



ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΘΕΣΣΑΛΙΑΣ • ΤΜΗΜΑ ΑΡΧΙΤΕΚΤΟΝΩΝ ΜΗΧΑΝΙΚΩΝ • ΓΙΜΣ ΜΕΤΑ-ΒΙΟΜΗΧΑΝΙΚΟΣ ΣΧΕΔΙΑΣΜΟΣ

Παναγιώτης Καρακίτσος

Επιβλέπων Καθηγητής: Νικόλαος Πλατσάς

wibbor

Ιούνιος 2017

WIBBOR
MIRROR

WIBBOR

The motivation of this thesis was a personal pursuit. A question which wonders many creative people: "why many good ideas come to us when we are in the bathroom?" The answer was (among laughing): the same happens to me as well!" After that, the research began.

Firstly, referring to "creative class" as a term, the research took into consideration the Richard's Florida point of view. Artists, musicians, writers, engineers, architects and more compose this class of people. The common characteristic of those groups of people is the anxiety of creativeness. The target of this thesis is the innovation of a device which aims to massive productivity. In conclusion, creative class is the target group of this thesis.

The main body of this thesis is the bathroom. a place, strictly intimate, and everyday used. What happens and what does it mean for anybody of us when we are in this room?

The bathroom constitutes the amphibious side of residence because in this place exists the element of water as much as in no other place in the house. An element which affects intensely the mood of a person whether we get in touch with it or not.

Also, another characteristic of the bathroom is the nudity. It is a condition in which somebody is forced to get in, in order to accomplish his natural needs. The term "force" is used because many people feel awkward being nude even if they are totally alone.

At the same time, mirror is a necessary object in every bathroom. An object which has concerned many psychologists (such as Freud and Laccane.) These psychologists have made research on how the mirror affects people. How somebody sees himself, how he thinks he is, how he really is, are some of the questions that are being answered in this research.

The conclusion of this research was the creation of "wibbor".

It is an interactive mirror with many uses. The construction consists of two basic parts: a) the main visual part which is the double - side mirror and b) the interactive part through which somebody can use it from distance without any contact with the object. By doing this, we answer the main question which is the instant note of an idea in the bathroom without risking the possibility of damage of the device by getting in touch with the water.

Its functions take place into the house as well as outside of it. This device manages to unblock the person from his smartphone without getting away from technology and the possibilities that provides.

It is a product, which combines basic needs of the user in daily appliance. It can provide simultaneously breaking news and entertainment. The fact that somebody can meet wibbor in private and public spaces gives the sense of certainty and safety in the user. It is easy to use even from people who are not so familiar with technology. Its wide use in a lot of aspects of everyday routine and by all ages makes it successful.

Wibbor comes make everyday routine easier for the person of 21st century, freeing him, at the same time, from the addiction of the era.

WIBBOR

Εφαλτήριο για την πραγμάτωση της διπλωματικής εργασίας αποτέλεσε ένα προσωπικό ερώτημα – διαπίστωση. Μια απορία η οποία έγινε ερώτηση σε αρκετούς δημιουργικούς, και μη, ανθρώπους με σκοπό την επιβεβαίωση και διεργασία έρευνας της αιτίας ύπαρξής της: «**Γιατί πολλές (καλές) ιδέες μας έρχονται όταν βρισκόμαστε στο χώρο του μπάνιου;**» Η απάντηση στην πλειοψηφία τους, προερχόμενη χασκογελώντας και με ένα βλέμμα ατομικής επιβεβαίωσης, ήταν «κι εμένα!». Μετά από αυτό, ξεκίνησε η έρευνα πάνω στο συγκεκριμένο θέμα.

Κατ' αρχήν, όσον αναφορά στον όρο «δημιουργικός άνθρωπος» που αναφέρθηκε ανωτέρω, η έρευνα κατευθύνθηκε στην προσέγγιση του Richard Florida πάνω στη δημιουργική τάξη, την creative class όπως την αποκαλεί. Καλλιτέχνες, μουσικοί, συγγραφείς, μηχανικοί, αρχιτέκτονες και άλλοι απαρτίζουν αυτή την ομάδα. Κοινό γνώρισμα όλων αυτών είναι το κοινό περιβάλλον εργασίας στο οποίο ανατρέφεται και ευδοκιμεί η δημιουργικότητα. Στόχος της είναι η δημιουργία νέων μορφών προϊόντων και ιδεών με απώτερο σκοπό την ευρεία χρήση, χαρακτηριστικό το οποίο βρίσκεται στην καρδιά του συγκεκριμένου Μεταπτυχιακού Προγράμματος. Εν κατακλείδι, αυτή η τάξη αποτελεί το target group της συγκεκριμένης διπλωματικής.

Το βασικό κομμάτι της έρευνας, όπως είναι φυσικό, αποτελεί ο χώρος του μπάνιου. Ένας χώρος αυστηρά προσωπικός, αυστηρά ιδιωτικός όταν βρίσκεται σε χρήση, αυστηρά καθημερινός για κάθε άνθρωπο.

Τι συμβαίνει και τι σημαίνει για το κάθε άτομο όταν βρίσκεται σε αυτό το δωμάτιο;

Το μπάνιο αποτελεί την αμφίβια πλευρά ενός οικήματος διότι εκεί υπάρχει το **στοιχείο του νερού**, σε τέτοιο βαθμό όσο δεν υπάρχει σε κανένα άλλο μέρος του σπιτιού. Ένα στοιχείο το οποίο επιδρά έντονα στην ψυχολογία του ανθρώπου, τόσο μέσω της απλής ύπαρξής του στο χώρο, όσο και με την επαφή του με τον άνθρωπο.

Επίσης, ένα άλλο χαρακτηριστικό του μπάνιου είναι η **γυμνότητα**. Πρόκειται για μια κατάσταση στην οποία «εξαναγκάζεται» το άτομο προκειμένου να καλυφθούν οι βιολογικές του ανάγκες. Ο όρος εξαναγκασμός χρησιμοποιείται διότι πολλοί είναι εκείνοι που νιώθουν αμήχανα όντας γυμνοί ακόμη και όταν είναι απολύτως μόνοι.

Παράλληλα, κυρίαρχο και αναγκαίο αντικείμενο του μπάνιου είναι ο **καθρέφτης**. Ένα αντικείμενο πάνω στο οποίο αρκετοί ψυχολόγοι (όπως ο Φρόιντ, και, μετέπειτα, ο Λακάν) έχουν εντυπώσει και έχουν μελετήσει για το πώς επηρεάζει – επιδρά πάνω στον άνθρωπο. Πώς ο άνθρωπος βλέπει τον εαυτό του, πώς νομίζει ότι είναι, πώς πραγματικά είναι, είναι μερικά ερωτήματα τα οποία απαντώνται στην έρευνα.

Η κατάληξη της ενδελεχούς έρευνας που πραγματοποιήθηκε σχετικά με τις συνθήκες που επικρατούν στο χώρο του μπάνιου ήταν η δημιουργία και η κατασκευή του wibbor.

Πρόκειται για μια συσκευή η οποία, στην ουσία, είναι ένας διαδραστικός καθρέφτης με πολλαπλές χρήσεις. Η κατασκευή του χαρακτηρίζεται από δυο βασικά τμήματα: α) το κύριο και το εμφανές τμήμα του που είναι ο καθρέφτης διπλής όψης και β) το διαδραστικό μέρος μέσω του οποίου μπορείς να έχεις το χειρισμό του wibbor από

απόσταση, χωρίς να έρθεις σε επαφή με το αντικείμενο. Με αυτό τον τρόπο, απαντάται το βασικό ερώτημα – προβληματισμός της άμεσης καταγραφής μιας σημείωσης – ιδέας στο χώρο του μπάνιου (όπου έγινε όλη η μελέτη) χωρίς να κινδυνεύσει η συσκευή από τυχόν επαφή της με το νερό.

Οι λειτουργίες του διασκορπίζονται τόσο εντός όσο και εκτός της οικίας. Με αυτό τον τρόπο επιχειρεί να απεγκλωβίσει το άτομο από τα δεσμά του κινητού του, χωρίς να τον απομακρύνει τόσο από την τεχνολογία, όσο και από τις δυνατότητες που του προσφέρει η τεχνολογία. Πρόκειται για ένα προϊόν, το οποίο συνδυάζει βασικές ανάγκες του χρήστη σε μια καθημερινής χρήσης «έξυπνη» συσκευή. Μπορεί να παρέχει ταυτόχρονα ενημέρωση και ψυχαγωγία. Το γεγονός ότι κάποιος μπορεί να συναντήσει το wibbor σε ιδιωτικούς, κοινόχρηστους και δημόσιους χώρους δίνει την αίσθηση της σιγουριάς και της ασφάλειας στο χρήστη. Η εύκολη χρήση του το καθιστά προσεγγίσιμο ακόμη και σε άτομα που δεν είναι τόσο εξοικειωμένα με την τεχνολογία. Η ευρεία χρήση του τόσο σε πολλές πτυχές της καθημερινότητας όσο και η χρήση του από όλες τις ηλικίες είναι το στοιχείο που το καθιστά επιτυχημένο.

Το wibbor έρχεται να διευκολύνει την καθημερινότητα του σύγχρονου ανθρώπου του 21^{ου} αιώνα, απεγκλωβίζοντάς το, παράλληλα, από τον εθισμό της εποχής.

WIBBOR
MIRROR



ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ

1. εισαγωγικά.....	6
2. η δημιουργική τάξη.....	12
3. μπάνιο & σχεδιασμός.....	22
3.1 τυπολογία & χρήσεις με βάση τις νέες τάσεις.....	26
3.1.1 το μπάνιο σε μεγάλες κατοικίες.....	27
3.1.2 το μπάνιο σε μικρές κατοικίες.....	28
3.2 είδη υγιεινής & απαιτήσεις χώρου.....	29
3.2.1 οι νιπτήρες.....	29
3.2.2 η λεκάνη αποχωρητηρίου.....	30
3.2.3 η ντουζίερα.....	31
3.2.4 η μπανιέρα.....	31
3.3 τοποθέτηση & κατασκευαστικές λεπτομέρειες.....	32
3.4 γενικές οδηγίες για το σχεδιασμό μπάνιου.....	33
4. οπτικές του μπάνιου μέσα από την καθημερινότητα.....	38
4.1 σε σπίτια όπου κατοικούν οικογένειες.....	42
4.2 σε σπίτια όπου κατοικούν μόνο ενήλικες.....	43
4.3 σε σπίτια όπου κατοικού ηλικιωμένοι.....	44
5. η σημασία του νερού.....	48
6. η έννοια της γυμνότητας.....	54
7. καθρέφτης - η (α)συνείδητη χρήση του.....	60

8. wibbor.....	70
8.1 χρήσεις.....	86
8.1.1 μέσα στο σπίτι.....	86
8.1.2 σε κοινόχρηστους χώρους.....	88
8.1.3 σε χρήσεις κυκλοφοριακού χαρακτήρα.....	89
8.1.4 σε εμπορικά καταστήματα.....	91
8.1.5 στην εκπαίδευση.....	92
8.1.6 στην ιατρική.....	93
9. συμπεράσματα.....	94
10. διαδικτυακές πηγές & βιβλιογραφία.....	102

1

ΕΙΣΑΓΩΓΙΚΑ



Ένας σχεδιαστής πρέπει αρχικά να είναι παρατηρητής. Η παρατήρηση μπορεί να οδηγήσει στην ανακάλυψη προβλημάτων, που αποζητούν λειτουργικές λύσεις. Όπως είναι γνωστό, η τεχνολογία διαδραματίζει κυρίαρχο ρόλο στη ζωή του ατόμου σε καθημερινή βάση. Οι περισσότερες ενέργειες που κατά το παρελθόν θα απαιτούσαν κόπο και χρόνο πλέον έχουν αυτοματοποιηθεί. Η τεχνολογία και οι καινοτομίες που αυτή προσφέρει παρέχουν στον άνθρωπο ένα καλύτερο βιοτικό επίπεδο, αλλά και μια συνεχή ανάγκη για ανακάλυψη ακόμα περισσότερων δυνατοτήτων. Σε ένα απλό καθημερινό σπίτι μπορεί κανείς να συναντήσει τεχνολογικά επιτεύγματα σχεδόν σε κάθε χώρο του. Άτομα κάθε ηλικίας γνωρίζουν αρκετά καλά πλέον πώς να χειριστούν ηλεκτρονικές συσκευές, ενώ αυτές έχουν αντικαταστήσει τα παραδοσιακά μέσα ενημέρωσης και ψυχαγωγίας.

Από την άλλη πλευρά είναι γνωστό πως οι ρυθμοί της καθημερινότητας του ανθρώπου διαφέρουν ριζικά, από εκείνους του παρελθόντος. Ο ελεύθερος χρόνος συνεχώς λιγοστεύει, ενώ οι ανάγκες και οι απαιτήσεις αυξάνονται. Για το λόγο αυτό τα προϊόντα ή οι υπηρεσίες που σήμερα σχεδιάζονται, οφείλουν να είναι συμβατά με αυτή τη γραμμή. Σε ένα κόσμο που συνεχώς εξελίσσεται η ενημέρωση για τα δρώμενα είναι επιτακτική ανάγκη του χρήστη σε καθημερινή βάση. Αντίστοιχα, οι εξουθενωτικοί ρυθμοί εργασίας και υποχρεώσεων επιβάλλουν την ανάγκη για ψυχαγωγία. Η ιδέα αφορά στο σχεδιασμό ενός προϊόντος που δεν προορίζεται, αποκλειστικά, για χρήση στο σπίτι. Το συγκεκριμένο προϊόν θα ανταποκρίνεται άμεσα στις απαιτήσεις του χρήστη που επιθυμεί να ψυχαγωγηθεί, να ενημερωθεί, ακόμη και να εκπαιδευτεί. Η εξοικείωση με τη τεχνολογία θεωρείται πλέον δεδομένη τη σημερινή εποχή και για αυτό ο σχεδιασμός καινοτόμων προϊόντων, έχει αρχίσει να γίνεται άρρηκτα συνδεδεμένος με αυτή.

Εφαρτηρίο για την πραγμάτωση της διπλωματικής εργασίας αποτέλεσε ένα προσωπικό ερώτημα – διαπίστωση. Μια απορία η οποία έγινε ερώτηση σε αρκετούς δημιουργικούς, και μη, ανθρώπους με σκοπό την επιβεβαίωση και διερεύνηση της αιτίας ύπαρξής της: «Γιατί πολλές (καλές) ιδέες μας έρχονται όταν βρισκόμαστε στο χώρο του μπάνιου;» Η απάντηση στην πλειοψηφία τους, προερχόμενη χασκογελώντας και με ένα βλέμμα ατομικής επιβεβαίωσης, ήταν «κι εμένα!». Μετά από αυτό, ξεκίνησε η έρευνα πάνω στο συγκεκριμένο θέμα.

Κατ' αρχήν, όσον αναφορά στον όρο «δημιουργικός άνθρωπος» που αναφέρθηκε, η έρευνα κατευθύνθηκε στην προσέγγιση του Richard Florida πάνω στη δημιουργική τάξη, την creativeclassόπως την αποκαλεί. Καλλιτέχνες, μουσικοί, συγγραφείς, μηχανικοί, αρχιτέκτονες και άλλοι απαρτίζουν αυτή την ομάδα. Κοινό γνώρισμα όλων αυτών είναι το κοινό περιβάλλον εργασίας στο οποίο ανατρέφεται και ευδοκιμεί η δημιουργικότητα. Στόχος της είναι η δημιουργία νέων μορφών προϊόντων και ιδεών με απώ-

τερο σκοπό την ευρεία χρήση, χαρακτηριστικό το οποίο βρίσκεται στην καρδιά του συγκεκριμένου Μεταπτυχιακού Προγράμματος. Εν κατακλείδι, αυτή η τάξη αποτελεί το target group της συγκεκριμένης διπλωματικής.

