότητες συλλογικής δράσης. Μια υποδειγματική εκδήλωση είναι το "EcoArt Festival", το οποίο παρουσιάζει καινοτόμα έργα εικαστικών καλλιτεχνών που χρησιμοποιούν ανακυκλωμένα υλικά, βιώσιμες τεχνικές και περιβαλλοντικά ευαίσθητοποιημένα θέματα. Το φεστιβάλ χρησιμεύει ως πλατφόρμα για νέους καλλιτέχνες που εκθέτουν τα έργα τους, συμμετέχουν στο κοινό και εμπνέουν συζητήσεις σχετικά με τη βιωσιμότητα (Roosen et al, 2018), (O'Neill et al, 2014).

ΣΥΜΜΕΤΟΧΗ ΣΕ ΠΟΙΚΙΛΑ ΑΚΡΟΑΤΗΡΙΑ

Η επικοινωνία με διαφορετικά ακροατήρια είναι μια κρίσιμη επικοινωνιακή δεξιότητα για τους καλλιτέχνες που ασχολούνται με τον καλλιτεχνικό αγώνα για την κλιματική αλλαγή. (Βλέπε δεξιότητες για την ανάπτυξη κοινού σελ. 36)

- **Προσαρμογή μηνυμάτων**

Η αποτελεσματική επικοινωνία απαιτεί από τους καλλιτέχνες να προσαρμόζουν τα μηνύματά τους σε συγκεκριμένα ακροατήρια-στόχους. Η κατανόηση των αξιών, των προβληματισμών και του πολιτιστικού υπόβαθρου των διαφόρων ακροατηρίων επιτρέπει στους καλλιτέχνες να δημιουργούν μηνύματα που έχουν απήχηση και συνδέονται σε προσωπικό επίπεδο. Προσαρμόζοντας το περιεχόμενο και τη γλώσσα που χρησιμοποιούν στα έργα τους, οι καλλιτέχνες μπορούν να διασφαλίσουν ότι τα μηνύματά τους είναι προσιτά, σχετιζόμενα και έχουν αντίκτυπο σε ένα ευρύ φάσμα ατόμων (Roosen et al, 2018), (O'Neill et al, 2014).

- **Προσέγγιση χωρίς αποκλεισμούς**

Η κλιματική αλλαγή επηρεάζει ανθρώπους από όλα τα κοινωνικά στρώματα, από διαφορετικές ηλικιακές ομάδες, πολιτισμικά υπόβαθρα και κοινωνικοοικονομικές καταστάσεις. Η συμμετοχή σε διαφορετικά ακροατήρια προϋποθέτει την υιοθέτηση μιας προσέγγισης χωρίς αποκλεισμούς που αναγνωρίζει και σέβεται τις εμπειρίες και τις προοπτικές διαφορετικών κοινοτήτων. Οι καλλιτέχνες μπορούν να συνεργαστούν με τοπικές κοινότητες, οργανώσεις βάσης ή περιθωριοποιημένες ομάδες για να διασφαλίσουν ότι οι καλλιτεχνικές παρεμβάσεις τους είναι χωρίς αποκλεισμούς, αντιπροσωπευτικές και αντιμετωπίζουν τις συγκεκριμένες ανάγκες και προκλήσεις που αντιμετωπίζουν διαφορετικοί πληθυσμοί (Roosen et al, 2018), (O'Neill et al, 2014).



- **Πολιτιστική συνάφεια**

Οι καλλιτεχνικές εκφράσεις που έχουν πολιτισμική συνάφεια έχουν περισσότερες πιθανότητες να έχουν απήχηση στο κοινό. Με την ενσωμάτωση πολιτιστικών αναφορών, συμβόλων και παραδόσεων στα έργα τέχνης τους, οι καλλιτέχνες μπορούν να δημιουργήσουν μια βαθύτερη σύνδεση με συγκεκριμένες κοινότητες. Αυτή η πολιτισμική συνάφεια προάγει την αίσθηση της ιδιοκτησίας, της υπερηφάνειας και της οικειότητας, καθιστώντας το μήνυμα της κλιματικής αλλαγής πιο σχετικό και εφαρμόσιμο στις εν λόγω κοινότητες (Thorpe, 2017), (Walkowski, 2019).

- **Κανάλια επικοινωνίας**

Η επικοινωνία με διαφορετικά ακροατήρια περιλαμβάνει επίσης τη χρήση ποικίλων καναλιών και πλατφορμών επικοινωνίας. Διαφορετικές δημογραφικές ομάδες μπορεί να ανταποκρίνονται καλύτερα σε συγκεκριμένα μέσα, όπως τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης, οι εκθέσεις εικαστικών τεχνών, οι κοινοτικές εκδηλώσεις ή τα διαδραστικά εργαστήρια. Οι καλλιτέχνες πρέπει να προσδιορίσουν τα πιο αποτελεσματικά κανάλια για να προσεγγίσουν το κοινό-στόχο τους και να προσαρμόσουν ανάλογα τις στρατηγικές επικοινωνίας τους (Thorpe,2017).

- **Ενδυνάμωση και εκπαίδευση**

Η προσέγγιση διαφορετικών ακροατηρίων υπερβαίνει την ευαισθητοποίηση- περιλαμβάνει την ενδυνάμωση και την εκπαίδευση των ατόμων ώστε να αναλάβουν δράση. Οι καλλιτέχνες μπορούν να παρέχουν πόρους, εργαλεία και πληροφορίες που επιτρέπουν στο κοινό να λαμβάνει τεκμηριωμένες αποφάσεις και να συμβάλλει στον μετριασμό της κλιματικής αλλαγής. Προσφέροντας πρακτικές συμβουλές, καθοδήγηση ή εργαστήρια, οι καλλιτέχνες μπορούν να εμπνεύσουν τα άτομα να υιοθετήσουν βιώσιμες πρακτικές, να υποστηρίξουν τοπικές πρωτοβουλίες ή να υποστηρίξουν αλλαγές πολιτικής (Roosen et al, 2018), (O'Neill et al, 2014).

ΣΥΝΗΓΟΡΙΑ ΚΑΙ ΔΗΜΟΣΙΕΣ ΟΜΙΛΙΕΣ

Οι δεξιότητες υπεράσπισης και δημόσιας ομιλίας είναι απαραίτητες για τους καλλιτέχνες που ασχολούνται με την κλιματική αλλαγή.

- **Διατύπωση ιδεών**

Η αποτελεσματική υπεράσπιση και η δημόσια ομιλία απαιτούν από τους καλλιτέχνες να διατυπώνουν τις ιδέες τους με σαφήνεια και συντομία. Πρέπει να επικοινωνούν πολύπλοκες έννοιες της κλιματικής αλλαγής με τρόπο που να είναι προσιτός και εύκολα κατανοητός από ένα ευρύ κοινό. Οι καλλιτέχνες θα πρέπει να είναι σε θέση να μεταφέρουν τον επείγοντα χαρακτήρα, τη σημασία και τις πιθανές λύσεις που σχετίζονται με την κλιματική αλλαγή, εμπνέοντας τους άλλους να αναλάβουν δράση (Thorpe,2017).

- **Ενίσχυση της επιρροής**

Οι ευκαιρίες δημόσιας ομιλίας παρέχουν στους καλλιτέχνες μια πλατφόρμα για να ενισχύσουν την επιρροή και την εμβέλειά τους. Μιλώντας σε συνέδρια, δημόσιες εκδηλώσεις ή επικοινωνώντας με τα μέσα μαζικής ενημέρωσης, οι καλλιτέχνες μπορούν να διευρύνουν την προβολή των καλλιτεχνικών τους παρεμβάσεων και των μηνυμάτων τους για την κλιματική αλλαγή. Μπορούν να προσεγγίσουν ευρύτερα ακροατήρια, να συνεργαστούν με φορείς χάραξης πολιτικής και να συνεργαστούν με άλλους φορείς επιρροής, διευρύνοντας έτσι τη σφαίρα επιρροής τους (Thorpe,2017).

