

404  

---

NOT  
FOUND

ΚΟΥΚΟΥΛΙΔΗΣ  
ΘΕΟΔΩΡΟΣ



ΣΧΟΛΗ ΚΑΛΩΝ ΤΕΧΝΩΝ  
ΤΜΗΜΑ ΕΙΚΑΣΤΙΚΩΝ ΚΑΙ  
ΕΦΑΡΜΟΣΜΕΝΩΝ ΤΕΧΝΩΝ  
ΑΡΙΣΤΟΤΕΛΕΙΟ ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΘΕΣΣΑΛΟΝΙΚΗΣ



ΚΟΥΚΟΥΛΙΔΗΣ ΘΕΟΔΩΡΟΣ

Διπλωματική εργασία

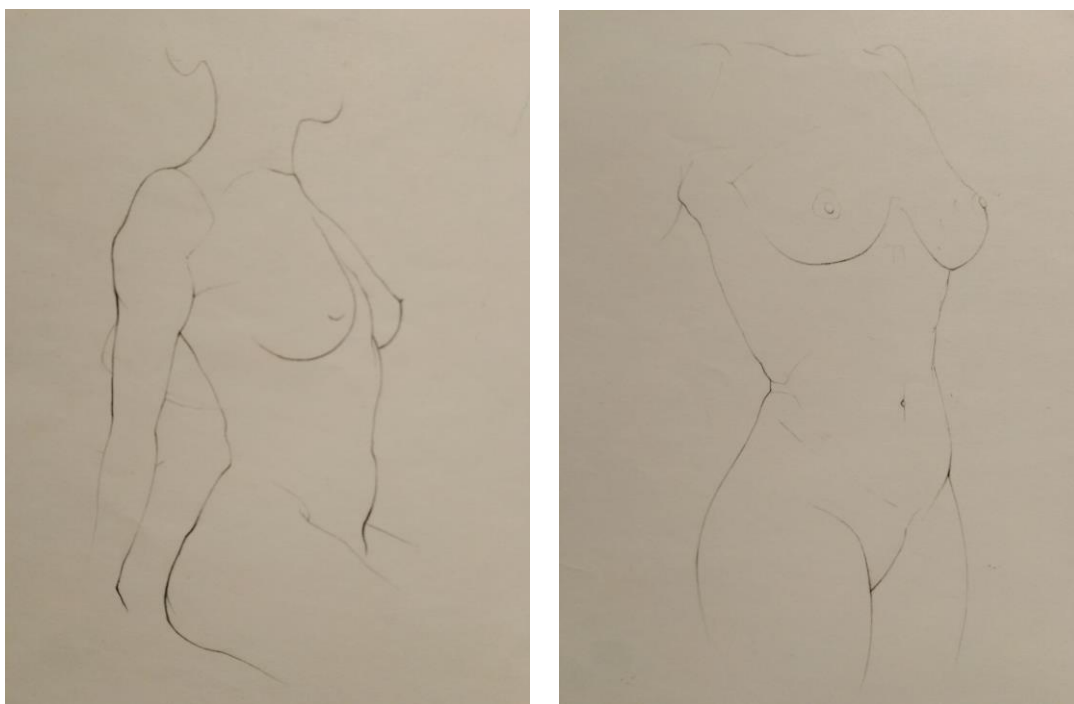
2ο Εργαστήριο Ζωγραφικής

Φεβρουάριος 2020



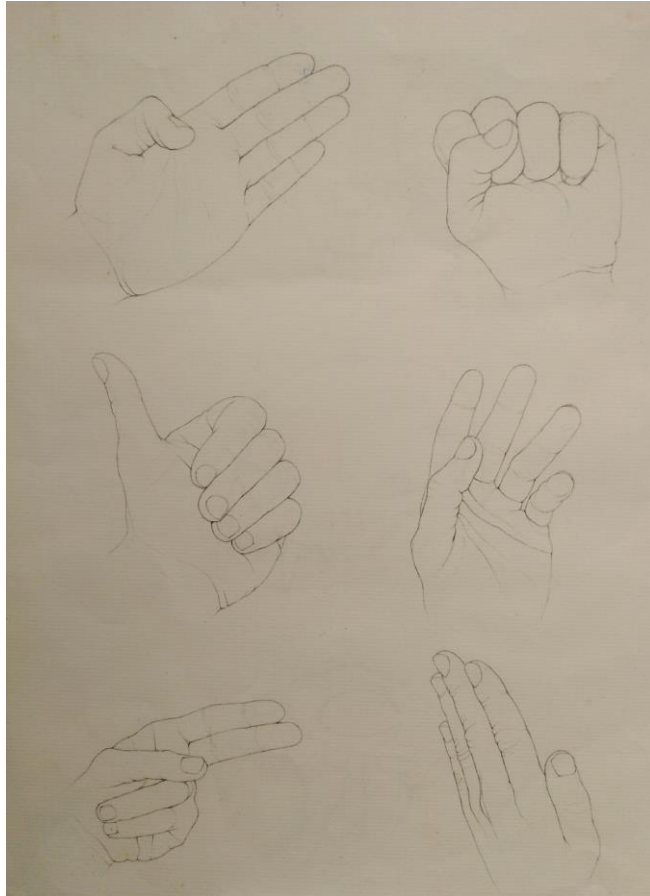
## Γραμμή

Κυρίαρχο τεχνικό μέσο στα σχέδιά μου αποτελεί η γραμμή. Η γραμμή αυτή καθ' αυτή δημιουργεί σύμβολα ορίζοντας τα μεγέθη, τα όρια των επιφανειών και τις αναλογίες (Harold, 1972). Ζητήματα όπως το φως, η πυκνότητα και η κατανομή στο χώρο επιλύονται συνήθως με την προσθήκη τόνου προσδίδοντας οπτικό βάρος και ατμόσφαιρα στη σύνθεση (Arnheim, 2005). Παρά το βοηθητικό ρόλο της γραμμής σε προσχεδιαστικό στάδιο, η αποκλειστική χρήση αυτής δε συνεπάγεται απαραίτητα με μία μονοεπίπεδη στατικότητα. Τουναντίον, οι ποιοτικές διαφοροποιήσεις της γραμμής (ένταση, πάχος, κατεύθυνση κ.α.) μπορούν να περιγράψουν τον όγκο και τη μάζα σε μια σπουδή καθιστώντας την προσθήκη τόνου προαιρετική ή και αχρείαστη.



*Γυναικείο γυμνό, 2018*

Μολύβι σε χαρτί, 20x30 εκ.



*Σπουδή παλάμης, 2018*

Μολύβι σε χαρτί, 20x30 εκ.