Το βασικό κομμάτι της έρευνας, όπως είναι φυσικό, αποτελεί ο χώρος του μπάνιου. Ένας χώρος αυστηρά προσωπικός, αυστηρά ιδιωτικός όταν βρίσκεται σε χρήση, αυστηρά καθημερινός για κάθε άνθρωπο.

Τι συμβαίνει και τι σημαίνει για το κάθε άτομο όταν βρίσκεται σε αυτό το δωμάτιο;

Το μπάνιο αποτελεί την αμφίβια πλευρά ενός οικήματος διότι εκεί υπάρχει το στοιχείο του νερού, σε τέτοιο βαθμό όσο δεν υπάρχει σε κανένα άλλο μέρος του σπιτιού. Ένα στοιχείο το οποίο επιδρά έντονα στην ψυχολογία του ανθρώπου, τόσο μέσω της απλής ύπαρξης του στο χώρο, όσο και με την επαφή του με τον άνθρωπο.

Επίσης, ένα άλλο χαρακτηριστικό είναι η γυμνότητα. Πρόκειται για μια κατάσταση στην οποία «εξαναγκάζεται» το άτομο προκειμένου να καλυφθούν οι βιολογικές του ανάγκες. Ο όρος εξαναγκασμός χρησιμοποιείται διότι πολλοί είναι εκείνοι που νιώθουν αμήχανα όντας γυμνοί ακόμη και όταν είναι απολύτως μόνοι.

Παράλληλα, κυρίαρχο και αναγκαίο αντικείμενο του μπάνιου είναι ο καθρέφτης. Ένα αντικείμενο πάνω στο οποίο αρκετοί ψυχολόγοι (όπως ο Φρόντ, και, μετέπειτα, ο Λακάν) έχουν εντυπώσει και έχουν μελετήσει για το πώς επηρεάζει – επιδρά πάνω στον άνθρωπο. Πώς ο άνθρωπος βλέπει τον εαυτό του, πώς νομίζει ότι είναι, πώς πραγματικά είναι, είναι μερικά ερωτήματα τα οποία απαντώνται στην έρευνα.

2

Η ΔΗΜΙΟΥΡΓΙΚΗ ΤΑΞΗ



Στις αρχές του 21ου αιώνα, παρατηρείται η εξέλιξη και η γιγάντωση μίας υπάρχουσας τάξης στον παγκόσμιο κοινωνικό ιστό, η δημιουργική τάξη. Η συγκεκριμένη ομάδα προϋπήρχε τις προηγούμενες δεκαετίες αλλά οι ρυθμοί ζωής και εργασίας δεν ευνοούσαν ώστε να γίνουν εύκολα αναγνωρίσιμοι ως σύνολο. Πρόκειται για ένα σύνολο ανθρώπων που διακατέχονται από κοινά χαρακτηριστικά στον τρόπο σκέψης και εργασίας. Ο Richard Florida, καθηγητής της αστικής, κοινωνικής και οικονομικής θεωρίας, στο βιβλίο του “The Rise of the Creative Class”, 2002 περιγράφει, επισημαίνει και στοιχειοθετεί τα χαρακτηριστικά αυτής της ομάδας αναλύοντας το κοινωνικό πλαίσιο μέσα στο οποίο εξελίχθηκε η δημιουργική τάξη. Αποτελεί σημείο αναφοράς για την αμερικάνικη, και όχι μόνο, κοινωνία για τους μελετητές των πόλεων. Στόχος του συγγραφέα στο συγκεκριμένο βιβλίο είναι να επισημάνει τον ιδιαίτερο ρόλο της δημιουργικής τάξης για την ανταγωνιστικότητα των πόλεων δίνοντας ιδιαίτερη έμφαση στις προτιμήσεις και τις επιθυμίες των μελών της δημιουργικής τάξης παρά στις επιχειρήσεις οι οποίες προσλαμβάνουν άτομα της δημιουργικής τάξης. «Οι πόλεις χρειάζονται ένα ανθρώπινο κλίμα πολύ περισσότερο από ένα επιχειρησιακό κλίμα» επισημαίνει χαρακτηριστικά στο βιβλίο του ο Steven Miles, (Spaces for consumption, pleasure and placelessness in the post – industrial city, Steven Miles, 2010). Μερικά από τα ερωτήματα τα οποία θέτει ο Florida είναι:

Γιατί τα τελευταία χρόνια οι πόλεις παρακμάζουν?

Γιατί μερικά μέρη έχουν δυναμικές τάσεις ανάπτυξης ενώ άλλα όχι?

Ποιοι είναι οι παράγοντες που επηρεάζουν τις αποφάσεις των ανθρώπων να επιλέξουν έναν τόπο διαμονής και εργασίας?

Ξεκινώντας την ανάλησή του, ο συγγραφέας θέτει στην έρευνα και την επιχειρηματολογία του τον όρο του «δημιουργικού κεφαλαίου». Το δημιουργικό κεφάλαιο είναι άμεσα συνδεδεμένο με την οικονομική ανάπτυξη μιας πόλης και την προσέλκυση ανθρώπινου δυναμικού αλλιά και κεφαλαίου. Στην ουσία, οι τοπικές κοινωνίες οι οποίες είναι ικανές να προσελκύσουν αλλιά και να συγκρατούν το ανθρώπινο δημιουργικό κεφάλαιο και να το ενσωματώνουν σε πολιτισμικούς θεσμούς, όπως είναι τα πανεπιστημιακά ιδρύματα και σχολές, είναι αυτές που μπορούν να συνθέσουν ένα πολυσύνθετο δημιουργικό περιβάλλον.

Ποιο σύνολο ατόμων, όμως, είναι αυτό το οποίο απαρτίζει και στοιχιοθετεί την δημιουργική τάξη; Αρχικά, συμπεριλαμβάνονται οι άνθρωποι που παραδοσιακά θεωρούνται δημιουργικοί: καλλιτέχνες, μουσικοί, συγγραφείς. Σε ένα δεύτερο στάδιο, υπάρχουν τα άτομα τα οποία αποκαλούνται και knowledge workers ή information workers, δηλαδή προγραμματιστές ηλεκτρονικών υπολογιστών, μηχανικούς, ακαδημαϊκούς και δικηγόρους, κτλ. Κοινό χαρακτηριστικό της τάξης είναι η ανάγκη να ζουν και να εργάζονται σε μέρη όπου ανατρέφεται και ευδοκimeί η δημιουργικότητά τους.

Στόχος της creative class είναι η δημιουργία νέων μορφών προϊόντων, ιδεών, στρατηγικών και θεωριών με βασικό χαρακτηριστικό και στόχο την ευελιξία και την ευρεία χρήση. Είναι αυτό που αποκαλείται «Μετα – βιομηχανικός σχεδιασμός». Αυτό επιτυγχάνεται χάρη στο υψηλό επίπεδο γνώσεων και ικανοτήτων και καλούνται να λύσουν προβλήματα ενσωματώνοντας καινοτόμες λύσεις και ιδέες.

Η δημιουργική τάξη μετακινείται προς μέρη που έχουν υψηλές συγκεντρώσεις ανάπτυξης καινοτομιών και παραγωγής δημιουργικών προϊόντων. Μετά από έρευνες η δημιουργική τάξη αποτελεί το 30% του εργασιακού δυναμικού της Αμερικής.

Κατά τον Florida, η δημιουργικότητα αποτελεί το πιο υψηλά εκτιμώμενο αγαθό της οικονομίας. Δεν αναφέρεται αποκλειστικά στους καλλιτέχνες, τους μυθιστοριογράφους και τους εφευρέτες, αλλά είναι μία έννοια πολύδιόστατη και μπορεί να αναφέρεται : στην οικονομία την τεχνολογία το θεσμικό και οργανωτικό πλαίσιο μίας πόλης. Οι πόλεις που έχουν υψηλές συγκεντρώσεις δημιουργικών ανθρώπων έχουν ανταγωνιστικό πλεονέκτημα στο να προσελκύουν νέες επιχειρήσεις.

Μεγάλη σημασία για η δημιουργική τάξη είναι η ποιότητα του περιβάλλοντος και η ποιότητα ζωής. Παράλληλα, επιθυμία και προτεραιότητα είναι η αξιοποίηση και του φυσικού περιβάλλοντος. Επιπρόσθετα, η παροχή μίας ποικιλίας πολιτιστικών δρώμενων στην πόλη και η ενεργή συμμετοχή στην πολιτιστική και καλλιτεχνική ζωή (τέχνη του δρόμου, μουσικές σκηνές στο δρόμο, κτλ.) αποτελεί αναγκαία προϋπόθεση για τη δημιουργική τάξη. Μεγάλης σημασίας για το συγκεκριμένο σύνολο αποτελεί η ύπαρξη έντονων κοινωνικών αλληλεπιδράσεων καθώς επίσης και η συνύπαρξη πολιτών και διαφορετικών τρόπων ζωής δίνοντας με αυτό τον τρόπο έμφαση στην “public life” και όχι στην “community life”. Η δημιουργική τάξη προτιμά τη «ημι-ανωνυμία», την παρουσία ελάχιστων ισχυρών κοινωνικών δεσμών και τη δυνατότητα να περιτριγυρίζεται από αγνώστους και διαφορετικών τύπων ανθρώπους.

Γιατί προτιμούνται, όμως, οι αδύναμοι κοινωνικοί δεσμοί; Σύμφωνα με τον Robert Putman, στο Bowling Alone «ένα μεγαλύτερο δίκτυο αδύναμων κοινωνικών δεσμών είναι πιο χρήσιμο στα άτομα να βρουν εργασία ή στη διακίνηση χρημάτων και αγαθών σε σχέση με μία ισχυρή και κλειστή κοινωνική ομάδα». Οι κοινότητες που χαρακτηρίζονται από ισχυρούς κοινωνικούς δεσμούς έχουν την τάση να είναι αποκλεισμένες, ορθώνοντας αυστηρά όρια και τείχη σε νεότερα μέλη που έχουν την τάση και επιθυμούν να εισαχθούν σε αυτές. Αδύναμοι κοινωνικοί δεσμοί σημαίνει κοινωνίες πιο ευέλικτες και φιλόξενες.

Και ο Florida συμφωνεί με αυτή την άποψη. Σύμφωνα με έρευνες του Florida βγαίνει το συμπέρασμα ότι οι νέοι άνθρωποι δεν επιθυμούν να συμμετέχουν σε κλειστές ομάδες και ισχυρούς κοινωνικούς δεσμούς. Αντίθετα προτιμούν αυτό που ο Florida ονομάζει «ημι-ανωνυμία» “quasi-anonymity”, δηλαδή προτιμούν ασθενείς κοινωνικούς δεσμούς. Ισχυροί κοινωνικοί δεσμοί σταθερότητα, εσωστρέφεια, συνοχή. Ασθενείς κοινωνικοί δεσμοί ανοιχτές κοινωνίες, ελεύθερα δίκτυα, νέες ιδέες και παραγωγή καινοτομίας.

Υπάρχουν κάποια χαρακτηριστικά τα οποία αποτελούν απαραίτητες προϋποθέσεις, κατά τον Florida, έτσι ώστε να δημιουργηθεί και να ευδοκιμήσει ένα δημιουργικό κέντρο (χαρακτηριστικά τα αναφέρει ως τα τρία «Τ», στην αγγλική γλώσσα):

- Technology: Περιλαμβάνει υψηλές συγκεντρώσεις καινοτομίας και υψηλής τεχνολογίας σε μία περιφέρεια
- Tolerance: Αναφέρεται σε περιοχές ανοιχτές, χωρίς περιορισμούς, και που έχουν την ιδιότητα της ποικιλομορφίας και συνύπαρξης πολλών εθνικοτήτων, φυλών και τρόπων ζωής.
- Talent: Αναφέρεται σε πληθυσμό που κατέχει υψηλό μορφωτικό επίπεδο (από bachelor και πάνω).

Το καθένα από τα παραπάνω χαρακτηριστικά είναι απαραίτητο, αλλά από μόνο του ανεπαρκές. Χρειάζεται να συνυπάρχουν και τα 3 μαζί, απαραίτητα.

Στην εποχή της δημιουργικής οικονομίας κυριαρχούν και ξεχωρίζουν οι περιοχές που δραστηριοποιείται το ταλέντο, δηλαδή ανθρώπινες ικανότητες, γνώσεις και υψηλό μορφωτικό επίπεδο. Και αυτό γιατί το ταλέντο σημαίνει η ικανότητα μετατροπής της καινοτομίας σε επιχειρησιακή ιδέα ή εμπορικό προϊόν άρα οικονομική ανάπτυξη περιοχής. Στην έρευνα του R. Florida δίνεται ιδιαίτερη αξία και προσοχή σε περιοχές όπου έχουν την ιδιότητα. Να γεννούν, να διατηρούν αλλά και να προσελκύουν το «ανθρώπινο ταλέντο».

Η θεωρία του «δημιουργικού κεφαλαίου» προέκυψε κατά κά-
ποιο τρόπο από τη θεωρία του «ανθρώπινου κεφαλαίου». Οι δημιουργι-
κοί άνθρωποι κινούν την περιφερειακή οικονομική ανάπτυξη και προτι-
μούν μέρη που είναι καινοτόμα, (innovation and technology), γεωγραφικά
ποικιλόμορφα (diversity) και, τέλος, με ανοχές και ευρείες αντιλήψεις (tolerance)

Ο δείκτης δημιουργικότητας είναι μία σύνθεση από άλλους μικρότερους
δείκτες που μετρούν: τον αριθμό ατόμων που ασχολούνται με δημιουργικά επαγ-
γέλματα, τα ποσοστά ατόμων που κατέχουν πτυχία με υψηλούς βαθμούς, το πλή-
θος των καλλιτεχνών, το ποσοστό κοινωνικής ποικιλομορφίας (π.χ. καταγωγή), τον
αριθμό των ομοφυλόφιλων (Gay Index) τον αριθμό των έξυπνων καινοτομιών και
το ποσοστό δραστηριοτήτων υψηλής τεχνολογίας. Στις περιοχές όπου οι δείκτες
είναι υψηλοί παρατηρείται οικονομική ανάπτυξη έντονη πολιτιστική και καλλιτεχνική
δραστηριότητα και βιομηχανία που περιλαμβάνει επιχειρήσεις υψηλής τεχνολογίας.

Η ποιότητα του περιβάλλοντος αποτελεί έναν από τους πιο σημα-
ντικούς παράγοντες που επιτρέπει στις περιοχές να προσελκύουν το τα-
λέντο, σε συνδυασμό φυσικά και με τις επαγγελματικές προοπτικές. Συνε-
πώς οι πόλεις πρέπει να δημιουργήσουν μηχανισμούς καθοδήγησης των
κατοίκων για τη βελτίωση της ποιότητας του τόπου τους. Αυτή η στρατηγική
είναι αφενός ανέξοδη καθώς επιτυγχάνεται αξιοποίηση υπαρχόντων φυσι-
κών πόρων μίας περιοχής και αφετέρου είναι άμεσα συνδεδεμένη με τον τόπο.

Η περιφερειακή ανάπτυξη πρέπει να επενδύσει περισσότερο στον ανθρω-
πινο παράγοντα (επιθυμίες, προτιμήσεις, ενδιαφέροντα) και όχι τόσο στις επιχει-
ρήσεις και τις βιομηχανίες. Επιπρόσθετα, πρέπει να δοθεί βαρύτητα στην κοινω-
νική ποικιλομορφία (diversity) η οποία βελτιώνει την ικανότητα μιας περιοχής
να προσελκύει το ταλέντο και να δημιουργεί βιομηχανίες υψηλής τεχνολογίας.