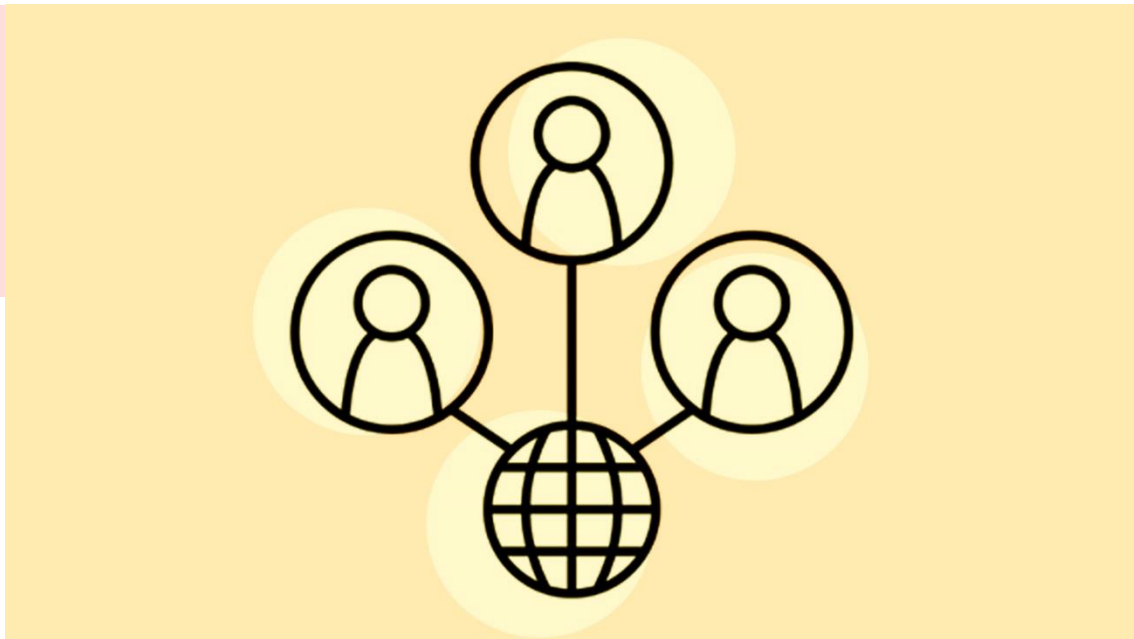
- **Οικοδόμηση συμμαχιών**

Η αποτελεσματική συνηγορία συχνά συνεπάγεται τη δημιουργία συμμαχιών και συνεργασιών με άλλους ενδιαφερόμενους φορείς. Οι καλλιτέχνες με ισχυρές δεξιότητες συνηγορίας και δημόσιας ομιλίας μπορούν να δημιουργήσουν συνδέσεις με φορείς χάραξης πολιτικής, επιστήμονες, ακτιβιστές και άλλους καλλιτέχνες, προωθώντας συνεργασίες και κοινές πρωτοβουλίες. Αυτές οι συμμαχίες μπορούν να οδηγήσουν σε ευρύτερη υποστήριξη των πρωτοβουλιών για την κλιματική αλλαγή και να επιτρέψουν στους καλλιτέχνες να αξιοποιήσουν τη συλλογική τους επιρροή για ουσιαστική αλλαγή (Thorpe,2017).

Δικτύωση

"Η οικοδόμηση ενός ισχυρού δικτύου απαιτεί χρόνο και προσπάθεια, και απαιτεί την καλλιέργεια σχέσεων και τη σταθεροποίηση της εμπιστοσύνης με τους άλλους. Αναζητήστε ενεργά ευκαιρίες, ασχοληθείτε με τους άλλους και να είστε ανοιχτοί σε συνεργασίες".

(HBR, 2005)



Η δικτύωση είναι μια αμοιβαία διαδικασία, γι' αυτό να υποστηρίζετε και άλλους καλλιτέχνες και άτομα με περιβαλλοντικό προσανατολισμό (Format 2022).

Το πρώτο βήμα για την οικοδόμηση του δικτύου σας είναι η προβολή της δουλειάς σας:

ΝΑ ΔΗΜΙΟΥΡΓΗΣΕΤΕ ΜΙΑ ΙΣΤΟΣΕΛΙΔΑ Ή ΕΝΑ ΧΑΡΤΟΦΥΛΑΚΙΟ ΚΑΛΛΙΤΕΧΝΗ

Δημιουργήστε έναν επαγγελματικό ιστότοπο ή ένα διαδικτυακό χαρτοφυλάκιο αφιερωμένο στην περιβαλλοντική σας τέχνη. Συμπεριλάβετε εικόνες υψηλής ποιότητας του έργου σας, μια δήλωση του καλλιτέχνη, τα στοιχεία επικοινωνίας σας και λεπτομέρειες σχετικά με τις επερχόμενες εκθέσεις ή εκδηλώσεις. Αυτός ο ιστότοπος θα χρησιμεύσει ως κεντρικός κόμβος για πιθανούς συλλέκτες, επιμελητές και συνεργάτες, ώστε να ανακαλύψουν το έργο σας και να έρθουν σε επαφή μαζί σας. (Fischer, 2022)

ΑΞΙΟΠΟΙΗΣΗ ΤΩΝ ΜΕΣΩΝ ΚΟΙΝΩΝΙΚΗΣ ΔΙΚΤΥΩΣΗΣ

Αξιοποιήστε πλατφόρμες κοινωνικής δικτύωσης όπως το Instagram, το Facebook, το Twitter ή εξειδικευμένες πλατφόρμες τέχνης για να παρουσιάσετε τη δουλειά σας και να συνδεθείτε με ένα ευρύτερο κοινό. Επικοινωνήστε με συναδέλφους καλλιτέχνες, περιβαλλοντικούς ακτιβιστές και οργανώσεις σχολιάζοντας τις αναρτήσεις τους, κοινοποιώντας το περιεχόμενό τους και συμμετέχοντας σε σχετικές συζητήσεις. Η οικοδόμηση μιας διαδικτυακής παρουσίας μπορεί να προσελκύσει την προσοχή και ενδεχομένως να οδηγήσει σε συνεργασίες ή ευκαιρίες έκθεσης. (Doubrovskaja 2020).

Ωστόσο, παρόλο που η παρουσία μας στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης είναι πολύ σημαντική για την επιχείρησή μας στον σύγχρονο κόσμο, δεν ξεπερνά τη φυσική παρουσία και την επαφή με το κοινό σας.

ΤΟ ΕΠΟΜΕΝΟ ΒΗΜΑ ΕΙΝΑΙ ΝΑ ΣΥΝΑΝΤΗΣΕΤΕ ΠΕΡΙΣΣΟΤΕΡΟΥΣ ΟΜΟΪΔΕΑΤΕΣ ΚΑΛΛΙΤΕΧΝΕΣ ΚΑΙ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΕΣ!

ΝΑ ΠΑΡΑΚΟΛΟΥΘΕΙΤΕ ΕΚΘΕΣΕΙΣ ΚΑΙ ΕΚΔΗΛΩΣΕΙΣ ΤΕΧΝΗΣ

Συμμετοχή σε τοπικές, εθνικές ή διεθνείς εκθέσεις τέχνης, εκθέσεις τέχνης και εκδηλώσεις που εστιάζουν ειδικά στην περιβαλλοντική ή οικολογική τέχνη. Αυτό θα σας επιτρέψει να συνδεθείτε με συναδέλφους καλλιτέχνες, λάτρεις της τέχνης, επιμελητές και πιθανούς αγοραστές που μοιράζονται τα ενδιαφέροντά σας. (Doubravskaia 2020)

ΣΥΜΜΕΤΟΧΗ ΣΕ ΚΑΛΛΙΤΕΧΝΙΚΟΥΣ ΔΙΑΓΩΝΙΣΜΟΥΣ ΚΑΙ ΕΠΙΧΟΡΗΓΗΣΕΙΣ

Συμμετέχετε σε διαγωνισμούς τέχνης και υποβάλλετε αίτηση για επιχορηγήσεις που στοχεύουν ειδικά σε έργα περιβαλλοντικής ή οικολογικής τέχνης. Η νίκη ή η αναγνώριση σε αυτούς τους διαγωνισμούς μπορεί να ενισχύσει την αξιοπιστία σας, να προσελκύσει την προσοχή και να οδηγήσει σε ευκαιρίες δικτύωσης με επαγγελματίες του κλάδου. (Βλέπε δεξιότητες σχετικά με τους καλλιτεχνικούς διαγωνισμούς σελ. 63 και τα προγράμματα σελ. 67)

ΕΝΤΑΧΘΕΙΤΕ ΣΕ ΚΑΛΛΙΤΕΧΝΙΚΟΥΣ ΟΡΓΑΝΙΣΜΟΥΣ ΚΑΙ ΚΟΙΝΟΤΗΤΕΣ

Αναζητήστε καλλιτεχνικές οργανώσεις, συλλογικότητες και κοινότητες που εστιάζουν στην περιβαλλοντική τέχνη ή προωθούν την αειφορία. Γίνετε μέλος και συμμετέχετε ενεργά στις δραστηριότητες, τις συζητήσεις και τις συνεργασίες τους. Αυτό θα σας δώσει ευκαιρίες να δικτυωθείτε με άτομα με παρόμοιες ιδέες, να μάθετε από άλλους και ενδεχομένως να παρουσιάσετε τη δουλειά σας σε ομαδικές εκθέσεις.