*Λεπτομέρειες σπουδής, εντονότερη γραμμή στο περίγραμμα του χεριού και των δαχτύλων, ασθενέστερη στις φυσικές αύλακες του δέρματος.*

Ο H. Williams (1955) διακρίνει τρία βασικά είδη μορφών γραμμής: γραμμή-αντικείμενο, γραμμοσκιά και περίγραμμα. Σύμφωνα με τον Arnheim (2005) ένα απλό σχέδιο ενός κύκλου εκλαμβάνεται κυρίως με δύο τρόπους: α) ως ένα σύρμα ή μια κενή θηλειά με την επιφάνεια του χαρτιού να μεταφράζεται ως ένα συνεχές φόντο (γραμμή-αντικείμενο), β) ως ένα ουσιαστικό αντικείμενο και τα περίχωρά του ως κενό φόντο (περίγραμμα). Η συνολική οπτική εμπειρία κερδίζει σε απλότητα όταν η γραμμή από ένα ανεξάρτητο μονοδιάστατο αντικείμενο μετατρέπεται σε περίγραμμα ενός δισδιάστατου αντικειμένου.

### Περίγραμμα

Ο John M. Kennedy διατύπωσε πως τα περιγράμματα αντιπροσωπεύουν χωρικές ασυνέχειες είτε βάθους, είτε κατεύθυνσης κλίσης, είτε υφής, φωτεινότητας ή χρώματος. Επεξηγηματικότερα, ένα περίγραμμα δύναται να αποδώσει από μόνο του την εντύπωση ενός συμπαγούς συνόλου. Κατά τον Arnheim (2005) καθώς η επιφάνεια προκύπτει εμμέσως η διαδικασία της αντιληπτικής οργάνωσης επωφελείται από τη χαλαρότητα του ερεθίσματος παράγοντας την απλούστερη διαθέσιμη επιφάνεια. Η εν λόγω παραδοχή απαντάται από την εφαρμογή των νόμων της απλότητας όπως τους πρότεινε ο J. Maeda (2008).

### Η ψυχολογία των αντικειμένων της καθημερινότητας

Ο Norman (2002) πραγματεύεται την έννοια της ψυχολογίας των αντικειμένων της καθημερινότητας προσδίδοντας μια θεωρητική και ανθρωπιστική υπόσταση στον κλάδο του βιομηχανικού σχεδιασμού. Η ψυχολογία των αντικειμένων της καθημερινότητας ή αλλιώς POET (Psychology of Everyday Things) δίνει έμφαση στην κατανόηση των καθημερινών πραγμάτων και στον τρόπο που αυτά αλληλεπιδρούν με τους υποψήφιους χρήστες.

### Θεωρία της ισορροπίας

Η POET ως εννοιολογική κατασκευή διέπεται από ορισμένες αρχές που καταδεικνύουν σημαντικούς παράγοντες ευχρηστίας (ορατότητα, αναπληροφόρηση, αντιστοιχισή, διαθεσιμότητα, αιτιότητα κ.α.) και σχετικές θεωρίες. Μια τέτοια αποτελεί και η θεωρία της ισορροπίας σύμφωνα με την οποία υπάρχει μια ισορροπία μεταξύ της ταχύτητας και ποιότητας της απόδοσης και της νοητικής προσπάθειας που καταβάλει το άτομο. Συνεπώς, η διαθεσιμότητα των πληροφοριών είναι αντιστρόφως ανάλογη με την ανάγκη του ατόμου για μάθηση. Όπως αναφέρει ο Norman, αν και διαχειριζόμαστε διαρκώς και με μεγάλη ευχέρεια τα νομίσματα, αγνοούμε τα χαρακτηριστικά τους πλην αυτών που μας είναι απολύτως απαραίτητα. Τόσο λοιπόν η

ποιότητα όσο και η αντίληψη της διαθεσιμότητας κάποιων πληροφοριών σκιαγραφούν ένα βαθμοθηρικό πρωτόκολλο λειτουργίας του ανθρώπινου εγκεφάλου το οποίο οι γνωστικοί ψυχολόγοι αποδίδουν ως «επιλεκτική προσοχή». Για αυτό λοιπόν η ρεαλιστική και λεπτομερής απεικόνιση των αντικειμένων της καθημερινότητας ενδέχεται να παρουσιάζει ενδιαφέρον. Διότι δεν πρόκειται αμιγώς για χωρικά οργανωμένα περιγράμματα, αλλά για μια συνειδητή παρατήρηση όλων αυτών των στοιχείων που ο νους μέσω της επιλεκτικής προσοχής αγνοεί.



*Γερμανικό 2ευρω και 50λεπτο., 2018*

Μολύβι σε χαρτί, 20x30 εκ.

### Απλότητα

Ορολογικά η απλότητα μπορεί να περιγραφεί ως η υποκειμενική εμπειρία και κρίση ενός παρατηρητή ο οποίος δε δυσκολεύεται να κατανοήσει το οπτικό ερέθισμα. Πραγματευόμενος την έννοια της τάξης ο Spinoza αναφέρει πως όταν η διάταξη των αντικειμένων στο χώρο συνοδεύεται από εύκολη νοερή αναπαραγωγή και απομνημόνευση αυτών λέμε πως βρίσκονται σε απλή τάξη. Σύμφωνα με τον Arnheim η σχετική απλότητα υπονοεί φειδωλία και απλούστερη οργανωτική τάξη ανεξαρτήτως του επιπέδου πολυπλοκότητας.

Η επιστημονική κοινότητα υιοθετεί την «αρχή της φειδωλίας» κατά την οποία όταν περισσότερες από μία υποθέσεις ταιριάζουν στα γεγονότα αποδεκτή γίνεται η απλούστερη. Η ισορροπία ανάμεσα στην οργανωτική απλότητα και το νόημα αποτελεί μείζων ζήτημα τόσο στις τέχνες όσο και στις ανθρωπιστικές επιστήμες. Συγκεκριμένα, η δομική αντιστοιχία της απτής διάταξης και της νοηματοδότησης που απαιτεί η απλότητα αποδίδεται από τους ψυχολόγους Gestalt (μορφολογική θεραπεία) με τον όρο «ισομορφισμός» (Kohler, 1947). Στα πλαίσια της τέχνης η εγκυρότητα της αρχής της φειδωλίας εντοπίζεται στο ότι ο καλλιτέχνης δεν πρέπει να επεκτείνεται πέρα του αναγκαίου για την επίτευξη των αντικειμενικών σκοπών του.