Οι αστικές περιοχές που συγκέντρωσε η έρευνα με υψηλούς δείκτες είναι
οι περιοχές με την πιο δυναμική αστική οικονομική ζωή στη σύγχρονη κοινωνία. Η

έντονη καλλιτεχνική και πολιτιστική δραστηριότητα σε μία περιοχή σε ένα αστικό περιβάλλον είναι ανοιχτή και ελκυστική σε άτομα υψηλού ανθρώπινου κεφαλαίου (high-human-capital individual) που σχετίζεται με τις βιομηχανίες υψηλής τεχνολογίας.

Ο ρόλος των πανεπιστημίων είναι εξαιρετικά σημαντικός σε μια τέτοια κοινωνία. Τα πανεπιστήμια δεν είναι απλές μηχανές καινοτομίας, αλλά αποτελούν σημαντικά κομμάτια της υποδομής της δημιουργικής οικονομίας προσφέροντας μηχανισμούς για παραγωγή και προσέλιψη του ταλέντου. Χρειάζεται λοιπόν να υποστηριχθεί ο ρόλος τους από τη δημόσια πολιτική, δημιουργώντας μία υποδομή που θα συμβάλει περισσότερο στη δημιουργία καινοτομιών.

Ένα πρώτο συμπέρασμα της έρευνας αποτελεί το γεγονός ότι περιοχές ή πόλεις που συγκεντρώνουν «ταλαντούχα» άτομα, δηλ. υψηλού μορφωτικού επιπέδου, κέντρα καινοτομίας και υψηλής βιομηχανίας, κοινωνική ποικιλομορφία ή κοινότητες ομοφυλόφιλων, υψηλά ποσοστά ανθρώπων του πολιτισμού και της τέχνης έχουν μεγάλες πιθανότητες να εξελιχθούν σε δημιουργικά κέντρα.

Στην αντίθετη πλευρά, υπάρχουν κάποιες ανησυχίες και αρνητικά στοιχεία στην ανάπτυξη της δημιουργικής τάξης, τα οποία τα επισημαίνει ο Florida στην έρευνα του. Κατά συνέπεια, παρατηρείται ανάπτυξη δυο κοινωνιών με διαφορετικές οικονομίες : αφενός μία δημιουργική και με ποικιλομορφία και αφετέρου μία κλειστή και συρρικνωμένη κυρίως με μεγάλα ποσοστά εργατικής τάξης και χειρονακτικής εργασίας. Σε επίπεδο χωροταξικό, το παραπάνω στοιχείο σηματοδοτεί τη διαίρεση της κοινωνίας σε διαφορετικές πόλεις ενώ αντίθετα στο ίδιο αστικό σύνολο παρατηρείται η δημιουργία νέας ταξικής διαφοράς ανάμεσα στις μεγάλες μητροπολιτικές περιοχές

Συμπερασματικά, ο Florida προχώρησε στην αυγή του νέου αιώνα σε μια τολμηρή παρατήρηση: πρόσεξε ότι κάτω από την επιφάνεια ενός κόσμου που άλλαζε με μεγάλες ταχύτητες, το δυναμικό στοιχείο και η κινητήρια δύναμη που τροφοδοτούσε όλες αυτές τις συναρπαστικές μεταλλάξεις δεν ήταν ούτε το Δι-

αδίκτυο ούτε η νέα πραγματικότητα της παγκοσμιοποίησης, αλλά η έννοια της δημιουργικότητας ως θεμελιώδους, κινητήριας δύναμης της νέας οικονομίας. Ποτέ στην ιστορία της ανθρωπότητας ο ρόλος της ατομικής δημιουργικότητας δεν ήταν τόσο σημαντικός και δεν οδηγούσε στην ανάδυση μιας νέας κοινωνικής τάξης. Αυτή η νέα τάξη, που αποτελεί κατά τον Φλόριντα τουλάχιστον το ένα τρίτο του εργατικού δυναμικού των ΗΠΑ, παρουσίασε τις μικρότερες απώλειες στην πρόσφατη οικονομική κρίση. Σε ένα από τα πιο ενδιαφέροντα κεφάλαια του βιβλίου, ο Αμερικανός συγγραφέας επανασχεδιάζει τον χάρτη των «ποιοτικών» πόλεων, όπου το αστικό κήληος υποχωρεί προς όφελος νέων χαρακτηριστικών που σχετίζονται άμεσα με τη δυναμική της νέας τάξης.

Η συμβολή του έργου του είναι κυρίως κοινωνική και πολιτιστική καθώς δεν δίνει έμφαση στα οικονομικά κίνητρα και στις προτιμήσεις του ανθρώπου ως κινητήρια δύναμη για τις οικονομικές και κοινωνικές αλλαγές. Οι συμβουλές του μπορούν να αποβούν πραγματικά χρήσιμες σε πόλεις που επιθυμούν να γίνουν ελκυστικές. Παράλληλα, το έργο του αποτελεί ένα χρήσιμο μοντέλο ανάπτυξης των πόλεων προτρέποντας την ανάπτυξη ισχυρού τεχνολογικού τομέα. Στη συνέχεια, οι ιδέες και οι απόψεις του Florida εμφανίζονται σε μία ιδιαίτερα κρίσιμη εποχή της εισβολής των νέων τεχνολογιών στη ζωή του 21ου αιώνα και δίνει τροφή για συζήτηση σχετικά με την εξέλιξη των πόλεων στη νέα οικονομία της γνώσης και της τεχνολογίας.

Τέλος, ο συγγραφέας προτρέπει τα άτομα της δημιουργικής τάξης να επενδύσουν στη δημιουργικότητα του κάθε εργαζόμενου σε ατομικό επίπεδο, ακόμα και των μη προνομιούχων. Ενθαρρύνει να ξεπεράσουν τις ταξικές διαφορές και να δημιουργήσουν νέες φόρμες κοινωνικής συνοχής «Στόχος μου δεν ήταν να γράψω για μια ακόμα φορά για τη νέα οικονομία και τη βιομηχανία της υψηλής τεχνολογίας, αλλά να ανιχνεύσω τις πιο ουσιαστικές οικονομικές – και πιο ειδικά κοινωνικές και πολιτιστικές – εργασιακές δυνάμεις στην αμερικανική κοινωνία». Richard Florida

3

ΜΠΑΝΙΟ & ΣΧΕΔΙΑΣΜΟΣ

Μελετώντας τη καθημερινότητα του ανθρώπου μέσα στο χώρο του σπιτιού, ο σχεδιαστής μπορεί να ανακαλύψει σημαντικά στοιχεία, που μπορούν να αποτελέσουν το έναυσμα για τη διαδικασία της σχεδίασης. Όπως προαναφέρθηκε στοιχεία που χαρακτηρίζουν τη σημερινή εποχή είναι ο συρρικνωμένος χρόνος του ανθρώπου, που έρχεται σε αντίθεση με την όλο και αυξανόμενη ανάγκη για ψυχαγωγία και ενημέρωση. Ύστερα από ενδελεχή παρατήρηση, βρέθηκε ότι τα μέσα που μπορούν να προσφέρουν παράλληλα ενημέρωση και ψυχαγωγία στο χρήστη εντός του χώρου του σπιτιού είναι η τηλεόραση, ο ηλεκτρονικός υπολογιστής ή παρόμοιου είδους ηλεκτρονικές συσκευές και το ραδιόφωνο. Στη πλειονότητα τους τα άτομα που μελετήθηκαν επί καθημερινής βάσης περνούσαν το περισσότερο ελεύθερο χρόνο τους στο σαλόνι. Ωστόσο τα άτομα παρατηρήθηκαν σε ποσοστό 100% περιέγραψαν την ανάγκη να έχουν μια γρήγορη πρόσβαση - ανάγνωση σχετικά με τις εξελίξεις στις ειδήσεις και στα social media με το ξεκίνημα της ημέρας τους. Η διαδρομή του χρήστη από τη στιγμή που θα ξυπνούσε, ξεκινούσε από το δωμάτιο και κατέληγε στο μπάνιο και τη κουζίνα. Μεγάλο ποσοστό των ατόμων που παρατηρήθηκαν, στο ποσοστό 72% περνούσε σημαντικό μέρος της ημέρας του στο μπάνιο καθ' όλη τη διάρκεια της ημέρας. Άλλωστε πρόκειται για χώρο, που ο χρήστης θα επισκεφτεί απαραίτητα από την αρχή μέχρι το τέλος μιας ημέρας.

Ο σχεδιασμός του σύγχρονου μπάνιου πρέπει να ικανοποιεί την αισθητική και τις εξειδικευμένες ανάγκες του χρήστη, συνδυάζοντας άνεση, ασφάλεια, βιωσιμότητα και περιβαλλοντικά έξυπνες λύσεις. Νέα καινοτόμα συστήματα στον εξοπλισμό του μπάνιου προσφέρουν ευεξία και πολυτέλεια.

Το μπάνιο αποτελεί ένα από τα ζωτικότερα τμήματα εγκαταστάσεων της κατοικίας και συγχρόνως είναι ιδιαίτερα δαπανηρό τόσο στην κατασκευή, όσο και στη χρήση του. Η σύγχρονη αντίληψη στο σχεδιασμό του προτείνει χώρους άνετους, ευέλικτους, που προσαρμόζονται στις ανάγκες

και στην αισθητική του χρήστη. Καινοτόμα υλικά επένδυσης σε τοίχους και δάπεδα, συστήματα εξοικονόμησης ενέργειας και νερού κατά τη χρήση του, νέες φόρμες και χρώματα στην επίπλωση είναι μερικά μόνο από τα στοιχεία που το συνθέτουν. Η τάση της εποχής για κατοικίες ευρύχωρες, ελεύθερης κίνησης, εξοπλισμένες με έπιπλα και διακοσμητικά, που παραπέμπουν περισσότερο σε έργα τέχνης παρά σε χρηστικά αντικείμενα, έχει επηρεάσει άμεσα το σχεδιασμό του μπάνιου. Ο άλλοτε λιτός χρηστικός χώρος υγιεινής της περιορισμένης επιφάνειας μετατρέπεται σε έναν τόπο ευεξίας και αναζωογόνησης των αισθήσεων, εξοπλισμένο με καινοτόμα συστήματα.

Τυπολογία και χρήσεις με βάση τις νέες τάσεις

Ο σχεδιασμός του χώρου υγιεινής στην περίπτωση της κατοικίας ποικίλλει ανάλογα με το μέγεθός της, τον αριθμό των χρηστών και τις απαιτήσεις τους. Το μπάνιο μπορεί να αποτελεί ένα χώρο ευεξίας και χαλάρωσης, ένα χώρο διαδραστικό, εξοπλισμένο με νέες τεχνολογίες και προϊόντα υψηλής αισθητικής ή ένα χώρο ευέλικτο και πρακτικό, με καθαρά λειτουργική χρήση. Γενικές αρχές στο σχεδιασμό του μπάνιου είναι η ανεμπόδιστη κίνηση στο χώρο, η ασφάλεια του χρήστη και η πρόβλεψη για αποθηκευτικούς χώρους. Για λόγους υγιεινής προτείνεται η κατασκευή ενός βοηθητικού W.C. προς εξυπηρέτηση των επισκεπτών, η δε χωροθέτησή του να είναι σε απόσταση από τους πιο ιδιωτικούς χώρους της κατοικίας. Ο σχεδιασμός του χώρου για την εξυπηρέτηση μιας οικογένειας διαφέρει ριζικά από εκείνον που αφορά σε ένα μόνο χρήστη. Στο στάδιο της μελέτης πρέπει να ληφθούν υπόψη παράγοντες όπως η ελεύθερη κίνηση κατά την παράλληλη χρήση του χώρου, η προσβασιμότητα και η δυνατότητα χρήσης των ειδών υγιεινής από κάθε μέλος, καθώς και οι ανάγκες που θα απαιτηθούν σε βάθος χρόνου. Εφόσον το μέγεθος το επιτρέπει,

συνιστάται η τοποθέτηση διπλού νιπτήρα, καθώς και η τοποθέτηση ντουζιέρας επιπλέον της μπανιέρας. Ο χώρος που καταλαμβάνει ένας υγιής ενήλικας κατά την κίνησή του υπολογίζεται σε 0,60 m² στην περίπτωση όμως ατόμου με ειδικές ανάγκες, αυξάνεται σε 1,2 - 1,5 m² ,επιφάνεια που πρέπει να παραμένει ανεμπόδιστη μπροστά από κάθε είδος υγιεινής. Συνεπώς ο χώρος πρέπει να σχεδιαστεί με ευελιξία, προβλέποντας πιθανές μεταβολές που μπορεί να προκύψουν. Επιπλέον, μπορούν να προβληφθούν βοηθητικά αξεσουάρ μπάνιου, όπως αναρτώμενα παιδικά καθίσματα λεκάνης και βοηθητικά πατήματα για την εξυπηρέτηση των παιδιών ή μπάρες στήριξης ατόμων με ειδικές ανάγκες.

Το μπάνιο σε μεγάλες κατοικίες

Σε κατοικίες με άνεση δομημένου χώρου η νέα τάση είναι η κατασκευή πολλαπλών μπάνιων για την καλύτερη εξυπηρέτηση των χρηστών. Πέραν του βοηθητικού W.C. των επισκεπτών και του κεντρικού μπάνιου, προτείνεται ο σχεδιασμός λουτρού με άμεση πρόσβαση από το κάθε υπνοδωμάτιο και ο εξοπλισμός του με είδη υγιεινής, τοποθετημένα “ελεύθερα” στο χώρο. Το λουτρό μπορεί επίσης να αποτελέσει ενιαίο τμήμα του υπνοδωματίου, με την προσθήκη ενός ανεξάρτητου χώρου W.C., επιτυγχάνοντας, έτσι, απόλυτη ιδιωτικότητα. Ενδιάμεση λύση αποτελεί η τοποθέτηση ημιδιαφανών διαχωριστικών αντί τοίχων μεταξύ υπνοδωματίου και μπάνιου που ενοποιούν οπτικά τους χώρους, διατηρώντας όμως την ανεξάρτητη λειτουργία τους. Για ένα εξαιρετικό αισθητικό αποτέλεσμα, διατίθενται σήμερα στην αγορά ειδικό υαλοπίνακες υγρών κρυστάλλων (ηλεκτροχρωμικοί), των οποίων οι ιδιότητες (οπτικά χαρακτηριστικά, διαπερατότητα) μεταβάλλονται με τη διοχέτευση ηλεκτρικού ρεύματος.

Το μπάνιο σε μικρά διαμερίσματα

Σ' ένα μικρότερο διαμέρισμα, που φιλοξενεί ένα με δύο άτομα, ο χρόνος παραμονής στο χώρο του μπάνιου είναι συνήθως περιορισμένος. Η διάταξη της επίπλωσης του μπάνιου, καθώς και των ειδών υγιεινής πρέπει να είναι λειτουργική και συστήνεται να γίνεται περιμετρικά, δημιουργώντας, έτσι, έναν κεντρικό ωφέλιμο χώρο κίνησης. Αντί μπανιέρας μπορεί να κατασκευαστεί ντουζίέρα με βάση πατητού τσιμεντοκονιάματος, εξοπλισμένη με στήλη υδρομασάζ, μια λύση που εξοικονομεί χώρο, ενώ παράλληλα προσφέρει πολυτέλεια υψηλής αισθητικής. Η τοποθέτηση επικαθήμενου νιπτήρα εξασφαλίζει αποθηκευτικούς χώρους και ο διαχωρισμός των λειτουργιών (λεκάνη, ντους) μπορεί να γίνει με τη χρήση γυάλινου χωρίσματος, δίνοντας την ψευδαίσθηση ενιαίου χώρου. Η χωροθέτηση ραφιών και ντουλαπιών γίνεται καθ' ύψος, προσφέροντας περισσότερους αποθηκευτικούς χώρους, και εφόσον υπάρχει δυνατότητα η είσοδος στο χώρο γίνεται μέσω χωνευτής συρόμενης πόρτας και όχι ανοιγόμενης, για την εξοικονόμηση χώρου κυκλοφορίας.