ΝΑ ΟΡΓΑΝΩΝΕΤΕ ΣΥΝΑΝΤΗΣΕΙΣ ΜΕ ΝΕΕΣ ΓΝΩΡΙΜΙΕΣ

Αφού παρακολουθήσετε μια εκδήλωση δικτύωσης, ζητήστε μια προσωπική συνάντηση με τις νέες επαφές. Είναι πολύ σημαντικό να έρθετε πιο κοντά με νέους συναδέλφους και να λάβετε νέες κριτικές για τις ιδέες σας (Doubravskaia 2020).

Η τελευταία συμβουλή! Να είστε υπομονετικοί!

Συνολικά, η υπομονή είναι ζωτικής σημασίας για τη δημιουργία ενός ισχυρού και υποστηρικτικού δικτύου γύρω από την επιχείρησή σας. Σας δίνει τη δυνατότητα να καλλιεργήσετε ουσιαστικές σχέσεις, να κερδίσετε εμπιστοσύνη, να εκμεταλλευτείτε ευκαιρίες δικτύωσης, να αναπτύξετε μακροχρόνιες συνεργασίες και να ξεπεράσετε τις αναποδιές.



Εξασκώντας υπομονή, αυξάνετε τις πιθανότητές σας να δημιουργήσετε ένα ισχυρό δίκτυο που μπορεί να συμβάλει στην ανάπτυξη και την επιτυχία της επιχείρησής σας. (Entrepreneur 2023)

Η οικοδόμηση ενός δικτύου μπορεί μερικές φορές να συνεπάγεται την αντιμετώπιση αποτυχιών, απορρίψεων ή απογοητεύσεων. Η υπομονή σας βοηθά να παραμείνετε ανθεκτικοί μπροστά στις προκλήσεις, επιτρέποντάς σας να μαθαίνετε από τις αποτυχίες, να προσαρμόζετε την προσέγγισή σας και να επιμένετε στην οικοδόμηση του δικτύου σας. (Doubravskaia 2020)

Ιδέα και δημιουργικότητα

"Δημιουργικότητα είναι να αναζητάς αυτό που βλέπουν οι άλλοι και να σκέφτεσαι αυτό που κανείς άλλος δεν σκέφτηκε ποτέ".

(Άλμπερτ Αϊνστάιν)



Η δημιουργικότητα είναι η ζωογόνος δύναμη της καλλιτεχνικής έκφρασης, η οποία ωθεί τους καλλιτέχνες να παράγουν αξιολογικά και εντυπωσιακά έργα. Το παρόν έγγραφο ερευνά τον κόσμο της ιδεοληψίας και της δημιουργικότητας για τους καλλιτέχνες, διερευνώντας τον τρόπο με τον οποίο οι καλλιτέχνες μπορούν να προωθήσουν την καινοτόμο σκέψη, να αντλήσουν έμπνευση από διάφορες πηγές και να πλοηγηθούν αποτελεσματικά στην επίδραση των τάσεων στο έργο τους. Με την υιοθέτηση αυτών των αρχών και μέσω της συνεχούς εξερεύνησης και αφοσίωσης, οι καλλιτέχνες μπορούν να βελτιώσουν τα καλλιτεχνικά τους ταξίδια, να διευρύνουν τα όρια της φαντασίας τους και να δημιουργήσουν ουσιαστική και επιδραστική τέχνη που αντέχει στη δοκιμασία του χρόνου (Daniel, 2021).

Η ικανότητα να δημιουργούν μοναδικές ιδέες και να τις εκτελούν δημιουργικά είναι θεμελιώδης για τους καλλιτέχνες, ώστε να ξεχωρίζουν και να μεταφέρουν τις σκέψεις, τα συναισθήματα και τις προοπτικές τους με συναρπαστικούς τρόπους (Dahlstedt, 2012). Το κεφάλαιο που ακολουθεί διερευνά πώς οι καλλιτέχνες μπορούν να καλλιεργήσουν το δημιουργικό τους δυναμικό, να αναζητήσουν έμπνευση και να εξισορροπήσουν την επιρροή της τάσης για να διατηρήσουν την αυθεντικότητά τους.

ΝΑ ΣΚΕΦΤΕΣΤΕ ΔΗΜΙΟΥΡΓΙΚΑ ΚΑΙ ΚΑΙΝΟΤΟΜΑ

Η δημιουργικότητα απαιτεί ένα συνδυασμό φαντασίας και κριτικής σκέψης. Δείτε πώς οι καλλιτέχνες μπορούν να καλλιεργήσουν τη δημιουργική τους σκέψη:

- Αγκαλιάστε τις διαφορετικές προοπτικές

Η αποκλίνουσα σκέψη ενθαρρύνει τη διερεύνηση πολλαπλών λύσεων και προοπτικών για μια δεδομένη πρόκληση (Daniel, 2021). Η έκθεση σε μια ποικιλία επιστημονικών κλάδων, πολιτισμών και ιδεών, αλλά και η συμμετοχή σε συνεδρίες καταϊγισμού ιδεών, χαρτογράφησης του νου, μπορεί να απελευθερώσει ένα ευρύ φάσμα δημιουργικών δυνατοτήτων, οδηγώντας σε νέες και καινοτόμες προσεγγίσεις στην τέχνη (Botella et al, 2018).

- **Αγκαλιάστε τους περιορισμούς**

Οι περιορισμοί μπορούν να αναπαράγουν τη δημιουργικότητα. Αγκαλιάστε τους περιορισμούς, όπως η εργασία με περιορισμένη χρωματική παλέτα, συγκεκριμένα θέματα ή αντισυμβατικά υλικά (Weir, 2022). Αυτές οι προκλήσεις μπορούν να πυροδοτήσουν καινοτόμες λύσεις και απροσδόκητα αποτελέσματα.

ΑΝΤΛΩΝΤΑΣ ΕΜΠΝΕΥΣΗ: ΚΑΛΛΙΕΡΓΩΝΤΑΣ ΤΗ ΜΟΥΣΑ

- **Φύση και περιβάλλον**

Η ομορφιά, τα μοτίβα και τα χρώματα της φύσης μπορούν να αποτελέσουν πηγή έμπνευσης. Η παρατήρηση του φυσικού κόσμου μπορεί να πυροδοτήσει ιδέες για νέα έργα τέχνης ή να εμπλουτίσει υπάρχοντα έργα με νέα στοιχεία. Ο φυσικός κόσμος προσφέρει πληθώρα σχημάτων, χρωμάτων, μοτίβων και υφών που μπορούν να πυροδοτήσουν δημιουργικές ιδέες. Οι καλλιτέχνες μπορούν να εξερευνήσουν τοπία, χλωρίδα και πανίδα ή ακόμη και απόβλητα για να τα εμπλουτίσουν στο έργο τους (Daniel, 2022).

- **Καθημερινή ζωή και συναισθήματα**

Οι προσωπικές εμπειρίες, τα συναισθήματα και οι προσωπικές αφηγήσεις παρέχουν ένα βαθύ πηγάδι έμπνευσης. Οι καλλιτέχνες μπορούν να αντλήσουν από τις δικές τους ιστορίες ζωής και τα συναισθήματά τους για να δημιουργήσουν έργα που έχουν απήχηση σε προσωπικό επίπεδο (Daniel, 2022).

ΕΠΙΡΡΟΗ ΤΩΝ ΤΑΣΕΩΝ ΣΤΟ ΚΑΛΛΙΤΕΧΝΙΚΟ ΕΡΓΟ

Οι καλλιτέχνες συχνά βρίσκονται σε μια ισορροπία μεταξύ της υιοθέτησης των τάσεων και της διατήρησης της πρωτοτυπίας τους. Ενώ η επιρροή των τάσεων μπορεί να είναι ευεργετική, η διατήρηση της αυθεντικότητας είναι απαραίτητη:

- **Αγκαλιάστε την εξέλιξη**

Ενώ οι τάσεις μπορούν να δώσουν μια αίσθηση συνάφειας, οι καλλιτέχνες πρέπει να τις προσεγγίζουν με σκοπό. Η ενσωμάτωση των τάσεων θα πρέπει να ευθυγραμμίζεται με το όραμα του καλλιτέχνη και όχι να αποδυναμώνει το μοναδικό του στυλ (Weir, 2022). Η ανάμειξη των τάσεων, ο πειραματισμός και η προσθήκη του δικού του χαρακτηριστικού

ύφους ενός καλλιτέχνη μπορούν να συνεισφέρουν νέες διαστάσεις στα επικρατούντα θέματα.