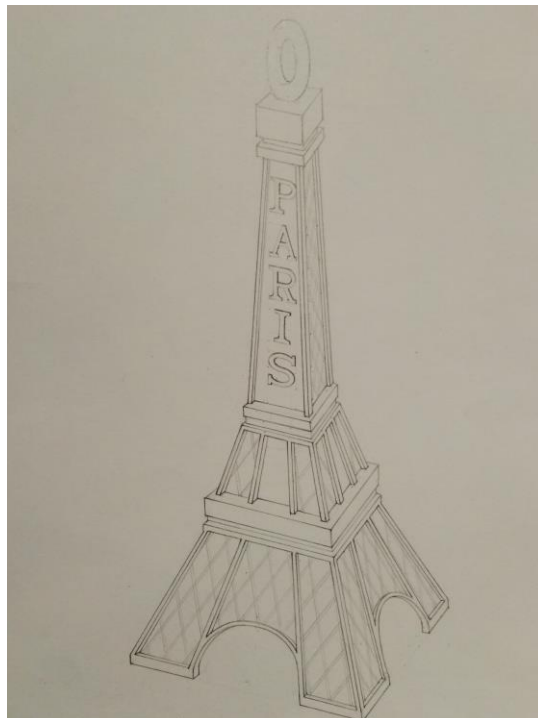


Η απλότητα στα έργα μου εντοπίζεται στο εικαστικό μέσο (μολύβι), στην τεχνοτροπία και στη θεματολογία. Αυτό ωστόσο δεν αναιρεί την ανάγκη για σχολαστικότητα κατά την παρατήρηση και απεικόνιση του αντικειμένου. Η σκόπιμη παρατήρηση και καταγραφή της κάθε λεπτομέρειας αποτελεί ζήτημα κομβικής σημασίας για την οπτική ελκυστικότητα των έργων μου. Κατά το βασικό νόμο της οπτικής αντίληψης, κάθε διάταξη ερεθισμάτων τείνει να γίνει ορατή με τρόπο ώστε η προκύπτουσα δομή να είναι τόσο απλή όσο της επιτρέπουν οι δεδομένες συνθήκες. Η εν λόγω τάση δε γίνεται τόσο εμφανής όταν το ερέθισμα είναι αρκετά ισχυρό ώστε να κυριαρχεί. Σε αυτή την περίπτωση ο δεκτικός μηχανισμός ταξινομεί τα διαθέσιμα στοιχεία με τον απλούστερο δυνατό τρόπο. Ωστόσο, όταν το ερέθισμα είναι οπτικά αδύναμο η οργανωτική δύναμη της αντίληψης ενδέχεται να επιβληθεί ολοκληρωτικά. Συνεπώς, μεταβλητές όπως η απόσταση ανάμεσα στο θεατή και το έργο παίζουν καταλυτικό ρόλο στη διαμόρφωση της τελικής εικαστικής εντύπωσης, καθώς όσο πιο μακριά βρίσκεται ο παρατηρητής τόσο ενισχύονται οι αφαιρετικοί μηχανισμοί του οπτικού συστήματος εξουδετερώνοντας ολοκληρωτικά τη δυναμική έργων χαμηλής οπτικής έντασης όπως τα εν λόγω.



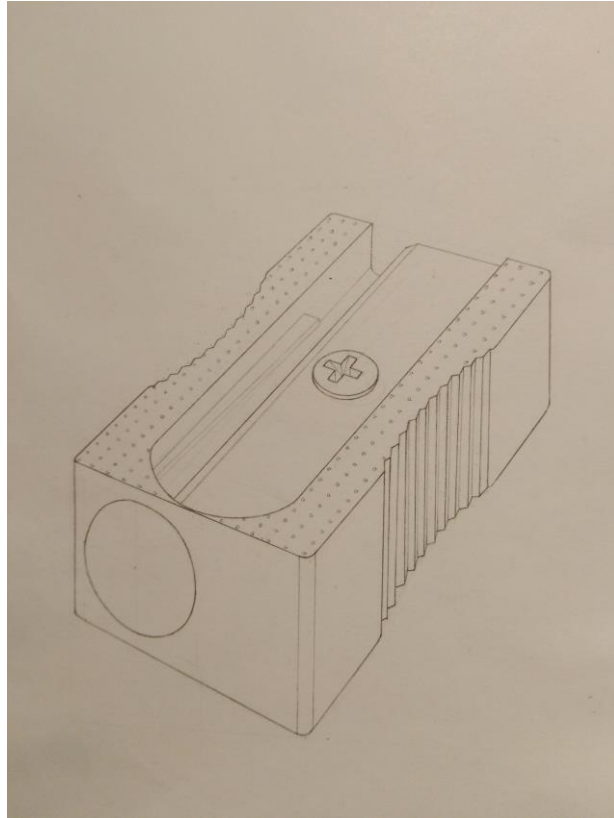
*Κλειδί*, 2018,

Μολύβι σε χαρτί, 20x30 εκ.

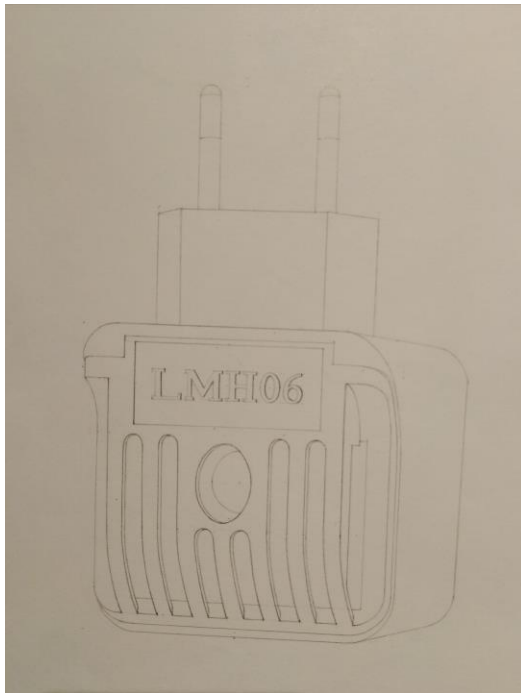


*Μπρελόκ*, 2018,

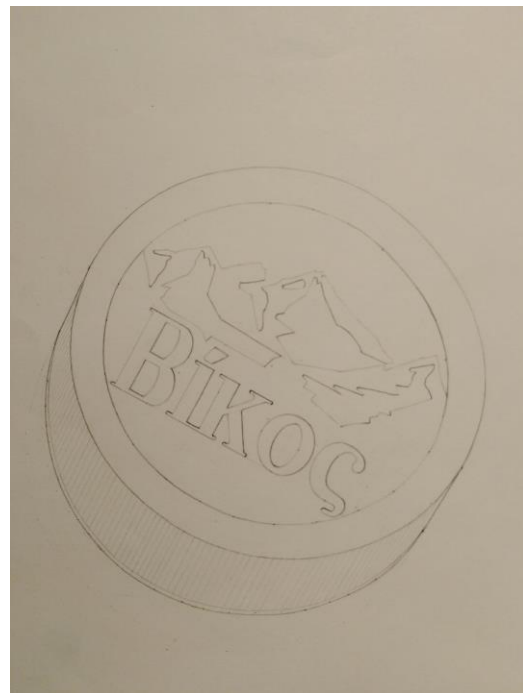
Μολύβι σε χαρτί, 20x30 εκ.