Είδη υγιεινής και απαιτήσεις χώρου

Η επιλογή κατάλληλων προϊόντων για τον εξοπλισμό του μπάνιου αποτελεί την κύρια παράμετρο που εξασφαλίζει λειτουργικότητα, άνεση, ασφάλεια και μακροχρόνια αντοχή στη χρήση. Τα κριτήρια επιλογής των ειδών υγιεινής οφείλουν να βασίζονται στις ανάγκες του χώρου και στην εξοικονόμηση νερού και ενέργειας, ικανοποιώντας, ταυτόχρονα, την αισθητική του χρήστη. Η ελληνική αγορά διαθέτει πληθώρα ειδών υγιεινής και αξεσουάρ μπάνιου τελευταίας τεχνολογίας, σχεδιασμένα να ικανοποιούν όλες τις απαιτήσεις.

Οι νιπτήρες

Η βέλτιστη απόδοση και η εξοικονόμηση ενέργειας αποτελούν το πρωταρχικό κριτήριο στην επιλογή των μπαταριών νιπτήρα και μπάνιου. Για την ελαχιστοποίηση του κόστους και της κατανάλωσης νερού συνιστώνται μπαταρίες με μείκτες νέας γενιάς, που επιτυγχάνουν την επιθυμητή θερμοκρασία του νερού σε σύντομο χρόνο, μειώνοντας το στάσιμο νερό που παραμένει στο στόμιο. Μια λύση είναι επίσης η τοποθέτηση μπαταριών με ενσωματωμένο αισθητήρα κίνησης, η οποία συνιστάται ιδιαίτερα σε χώρους υγιεινής με αυξημένη επισκεψιμότητα και περιορίζει την άσκοπη σπατάλη νερού. Για την αποφυγή ατυχημάτων μπορούν να επιλεγθούν θερμοστατικές μπαταρίες, οι οποίες δίνουν τη δυνατότητα ρύθμισης της θερμοκρασίας, μειώνοντας ταυτόχρονα τις διακυμάνσεις της ροής. Για την επιλογή του νιπτήρα, βασικό κριτήριο είναι οι δυνατότητες του χώρου, καθώς και ο αριθμός των χρηστών. Η βέλτιστη εκμετάλλευση ωφέλιμου χώρου γίνεται με την επιλογή νιπτήρων επικαθήμενων ή ελεύθερης τοποθέτησης, οι οποίοι εξασφαλίζουν αποθηκευτικούς χώρους, ανεβάζοντας, ταυτόχρονα, την αισθητική του χώρου. Η νέα τάση στο σχεδιασμό προτείνει νιπτήρες από πολυτελή υλικά, όπως το ανοξείδωτο μέταλλο και

το γυαλί, σε μινιμαλιστικές φόρμες. Για το σχεδιασμό ενός μπάνιου υψηλής αισθητικής, προτείνεται η κατασκευή νιπτήρα κατά παραγγελία από υλικά νέας τεχνολογίας όπως το Corian και το HiMacs, που δημιουργούν μη πορώδεις, λείες επιφάνειες με εξαιρετική αντοχή. Μ' αυτό τον τρόπο εξασφαλίζεται ακρίβεια στη φόρμα και στις επιθυμητές διαστάσεις, με εξαιρετικά λεπτά πάχη, έως και 6 χιλιοστά, ενώ παράλληλα δεν απορροφούν υγρασία και ρύπους, παρέχοντας υψηλές προδιαγραφές υγιεινής. Το συνιστώμενο ύψος του νιπτήρα είναι 0,80 - 0,85 m και ο απαιτούμενος ελεύθερος χώρος για τη χρήση του 0,60 m.

Η λεκάνη αποχωρητηρίου

Σημαντικό κριτήριο στην επιλογή λεκάνης αποχωρητηρίου αποτελεί η υγιεινή. Οι αναρτώμενες λεκάνες με εντοιχισμένο δοχείο έκπλυσης (καζανάκι) επιτρέπουν την προσβασιμότητα για καλύτερο καθαρισμό, ενώ συγχρόνως μειώνουν το θόρυβο. Ωστόσο, αυτός ο τύπος σε ορισμένες περιπτώσεις έχει δυσκολία επιδιόρθωσης, αν προκύψει βλάβη, καθώς απαιτείται αφαίρεση πλακιδίων, επιχρίσματα κτλ. από τον τοίχο. Στο δοχείο έκπλυσης συνιστάται η τοποθέτηση συστήματος διπλής ροής, που εξοικονομεί περίπου 3 λίτρα σε κάθε χρήση. Οι διαστάσεις της λεκάνης αποχωρητηρίου ξεκινούν από 0,40 x 0,70 m με ύψος 0,40 m, ενώ οι περιμετρικές αποστάσεις είναι 0,60 m εμπρός από τη λεκάνη και 0,20 m εκατέρωθεν. Οι λεκάνες αποχωρητηρίου διαθέτουν στρογγυλεμένες φόρμες για την αποφυγή δημιουργίας εστιών μικροβίων.

Η ντουζιέρα

Για τον εξοπλισμό μπάνιων περιορισμένων διαστάσεων, αδιαμφισβήτητη λύση αποτελεί η τοποθέτηση ντουζιέρας. Με ελάχιστες διαστάσεις 0,70 x 0,70 m και ανεμπόδιστο χώρο έμπροσθεν 0,80 x 0,75 m, η ντουζιέρα αποτελεί την ιδανική επιλογή για το σύγχρονο τρόπο ζωής. Η μέγιστη εξοικονόμηση ωφέλιμου χώρου επιτυγχάνεται με την κατασκευή κτιστής ντουζιέρας με γυάλινο διαχωριστικό από κρύσταλλο ασφαλείας, η οποία προσαρμόζεται απόλυτα στη γεωμετρία του χώρου, δίνοντας ταυτόχρονα την ψευδαίσθηση ευρυχωρίας. Για την ασφαλέστερη χρήση συστήνεται η τοποθέτηση μεταλλικής μπάρας, ως βοηθητικής χειρολαβής, καθώς και η επένδυση του δαπέδου με αντιολισθητικό υλικό. Επάνω στον τοίχο μπορεί, επιπροσθέτως, να τοποθετηθεί μια στήλη υδρομασάζ, καθώς και ένα σύστημα φωτισμού με λαμπτήρες φωτοδιόδων στην κεφαλή του ντους, συνδυάζοντας πολυτέλεια και λειτουργικότητα σε ελάχιστες διαστάσεις. Για τη μέγιστη στεγανότητα και αυτονομία προτείνεται η τοποθέτηση καμπίνας ντους, με δυνατότητα ενσωμάτωσης ατμόλουτρου και σάουνας.

Η μπανιέρα

Η μπανιέρα αποτελεί κυρίαρχο στοιχείο στο χώρο του μπάνιου. Η συνήθης τοποθέτησή της είναι σε επαφή με τοίχο, εφόσον όμως οι διαστάσεις το επιτρέπουν, η μπανιέρα μπορεί να αποτελεί ελεύθερο στοιχείο στο χώρο, μια μοντέρνα εκδοχή του αναγεννησιακού λουτρού. Οι φόρμες που προτείνονται είναι καθαρά γεωμετρικές, οβάλ ή ορθογώνιες. Οι ελάχιστες διαστάσεις της ξεκινούν από 1,30 x 0,70 x 0,45 m και ο απαιτούμενος ελεύθερος χώρος είναι 0,90 x 0,75 m. Ο σύγχρονος σχεδιασμός μπανιέρας εισάγει νέα υλικά, όπως το ξύλο,

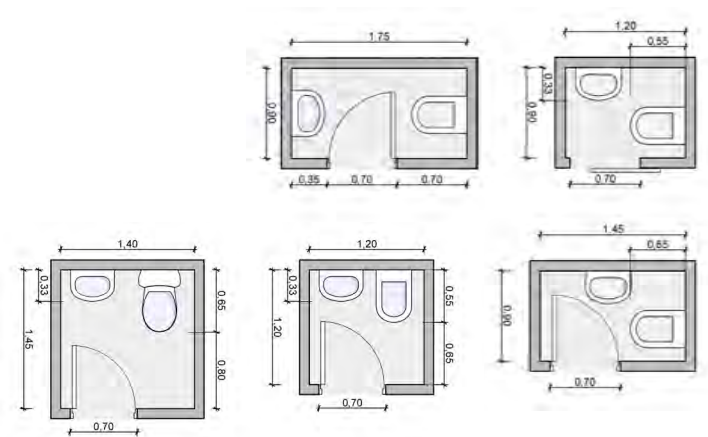
ένα θερμό, ζωντανό υλικό, η όψη του οποίου μεταβάλλεται με το πέρασμα του χρόνου. Παρ' όλη αυτά, και όπως θα αναφερθεί και παρακάτω, έρευνες έχουν δείξει ότι η μπανιέρα θα αποτελέσει «είδος προς εξαφάνιση» για τα σύγχρονα μπάνια, δίνοντας τη θέση τους στις ντουζιέρες.

Τοποθέτηση και κατασκευαστικές λεπτομέρειες

Η εγκατάσταση και τοποθέτηση των υδραυλικών εγκαταστάσεων αποτελεί το κλειδί της εύρυθμης λειτουργίας των χώρων υγιεινής. Η σωστή τοποθέτηση των σωλήνων ύδρευσης και αποχέτευσης διευκολύνει την άρτια λειτουργία, καθώς επιτρέπει την ανεμπόδιστη ροή, στοιχείο σημαντικό τόσο για την πίεση του νερού, όσο και για τη διευκόλυνση της απορροής του. Επιπλέον, η επιλογή των ειδών υγιεινής πρέπει να γίνει κατά το στάδιο της μελέτης, καθώς οποιαδήποτε αλλαγή μπορεί να επιφέρει προβλήματα στις συνδέσεις με τις υδραυλικές εγκαταστάσεις και συνεπώς κακή λειτουργία του συστήματος. Συνιστάται να μπαίνουν θυρίδες επισκεψιμότητας των βαλβίδων απορροής στις μπανιέρες και στα εντοιχισμένα δοχεία έκπλυσης των λεκανών αποχωρητηρίου, χρησιμοποιώντας ειδικά τεμάχια ανάρτησης της επένδυσης. Το έπιπλο του επικαθήμενου νιπτήρα πρέπει να επιτρέπει την επισκεψιμότητα στις σωληνώσεις του νιπτήρα για τη συντήρησή του. Εφόσον το επιτρέπει το μέγεθος, ιδανική τοποθέτηση των ειδών υγιεινής είναι περιμετρικά σε επαφή με τους τοίχους, προκειμένου το κέντρο να μένει ελεύθερο ως χώρος κίνησης. Η λεκάνη τοποθετείται πλάγως της εισόδου, κοντά σε παράθυρο, για τον καλύτερο εξαερισμό και εφόσον το επιτρέπει το μέγεθος απομονώνεται με τη χρήση διαχωριστικού. Επιπροσθέτως, αν δεν υπάρχουν ανοίγματα, προτείνεται ο τεχνητός εξαερισμός του χώρου μέσω εξαεριστήρα. Συνοπτικά, ακολουθεί οδηγός διαστασιολογημένων κατόψεων για λουτρά και WC.

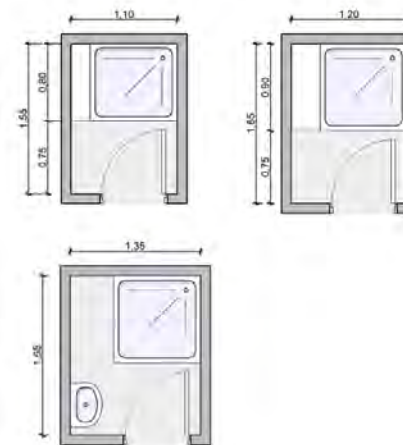
Α' περίπτωση: WC και ΝΙΠΤΗΡΑΣ

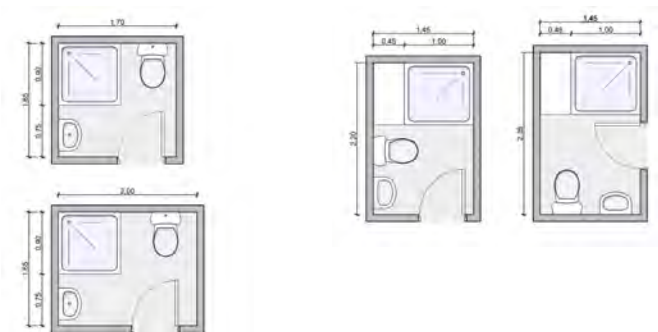
Διάταξη κατάλληλη για εστιατόρια, καφετέριες, εμπορικά κέντρα, δημόσιες τουαλέτες, κλπ. Στην κατοικία, είναι κατάλληλη για το WC των επισκεπτών.



Β' περίπτωση: ΝΤΟΥΖΙΕΡΑ

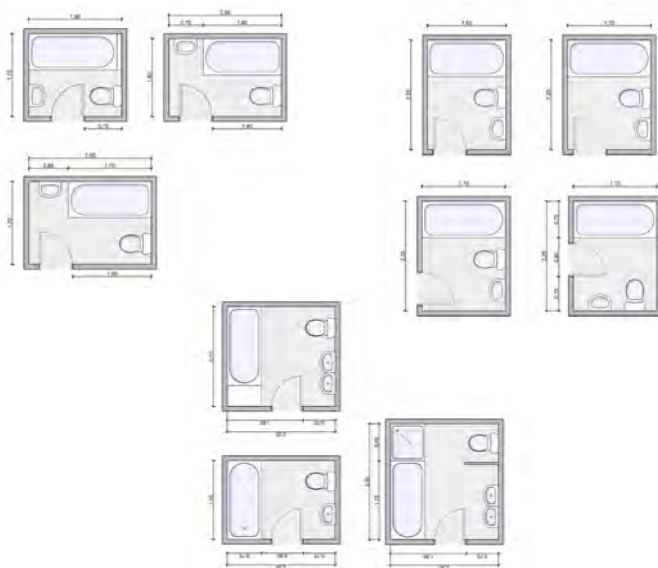
Διάταξη κατάλληλη για καμπινγκ, όπου οι ντουζιέρες είναι ανεξάρτητες από τα wc. Στην κατοικία μπορεί να χρησιμοποιηθεί ως ανεξάρτητη καμπίνα ντουζ, όπου σε διπλανό δωμάτιο υπάρχει το WC. Έτσι, όταν κάποιος ένοικος χρησιμοποιεί το ντουζ, το WC παραμένει ελεύθερο και αντίστροφα.





Γ' περίπτωση: ΝΤΟΥΖΙΕΡΑ, ΝΙΠΤΗΡΑΣ ΚΑΙ WC

Διάταξη κατάλληλη για κατοικίες με περιορισμένο χώρο, για ξενοδοχεία, ξενώνες, κλπ.

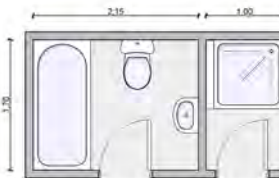
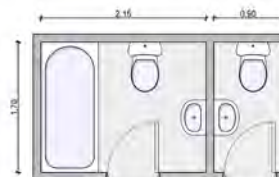


Δ' περίπτωση: ΜΠΑΝΙΕΡΑ, ΝΙΠΤΗΡΑΣ ΚΑΙ WC

Διάταξη κατάλληλη για ευρύχωρες κατοικίες.