- **Μείνετε πιστοί στη φωνή σας**

Ενώ οι τάσεις μπορούν να καθοδηγήσουν το δημιουργικό σας ταξίδι, η καλλιτεχνική σας φωνή θα πρέπει να παραμείνει ξεχωριστή. Προσπαθήστε να ενσωματώσετε τις τάσεις με τρόπο που να ευθυγραμμίζεται με το όραμά σας, αντί να αποδυναμώνετε τη μοναδικότητά σας. Το να παραμείνετε αυθεντικοί στην καλλιτεχνική σας φωνή είναι ζωτικής σημασίας (Daniel, 2021). Οι τάσεις έρχονται και φεύγουν, αλλά η αυθεντική έκφραση ενός καλλιτέχνη έχει τη δυνατότητα να αφήσει μόνιμο αντίκτυπο.

ΠΛΟΗΓΗΣΗ ΣΤΗΝ ΨΗΦΙΑΚΗ ΕΠΟΧΗ ΚΑΙ ΤΗΝ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΑ

Στην ψηφιακή εποχή, η τεχνολογία προσφέρει νέες δυνατότητες δημιουργικής έκφρασης. Οι καλλιτέχνες μπορούν να αξιοποιήσουν τα ψηφιακά εργαλεία για να ενισχύσουν τις ιδέες τους και να προσεγγίσουν ευρύτερο κοινό:

- **Πλατφόρμες ψηφιακής τέχνης**

Εξερευνήστε πλατφόρμες ψηφιακής τέχνης για να πειραματιστείτε με νέες τεχνικές, να συνεργαστείτε με άλλους καλλιτέχνες και να παρουσιάσετε το έργο σας σε παγκόσμιο επίπεδο (Randien, 2023). Αυτές οι πλατφόρμες δίνουν επίσης τη δυνατότητα στους καλλιτέχνες να λαμβάνουν άμεση ανατροφοδότηση και να συνεργάζονται με το κοινό τους.

- **Εικονική πραγματικότητα (VR) και επαυξημένη πραγματικότητα (AR)**

Αγκαλιάστε τις αναδυόμενες τεχνολογίες όπως η VR και η AR για να δημιουργήσετε καθηλωτικές εμπειρίες. Οι τεχνολογίες αυτές ανοίγουν πόρτες στη διαδραστική και πολυδιάστατη τέχνη, διευρύνοντας τα όρια της δημιουργικότητας (Randien, 2023).

Διαγωνισμός καλλιτεχνών

Η όμορφη τέχνη μπορεί να προκαλεί δέος και να συναρπάξει. Κάποια από αυτά απλώς ξυπνούν τη δημιουργικότητα ή την ομορφιά που κρύβουμε όλοι μας, ενώ άλλα εκπληκτικά έργα τέχνης μας κάνουν να σκεφτούμε πραγματικά για βαθύτερα ζητήματα.

(Η ομάδα, 2023)



Ανεξάρτητα από το επίπεδο έντασης του έργου, τα σπουδαία έργα τέχνης κάνουν τους περισσότερους ανθρώπους να σταματήσουν, έστω και για μια στιγμή, για να βιώσουν μια συναισθηματική εμπειρία. Και αυτή η εμπειρία, αυτά τα συναισθήματα, θα ξαναζωντανέψουν κάθε φορά που ο θεατής θα ξανασυναντήσσει αυτό το έργο τέχνης.

Αυτός είναι ο λόγος για τον οποίο η τέχνη, η οποία δημιουργείται για να ευαισθητοποιήσει τους πολίτες για έναν σκοπό, μπορεί να λειτουργήσει τόσο καλά. Το έργο τέχνης δημιουργεί ένα ισχυρό και διαρκές συναίσθημα που κινεί τον θεατή σε δράση. Ακριβώς όπως και με τις μελωδίες, οι οπτικές εικόνες μας μένουν περισσότερο από τις λέξεις. Οι περισσότεροι καλλιτέχνες έχουν πλήρη επίγνωση αυτής της δύναμης που περιέχει η τέχνη, γι' αυτό και τόσο πολλοί χρησιμοποιούν την τέχνη για να εκφραστούν, να κάνουν μια δήλωση ή, όπως οι παρακάτω, να προκαλέσουν κίνηση για έναν σκοπό.

Η διοργάνωση ενός καλλιτεχνικού διαγωνισμού που επικεντρώνεται σε περιβαλλοντικά θέματα απαιτεί προσεκτική εξέταση πολλών σημαντικών πτυχών για να εξασφαλιστεί η επιτυχία και ο αντίκτυπός του. Ακολουθούν ορισμένες βασικές πτυχές που πρέπει να ληφθούν υπόψη:

ΘΕΜΑ ΚΑΙ ΕΣΤΙΑΣΗ

Καθορίστε με σαφήνεια το θέμα και την εστίαση του καλλιτεχνικού διαγωνισμού για να διασφαλίσετε ότι οι συμμετέχοντες καλλιτέχνες κατανοούν τα περιβαλλοντικά ζητήματα που

πρέπει να αντιμετωπίσουν. Θα μπορούσε να είναι η κλιματική αλλαγή, η ρύπανση, η απώλεια βιοποικιλότητας, η βιώσιμη διαβίωση ή οποιοδήποτε άλλο σχετικό θέμα.

ΣΤΟΧΟΙ

Καθορίστε τους ειδικούς στόχους του διαγωνισμού. Σκοπεύετε να ευαισθητοποιήσετε, να εμπνεύσετε δράση, να προωθήσετε τη δημιουργικότητα ή όλα αυτά; Η ύπαρξη σαφών στόχων θα καθοδηγήσει το συνολικό σχεδιασμό και την εκτέλεση του διαγωνισμού.

ΕΠΙΛΕΞΙΜΟΤΗΤΑ ΚΑΙ ΚΑΤΗΓΟΡΙΕΣ

Καθορίστε κριτήρια επιλεξιμότητας για τη συμμετοχή, όπως ηλικιακά όρια, γεωγραφικούς περιορισμούς και επίπεδα δεξιοτήτων. Καθορίστε αν ο διαγωνισμός θα έχει διαφορετικές κατηγορίες ανάλογα με τις μορφές τέχνης, όπως ζωγραφική, γλυπτική, φωτογραφία ή ψηφιακή τέχνη, και αν θα υπάρχουν ξεχωριστές κατηγορίες για διαφορετικές ηλικιακές ομάδες.

ΚΡΙΤΗΡΙΑ ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗΣ

Ανάπτυξη σαφών και διαφανών κριτηρίων αξιολόγησης που αντικατοπτρίζουν τους στόχους και το θέμα του διαγωνισμού. Εξετάστε πτυχές όπως η καλλιτεχνική αξία, η δημιουργικότητα, η πρωτοτυπία, η συνάφεια με το περιβαλλοντικό θέμα και η ικανότητα να προκαλεί συναισθηματικές αντιδράσεις ή να μεταφέρει αποτελεσματικά ένα μήνυμα.

ΒΡΑΒΕΙΑ ΚΑΙ ΑΝΑΓΝΩΡΙΣΗ

Αποφασίστε τα κατάλληλα βραβεία και την αναγνώριση των νικητών και των συμμετεχόντων. Εξετάστε το ενδεχόμενο συνεργασίας με περιβαλλοντικά ευαισθητοποιημένους χορηγούς ή οργανισμούς για την παροχή σχετικών βραβείων, όπως προμήθειες τέχνης, ευκαιρίες έκθεσης ή ακόμη και χρηματοδότηση για περιβαλλοντικά έργα.

ΠΡΩΘΗΣΗ ΚΑΙ ΠΡΟΒΟΛΗ

Ανάπτυξη μιας ολοκληρωμένης στρατηγικής μάρκετινγκ και προώθησης για την προσέγγιση ενός ευρέος κοινού. Αξιοποιήστε τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης, τους ιστότοπους, τα δελτία τύπου και τη συνεργασία με τοπικές καλλιτεχνικές κοινότητες και περιβαλλοντικές οργανώσεις για την ευαισθητοποίηση σχετικά με τον διαγωνισμό και την προσέλκυση ταλαντούχων καλλιτεχνών.