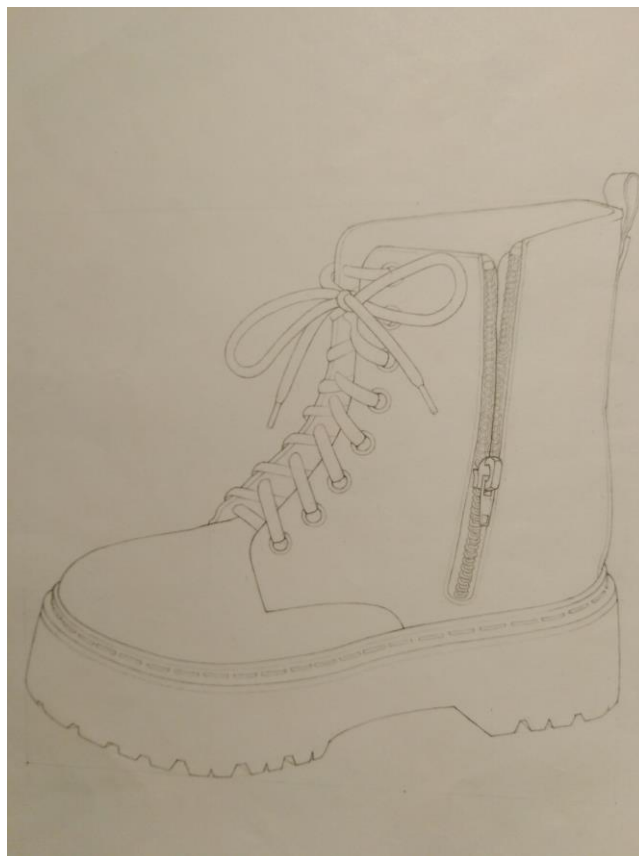
***Ξύστρα, 2018,***  
Μολύβι σε χαρτί, 20x30 εκ.



***Αντικοννουπικό, 2018,***  
Μολύβι σε χαρτί, 20x30 εκ.



***Καπάκι Βίκος, 2018,***  
Μολύβι σε χαρτί, 20x30 εκ.



*Αρβύλα*, 2018,

Μολύβι σε χαρτί, 20x30 εκ

### Σχεδιαστικά παράδοξα

Ο Norman περιγράφει τη δυσφορία που βιώνει όταν αντικείμενα που προορίζονται να είναι απλά παρουσιάζουν αδικαιολόγητη πολυπλοκότητα ή γενικότερα κακό σχεδιασμό. Στην ενότητα «Οι εκνευρισμοί της καθημερινότητας» αναλύει το φαινόμενο κατά το οποίο καθημερινά αντικείμενα που εξυπηρετούν βασικές ανάγκες, (πχ. μια πόρτα, μια βρύση, ένας διακόπτης κ.α.) εμφανίζουν ακατανόητη δομή στα πλαίσια της σχεδιαστικής καινοτομίας δημιουργώντας περιττά προβλήματα στους χρήστες. Επικαλούμενος το βιβλίο του Ζακ Καρελμάν με τίτλο «Κατάλογος ανύπαρκτων αντικειμένων» στο οποίο ο εν λόγω σκιτσογράφος παραθέτει παραδείγματα αντικειμένων της καθημερινότητας που είναι σκοπίμως αδύνατο να λειτουργήσουν, ο Norman κατακρίνει την ανάγκη του ανθρώπου να αναζητά το εξεζητημένο αγνοώντας συχνά το ουσιώδες.



*Η καφετιέρα για μαζοχιστές, Ζακ Καρελμάν, 1969*

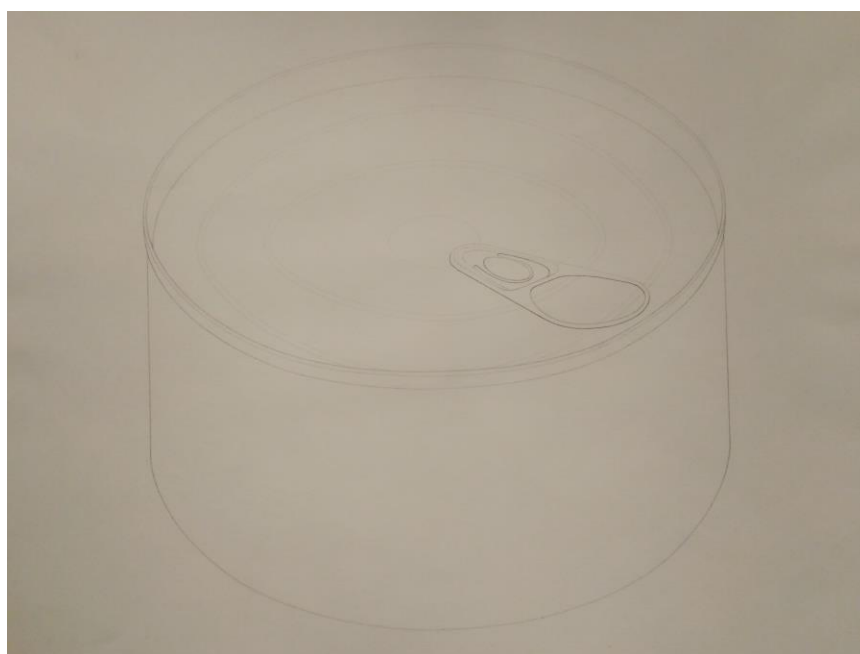
Σύγχρονοι καλλιτέχνες όπως οι Κατερίνα Καμπράνη, Giuseppe Colarusso, Jeremy Hutchison, Chema Madoz αντλώντας τη θεματολογία και το θεωρητικό υπόβαθρο από το παρών ζήτημα δημιουργούν με γραφιστικά μέσα τους δικούς τους καταλόγους “άχρηστων” αντικειμένων. Ως καλλιτεχνικό κίνημα αυτή η τάση απαντάται στο ιαπωνικό Chindogu (σημαίνει “ασυνήθιστο” σε ελεύθερη μετάφραση) του Kenji Kawakami που το εισήγαγε το 1995 ως μια φάρσα κατά την οποία ο επίδοξος εφευρέτης δημιουργεί ένα επαναστατικό, ιδιοφυές και πρωτοποριακό gadget το οποίο φαίνεται να επιλύει ένα συγκεκριμένο πρόβλημα της καθημερινότητας. Στη πραγματικότητα ωστόσο ισχύει το ακριβώς αντίθετο καθώς αυτές οι εφευρέσεις όχι μόνο είναι μη λειτουργικές και παράλογες, αλλά δημιουργούν επιπρόσθετα προβλήματα στους χρήστες.