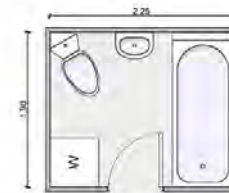
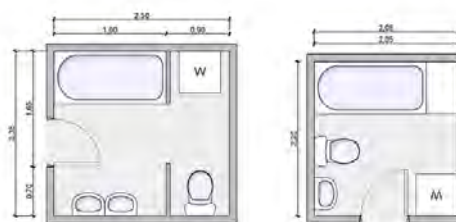
Ε' περίπτωση: ΣΥΝΔΥΑΣΜΟΙ

Διάταξεις με ανεξάρτητες μονάδες WC, λουτρού, κλπ. Κατάλληλες για ευρύχωρες κατοικίες και για κατοικίες με πολλούς ενοίκους



ΣΤ' περίπτωση: ΜΠΑΝΙΕΡΑ, ΠΛΥΝΤΗΡΙΟ, ΝΙΠΤΗΡΑΣ ΚΑΙ WC

Διάταξη που περιλαμβάνει τη συσκευή του πλυντηρίου. Κατάλληλη για κατοικίες.



Γενικές οδηγίες για το σχεδιασμό μπάνιων

- Ο προσανατολισμός των λουτρών πρέπει να είναι κατά κανόνα προς το βορρά
- Η ιδανικότερη κάτοψη θα πρέπει να εξασφαλίζει φυσικό φωτισμό και αερισμό
- Σε πολυώροφα κτίρια τα λουτρά και τα wc πρέπει να τοποθετούνται έτσι ώστε να δημιουργούν μια κατακόρυφη στήλη εγκαταστάσεων. Με αυτόν τον τρόπο γίνεται οικονομία στις εγκαταστάσεις.
- Δυο γειτονικά λουτρά, τα οποία ανήκουν σε διαφορετικά διαμερίσματα δεν πρέπει να συνδέονται με τις ίδιες εγκαταστάσεις ύδρευσης και αποχέτευσης.
- Το λουτρό είναι χώρος με μεγάλη υγρασία. Οπότε, οι επιφάνειες του χώρου θα πρέπει να επενδύονται από υλικά που καθαρίζονται εύκολα.
- Το δάπεδο θα πρέπει να είναι αντιολισθητικό.
- Στο χώρο θα πρέπει να υπάρχει τουλάχιστον μια πρίζα Schuko.

Εκτός από τα βασικά είδη υγιεινής, τα λουτρά μπορεί να περιλαμβάνουν:

- Ντουλάπια και ερμάρια για πετσέτες
- Ντουλάπια και ερμάρια για απορρυπαντικά και εργαλεία καθαρισμού
- Καλάθι για άπλυτα ρούχα

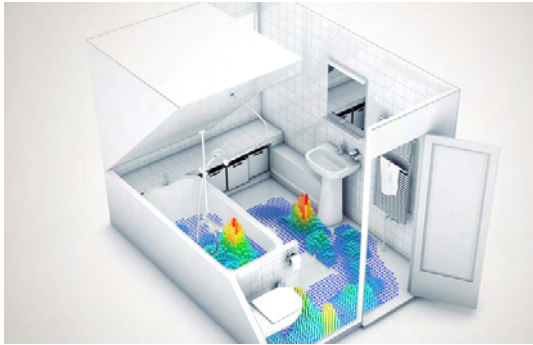
- Καθρέφτη
- Ντουλάπια και ράφια για είδη προσωπική περιποίηση
- Θερμαντικό σώμα

ΕΝΔΕΙΚΤΙΚΑ ΜΕΓΕΘΗ ΚΑΙ ΠΛΑΓΙΕΣ ΑΠΟΣΤΑΣΕΙΣ ΕΞΟΠΛΙΣΜΟΥ ΜΠΑΝΙΟΥ												
Εξοπλισμός μπάνιου	Διαστάσεις ειδών υγιεινής (cm)		Πλάγιες αποστάσεις μεταξύ του εξοπλισμού (cm)									
	Πλάτος	Βάθος	Μονός νιπτήρας, διπλός νιπτήρας	Πυγολοιτήρας επιδαπέδιος ή επίτοιχος	Βάση ντους	Μπανιέρα	Λεκάνη με εντοιχισμένο δοχείο έκπλυσης	Λεκάνη με αυτόνομο δοχείο έκπλυσης	Ουρητήρας	Πλυντήριο / στεγνωτήριο	Επίπλυση μπάνιου	Πλάγιοι τοίχοι
Νιπτήρες												
Μονός	55 - 120	43 - 60	20	25	20	20	20	20	20	20	—	20
Διπλός	94 - 130	55 - 60	—	—	25	25	25	25	25	—	—	25
Πυγολοιτήρας επιδαπέδιος ή επίτοιχος	35 - 40	57 - 66	—	—	25	25	25	25	25	—	—	25
Μπανιέρες, ντουζιέρες κτλ.												
Βάση ντους	80 - 120	75 - 90	—	25	—	0,15	20	20	20	0	0	0
Μπανιέρα	160 - 200	70 - 120	25	25	0,15	—	20	20	20	0	0	0
Λεκάνες - ουρητήρες												
Λεκάνη με εντοιχισμένο δοχείο έκπλυσης	35 - 40	53 - 60	20	25	20	20	—	20	20	20	20	20
Λεκάνη με αυτόνομο δοχείο έκπλυσης	35 - 40	66 - 75	—	—	—	—	—	—	—	—	—	25
Ουρητήρας	29 - 40	21 - 40	20	25	20	20	20	—	20	20	20	37,5 - 40
Ηλεκτρικός εξοπλισμός												
Πλυντήριο ρούχων	60	60	20	25	0	0	20	20	20	0	0	3
Στεγνωτήριο	60	60	20	25	0	0	20	20	20	0	0	3
Επίπλυση μπάνιου	—	—	5	25	0	0	20	20	20	0	0	3
Πλάγιοι τοίχοι	—	—	20	25	0	0	20 - 25	20 - 25	20 - 25	3	3	—

4

ΟΠΤΙΚΕΣ ΤΟΥ ΜΠΑΝΙΟΥ ΜΕΣΑ ΑΠΟ ΤΗΝ ΚΑΘΗΜΕΡΙΝΟΤΗΤΑ





Ο χώρος του μπάνιου σε ένα οίκημα αποτελεί για τον καθέναν ένα, απολύτως, ιδιωτικό δωμάτιο, ένα μέρος το οποίο «κυριεύεται» από τον εκάστοτε χρήστη και στο οποίο, μπορεί να ειπωθεί με μια δόση υπερβολής ότι, απαγορεύεται η είσοδος στον οποιοδήποτε ακόμη και αν αυτός είναι μέλος της ίδιας του της οικογένειας.

Η χαρτογράφηση των κινήσεων και, κατ' επέκταση, των συμπεριφορών των ανθρώπων μέσα σε αυτό το χώρο θα είχε πολύ ενδιαφέρον καθώς, όπως ειπώθηκε, επικρατεί πλήρης ιδιωτικότητα μέσα σε αυτό. Με γνώμονα την καταγραφή και την κατανόηση του πώς αντιλαμβάνεται ο μέσος άνθρωπος το χώρο του μπάνιου, η εταιρία ειδών υγιεινής Ideal Standard International διετέλεσε μια έρευνα με σκοπό να ρίξει φως σε αυτή την πτυχή του σπιτιού. Έτσι, για μια περίοδο δύο εβδομάδων, δεκαεννέα άνθρωποι από τέσσερις διαφορετικές χώρες έδωσαν την άδειά τους ώστε να γίνει η καταγραφή, η ανάλυση και η εξέταση της οποιασδήποτε κίνησης τους μέσα στο μπάνιο με στόχο την πραγμάτωση αυτής της πολύ ενδιαφέρουσας και πρωτότυπης έρευνας. Πήραν μέρος οικογένειες από τη Γερμανία, τη Γαλλία, την Ιταλία και το Ηνωμένο Βασίλειο, αντιπροσωπεύοντας μια ποικιλία νοικοκυριών, από σπίτια που κατοικούνται από ένα άτομο έως σπίτια όπου συμβιώνουν πολλοί γενιές. Η έρευνα εκτελέστηκε μέσω ενός προηγμένης τεχνολογίας συστήματος το οποίο εγκαταστάθηκε στα μπάνια των «υπό παρακολούθηση» ανθρώπων.

Τα πρώτα στοιχεία της έρευνας κατέγραψαν μια σειρά από αντικρουόμενα πρότυπα συμπεριφοράς για το πώς αντιλαμβάνεται ο μέσος άνθρωπος τον χώρο του μπάνιου καθώς επίσης παρατηρείται η λανθασμένη διαμόρφωση του χώρου σε σύγκριση, πάντα, με τις πραγματικές ανάγκες του ατόμου.

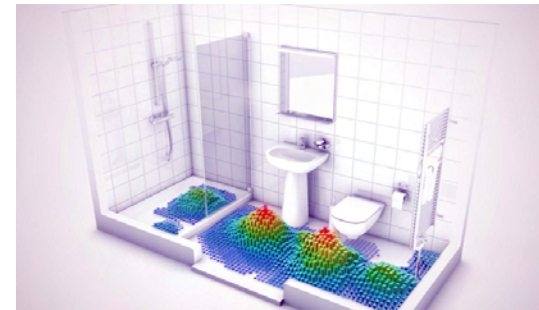
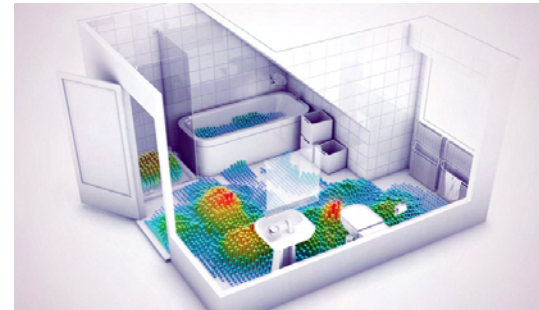
Σε μια δεύτερη ανάγνωση των αποτελεσμάτων, βγαίνουν στο φως κάποιες ιδιαίτερες – ενδιαφέρουσες συμπεριφορές. Γονείς που χρησιμοποιούν το μπάνιο ως καταφύγιο από το καθημερινό άγχος της καθημερινότητας και των οικογενειακών υποχρεώσεων χρησιμοποιώντας το ρουτρό παραπάνω από τον προβλεπόμενο χρόνο, μπάνια που χρησιμοποιούνται ως χώροι πλήσης, αποθήκευσης και προετοιμασίας για έξοδο από το σπίτι, ταυτόχρονη χρήση του νιπτήρα για εξοικονόμηση χρόνου και άλλα.

Η πλειονότητα των ανθρώπων στους οποίους έγινε η έρευνα επιθυμούν ένα καινούριο μπάνιο χωρίς, ωστόσο, να επιθυμούν ένα μεγαλύτερο μπάνιο. Αυτό παρουσιάζει μεγάλο ενδιαφέρον καθώς αναδεικνύει το γεγονός ότι ο συγκεκριμένος χώρος δεν καλύπτει τις ανάγκες τους, «δεν χρησιμοποιείται όπως θα έπρεπε. Η ανακαίνιση ενός μπάνιου αρχίζει συχνά με ενθουσιασμό και καταλήγει σε απογοήτευση. Είναι δύσκολο να αποφασίσεις από πού να ξεκινήσεις και δυσκολότερο να δεις πέρα από τα όρια του χώρου»(Kerris Bright, Chief Marketing Officer της Ideal Standard International).

Τα αποτελέσματα της έρευνας μπορούν να κατηγοριοποιηθούν σε ενότητες. Μπάνια που βρίσκονται σε οικήματα όπου κατοικούνται από οικογένειες με παιδιά, ζευγάρια χωρίς παιδιά, μπάνια σε σπίτια όπου διαμένουν ηλικιωμένοι και μπάνια τα οποία εξυπηρετούν ενήλικες. Η διάκριση των κατηγοριών θα γίνει πιο ευανάγνωστη στην παρακάτω ανάλυση:

Σε σπίτια όπου κατοικούν οικογένειες

Οι γονείς αφιερώνουν πολύ περισσότερο χρόνο για την ατομική τους καθαριότητα και περιποίηση (από το μέσο όρο χρόνου πλησίματος ατόμων χωρίς παιδιά). Το φαινόμενο αυτό παρατηρείται, ειδικότερα, σε οικογένειες όπου τα παιδιά είναι μικρότερα των 5 (πέντε) ετών. Ο επιπλέον χρόνος χρή-



σης του μπάνιου έγκειται στην ανάγκη που έχουν οι συγκεκριμένοι άνθρωποι για χαλάρωση. Η χρήση του νερού σε συνδυασμό με την απόλυτη απομόνωση βοηθάει στην απαλλογή του καθημερινού άγχους και ενισχύει την τάση του ατόμου για δημιουργία. Μαρτυρία ατόμου που συμμετείχε στο πείραμα αναφέρει ότι η χρήση του μπάνιου αποτελεί χώρο σκέψης για νέες επιχειρηματικές ιδέες, ενώ ο τρίχρονος γιος του το βλέπει ως χώρο παιχνιδιού και διασκέδασης. Η μητέρα, από την άλλη πλευρά, αναφέρει ότι χρησιμοποιεί παρα πολύ το μπάνιο καθώς σε αυτό το χώρο πλένει και παίζει με τα παιδιά.

Σε αυτού του τύπου τις οικογένειες, παρατηρείται μια προσπάθεια των χρηστών για τοποθέτηση όσο των δυνατών περισσότερων λειτουργιών (πολλές φορές και αντικρουόμενων) στο χώρο: φαρμακείο, χώρος παιχνιδιού για το παιδί, αποθήκευση απορρυπαντικών, πλυντήριο κτλ.

Σε σπίτια όπου κατοικούν μόνο ενήλικες

Λέγοντας μόνο ενήλικες, συγκαταλέγονται φοιτητές που συγκατοικούν ή οικογένειες με μεγάλα, πλέον, παιδιά. Σε αυτή την κατηγορία, το μπάνιο αποτελεί, καθαρά, έναν λειτουργικό χώρο, έναν χώρο που εξυπηρετεί τις στερεοτυπικές ανάγκες για τις οποίες έχει κατασκευαστεί. Εκλείπουν οι μεγάλης διάρκειας στιγμές χαλάρωσης επειδή ο χώρος «διεκδικείται» και από τους άλλους κάτοικους του σπιτιού. Κύριο χαρακτηριστικό αυτής της κατηγορίας είναι η αξιοποίηση του χώρου και η τακτοποίηση στο βέλτιστο βαθμό. Μαρτυρία αναφέρει ότι γίνεται χρήση του χώρου για αναζωογόνηση πριν τη δουλειά. Ενώ μια άλλη μαρτυρία καυτηριάζει το γεγονός ότι υπάρχει μεγάλος ανταγωνισμός για τη χρήση του μπάνιου τα πρωινά σε σημείο τέτοιο όπου παρατηρείται κοινή χρήση του χώρου.

Σε σπίτια όπου κατοικούν ηλικιωμένοι

Από τη στιγμή που έχουν φύγει τα παιδιά από το σπίτι λόγω ενηλικίωσης, οι ηλικιωμένοι έχουν το αίσθημα της ανάκτησης του χώρου. Ένας χώρος, στον οποίο τα προηγούμενα χρόνια υπήρχε συνωστισμός, γίνεται πλέον χώρος αποθήκευσης. Αυτό ενισχύεται, όπως είναι εύκολα αντιληπτό, από το γεγονός ότι το μπάνιο εξυπηρετεί λιγότερα άτομα. Είναι σύνηθες το φαινόμενο τα μπάνια που χρησιμοποιούνται από ηλικιωμένους να μοιάζει περισσότερο με αποθήκες παρά για χώρο μπάνιου.

Ιδιαίτερη μνεία στην έρευνα γίνεται για δύο συγκεκριμένα είδη υγιεινής, τον μπιντέ και την μπανιέρα. Όσον αφορά τον μπιντέ, πρόκειται για ένα πολύ διφορούμενο είδος υγιεινής. Και αυτό οφείλεται στη χρήση του. Παρατηρήθηκε ότι πολλά νοικοκυριά τον χρησιμοποιούσαν καθημερινά, σε αντίθεση με άλλα όπου η χρήση του ήταν μηδενική με αποτέλεσμα να αποτελεί, καθαρά, διακοσμητικό στοιχείο.