ΚΑΤΕΥΘΥΝΤΗΡΙΕΣ ΓΡΑΜΜΕΣ ΥΠΟΒΟΛΗΣ

Γνωστοποιήστε με σαφήνεια τις οδηγίες υποβολής, συμπεριλαμβανομένων των προδιαγραφών μορφής, των μεγεθών των αρχείων, των προθεσμιών και τυχόν πρόσθετων απαιτήσεων.

Παρέχετε μια φιλική προς το χρήστη πλατφόρμα για να υποβάλλουν οι καλλιτέχνες το έργο τους και εξασφαλίστε ότι η διαδικασία είναι προσβάσιμη και βολική.

ΚΡΙΤΙΚΗ ΕΠΙΤΡΟΠΗ

Συγκεντρώστε μια πολυποίκιλη ομάδα κριτών που θα αποτελείται από επαγγελματίες της τέχνης, περιβαλλοντολόγους και άτομα που είναι παθιασμένα και με τους δύο τομείς. Οι γνώσεις και οι προοπτικές τους θα πρέπει να ευθυγραμμίζονται με τους στόχους και το θέμα του διαγωνισμού. Διασφάλιση της διαφάνειας και της δικαιοσύνης στη διαδικασία κρίσης.

ΕΚΘΕΣΗ ΚΑΙ ΠΡΟΒΟΛΗ

Σχεδιάστε μια έκθεση ή προβολή των επιλεγμένων έργων τέχνης. Επιλέξτε έναν κατάλληλο χώρο που να ευθυγραμμίζεται με το περιβαλλοντικό θέμα και να προσελκύει επισκέπτες που μπορούν να ασχοληθούν με την τέχνη. Εξετάστε το ενδεχόμενο εικονικών εκθέσεων για να προσεγγίσετε ένα ευρύτερο κοινό.

ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝΤΙΚΕΣ ΕΚΤΙΜΗΣΕΙΣ

Ευθυγράμμιση του ίδιου του διαγωνισμού με βιώσιμες πρακτικές. Ελαχιστοποιήστε τα απόβλητα, ενθαρρύνετε τη χρήση φιλικών προς το περιβάλλον υλικών και διερευνήστε τις επιλογές αντιστάθμισης των εκπομπών διοξειδίου του άνθρακα που παράγονται κατά τη διάρκεια της εκδήλωσης. Εξετάστε το ενδεχόμενο ενσωμάτωσης εκπαιδευτικού υλικού ή εργαστηρίων σχετικά με την περιβαλλοντική βιωσιμότητα παράλληλα με τον διαγωνισμό.

ΕΚΤΙΜΗΣΗ ΕΠΙΠΤΩΣΕΩΝ

Θέσπιση συστήματος μέτρησης του αντίκτυπου του διαγωνισμού στην επίτευξη των στόχων του. Αυτό μπορεί να περιλαμβάνει τη συλλογή ανατροφοδότησης από τους συμμετέχοντες, την παρακολούθηση της κάλυψης από τα μέσα μαζικής ενημέρωσης, την αξιολόγηση της ενασχόλησης με τα έργα τέχνης ή την παρακολούθηση των επακόλουθων ενεργειών που αναλαμβάνουν οι συμμετέχοντες ή οι παρευρισκόμενοι.

Πρόγραμμα καλλιτεχνών

"Όταν σκεφτόμαστε την επιτυχία των καλλιτεχνών, συνήθως σκεφτόμαστε τη χρηματοδότηση. Αλλά πάντα υπήρχε η επιθυμία να ξεφύγουμε από αυτή την εξάρτηση και να αναζητήσουμε άλλους τρόπους. Οι καλλιτέχνες πρέπει να παίξουν όλα τα χαρτιά".

(Ana Otero, 2023)

- κ.λπ.

Ακολουθούν συγκεκριμένα παραδείγματα, αλλά να έχετε πάντα κατά νου ότι υπάρχουν ευρύ φάσμα ευκαιριών για νέους επιχειρηματίες καλλιτέχνες και νέες ευκαιρίες κάθε μέρα. **Δεν πρέπει να σταματήσει κανείς να αναζητά περαιτέρω ευκαιρίες και να επεκτείνει την εμβέλειά του.**

ΕΥΚΑΙΡΙΕΣ ΣΕ ΕΠΙΠΕΔΟ ΕΕ

Το **Erasmus για νέους επιχειρηματίες** είναι ένα πρόγραμμα που ξεκίνησε από την ΕΕ. Στόχος του είναι να βοηθήσει τους νέους επιχειρηματίες να αποκτήσουν τις κατάλληλες δεξιότητες για τη διαχείριση μιας μικρής ή μεσαίας επιχείρησης, περνώντας χρόνο με έναν έμπειρο επιχειρηματία σε ένα από τα 27 κράτη μέλη της ΕΕ, το Ηνωμένο Βασίλειο και τις χώρες COSME.

Ο γενικός στόχος του προγράμματος Erasmus για νέους επιχειρηματίες είναι να διευκολύνει τις ανταλλαγές εμπειριών, τη μάθηση και τη δικτύωση για νέους επιχειρηματίες μέσω της συνεργασίας με έναν έμπειρο επιχειρηματία σε άλλη συμμετέχουσα χώρα.

Στο πλαίσιο του προγράμματος "Δημιουργική Ευρώπη", το **Culture Moves Europe**. Η δράση αυτή παρέχει επιχορηγήσεις κινητικότητας για καλλιτέχνες και επαγγελματίες του πολιτισμού και στις 40 χώρες της Δημιουργικής Ευρώπης. Καλύπτει τους τομείς της αρχιτεκτονικής, της πολιτιστικής κληρονομιάς, του σχεδιασμού και του σχεδιασμού μόδας, της λογοτεχνικής μετάφρασης, της μουσικής, των παραστατικών τεχνών και των εικαστικών τεχνών.

Το πρόγραμμα αποτελείται από δύο γραμμές δράσης: ατομική κινητικότητα (για άτομα και ομάδες έως πέντε ατόμων) και διαμονή.

- I. Η **ατομική** δράση **κινητικότητας** προσφέρει οικονομική στήριξη σε άτομα που ταξιδεύουν μεταξύ 7 και 60 ημερών ή σε ομάδες έως 5 ατόμων που ταξιδεύουν μεταξύ 7 και 21 ημερών. Οι κυλιόμενες προσκλήσεις για όλους τους τομείς που καλύπτει το Culture Moves Europe ανοίγουν κάθε χρόνο μεταξύ φθινοπώρου και άνοιξης.
- II. Η **δράση διαμονής απευθύνεται** σε οργανισμούς και καταξιωμένους μεμονωμένους καλλιτέχνες που διοργανώνουν τακτικά διαμονές και ενδιαφέρονται να φιλοξενήσουν καλλιτέχνες και επαγγελματίες του πολιτισμού.

Το **S+T+ARTS** είναι μια πρωτοβουλία της Ευρωπαϊκής Επιτροπής, που ξεκίνησε στο πλαίσιο του προγράμματος έρευνας και καινοτομίας "Ορίζοντας 2020" για την υποστήριξη συνεργασιών μεταξύ καλλιτεχνών, επιστημόνων, μηχανικών και ερευνητών.

Τα Περιφερειακά Κέντρα που ιδρύθηκαν σε όλη την Ευρώπη δίνουν απάντηση σε αυτές τις παγκόσμιες προκλήσεις της δημογραφικής αλλαγής, της κλιματικής αλλαγής, της ασφαλούς,

βιώσιμης και ανταγωνιστικής ενέργειας και της κοινωνικής πόλωσης, εκτός από την οικονομική και χρηματοπιστωτική κρίση, με βάση την πεποίθηση ότι η δημιουργικότητα των καλλιτεχνών τονώνει την καινοτομία στην ψηφιακή βιομηχανία και τη βιώσιμη πρόοδο στην κοινωνία μας γενικότερα.

Το πρόγραμμα STARS Residencies έχει ως στόχο να υποστηρίξει και να χρηματοδοτήσει καλλιτεχνικές διαμονές που προσφέρουν πρωτότυπες καλλιτεχνικές συνεισφορές σε έργα βασισμένα στην τεχνολογία.