Όσο καινοτόμες και αν είναι οι ιδέες του Καρελμάν και ανεξάρτητα από τους συνεχιστές που παρήγαγε ανά τα έτη δε μπορεί σε καμία περίπτωση να λογίζεται πατέρας αυτής της αντισυμβατικής προσέγγισης. Αυτός δεν είναι άλλος από τον Marcel Duchamp που υπηρέτησε με το δικό του τρόπο το ά-λογο, το ειρωνικό, το χειρονομιακό, και το τυχαίο του Νταντά. Σε μια απόπειρα απόρριψης, άρνησης και καταστροφής των καλλιτεχνικών προτύπων και νορμών της εποχής ο Duchamp επινοεί το 1913 τα λεγόμενα “ready mades” αναγάγοντας απλά βιομηχανικά αντικείμενα σε έργα τέχνης. Το έργο

του θεωρείται διαχρονικό καθώς με την ευτελότητα των υλών του ανατρέπει-υποβαθμίζει την ιεραρχία της τέχνης “κοροιδεύοντας” παράλληλα το αστικό γούστο.

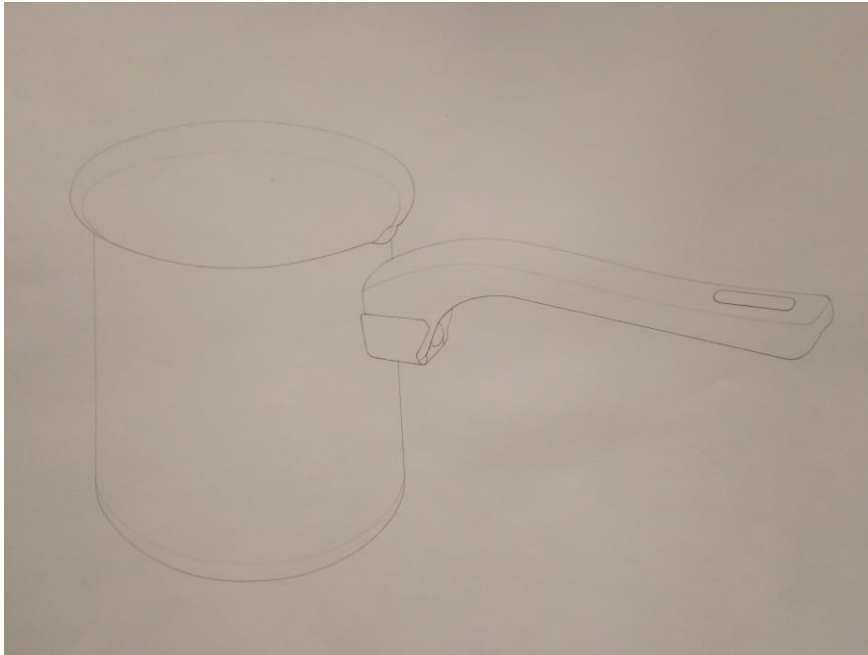
### # Error 404 #

Η σειρά έργων με τίτλο «#Error 404#» (συνεπάγεται με την εντολή “Not found” στην γλώσσα του υπολογιστή) μέσω μιας αφαιρετικής και λιτής γραμμής απεικονίζει αντικείμενα της καθημερινότητας ελαφρώς τροποποιημένα (υβρίδια) ώστε να καθίσταται δύσκολο έως και αδύνατον να χρησιμοποιηθούν παρά τη διατήρηση της όποιας καλαισθησίας τους. Τα παραπάνω αποτελούν ένα σχόλιο στο δίπολο χρηστικότητα-αισθητικής που ταλανίζει τους βιομηχανικούς σχεδιαστές, ενώ παράλληλα σατιρίζουν τους αντιληπτικούς μηχανισμούς και τα κριτήρια αξιολόγησης του πραγματικού από το μέσο καταναλωτή που συχνά τείνει να επιλέγει το οπτικά ελκυστικό παραβλέποντας το ουσιώδες και χρηστικό.



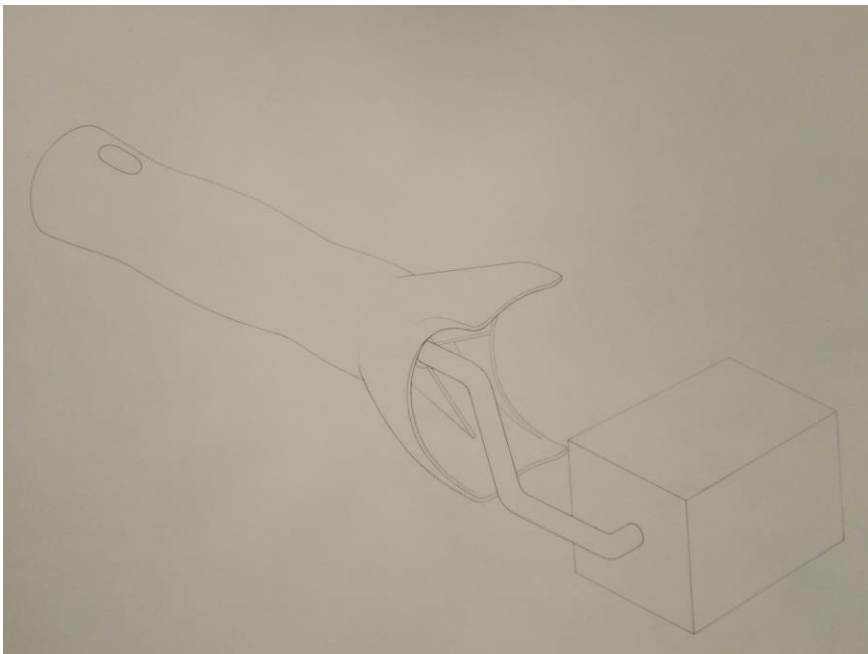
**#Κονσέρβα#**, 2019,

Μολύβι σε χαρτί, 30×40 εκ.