Η μπανιέρα, από την άλλη, τείνει στα βήματα της εξαφάνισης. Η έρευνα έδειξε ότι χρησιμοποιείται ολοένα και λιγότερο δίνοντας τη θέση της στη ντουζιέρα. Μόνο το 36% επιλέγει την μπανιέρα για την καθαριότητά του ενώ το 64% επιλέγει το ντουζ. Τα στοιχεία δείχνουν πως θα έρθει η ώρα όπου η μπανιέρα δεν θα αποτελεί απαραίτητο είδος για το μπάνιο. Όπως είναι φυσικό, με αυτή την εξέλιξη ανοίγεται ένας νέος δρόμος για το σχεδιασμό νέων τοπολογιών μπάνιων.

Ορισμένα στατιστικά στοιχεία τα οποία μπορούν να εξάγουν χρήσιμα συμπεράσματα κατά τη μελέτη τους είναι τα εξής:

- Ο μέσος όρος χρήσης μπάνιου είναι 25 λεπτά και 59 δευτερόλεπτα.
- Οι λαοί που χρησιμοποιούν λιγότερη ώρα το μπάνιο είναι οι Βρετανοί, οι Γερμανοί, οι Ιταλοί και οι Γάλλοι.
- Οι γυναίκες χρησιμοποιούν κατά μέσο όρο 1 λεπτό και 13 δευτερόλεπτα περισσότερο το μπάνιο από ότι οι άνδρες.

- Άτομα κάτω των 30 ετών χρησιμοποιούν πολύ περισσότερο το μπάνιο από οποιαδήποτε άλλη ηλικία. Αιτία είναι τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης, τα οποία κάνουν χρήση όταν βρίσκονται στο χώρο του μπάνιου.
- Το 35% των Γάλλων δεν έχουν τουαλέτα στο κύριο χώρο του μπάνιου τους αλλά σε ξεχωριστό χώρο.
- Για άτομα 50 ετών και πάνω, το μπάνιο αποτελεί άσχημα προσωπικό χώρο.

Μετά το τέλος της έρευνας, είναι επιβεβλημένη η ανάγκη για μια διαφορετική οπτική όσον αφορά το πώς αντιλαμβάνεται ο άνθρωπος το συγκεκριμένο χώρο σε σχέση με το πώς, πραγματικά, είναι. Το μπάνιο αποδεικνύεται πως δεν είναι, απλά, το μέρος στο οποίο ικανοποιούνται οι βιολογικές -βασικές ανάγκες του ανθρώπου (εκκένωση, καθαριότητα), είναι κάτι παραπάνω. Είναι μέρος της καθημερινότητας το οποίο επηρεάζει και καθορίζει την ψυχολογική και σωματική υγεία. Δίνει την ευκαιρία και τη δυνατότητα στον άνθρωπο ακόμη και να ξεφύγει από αυτή (την καθημερινότητα) βρίσκοντας στο μπάνιο ένα μέρος προστασίας, ως ένα βαθμό, από το άγχος και τις καθημερινές υποχρεώσεις. Απαλλαγμένος από αυτά, το άτομο βρίσκεται σε σημείο πνευματικής και ψυχολογικής ηρεμίας, μια κατάσταση που βοηθάει και ενθαρρύνει την δημιουργικότητα και την τάση για καινοτομία. Κατά συνέπεια, ο χώρος του μπάνιου θα πρέπει να υπερθεματίζει έννοιες της καθημερινότητας όπως είναι η ευεξία του ατόμου, η τόνωση, η χαλάρωσή του, ακόμη και, το παιχνίδι.

«Το μπάνιο είναι ένας μοναδικός χώρος στο σπίτι. Ξεχωρίζει από τα υπόλοιπα δωμάτια του σπιτιού, κυρίως επειδή οφείλει να ικανοποιεί μια σειρά διαφορετικών αναγκών. Είναι ένα δωμάτιο που μπορεί να διαμορφώσει σε πολύ μεγάλο βαθμό την ψυχολογία της ημέρας και

κατά συνέπεια, να συμβάλει στις καθημερινές ψυχολογικές μεταπτώσεις μας. Το μπάνιο αποτελεί αναπόσπαστο μέρος της καθημερινότητάς μας, η οποία στην ουσία καθορίζει αυτό που είμαστε. Ωστόσο, αποτελεί πρόκληση, κατά τον σχεδιασμό των μπάνιων, η ικανοποίηση των αναγκών όλων των μελών μίας οικογένειας. Ιδίως, εάν λάβουμε υπ' όψιν την έντονη διαφοροποίηση και ποικιλία που παρουσιάζεται στη σύνθεση των νοικοκυριών.» (Δρ. John Curran, κοινωνικός ανθρωπολόγος)

5

Η ΣΗΜΑΣΙΑ ΤΟΥ ΝΕΡΟΥ



Βασικότερο και σημαντικότερο στοιχείο, τόσο στη ζωή όσο και ειδικότερα στο μπάνιο, είναι το νερό. Η παρουσία του και μόνο αποδεικνύει την ύπαρξη ζωής σε ένα περιβάλλον. Το νερό αποτελεί το 70% του ανθρώπινου σώματος, ποσοστό ίδιο με την ποσότητα νερού σε όλο το πλανήτη σε σχέση με τη στεριά.

Η επαφή του ανθρώπου με το στοιχείο του νερού είναι παραπάνω από σημαντική. Το άτομο όχι μόνο την επιθυμεί αλλά την επιδιώκει. Υποσυνείδητα, υπάρχει η παραπομπή του ανθρώπου στην εμβρυακή μορφή του στην κοιλιά της μάνας, μορφή όπου το νερό αποτελούσε το αποκλειστικό περιβάλλον του εμβρύου. Κατά συνέπεια, η επαφή με το νερό προκαλεί ευχαρίστηση, χαλάρωση και ξεκούραση.

Ιστορικά, η παρουσία του νερού είναι παραπάνω από εμφανής και κατέχει πρωτεύοντα ρόλο στις εξιστορήσεις των ιστορικών, τόσο με τη μορφή του πηλυσίματος του σώματος, όσο και με τη μορφή των υπαίθριων λουτρών.

Ενδεικτικά και σύμφωνα με τον αρχαίο ελληνικό μύθο, οι ιαματικές πηγές των Θερμοπηλών διαμορφώθηκαν από το θεό Ήφαιστο, κατόπιν εντολής της θεάς Αθηνάς. Κατά μια πρώτη εκδοχή, τα ιαματικά νερά θα συντελούσαν στη θεραπεία του Ηρακλή από ένα θανατηφόρο νόσημα. Ωστόσο, η επικρατέστερη εκδοχή είναι ότι η Αθηνά τον προέτρεψε να λούζεται στα ιαματικά νερά των Θερμοπηλών, ώστε να ανακουφίζεται από τους σωματικούς πόνους και να ανακτήσει ευεξία και τόνωση μετά από κάθε άθλο του.

Στο έβδομο βιβλίο της Ιστορίας του Ηρόδοτου, Πολυμνία, παρουσιάζεται η προετοιμασία και η προέλαση της στρατιάς του Ξέρξη στην Ελλάδα, όπως και η μάχη των Θερμοπηλών. Αυτό που αντικρίζει ο απεσταλημένος Πέρσης κατάσκοπος στο ελληνικό στρατόπεδο πριν τη μάχη είναι αναπάντεχο. Οι Σπαρτιάτες κατά την προετοιμασία τους για τη μάχη και παρόλο που γνωρίζουν τον επερχόμενο θάνατό τους, λούζονται και περιποιούνται τον εαυτό τους. Πρόκειται για μια τελετή που αποκαλύπτει τη συμβολι-

κή παρουσία του νερού, όπως εμφανίζεται στον αρχαίο ελληνικό πολιτισμό.

Τόσο σημαντικό για την ανθρώπινη εμπειρία είναι το νερό ώστε σε μεγάλο εύρος της πολιτισμικής ιστορίας, οι κοινωνίες προσπάθησαν να αφομοιώσουν τις ποιότητες του, επινοώντας μια σειρά από δραστηριότητες και κατασκευές. Τα παραδείγματα των λουτρικών εγκαταστάσεων, αποτελούν απόδειξη της προσπάθειας του ατόμου να εντάξει το νερό στην καθημερινότητά του.

Σε πολλές περιπτώσεις, το νερό έχει θεραπευτικές ιδιότητες, ανάλογα με τη θερμοκρασία του. Ο χρόνος που «σπαταλάται» κάτω από το ντους μπορεί να προσφέρει διαφορετικά οφέλη.

Το ζεστό νερό βοηθά να ανοίξουν οι πόροι του δέρματος με αποτέλεσμα τον βαθύ καθαρισμό τους. Ωστόσο, καλό είναι να ακολουθείται από κρύο νερό ώστε στη συνέχεια οι ανοικτοί πόροι να κλείσουν σφραγίζοντας έξω από αυτούς ρύπους και λιπαρότητα. Επίσης, ανακουφίζει από την ένταση και χαλαρώνει το μυϊκό σύστημα. Συμβάλλει στην αποβολή του άγχους και την ψυχική υγεία. Αυτό οφείλεται στο γεγονός ότι, όπως έχουν δείξει έρευνες, ένα ζεστό μπάνιο αυξάνει τα επίπεδα της ωκυτοκίνης, της ορμόνης που είναι γνωστή και ως «ορμόνη της αγάπης» (μία από τις δύο σημαντικότερες ορμόνες της γαλουχίας αλλά και του τοκετού, που παράλληλα επιδρά σε λειτουργίες του εγκεφάλου συμβάλλοντας σε συναισθηματικές αντιδράσεις που αφορούν την εμπιστοσύνη, την ψυχολογική σταθερότητα και την ψυχική ηρεμία).

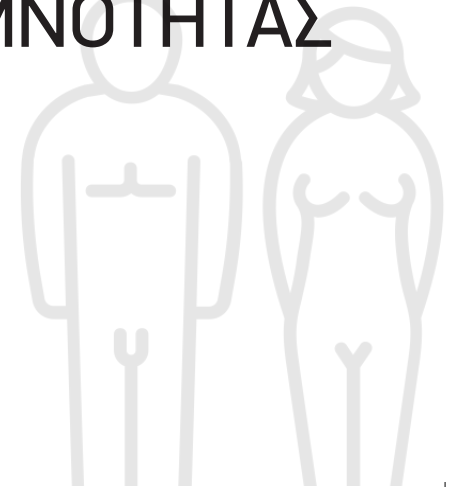
Αντίθετα, το κρύο νερό βελτιώνει την κυκλοφορία του αίματος. Ο οργανισμός αντιδρά σε αυτό αυξάνοντας τη ροή του αίματος προς τα όργανα του σώματος προκειμένου να τα προφυλάξει από το κρύο. Έτσι, ενισχύεται η γενικότερη υγεία της καρδιάς. Παράλληλα, καθώς το σώμα αυξάνει τη συνολική πρόσληψη οξυγόνου προκειμένου να κρατηθεί ζεστό, ο οργανισμός του ανθρώπου αφυπνίζεται. Έτσι, αυξάνεται και η πνευματική εγρήγορση -κάτι που τελικά θα έχει ως αποτέλεσμα να υπάρχει περισσότερη ενέργεια στο σώμα. Επιπρόσθετα, διατηρεί

το δέρμα υγιές και ελαστικό. Το κρύο νερό συσφίγγει τους πόρους της επιδερμίδας και προστατεύει το δέρμα από την ξηρότητα αλλά και από την υπερβολική λιπαρότητα που κλείνεται μέσα στους πόρους. Μπορεί το ζεστό νερό να χαλαρώνει τους μύες, ωστόσο το κρύο έχει την ιδιότητα να λειτουργεί θεραπευτικά μετά την καταπόνησή τους – για παράδειγμα μετά από μια σκληρή προπόνηση.

Συμπερασματικά, το νερό διαθέτει μια υπέρλογη δύναμη πέρα από τις αντικειμενικές εμπειρίες. Η επενέργεια και οι επιρροές του νερού δεν περιορίζονται στην επίδραση των χημικών του στοιχείων στον ανθρώπινο οργανισμό. Πρόκειται για αλληλεπίδραση των δυο στοιχείων, δηλαδή του νερού και του ανθρώπου. Τα βιώματα, τα όνειρα και η φαντασία είναι αυτά που υποβάλλουν τον τρόπο μέσω του οποίου αναπτύσσεται η μύηση στην εμπειρία του νερού. Το βασικό δεν είναι τόσο το νερό αυτό καθαυτό, όσο η εικόνα που έχει κανείς γι' αυτό, το νόημα ή η αξία που του αποδίδει.

6

Η ΕΝΝΟΙΑ ΤΗΣ ΓΥΜΝΟΤΗΤΑΣ



Στον χώρο του μπάνιου, ο άνθρωπος οδηγείται, εκ των πραγμάτων, σε μια κατάσταση στην οποία μπορεί, αφενός για κάποιους ανθρώπους να είναι φυσιολογική, αφετέρου δε σε άλλους να προκαλεί κάποιου είδους ανησυχία. Αυτή η κατάσταση είναι η γυμνότητα.

Η γυμνότητα είναι η κατάσταση όπου το σώμα ή μέρος του δεν το καλύπτουν ρούχα. Είναι ακάλυπτο, εκτεθειμένο στην παρατήρηση του ίδιου ατόμου ή και περισσοτέρων. Στη σημερινή τοπική κοινωνία, το να είναι κάποιος γυμνός σε δημόσιο χώρο απαγορεύεται βάσει νόμου. Για να έρθει η σημερινή κοινωνία σε αυτή την κατάσταση μεσολλάβησαν μεγάλες κοινωνικές αλλαγές.

Ιστορικά, το γυμνό δεν ήταν ντροπή αλλά περηφάνεια. Στην αρχαία Ελλάδα, το σώμα αντικατόπτριζε τον καθρέφτη της ψυχής, την ανδρεία και την αφοσίωση στους στόχους. Ένα γυμνασμένο κορμί αποτελούσε δώρο των θεών. Δεν είναι τυχαίο ότι η λέξη «γυμνάσιον» προσδιόριζε τον χώρο όπου οι άνθρωποι έκαναν ασκήσεις γυμνοί. Η γυμνότητα συμβόλιζε την αποτίναξη του ζυγού από τα δεσμά της ύλης. Στη Σπάρτη, όπου η θέση της γυναίκας ήταν σε καλύτερη μοίρα από τη θέση των γυναικών στην υπόλοιπη Ελλάδα, οι γυναίκες είχαν το δικαίωμα να γυμνάζονται και αυτές ολόγυμνες όπως ακριβώς και οι άντρες. Η ενοχοποίηση της γύμνιας ξεκινάει από την ηθική πηλευρά του ατόμου η οποία προέρχεται από την έλλευση των μονοθεϊστικών θρησκειών. Πλέον, η ένδυση μετατρέπεται σε υποχρέωση του πολίτη και όχι δικαίωμα.

Σήμερα, παρατηρείται ραγδαία αύξηση του φόβου του γυμνού, δηλαδή αναπτύσσεται γυμνοφοβία. «Gymnophobia» με σύνθεση, ακριβώς, ελληνικών λέξεων, είναι η επίσημη διεθνής επιστημονική ονομασία. Αποτελεί τεράστιο άγχος σε όποιον πάσχει από αυτή. Οι επιστήμονες την έχουν εντάξει στα πλαίσια της φοβίας διότι ολόένα αυξάνεται ο αριθμός των ατόμων που πάσχουν από τα συμπτώματά της. Πολλοί άνθρωποι δεν αντέχουν να δουν «ωμά» τον σώμα τους γυμνό στον καθρέφτη. Δημιουργείται ένα αίσθημα μίσους προς αυτό.