Το **Ευρωπαϊκό Πολιτιστικό Ίδρυμα** υποστηρίζει πολιτιστικές πρωτοβουλίες στην ευρύτερη Ευρώπη μέσω διαφόρων προγραμμάτων και έργων.

Τα **προγράμματα "Εμπειρία"** προσφέρουν στους πολίτες και τους επαγγελματίες του πολιτισμού γνώσεις, ανταλλαγές και νέες ευκαιρίες συνεργασίας πέρα από εθνικά, περιφερειακά και κοινωνικά σύνορα.

Τα **προγράμματα Imagine** υποστηρίζουν την ανάπτυξη και παρουσίαση πολιτιστικών και καλλιτεχνικών πρωτοβουλιών που προκαλούν το μέλλον της Ευρώπης.

Τούτου λεχθέντος, θα πρέπει να γνωρίζετε ότι η δημόσια χρηματοδότηση είναι πολύ περίπλοκη, διότι μερικές φορές μπορεί να υποτάσσετε σε αυτήν και στους κανόνες της. Σε γενικές γραμμές, οι δημόσιες χρηματοδοτήσεις δεν είναι τόσο απαιτητικές για τους καλλιτέχνες: δεν επιδιώκουν την αριστεία, απλώς σας επιτρέπουν να εξερευνήσετε και να αναπτυχθείτε περαιτέρω.

Ωστόσο, είναι επισφαλής επειδή δεν φτάνει σε όλους. Είναι επίσης επισφαλής επειδή ο προϋπολογισμός που βγαίνει δεν είναι συνήθως πολύ ενδιαφέρων.

ΕΥΚΑΙΡΙΕΣ ΑΠΟ ΙΔΙΩΤΙΚΑ ΙΔΡΥΜΑΤΑ

Το Tyrone Guthrie Centre στην Ιρλανδία προσφέρει διαμονή καλλιτεχνών για 1 εβδομάδα έως 3 μήνες με διάφορες επιχορηγήσεις και υποτροφίες για τοπικούς και διεθνείς καλλιτέχνες που εργάζονται σε οποιοδήποτε είδος και έχουν αποδεδειγμένη εμπειρία.

Ορισμένες ιδιωτικές εταιρείες προσφέρουν επίσης τέτοια προγράμματα για καλλιτέχνες, είτε επειδή είναι κακές και πρέπει να καθαρίσουν την εικόνα τους, είτε για καθαρά φιλανθρωπικούς λόγους. Είναι στο χέρι του καθενός να εγγραφεί ή όχι σε τέτοιου είδους ευκαιρίες.

ΕΥΚΑΙΡΙΕΣ ΣΕ ΔΙΕΘΝΕΣ ΕΠΙΠΕΔΟ

Σε διεθνές επίπεδο, ευκαιρίες μπορούν να προσφερθούν μέσω προγραμμάτων διεθνών οργανισμών (UNESCO κ.λπ.), καθώς και από ιδιωτικούς φορείς όπως:



Το **Ίδρυμα Bogliasco** είναι ένα αμερικανικό μη κερδοσκοπικό ίδρυμα με πρόγραμμα στην Ιταλία. Απονέμει υποτροφίες ενός μήνα σε άτομα όλων των ηλικιών και εθνικοτήτων που έχουν συνεισφέρει σημαντικά στις τέχνες και τις ανθρωπιστικές επιστήμες. Οι υπότροφοι ζουν και εργάζονται στην ακτή κοντά στη Γένοβα, όπου η φυσική ομορφιά συνδυάζεται με ένα οικείο ομαδικό περιβάλλον που ενθαρρύνει την έρευνα και τη μετασχηματιστική ανταλλαγή σε όλους τους κλάδους.

Το Ίδρυμα χορηγεί περίπου 60 υποτροφίες κάθε χρόνο σε επτά περιόδους παραμονής που διαρκούν από τον Σεπτέμβριο έως τον Μάιο.

Επεκτείνετε πάντα την αναζήτησή σας και μείνετε σε εγρήγορση!

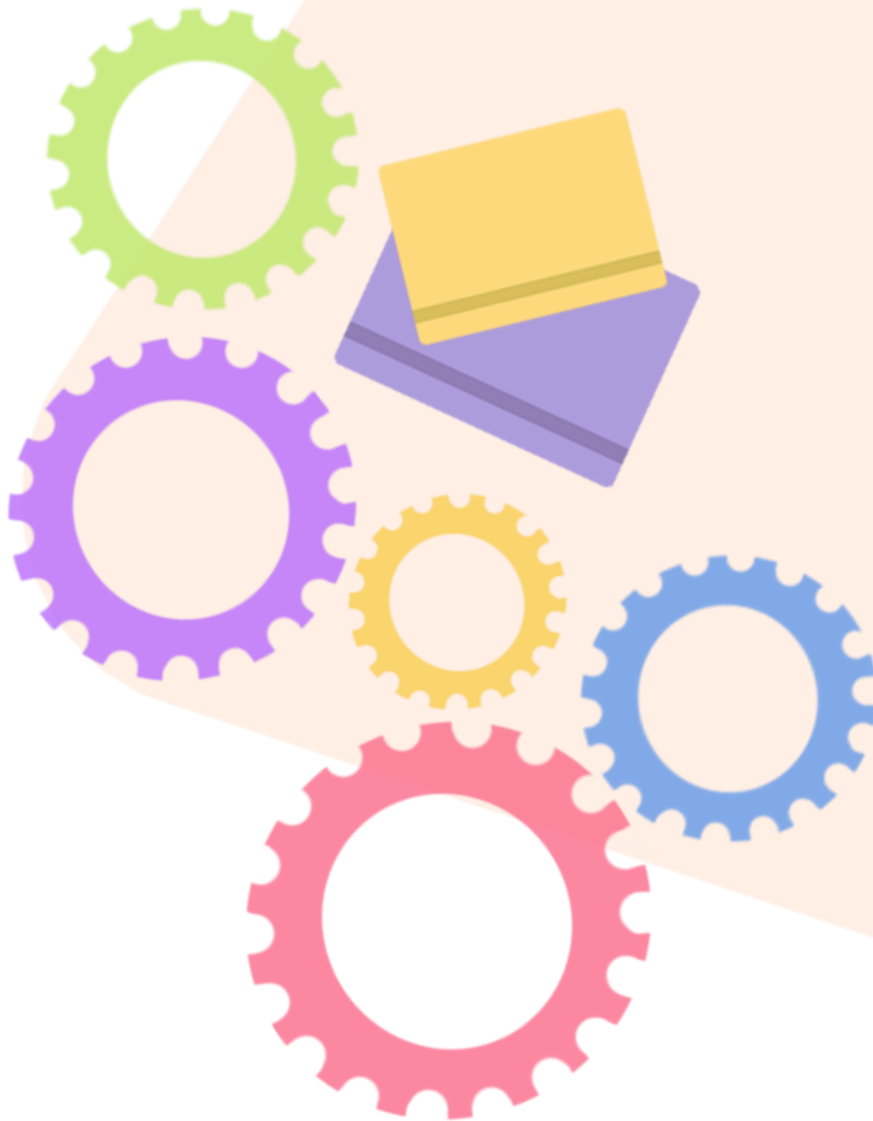
Οι χρηματοδοτούμενες ή χορηγούμενες ευκαιρίες για νέους καλλιτέχνες είναι ευρείες. Ορισμένες μπορεί να είναι πιο δύσκολο να αποκτηθούν από άλλες, ιδίως λόγω των κριτηρίων επιλεξιμότητας, βεβαιωθείτε ότι έχετε ελέγξει όλους τους όρους πριν υποβάλετε αίτηση. Φροντίστε επίσης να συνδυάσετε όλες τις παραπάνω ευκαιρίες από δημόσιες έως ιδιωτικές, από δημοτικές έως διεθνείς κ.λπ.

Τέλος, όταν σκεφτόμαστε την επιτυχία των καλλιτεχνών, συνήθως σκεφτόμαστε τη χρηματοδότηση.

Όμως, πάντα υπήρχε η επιθυμία να βγούμε από αυτή την εξάρτηση και να αναζητήσουμε άλλους τρόπους. Οι καλλιτέχνες πρέπει να παίξουν όλα τα χαρτιά.

Επιπλέον, η αυτοχρηματοδότηση των σχεδίων και των έργων τα καθιστά τελικά πιο καθαρά.