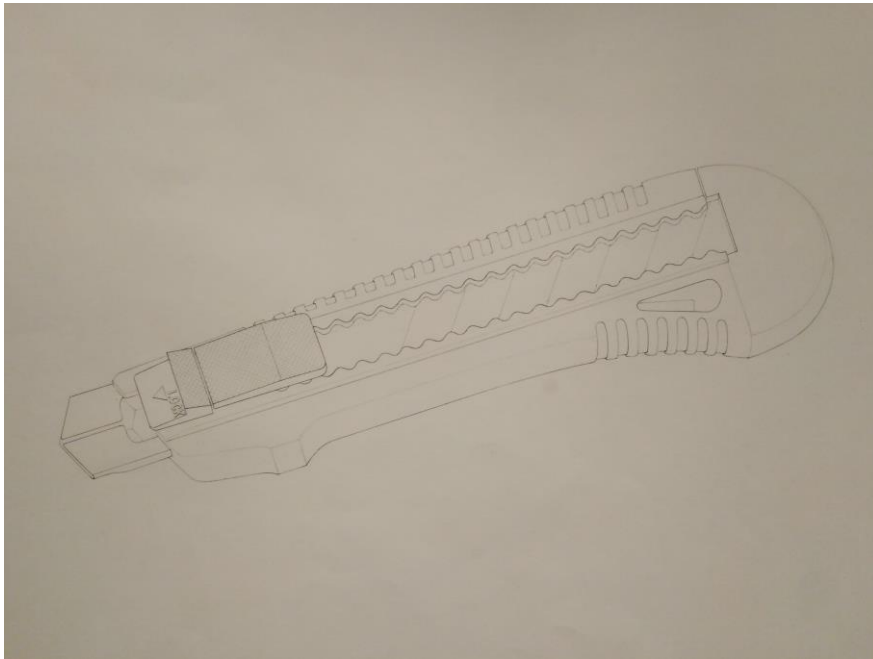
**#Μπρίκι#, 2019**

Μολύβι σε χαρτί, 30×40 εκ.



**#Ρόλερ βαγίματος#, 2019,**

Μολύβι σε χαρτί, 30×40 εκ.



**#Κοπίδι#, 2019,**

Μολύβι σε χαρτί, 30×40 εκ.

Το ανθρώπινο μάτι (οπτικός εγκέφαλος) τείνει να εστιάζει στη δομική αρτιότητα των αντικειμένων δίχως να μπορεί (άμεσα τουλάχιστον) να αξιολογήσει το βαθμό που αυτή μετουσιώνεται και στην ανάλογη λειτουργικότητα. Πρόκειται για το επονομαζόμενο “Ό,τι είναι όμορφο είναι καλό” στερεότυπο του ανθρώπινου εγκεφάλου το οποίο διέπει τους περισσότερους γνωστικούς μηχανισμούς του ατόμου και εφαρμόζεται σε όλες τις εκφάνσεις της ζωής του. Συνεπώς, με μια πρώτη ματιά πολλά εκ των παραπάνω αντικείμενα μοιάζουν φυσιολογικά, και ίσως χρειάζεται να μπούμε στη διαδικασία να τα χρησιμοποιήσουμε για να διαπιστώσουμε τις όποιες ανωμαλίες.

### Εννοιολογικά μοντέλα

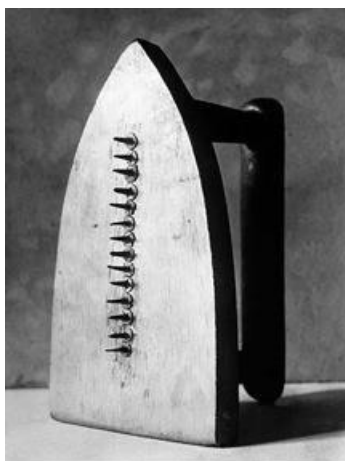
Με μια ευρύτερη έννοια τα εννοιολογικά μοντέλα αποτελούν νοητικά σχήματα για τα αντικείμενα, τα γεγονοτά, τις ανθρώπινες σχέσεις και συμπεριφορές και απορρρούν από την τάση του ατόμου να αναλύει και να επεξηγεί τη φύση των πραγμάτων. Αυτά τα μοντέλα παίζουν θεμελιώδη ρόλο καθώς συντελούν στην κατανόηση των ερεθισμάτων και σε συνδυασμό με τους μαθησιακούς μηχανισμούς προσδίδουν στο άτομο την ικανότητα να προβλέπει την έκβαση των ενεργειών του. Τα εννοιολογικά μας μοντέλα βασίζονται τόσο σε πραγματικά και

αντικειμενικά δεδομένα όσο και σε φαντασιακά, υποθετικά και συχνά αφελή. Όπως είναι φυσιολογικό δημιουργείται έτσι πλήθος μοντέλων διαφορετικών μεταξύ τους χαρακτηριστικών όπως το περιεχόμενο, η αποτελεσματικότητα και άλλες συνιστώσες. Συνεπώς, για κάθε αποδοτικό και ορθολογικό μοντέλο υπάρχει ένα ανάλογο ελαττωματικό και εσφαλμένο.

Τέτοιου είδους μοντέλα στο χώρο του βιομηχανικού σχεδιασμού μεταφράζονται σε μερικώς λειτουργική ή και απόλυτα λανθασμένη χρήση των αντικειμένων της καθημερινότητας. Απευθύνονται σε όλους τους ανθρώπους οπότε “επιβαρύνουν” τόσο τους καταναλωτές όσο και τους βιομηχανικούς σχεδιαστές.

Εννοιολογικά μοντέλα αποτελούν και τα έργα της σειράς #Error 404 # όπως και όλες οι απόπειρες των προαναφερθέντων καλλιτεχνών. Αυτό που κατά την προσωπική μου άποψη αποτελεί βασικό ποιοτικό κριτήριο και διακρίνει ένα απλό (ως προς την ευκολία σύλληψης) από ένα πιο εξελιγμένου επιπέδου μοντέλο είναι ο βαθμός που το λειτουργικό παράδοξο ενσωματώνεται στις λειτουργίες του εκάστοτε αντικειμένου και πρακτικά καμουφλάρεται.

Για παράδειγμα ένα από τα πιο χαρακτηριστικά ready made του Dada είναι το σίδερο του Man Ray. Αν και για ιστορικούς και αισθητικούς λόγους αποτελεί ένα από τα εικόσημα του κινήματος της εποχής είναι προφανές πως πρόκειται για κάτι μη λειτουργικό και το δομικό παράδοξο εντοπίζεται εύκολα.



*Δώρο, Man Ray, 1958*

*(απομίμηση του αυθεντικού του 1921)*



Αντιθέτως, η “Καφετιέρα για μαζοχιστές” του Καρελμάν απαιτεί από αρκετούς καλύτερη παρατήρηση για να εντοπίσουν το σφάλμα καθώς δεν έχει προστεθεί κατι ξένο και αυτοτελές στη διαθέσιμη δομή (όπως συμβαίνει με τα καρφιά στην παραπάνω εικόνα) αλλά τροποποιεί την ήδη υπάρχουσα. Ουσιαστικά αυτό που κάνει ένα εννοιολογικό μοντέλο έξυπνο είναι ο βαθμός στον οποίο “ξεγελάει” ή έστω καθυστερεί τη διαδικασία ερμηνείας και πρόβλεψης αποτελέσματος της ενέργειας από το θεατή.