Το γυμνό στον σύγχρονο εγκέφαλο δείχνει να λειτουργεί ως ένας πολύ ειδικός, ευαίσθητος κωδικός. Μπορεί να καθορίσει συμπεριφορές ή να αναστείλει άλλες, να χαλάσει σχέσεις, να τις φτιάξει, έως και να τις αποθεώσει. Τότε αναπτύσσεται ο ναρκισσισμός. Οι ειδικοί αναφέρουν ότι το γυμνό, σήμερα, είναι τόσο ταμπού όσο είναι και τέχνη. «Υπάρχουν εκείνοι που δεν νιώθουν καθόλου άνετα γυμνοί μπροστά σε άλλους - και υπάρχουν και εκείνοι που δεν θέλουν να κοιτάζουν τον εαυτό τους γυμνό», σύμφωνα με τον Martin Antony, καθηγητή ψυχολογίας στο Πανεπιστήμιο Ryerson του Τορόντο. Αυτή η φοβία μπορεί να οδηγήσει το άτομο σε ακραίες καταστάσεις οι οποίες να το εμποδίσουν να έχει μια φυσιολογική ζωή. Η πηγή της γυμνοφοβίας είναι κάποια αρνητική εμπειρία είτε στην παιδική ηλικία, είτε σε μεγαλύτερη. Πρόκειται, δηλαδή, για ψυχικό τραύμα όπως πχ από κάποια εμπειρία των σχολικών του χρόνων στα αποδυτήρια.

Συχνά οι γυμνοφοβικοί πάσχουν και από άλλες αγχώδεις διαταραχές, ή και από την Διαταραχή Δυσμορφίας Σώματος. Η τελευταία, είναι μια ψυχική κατάσταση που κάνει τους ανθρώπους να πιστεύουν ότι είναι άσχημοι ή πολύ χοντροί ή ατελείς, όταν έστω και μια μικρή δυσαναλογία ή ένα σημάδι στο σώμα μπορεί να υπάρχει, το οποίο μεγιστοποιεί ο παθών μόνος του, ψυχαναγκαστικά. Όσοι πάσχουν από αυτή την διαταραχή, εξηγούν οι θεράποντες, συχνά βασανίζονται τόσο από την εμφάνισή τους ώστε κρύβουν τα σώματά τους από τον εαυτό τους και τους άλλους.

Η γυμνοφοβία, σύμφωνα με τους επιστήμονες, αντιμετωπίζεται με την έκθεση του πάσχοντα στο φόβο του, σταδιακά, υπό ασφαλείς όμως και ελεγχόμενες συνθήκες οι οποίες προσδιορίζονται από τους ψυχολόγους. Αν κάποιος δεν αντέχει να βλέπει τον εαυτό του γυμνό στον καθρέφτη, προτείνεται να το κάνει. Αν κάποιος αποφεύγει το να είναι γυμνός με τον ερωτικό του σύντροφο, συστήνεται να το τοημά. Μόνον έτσι, καταπολεμάται η πάθηση που λέγεται γυμνοφοβία.



ΚΑΘΡΕΦΤΗΣ- Η (Α)ΣΥΝΕΙΔΗΤΗ ΧΡΗΣΗ ΤΟΥ

Ένα από τα σημαντικότερα αντικείμενα που συναντώνται στο χώρο του μπάνιου είναι ο καθρέφτης. Δεν υπάρχει μπάνιο στο οποίο να απουσιάζει ο καθρέφτης. Πρόκειται για ένα αντικείμενο το οποίο σε πρώτη φάση θα χαρακτηριζόταν απλό και σύνηθες χωρίς κάποια ιδιαίτερη βαρύτητα. Παρ' όλα αυτά, ένας καθρέφτης μπορεί να επηρεάσει και να καθορίσει την ψυχολογία του ατόμου αφενός για το υπόλοιπο της ημέρας αφετέρου να διαμορφώσει ολόκληρο το χαρακτήρα του για την υπόλοιπη ζωή του.

Ο καθρέφτης είναι μια οπτική πλώ που απορροφά και αναπαράγει - αντικατοπτρίζει εικόνες διευρύνοντας τη διάσταση του χώρου. Μπορεί επίσης να παραμορφώσει την πραγματικότητα όταν είναι κοίλος ή κυρτός. Οι συνθησμένοι σημερινοί καθρέφτες είναι φτιαγμένοι από φύλλο γυαλιού που φέρει στην πίσω πλευρά του μια λεπτή στρώση αργύρου ή αλουμινίου βαμμένο με βερνίκι και αντανακλούν το 80 – 95% του φωτός που πέφτει επάνω τους. Υπάρχουν επίσης ακρυλικοί καθρέφτες και κάποιοι που διπλώνονται σαν ρολό για να τους μεταφέρεις όπου θέλεις. Από διακοσμητική άποψη, ο οβάλ καθρέφτης θεωρείται ότι φέρνει την πιο ειρηνική και αρμονική ενέργεια στον χώρο.

Ιστορικά, ο Νάρκισσος έμεινε ονομαστός στην αρχαία ελληνική μυθολογία για την εμμονή του να θαυμάζει το είδωλό του καθώς καθρεφτιζόταν στο νερό. Την ίδια κίνηση όμως κάνουν κάθε μέρα, αιώνες τώρα, όλοι οι κάτοικοι του πολιτισμένου κόσμου χρησιμοποιώντας τον καθρέφτη. Οι αρχαίοι πολιτισμοί χρησιμοποιούσαν ορυκτά και μέταλλα που μπορούσαν να καθρεφτίζουν το είδωλο, όπως ηφαιστειακό γυαλί του οψιδιανού (Μάγισ, Αζτέκοι), χαλκό, ορείχαλκο, σίδηρο, κασσίτερο, ασήμι, χρυσό. Άλλοι πολιτισμοί καθρεφτίζονταν σε γυαλισμένα φύλλα μπρούντζου και αργύρου.

Παράλληλα, πολλοί λαοί χρησιμοποιούσαν μικρά κομματάκια καθρέφτη ως φυλαχτό, πιστεύοντας ότι μπορεί να συγκρατήσει τη χάρη όποιου ιερού αντικειμένου καθρεφτιζόταν επάνω του. Επί-

σης, προσφερόταν στις άγιες φυλές ως δώρα εντυπωσιασμού.

Στον μεσαίωνα ο καθρέφτης θεωρούνταν αναπόσπαστο εργαλείο της μάγισσας, μέσω του οποίου προσέληκε και εγκληώβιζε τους δαίμονες. Σε δεκάδες παραμύθια η μάγισσα τον χρησιμοποιεί για να ρίχνει ματιές στο παρόν, το παρελθόν και το μέλλον και να κάνει τις μαγικές της τελετουργίες. Στις μυθολογίες διαφόρων χωρών οι μάγοι χάραζαν επάνω του σύμβολα ή γράμματα επιδιώκοντας επικοινωνία με τον «άλλο κόσμο». Ανάμεσα στις προλήψεις που επικρατούν πιστεύεται ότι το σπάσιμο του καθρέφτη φέρνει επτάχρονη γρουσουζιά. Εικάζεται ότι η πρόληψη προήλθε από το γεγονός ότι όταν έσπαζε ένας καθρέφτης, χρειαζόταν εργασία επτά ετών για την αντικατάστασή του, επειδή ήταν πολύ ακριβό αντικείμενο. Σύμφωνα με άλλη ερμηνεία, μαζί με τον καθρέφτη έσπαζε και παραμορφωνόταν και η ψυχή, η οποία χρειαζόταν επτά χρόνια για να αναγεννηθεί. Ίσως όμως να έπαιζε ρόλο και ο επικίνδυνος για την υγεία υδράργυρος, που χυνόταν κατά το σπάσιμο του καθρέφτη.

Δεν είναι λίγοι εκείνοι που ασχολήθηκαν με το «φαινόμενο» του αντικατοπτρισμού και κατ' επέκταση του καθρέφτη. Ο Ζακ Λακάν, Γάλλος ψυχαναλυτής και ψυχίατρος που θεωρήθηκε ως «ο πιο αμφιλεγόμενος ψυχαναλυτής μετά τον Φρόιντ», αναλύει το «Στάδιο του καθρέφτη» πάνω στο πρώιμο έργο του Φρόιντ.

Η ανάλυσή του ξεκινάει από τη βρεφική ηλικία κάθε ατόμου επισημαίνοντας ότι το βρέφος «ταυτίζεται» ως οντότητα με το σώμα της μάνας του καθιστώντας το ως πρότυπο. Αυτόματα και ασυναίσθητα, δημιουργείται από το βρέφος μια νοητική αναπαράσταση του Εγώ. Μέχρι την ηλικία του ενός έτους, το παιδί αδυνατεί να κινηθεί εύκολα μόνο του, είναι σωματικά ανήμπορο για την πραγμάτωση διαφόρων δραστηριοτήτων. Έχοντας αυτό ως δεδομένο, το παιδί βιώνει το σώμα του ως ελλιπές ακόμη και κατακεραματισμένο. Βλέποντας τον εαυτό του στον καθρέφτη, παθαίνει το πρώτο του δυνατό σοκ καθώς βλέπει τον εαυτό του ως μια ενωμένη οντότητα, ως εικόνα ενός ολόκληρου σώματος.

Έτσι, αναπτύσσει δυο σημαντικά προσαρτήματα: στη μητέρα του και στο δικό του «εγώ». Τα βρέφη αντλούν μεγάλη ευχαρίστηση από τη σχέση μεταξύ των δικών του φυσικών κινήσεων και των «ψεύτικων» κινήσεων της εικόνας του στον καθρέφτη. Το να έχει κάποιος μια εικόνα για τον εαυτό του αποτελεί κάτι το φυσιολογικό, αποτελεί μέρος της ανθρώπινης πραγματικότητας, επισημαίνει ο Λακάν. Σε όλη τη διάρκεια της ζωής του ατόμου, η εικόνα του ιδεατού «Εγώ» δεν ανταποκρίνεται πλήρως στην πραγματική, σωματική και συναισθηματική εικόνα του πραγματικού «εγώ». Το βρέφος βλέποντας την εικόνα του στον καθρέφτη, αντικρίζει μια ακριβή αναπαράσταση του σώματός του η οποία, ταυτόχρονα, είναι και διαφορετική από τις εντυπώσεις που έχει το ίδιο το βρέφος για την οντότητά του. Έτσι, αναδεικνύονται αντανακλώμενες εικόνες οι οποίες δεν αντιστοιχούν ποτέ στα πρωτότυπά τους. Αυτή η διαφορά μεταξύ των δυο «Εγώ» θα επηρεάζει τον άνθρωπο σε όλη τη διάρκεια της ζωής του, κυρίως αρνητικά. Περιορισμός της αυτογνωσίας, αγωνίες, απογοητεύσεις, ανασφάλεια, φθόνος, εχθρότητα είναι μερικά συναισθήματα που κατακλύζει το άτομο. Η ασυμβατότητα του πραγματικού με το φανταστικό «Εγώ» μπορεί να δημιουργήσει και σοβαρές ψυχολογικές παθήσεις, όπως υστερία, ψυχαναγκαστική νεύρωση, ακόμη και παράνοια.

Τα ζώα, σε αντίθεση με τον άνθρωπο, δεν αναγνωρίζουν το είδωλό τους στον καθρέφτη. Παρ' όλα αυτά, ορισμένα ζώα έχουν την τάση να ανταποκρίνονται στις οπτικές μορφές που τους μοιάζουν. Λαμβάνοντας υπόψιν ότι το ζώο δεν αναγνωρίζει τον εαυτό του στον καθρέφτη, έχει ως συνέπεια, το ζώο να χάσει εύκολα το ενδιαφέρον του για αντικατοπτριζόμενο είδωλό του, ακόμη και αν πρόκειται για ζώα με ανεπτυγμένη σχετικά νοημοσύνη. Αντίθετα, ο άνθρωπος τοποθετείται μέσω του καθρέφτη στο φυσικό χώρο σε σχέση με τα άλλα αντικείμενα αναπτύσσοντας έτσι την «καταστασιακή συναίσθηση».

Το ιδεατό «εγώ» του Λακάν είναι το αντίστοιχο Ιδανικό «Εγώ» του Φρόιντ. Όπως ο Φρόιντ, έτσι και ο Λακάν συμφωνεί στην αντίληψη ότι το

ιδανικό – ιδεατό «εγώ» δεν ταυτίζεται με την πραγματική ύπαρξη του υποκειμένου. Ο Λακάν, στην προσπάθειά του να το κάνει πιο κατανοητό, σχηματοποιεί αυτή τη θεωρία παρομοιάζοντας μια ασυμπτωτική γραμμή που τρέχει κοντά σε μια καμπύλη αλλά ποτέ δεν την ακουμπά. Από την άλλη μεριά, όμως, ο Λακάν αναφέρει την αναγκαιότητα της ύπαρξης του ιδεατού «Εγώ» έτσι ώστε να οργανώσει τον ορατό κόσμο, τοποθετώντας τον εαυτό του σε σχέση με τα αντικείμενα που τον κατακλύζουν. Χρειάζεται η ιδεατή εικόνα του ατόμου προκειμένου να δημιουργηθούν σχέσεις με άλλους ανθρώπους. Τελειώνοντας την προσέγγιση του ο Λακάν τονίζει ότι πρέπει να γίνει κατανοητό ότι το στάδιο του καθρέφτη δημιουργεί μια σχέση μεταξύ του υποκειμένου και της εικόνας. Δεν δημιουργεί ισοδυναμία, ταύτιση η ενότητα των δυο.

Πολύ ενδιαφέρον παρουσιάζει το πείραμα «Dove real sketches beauty» το οποίο πραγματοποίησε η βιομηχανία προϊόντων προσωπικής φροντίδας “Unilever - Dove” το 2004. Σκοπός της έρευνας – πειράματος ήταν η καταγραφή του Ιδεατού «Εγώ» σε σχέση με το πραγματικό. Με πιο απλά λόγια, αν η πραγματική εικόνα του ατόμου, που λαμβάνει μέρος στο πείραμα, συμπίπτει με την φανταστική εικόνα που έχει στο μυαλό του για τον εαυτό του, για το πώς αντιλαμβάνονται οι γυναίκες την εξωτερική τους εμφάνιση σε σχέση με τους άλλους. Τα άτομα που πήραν μέρος στο πείραμα ήταν αποκλειστικά γυναίκες.

Το σενάριο έχει ως εξής: ένας σκιτσογράφος, εκπαιδευμένος στο FBI, κάθεται στο σχεδιαστήριο του στραμμένο με τέτοιο τρόπο ώστε να μην έχει οπτική επαφή με το πειραματιζόμενο κοινό. Μεγάλες κουρτίνες τον περιτριγυρίζουν επιτρέποντας, έτσι, την ακουστική επαφή με το κοινό. Στη συνέχεια, η κάθε συμμετέχουσα εισέρχονταν ξεχωριστά στο δωμάτιο που ήταν ο σκιτσογράφος, καθόταν σε ένα παράπλευρο προς το καλλιτέχνη χώρο χωρίς να υπάρχει οπτική επικοινωνία. Ο σκιτσογράφος άρχιζε να κάνει ερωτήσεις σχετικά με την εμφάνιση της πειραματιζόμενης. Όταν ο καλλιτέχνης ολοκλήρω-





νε την προσωπογραφία, η συμμετέχουσα έφευγε και έμπαινε η επόμενη συμμετέχουσα. Η νέα γυναίκα θα περιέγραφε την εικόνας της προηγούμενης που μόλις εξήλθε της αίθουσας. Σημαντική παρατήρηση είναι ότι οι συμμετέχουσες δεν γνωρίζονταν προ του πειράματος. Η δεύτερη περιγραφή είχε σημαντικές διαφορές από την πρώτη αυτο-περιγραφή. Τα αποτελέσματα είναι εντυπωσιακά, όπως φαίνονται και στις φωτογραφίες που ακολουθούν. Στατιστικά,

- 2% των γυναικών παγκοσμίως θεωρούν ότι είναι όμορφες
- 11% νιώθουν άνετα να πουν ότι είναι όμορφες
- 80% των γυναικών βλέπουν θετικά στοιχεία σε άλλες γυναίκες αλλά όχι στον εαυτό τους
- 54% των γυναικών είναι ο χειρότερος κριτής της ομορφιάς τους

Ο καθρέφτης, ως στοιχείο του χώρου, δεν περνάει απαρατήρητο – ασχολίαστο και από τον ελληνικό κινηματογράφο. Χαρακτηριστικό παράδειγμα η ταινία «Το Σπιρτόκουτο» ελληνική δραματική ταινία του 2002, σε παραγωγή και σκηνοθεσία Γιάννη Οικονομίδη. Το σενάριο γράφτηκε από τον σκηνοθέτη και τη Λένια Σπυροπούλου. Πρωταγωνιστούν ο Ερρίκος Λίτσας και η Ελένη Κοκκίδου.