IV. Άλλοι πόροι



Ερευνητική ικανότητα

- Πώς να κερδίσετε χρήματα ως καλλιτέχνης και να δημιουργήσετε μια κερδοφόρα ροή εισοδήματος
<https://www.darkyellowdot.com/make-money-as-an-artist/#:~:text=Ένα%20καλό%20tip%20για%20την%20πώληση,καριέρα%20στην%20μακροχρόνια%20διαδρομή>
- Επεκτείνετε το κοινό σας / Πουλήστε περισσότερη τέχνη / Έρευνα αγοράς για καλλιτέχνες
<https://www.artbusiness.com/osord.html>
- Ερευνητικές δεξιότητες: ορισμός και παραδείγματα
<https://uk.indeed.com/career-advice/career-development/research-skills>

Ανάπτυξη κοινού

- Μελέτη για την ανάπτυξη του κοινού
<http://engageaudiences.eu/files/2017/05/StudyonAudienceDevelopment-Easy-to-Read-Summaryv2.pdf>
- Οδηγός μέρος I- Εργαλεία ανάπτυξης κοινού: για τους πολιτιστικούς φορείς: Ένας πρακτικός οδηγός για τους πολιτιστικούς φορείς. Μελέτη για την ανάπτυξη του κοινού - Πώς να τοποθετήσετε το κοινό στο επίκεντρο των πολιτιστικών οργανισμών. 2017
http://engageaudiences.eu/files/2017/04/NC0417030ENN_002-1.pdf

Ιδέα και δημιουργικότητα

- Κατανόηση του τρόπου με τον οποίο γεννιούνται οι τάσεις: μάρκετινγκ και σχεδιασμού
<https://lsdmlondon.com/marketing/understanding-how-trends-are-born-a-look-into-the-world-of-marketing-and-design/>
- Πώς οι τάσεις της τέχνης οδηγούν την αγορά
<https://bluerhino.art/how-art-trends-drive-the-market/>
- Πώς να εμπνευστείτε: 15 ιδέες που θα σας βοηθήσουν να αξιοποιήσετε τις δυνατότητές σας
<https://www.betterup.com/blog/how-to-get-inspired/>

Πρόγραμμα καλλιτεχνών

- Res Artis: Παγκόσμιο δίκτυο καλλιτεχνικών κατοικιών
<https://resartis.org/>
- Χρήσιμες πληροφορίες για καλλιτέχνες και δημιουργικούς επαγγελματίες σχετικά με χρηματοδότηση, επιχορηγήσεις, διαμονές, υποτροφίες, ανοιχτές προσκλήσεις, ευκαιρίες εργασίας και ευημερία.
<https://www.acava.org/resources-artists/>

V. Βιβλιογραφία

Ερευνητικές ικανότητες

- Art Marketing News | Ενημερούσες ιδέες για καλλιτέχνες. (2020). Μάρκετινγκ Τέχνης: <https://artmarketingnews.com/art-marketing/>.
- Η, Ε. (2022). Μάρκετινγκ τέχνης 101: Πώς να προωθήσετε την τέχνη σας. [online] Zenfolio. <https://zenfolio.com/blog/how-to-promote-your-art/> [Πρόσβαση 13 Ιαν. 2023]
- Sullivan, G. (2006), Research in Art Practice, Arts-Based Research in Art Education, pp 19-35, Published by: National Art Education Association, πρόσβαση: <https://www.jstor.org/stable/25475803>
- Thurston, C. (2018). Οδηγός 9 βημάτων για το μάρκετινγκ της τέχνης σας χωρίς να είστε πωλητές. [online] <https://www.artworkarchive.com/blog/9-step-guide-to-marketing-your-art-without-being-salesy>. Δημοσιεύθηκε: 2 Οκτωβρίου 2018

Πράσινο επιχειρηματικό σχέδιο

- Farreny, A., Benet, A., Morales, L., Cerantola, N. Markel Cormenzana, J. & Merlo, G. F. (2015). Δημιουργήστε την πράσινη επιχείρησή σας. handbook_en.pdf (switchmed.eu)
- Majurin, E. (2017). Βιβλίο πράσινων επιχειρήσεων. Διεθνές Γραφείο Εργασίας. Γενεύη. [wcms_555274.pdf \(ilo.org\)](https://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/-/dca/-/wcms_555274.pdf)
- Πράσινο για όλους. Ο οδηγός πράσινου επιχειρηματικού σχεδίου. (n.d.). <https://d3n8a8pro7vhmx.cloudfront.net/greenforall/pages/5054/attachments/original/1430257488/Green-Business-Plan-Guide.pdf?1430257488>

Δεξιότητες ηγεσίας & καριέρας

- Minimo Illustrations, Πώς έχτισα την καλλιτεχνική μου επιχείρηση από το τίποτα - Η επιχειρηματική μου στρατηγική και το ταξίδι μου ως εικονογράφος <https://www.youtube.com/watch?v=GnhxnyOSTrk>
- "Ηγεσία. La soft skill per creare una leadership di successo"- Original Skills. <https://originalskills.com/it/blog-soft-skills/leadership-la-soft-skill-per-guidare-un-team-di-successo/>
- "Ηγεσία: οι 10 απαραίτητες ιδιότητες. Infografica"- Insideout. <https://blog.insideout-training.it/leadership-le-qualita-indispensabili-infografica>
- "La gestione di un team interculturale"- Psycheatwork <https://www.psycheatwork.com/la-gestione-di-un-team-interculturale/>
- "Daniel Goleman. Le caratteristiche di un leader con intelligenza emotiva"- Performance Strategies. https://www.youtube.com/watch?v=8vB_8tsQ-b4
- "Daniel Velasco. Leadership: i 5 pilastri per gestire con successo il tuo team"- Performance Strategies. <https://www.youtube.com/watch?v=6GRxsEgGRuE>

Πληροφορική και ψηφιακή εξειδίκευση

- Davies, C., & Clift, S. (2022). The Handbook of Arts, Health and Wellbeing: International Perspectives on Practice, Policy and Research. Routledge.
- Davies, C., Knuijman, M., Rosenberg, M., & Ferguson, R. (2014). Ορισμός της καλλιτεχνικής εμπλοκής για την έρευνα υγείας με βάση τον πληθυσμό: Μορφές τέχνης, δραστηριότητες και επίπεδο εμπλοκής. *Arts & Health*, 6(2), 117-134. [DOI: 10.1080/17533015.2013.821257]
- Davies, C., & Pescud, M. (2020). Συμμετοχή στις τέχνες αναψυχής: Τι μας κάνει να νιώθουμε καλά. *Arts & Health*, 12(3), 237-251. [DOI: 10.1080/17533015.2019.1627249]
- Hefler, M., Freeman, B., & Chapman, S. (2020). Τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης ως εργαλείο προώθησης της υγείας: Μια συστηματική ανασκόπηση. *Preventive Medicine Reports*, 19, 101170. [DOI: 10.1016/j.pmedr.2020.101170]

Ανθεκτικότητα

- Artscape <https://www.artscape.ca/community-arts/>
- Αστικό αποτύπωμα <https://urbanfootprint.com/community-resilience-meaning/>
- Βελτίωση της κοινοτικής υγείας και ανθεκτικότητας μέσω των τεχνών <https://www.nlc.org/initiative/improving-community-health-and-resilience-through-the-arts/>

Τεχνικές

- Benson, L. D. (2016). Εκθέσεις και η ανάπτυξη της σύγχρονης κουλτούρας σχεδιασμού: Βιωσιμότητα και κίνδυνος στο δομημένο περιβάλλον.
- Brew, K., & Spraid, S. (Eds.). (2017). Βιώσιμες πρακτικές στο σχεδιασμό εκθέσεων και εκδηλώσεων.
- Gere, C. (2008). Τέχνη και τεχνολογία.
- Henshaw, V. (2016). Βιώσιμη τέχνη. Λονδίνο, Ηνωμένο Βασίλειο: Thames & Hudson.
- Ligon, S. (2005). Ψηφιακή επανάσταση της τέχνης: Photoshop.
- McDonald, A. (n.d.). Ο οδηγός του καλλιτέχνη για την φιλική προς το περιβάλλον τέχνη: Βιώσιμα υλικά και πρακτικές για στούντιο, εκδηλώσεις και εκθέσεις.