### Πιλοτικό κοινωνικό πείραμα συμμόρφωσης

Ένα μείζων ζήτημα που απορρέει από την απόρριψη των αισθητικών προτύπων της αστικής τάξης όπως αυτά εφαρμόζονται στο βιομηχανικό σχεδιασμό είναι ο προσδιορισμός και η ιεράρχηση των κριτηρίων επιλογής των αντικειμένων από τους καταναλωτές. Θεωρητικά βασικοί παράγοντες αποτελούν η χρηστικότητα, η αισθητική, το οικονομικό αντίτιμο, οι χωρικές απαιτήσεις, η διαθεσιμότητα, το οικολογικό αποτύπωμα κ.α.. Όσον αφορά την κατανόηση ενός εννοιολογικού μοντέλου απαιτούνται αμιγώς οι οπτικοί αντιληπτικοί μηχανισμοί του θεατή. Είναι όμως αυτοί που οδηγούν σε ανάλογη συμπεριφορά όπως την αγορά ή μη ενός αντικειμένου;

Το φαινόμενο κατά το οποίο ο θεατής δυσκολεύεται να μεταφράσει ένα εξελιγμένο εννοιολογικό μοντέλο αποδίδεται στο βαθμό παρατηρητικότητας του θεατή, στο βαθμό πολυπλοκότητας του μοντέλου ή σε ένα συνδυασμό των δύο. Ωστόσο, σε περίπτωση που ο θεατής αδυνατεί ή αρνείται να αναγνωρίσει το σφάλμα σε ένα αντικειμενικά απλό εννοιολογικό μοντέλο τότε τίθονται υπό αμφισβήτηση τα καταναλωτικά πρότυπα του θεατή τα οποία ενδεχομένως να μην προσανατολίζονται ως προς τη λειτουργικότητα του αντικειμένου αλλά ως προς την αισθητική αυτού. Κοινώς, σε αρκετές περιπτώσεις αυτό που παίζει καθοριστικό ρόλο στην τελική αγορά ενός αντικειμένου δεν είναι τόσο οι χρηστικές δυνατότητες που διαθέτει αλλά το αν ανταποκρίνεται στα εποχιακά στυλιστικά πρότυπα.

Αγνοώντας εν μέρει τη χρηστικότητα ενός αντικειμένου αναιρούμε το ρόλο ύπαρξής του και το ανάγουμε σε διακοσμητικό στοιχείο. Το πόσο δυσανάλογα για τη σημασία του υποβαθμισμένο κριτήριο αποτελεί η χρηστικότητα ενός αντικειμένου της καθημερινότητας μπορεί να διερευνηθεί είτε εξετάζοντας τη συχνότητα και το βαθμό κατά τον οποίο το λαμβάνουν υπόψη τους οι καταναλωτές, είτε

σκιαγραφώντας την επίδραση που έχουν άλλου είδους κριτήρια. Ένα τέτοιο κριτήριο θα μπορούσε να αποτελεί η κοινωνική επιρροή (πχ. αγοράζουμε αντικείμενα που αγοράζουν και οι υπόλοιποι).

Σε αυτό το πλαίσιο διεξήχθη σύντομο κοινωνικό πείραμα πιλοτικού χαρακτήρα με τη μορφή ομαδικής συνεδρίας. Πρόκειται για μια προσομοίωση του πειράματος “Κοινωνικής Συμμόρφωσης” του Asch, ενός εκ των σημαντικότερων πειραμάτων στο χώρο της Ψυχολογίας και των Κοινωνικών Επιστημών (Asch, 1952). Τονίζεται πως βάσει του ερευνητικού κώδικα δεοντολογίας η παρακάτω απόπειρα δεν πληρεί τις απαραίτητες συνθήκες και λογίζεται ως μη επιστημονική. Σκοπός του πειράματος δεν είναι η εξαγωγή επιστημονικών συμπερασμάτων ή η καταγραφή της ανθρώπινης συμπεριφοράς παρά μόνο η παρατήρηση συγκεκριμένων διομαδικών μηχανισμών αλληλεπίδρασης.

### Μέθοδος

**Σχεδιασμός:** Το δείγμα δομήθηκε με τη τεχνική της “χιονοστιβάδας”, απευθυνόμενο σε συγκεκριμένη κοινωνική ομάδα. Ακολουθήθηκε ψευδοπειραματικός σχεδιασμός κατά τον οποίο το δείγμα χωρίστηκε τυχαία σε δύο υποομάδες: α) τους συμμετέχοντες που ενημερώθηκαν πλήρως για το σκεπτικό του πειράματος, β) τα άτομα που επιλέχθηκαν να “παραπλανηθούν” (με την έννοια του ερευνητικού deception).

**Συμμετέχοντες:** Το δείγμα ευκολίας απαρτίστηκε από 16 άνδρες αθλητές καλαθοσφαίρισης ηλικίας 18-35 ετών. Με τη τεχνική matching οι συμμετέχοντες χωρίστηκαν σε τέσσερα ισόποσα γκρουπ με σχετική ηλικιακή ομοιομορφία μεταξύ τους. Κάθε γκρουπ αποτελέστηκε από τρεις συμμετέχοντες με πλήρη επίγνωση της ερευνητικής διαδικασίας και έναν ο οποίος είχε μια ελλιπή εικόνα των πραγματικών πειραματικών συνθηκών.

**Υλικά:** Οι συμμετέχοντες είχαν στη διάθεσή τους τέσσερα έργα της σειράς #Error 404#. Συγκεκριμένα, πρόκειται για την κονσέρβα, το μπρίκι, το ρόλερ βαψίματος και το κοπίδι που βρίσκονται αναρτημένα παραπάνω στην ενότητα #Error 404# του παρόντος κειμένου.

**Διαδικασία:** Από κάθε τετραμελές γκρουπ επιλέχθηκαν τυχαία τρεις συμμετέχοντες η οποίοι και ενημερώθηκαν πλήρως για την πειραματική διαδικασία. Σύμφωνα με αυτή, τους δόθηκαν τέσσερα

εννοιολογικά σχήματα, δύο εξελιγμένα (κονσέρβα, κοπίδι), ένα μέτριας πολυπλοκότητας (μπρίκι), και ένα απλό (ρόλερ βαψίματος). Η κατανομή των μοντέλων σε αυτές τις κατηγορίες απαντάται στην ταχύτητα εντοπισμού του δομικού παραδόξου αυτών. Άρα πχ το ρόλερ που έχει εμφανώς τροποποιημένο μαξιλαράκι είναι εύκολο στη κωδικοποίηση και θεωρείται απλό μοντέλο. Κάθε έργο πέρασε από μια φορά και από τους τέσσερεις συμμετέχοντες και στη συνέχεια τους έγινε η ερώτηση “Το απεικονιζόμενο αντικείμενο είναι φυσιολογικό;”. Ο κάθε συμμετέχων αρχικά απάντησε με ναι ή όχι και στη συνέχεια υπήρξε προαιρετικά η δυνατότητα αιτιολόγησης της απάντησης. Οι τρεις πρώτοι κατά σειρά ερωτηθέντες ήταν τα επιλεγμένα άτομα τα οποία είχαν την εντολή να απαντήσουν λανθασμένα πως το ρόλερ είναι φυσιολογικό αντικείμενο και πως μάλιστα θα το προμηθεύονταν σε ενδεχόμενη ανάγκη. Έτσι ο τέταρτος ερωτηθείς του εκάστοτε γκρουπ έχοντας ακούσει ήδη τις απόψεις των υπολοίπων τριών ουσιαστικά καλούταν είτε να τις απορρίψει και να δώσει τη προφανή απάντηση (ότι δηλαδή το ρόλερ βαψίματος είναι αδύνατον να λειτουργήσει), είτε να εθελουφλήσει και να ενστερνιστεί την άποψή τους. Σημαντικός υπήρξε και ο ρόλος των υπολοίπων μοντέλων που προηγήθηκαν, καθώς εκεί οι συμμετέχοντες απάντησαν φυσιολογικά και τεκμηριωμένα ώστε να κερδίσουν την εμπιστοσύνη του παραπλανημένου τέταρτου σχετικά με το βαθμό παρατηρητικότητάς τους.

**Ηθικά-δεοντολογικά ζητήματα:** Κατά την ενημέρωση των συμμετεχόντων (στην περίπτωση των παραπλανημένων αυτή πραγματοποιήθηκε με τη λήξη του πειράματος) κοινοποιήθηκε ο σκοπός της έρευνας, η διαδικασία αυτής, τα κοινωνικά οφέλη της έρευνας, το απαιτούμενο χρονικό διάστημα, ενώ δόθηκαν στοιχεία επικοινωνίας για επιπρόσθετες σχετικές απορίες. Στο πλαίσιο της διατήρησης εχεμύθειας, τυρίθηκε η ιδιωτικοποίηση και ανωνυμία των ερευνητικών τους δεδομένων. Επίσης, γνωστοποιήθηκε η δυνατότητα αποχώρησής τους από την πειραματική διαδικασία ανά πάσα στιγμή το επιθυμούσαν καθώς και το δικαίωμα απόσυρσης των προσωπικών τους στοιχείων ακόμα και με το πέρας του πειράματος.

**Αποτελέσματα:** Η ουσία του πειράματος συνοψίζεται στην αξιολόγηση του μοντέλου του ρόλερ βαψίματος από τον τελευταίο ερωτηθέντα. Στα τρία απο τα τέσσερα γκρουπ ο τέταρτος ερωτηθείς συμμορφώθηκε με τις απόψεις των υπολοίπων αγνοώντας το εμφανές δομικό σφάλμα του ρόλερ. Μάλιστα σε μία περίπτωση δόθηκε και αιτιολόγηση της λανθασμένης απάντησης ενδεχομένως υποδεικνύοντας

μηχανισμούς εκλογίκευσης που αγνοούν το πραγματικό και εξυπηρετούν άλλου είδους ανάγκες όπως αυτή της ένταξης σε ένα κοινωνικό σύνολο (ή μάλλον του φόβου αποστασιοποίησης από αυτό).

### Συζήτηση

Σε αυτό το σημείο είναι πολύ σημαντικό να αναφερθεί ξανά ο χαρακτήρας του εν λόγω πειράματος ο οποίος θεωρείται μη επιστημονικός. Παράγοντες όπως η μη τυχαία δειγματοληψία, το κοινό φύλο των συμμετεχόντων, οι περιορισμένου ελέγχου πειραματικές συνθήκες, οι πιθανές μεροληπτικές συμπεριφορές του ερευνητή και των συμμετεχόντων (πχ. η ερώτηση “Το απεικονιζόμενο αντικείμενο είναι φυσιολογικό;” από μόνη της θα μπορούσε να προδιαθέσει τους συμμετέχοντες στο να απαντήσουν θετικά) κ.α., καθιστούν το όποιο συμπέρασμα ως ακατάλληλο προς γενίκευση. Ωστόσο, ως προσέγγιση συγκεντρώνει μεγάλο ενδιαφέρον η παρατήρηση των κοινωνικών τάσεων και προτύπων του ατόμου που φαίνεται να μεσολαβούν ακόμα και στις σχέσεις που αναπτύσσουμε με τα αντικείμενα της καθημερινότητας.

### Βιβλιογραφικές αναφορές

1. **Arnheim, R.** (2005). Τέχνη και οπτική αντίληψη. Η ψυχολογία της δημιουργικής όρασης, Θεμέλιο.
2. **Harold, S.** (1972). *The practice and science of drawing*, 3<sup>rd</sup> edition, Dover Publications, INC, New York.
3. **Kennedy, J. M.** “Icons and information”, στο David R Olson (επιμ.), “Communication, media and education”, 73<sup>rd</sup> *Yearbook of the Nat. Soc. For the Study of Education*, Chicago, υπό έκδοση.
4. **Kohler, W.** (1938). *The place of value in a world of facts*, New York.
5. **Kohler, W.** (1947). *Gestalt Psychology*, New York.
6. **Maeda, J.** (2008). *Οι νόμοι της απλότητας. Σχεδιασμός, τεχνολογία, επιχειρήσεις, ζωή*, Παπασωτηρίου.
7. **Norman, D. A.** (2002). *Σχεδιασμός των αντικειμένων της καθημερινότητας*, Κλειδάριθμος..
8. **Williams, H.** (1955). *The analysis of beauty*, New York.
9. **Asch, S. E.** (1952). *Effects of group pressure on the modification and distortion of judgments. Readings in social psychology* (2nd ed., pp. 2–11). New York: Holt.



## **Ονοματεπώνυμο Κουκουλίδης Θεόδωρος**

Γεννήθηκε το 1993 στη Θεσσαλονίκη

Εισήχθη το ακαδημαϊκό έτος 2011-12 στο Τμήμα Εικαστικών και

Εφαρμοσμένων Τεχνών της Σχολής Καλών Τεχνών του Α.Π.Θ. Είναι φοιτήτης στο 2ο Εργαστήριο Ζωγραφικής με διδάσκοντα τον κ. Στυλιανό Κουπέγκο.

Επίσης είναι πτυχιούχος Ψυχολογίας.



**OOOPS!** CraveLook  
**404 NOT FOUND**