Ανάπτυξη κοινού

- Alessandro Bollo, Cristina Da Milano, Alessandra Gariboldi, Chris Torch Με τη συνεργασία των Luisella Carnelli, Goran Lars Karlsson, Carla Schiavone, Natalie Georgadze. Τελική έκθεση Μελέτη για την ανάπτυξη του κοινού - Πώς να τοποθετήσουμε το κοινό στο επίκεντρο των πολιτιστικών οργανισμών. Ιανουάριος 2017 http://engageaudiences.eu/files/2017/04/NC0116644ENN_002.pdf
- Κυψέλη πολιτισμού. Ανάπτυξη κοινού: στρατηγικές, εκστρατείες και τακτικές. <https://culturehive.co.uk/wp-content/uploads/2013/04/Arts-Derby-audience-development-toolkit.pdf>

- Deutsche Gesellschaft für Internationale Zusammenarbeit (GIZ) GmbH. Εργαλειοθήκη πράσινων και χωρίς αποκλεισμούς επιχειρήσεων Προώθηση πράσινων και χωρίς αποκλεισμούς επιχειρηματικών μοντέλων σε προγράμματα αναπτυξιακής συνεργασίας. 2018. <https://www.giz.de/en/downloads/giz2018-en-guide-mapping-entrepreneurial-ecosystem.pdf>

Διαχείριση χρόνου

- Candela, R. (2020). Διαχείριση χρόνου για δημιουργούς. Ίδρυμα Joan Mitchell. <https://www.joanmitchellfoundation.org/journal/time-management-for-creatives>
- Lambert, A. (2021). ΠΕΡΙΜΕΝΕΤΕ ΈΝΑ ΛΕΠΤΟ! ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗ ΧΡΟΝΟΥ ΓΙΑ ΚΑΛΛΙΤΕΧΝΕΣ. Artrepreneur. <https://artrepreneur.com/journal/time-management-for-artists/>
- Tracy, B. (2013). Διαχείριση χρόνου. American Management Association. <https://www.amanet.org/assets/1/6/time-management-mini.pdf>

Δικτύωση

- Η τέχνη της φήμης: Πώς να δικτυωθείτε αν είστε ένας ανερχόμενος καλλιτέχνης <https://agifineart.com/advice/the-art-of-reputation-how-to-network-if-youre-an-emerging-artist/>
- Ένας οδηγός δικτύωσης για καλλιτέχνες και δημιουργούς <https://www.artsymposia.com/article/networking-for-artists>
- Πώς να δικτυωθείτε σε κοινότητες καλλιτεχνών <https://artrepreneur.com/journal/networking-artist-communities/>

Επικοινωνία

- O'Neill, S. J., & Smith, N. (2014). Κλιματική αλλαγή και οπτικές εικόνες. Wiley Interdisciplinary Reviews: Κλιματική Αλλαγή, 5(1), 73-87.
- Roosen, L. J., Klöckner, C. A., & Swim, J. K. (2018). Η εικαστική τέχνη ως τρόπος επικοινωνίας της κλιματικής αλλαγής: μια ψυχολογική προοπτική της τέχνης που σχετίζεται με την κλιματική αλλαγή. World Art, 8(1), 85-110.
- Thorpe, A. (2017). Βιώσιμος σχεδιασμός εκθέσεων: Μουσεία και εκθέσεις: Οδηγός, πρακτικές και αρχές για βιώσιμα μουσεία και εκθέσεις.
- Walkowski, N. (2019). Η εικονικότητα και η τέχνη της έκθεσης: Ο επιμελητικός σχεδιασμός για το πολυμεσικό μουσείο.

Ευαισθητοποίηση της επωνυμίας της τέχνης σας

- Εικονογράφηση Minimo, το να είσαι εσωστρεφής και να χτίζεις τέχνη και επιχείρηση- Οι σκέψεις και οι συμβουλές μου. https://www.youtube.com/watch?v=Nfc4I_jHqLU
- Lee Down, "It's important to build your brand as an artist", Arts Artists Artworks. <https://artsartistsartwork.com/its-important-to-build-your-brand-as-an-artist/>

- Campbell Jof, "What is Artist Brand Strategy? Πώς να δημιουργήσετε μια ισχυρή καλλιτεχνική στρατηγική για τους καλλιτέχνες;", DesignHill.
<https://www.designhill.com/design-blog/what-is-artist-brand-strategy-how-to-create-a-strong-brand-strategy-for-artists/>
- "Πώς να χτίσετε ένα εμπορικό σήμα ως καλλιτέχνης, 7 συμβουλές για επιτυχία", Artists Network.
<https://www.artistsnetwork.com/art-business/build-brand-artist-tips-success/>
- "The Art of Personal Branding", Ένωση Εικαστικών Καλλιτεχνών.
<https://visual-artists.org/resources/the-art-of-personal-branding/>

Ιδέα και δημιουργικότητα

- Botella, M., Zenasni, F. και Lubart, T. (2018). Ποια είναι τα στάδια της δημιουργικής διαδικασίας; Τι λένε οι φοιτητές εικαστικών τεχνών. [online] Frontiers in Psychology.
<https://www.frontiersin.org/articles/10.3389/fpsyg.2018.02266/full>
- Dahlstedt, P. (2012). Μεταξύ υλικού και ιδεών: A Process-Based Spatial Model of Artistic Creativity.
https://www.researchgate.net/publication/287122169_Between_Material_and_Ideas_A_Process-Based_Spatial_Model_of_Artistic_Creativity
- Daniel, R. (2021). Διερεύνηση της δημιουργικότητας μέσα από τους προβληματισμούς των καλλιτεχνών. Creativity Studies. 14. 1-17.
https://www.researchgate.net/publication/348398354_Exploring_creativity_through_artists_reflections
- Orme, S. (2021). 18 ιδέες για ημερολόγιο τέχνης που θα πυροδοτήσουν τη δημιουργικότητά σας. [online] συγκεντρώθηκαν. <https://www.gathered.how/arts-crafts/art/art-journal-ideas/>
- Randieri, C. (n.d.). Council Post: Η τέχνη της καινοτομίας: Πώς η επιστημονική έρευνα και οι τέχνες μπορούν να συνεργαστούν για να δημιουργήσουν καινοτομίες. [online] Forbes.
<https://www.forbes.com/sites/forbestechcouncil/2023/05/12/the-art-of-innovation-how-scientific-research-and-the-arts-can-collaborate-to-generate-innovations/?sh=2e47603775fa> [Πρόσβαση 31 Αυγ. 2023].
- Weir, K. (2022). Η επιστήμη πίσω από τη δημιουργικότητα. [online] Apa.org.
<https://www.apa.org/monitor/2022/04/cover-science-creativity>

Διαγωνισμός καλλιτεχνών

- Anderson, R. (Ed.). (2019). "Η περιβαλλοντική τέχνη στον 21ο αιώνα: Theory and Practice." Routledge.
- Brown, J. E. (2018). "Η τέχνη και η ανθρωπόκαινος: Ανθρωπόκαινος: Συναντήσεις κατά μήκος του φάσματος του Ανθρωπόκαινου". Routledge.

- Doran, M. (Ed.). (2020). "Eco-Critical Perspectives on Art from the Arctic: Constructing Narratives for a Sustainable Future" (Οικοκριτικές προοπτικές για την τέχνη της Αρκτικής: Κατασκευάζοντας αφηγήσεις για ένα βιώσιμο μέλλον). Routledge.
- Kagan, S. (2016). "Τέχνη και βιωσιμότητα: Αειφορία: Συνδέοντας μοτίβα για μια κουλτούρα πολυπλοκότητας". Routledge.
- Lambert, S. (Ed.). (2021). "Η τέχνη, η πολιτική και ο φυλλάδιος: Φανταστικές ιστορίες του "Το προσωπικό είναι πολιτικό"". Bloomsbury Visual Arts.
- Smith, A. (Ed.). (2017). "Ecoaesthetics: Art, Literature, and Architecture in a Period of Climate Change (Τέχνη, λογοτεχνία και αρχιτεκτονική σε μια περίοδο κλιματικής αλλαγής)". Bloomsbury Academic.
- Smith, T. (Ed.). (2019). "Περιβαλλοντικές ανθρωπιστικές επιστήμες και θεολογίες: Ecoculture, Literature and the Bible". Bloomsbury T&T Clark.
- Tate, A. (Ed.). (2015). "The Weather Factor: Πώς η φύση άλλαξε την ιστορία". Palgrave Macmillan.

Πρόγραμμα καλλιτεχνών

- Πηδάλιο για τις Τέχνες. Εγχειρίδιο για καλλιτέχνες που εργάζονται στην κοινότητα. 2020 <https://springboardforthearts.org/artists-working-in-community/>
- Πολιτισμός Ευρώπη <https://culture.ec.europa.eu/>
- Εν κινήσει <http://on-the-move.org/>