Σίγουρα, ο χώρος του μπάνιου και του καθρέφτη, πιο συγκεκριμένα, συναντώνται και σε άλλες ταινίες του ελληνικού και ξένου κινηματογράφου. Σε αυτή την ταινία, όμως, οι διαφορές στις συμπεριφορές είναι τόσο έντονες που χρήζουν ιδιαίτερης επισήμανσης.

Στην ταινία, εμφανίζεται ο γιος του πρωταγωνιστή, ο Λουκάς, ο οποίος δεν έχει τις καλύτερες σχέσεις με τον πατέρα του, τον Δημήτρη. Ασυναίσθητα ή όχι, ο σκηνοθέτης δίνει βαρύτητα στο χώρο του μπάνιου καθώς μια σκηνή η οποία κρατάει σχεδόν δέκα λεπτά (28:05 έως 36:38) διαδραματίζεται μέσα και έξω από αυτό. Ο Λουκάς βρίσκεται μέσα στο μπάνιο και ο πατέρας του, ο Δημήτρης έξω από αυτό. Ο μιν πρώτος στέκεται ατάραχος μπροστά από τον κα-

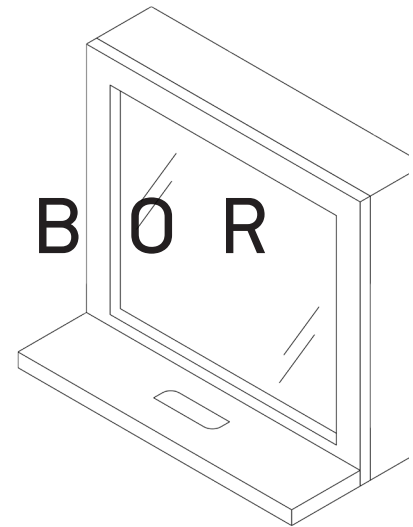
θρέφτη κοιτάζοντας τον εαυτό του. Ο δε δεύτερος ωρύεται έξω από το μπάνιο θέλοντας να εισέλθει σε αυτό. Ο Λουκάς, στη συνέχεια, κάνει γκριμάτσες στον καθρέφτη, τον γλύφει και τον χτυπάει. Έπειτα, προσποιείται ότι γρονθοκοπεί τον πατέρα του. Ο Δημήτρης συνεχίζει να φωνάζει και να χτυπάει την πόρτα.

Αναλύοντας αυτή τη σκηνή, βγαίνει εύκολα το συμπέρασμα ότι οι πράξεις που γίνονται μπροστά στον καθρέφτη είναι, ενδόμυχα, οι πράξεις που δεν θα τολμούσε το άτομο να κάνει στην πραγματικότητα. Βιαιοπραγία, αλλόκοτες συμπεριφορές όπως γλύψιμο του καθρέφτη και ακατανόητοι μορφασμοί του προσώπου είναι μερικές ενέργειες οι οποίες, δύσκολα, θα συνέβαιναν αν υπήρχε ένα δεύτερο άτομο στο χώρο.

Παράλληλα, η εναλλαγή των σκηνών μεταξύ του ωρυόμενου πατέρα και του απαθή (ως ένα σημείο) γιου δείχνει τα δυο περιβάλλοντα που δημιουργούνται και το όριο των οποίων είναι μια απλή πόρτα. Σε ένα αστικό σπίτι, ο πιο ιδιωτικός χώρος που είναι το μπάνιο διακατέχεται από σχετική ηρεμία και γαλήνη, ενώ ο «δημόσιος» χώρος της οικίας πλημμυρίζεται από φωνές και εντάσεις.



W I B B O R





Η κατάληξη της ενδελεχούς έρευνας που πραγματοποιήθηκε σχετικά με τις συνθήκες που επικρατούν στο χώρο του μπάνιου ήταν η δημιουργία και η κατασκευή του wibbor.

Πρόκειται για μια συσκευή η οποία, στην ουσία, είναι ένας διαδραστικός καθρέφτης με πολλαπλές χρήσεις. Η κατασκευή του χαρακτηρίζεται από δυο βασικά τμήματα: α) το κύριο και το εμφανές τμήμα του που είναι ο καθρέφτης διπλής όψης και β) το διαδραστικό μέρος μέσω του οποίου μπορείς να έχεις το χειρισμό του wibbor από απόσταση, χωρίς να έρθεις σε επαφή με το αντικείμενο. Με αυτό τον τρόπο, απαντάται το βασικό ερώτημα – προβληματισμός της άμεσης καταγραφής μιας σημείωσης – ιδέας στο χώρο του μπάνιου (όπου έγινε όλη η μελέτη) χωρίς να κινδυνεύσει η συσκευή από τυχόν επαφή της με το νερό.

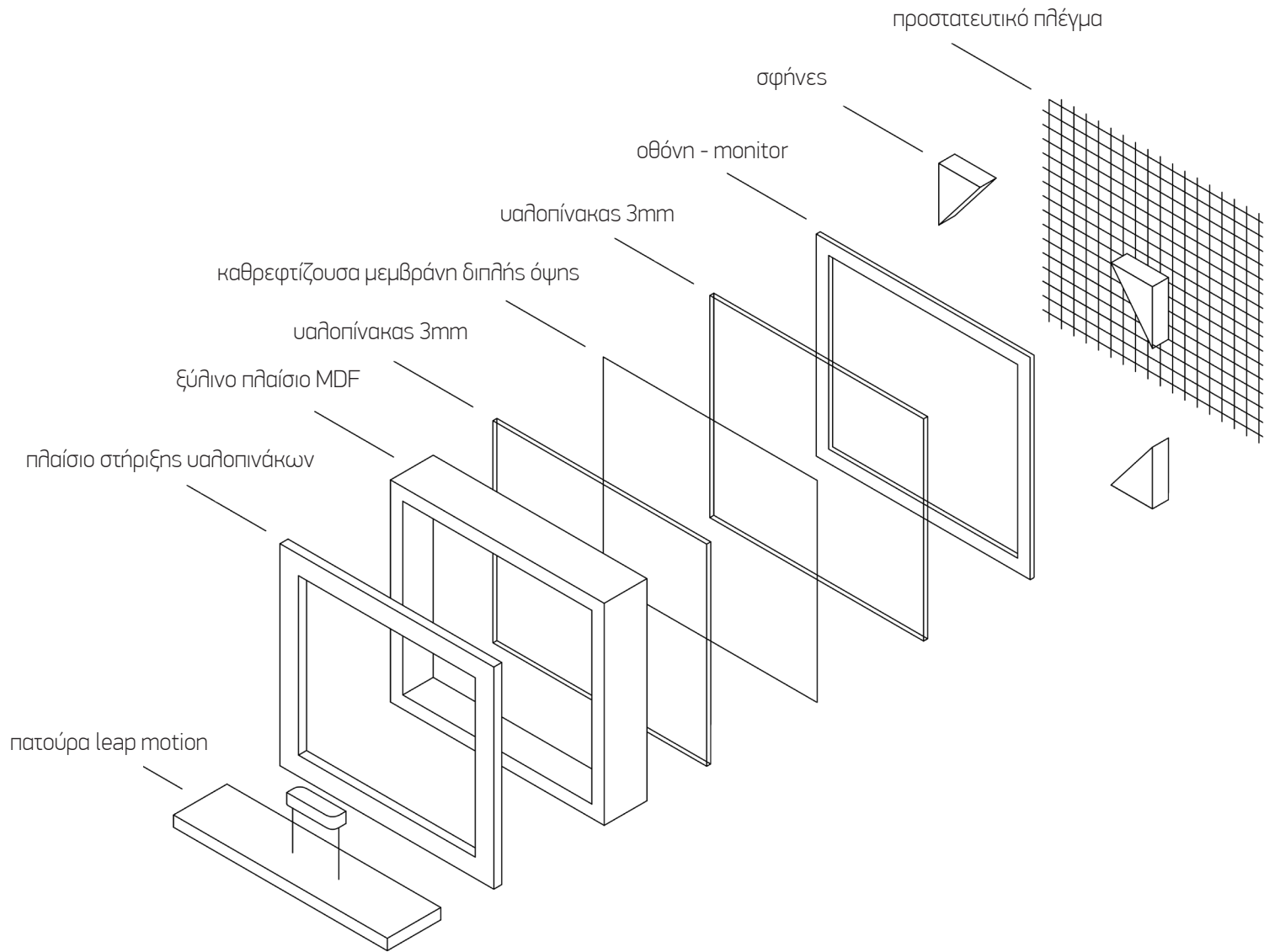
Ο καθρέφτης διπλής όψης είναι ένα κάτοπτρο με επίπεδη επιφάνεια, όπως οι συνηθισμένοι καθρέφτες. Αντικατοπτρίζει το είδωλο, αντανακλά το αντικείμενο, αναπαριστά μια πραγματικότητα. Η διαφορά με τους απλούς καθρέφτες έγκειται στο γεγονός ότι ο καθρέφτης διπλής όψης επιτρέπει την οπτική επαφή διαμέσου του και από τις δυο πλευρές του. Ο καθρεφτισμός ή μη εξαρτάται από το φωτισμό που υπάρχει έμπροσθεν ή πίσω από το κάτοπτρο. Εάν επικρατεί πλήρης έλλειψη φωτός (σκότος) από τη μια πλευρά του καθρέφτη, τότε το αντικείμενο λειτουργεί ως κανονικός καθρέφτης από την αντίθετη πλευρά. Οποιαδήποτε εστία φωτός στη σκοτεινή πλευρά, θα εμφανίζεται στην άλλη.

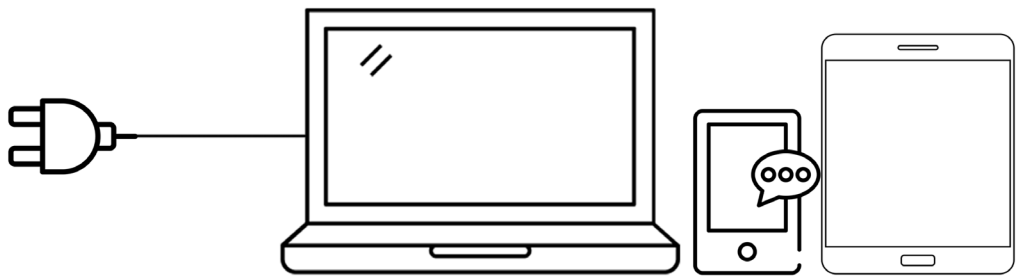
Πάνω σε αυτή τη λογική βασίζεται η ιδέα του wibbor. Υαλοπίνακας 3 (τριών) χιλιοστών συγκολληθήκη με καθρεφτιζουσα μεμβράνη διπλής όψης. Η συγκόλληση έγινε βάση μιας ειδικής διαδικασίας με χρήση νερού και υγρού σαπουνιού. Προκειμένου να εξασφαλιστεί η ακεραιότητα και η μη φθορά της μεμβράνης τοποθετήθηκε και άλλος υαλοπίνακας 3 (τριών) χιλιοστών. Με αυτό τον τρόπο, δημιουργήθηκε ένας καθρέφτης διπλής όψης συνολικού πάχους 6 (έξι) χιλιοστών. Στη συνέχεια, κατασκευάστηκε ένα ξύλινο πλαίσιο (ινουσα-

νίδα MDF) στις διαστάσεις του καθρέφτη το οποίο θα εξασφαλίζει την πλήρη έλλειψη του φωτός από την μια πλευρά.

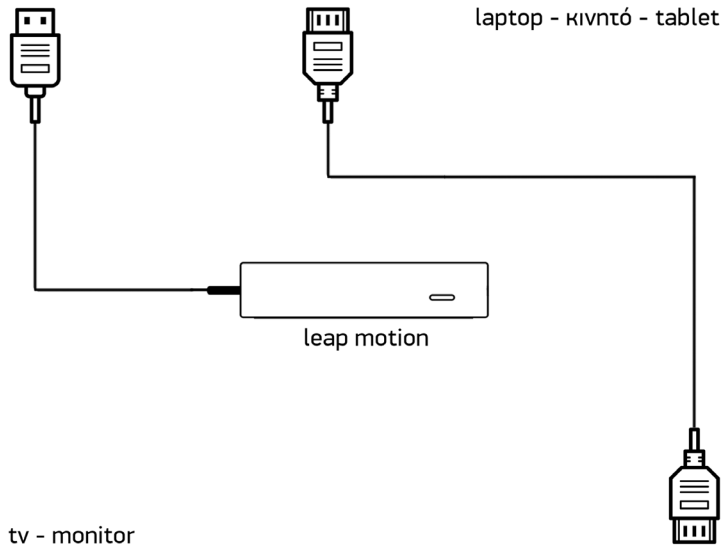
Στο πίσω μέρος τη κατασκευής και μέσα στο ξύλινο πλαίσιο τοποθετείται μια ηλεκτρική συσκευή εκπομπής εικόνας, κινούμενης ή μη (monitor). Όπως είναι κατανοητό, η οθόνη δεν φαίνεται οπτικά από την πλευρά έξωθεν του πλαισίου, διότι ο όγκος της ίδιας της οθόνης εξασφαλίζει το πλήρες σκοτάδι, όποτε αυτό που φαίνεται είναι το αντικατοπτριζόμενο είδωλο που καθρεφτίζεται. Στη συνέχεια, το monitor συνδέεται με μια ηλεκτρονική συσκευή, όπως είναι ένας φορητός υπολογιστής ή tablet. Όταν τεθεί σε λειτουργία αυτή η συσκευή τότε το μόνο στοιχείο που είναι ευδιάκριτο από την καθρεφτίζουσα πλευρά είναι τα φωτεινά σημεία, κυρίως τα λευκά. Όπου υπάρχει σκοτεινό σημείο στην οθόνη, τότε αυτό εξακολουθεί να εμφανίζεται ως καθρέφτης. Αυτό είναι το βασικότερο στοιχείο με το οποίο επιτυγχάνονται οι στόχοι που δημιουργήθηκε το wibbor.





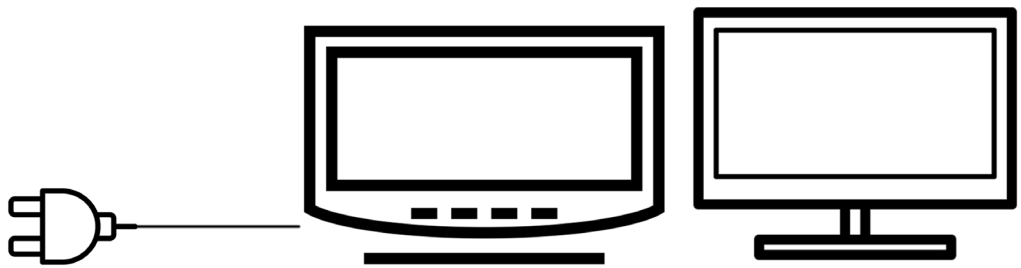


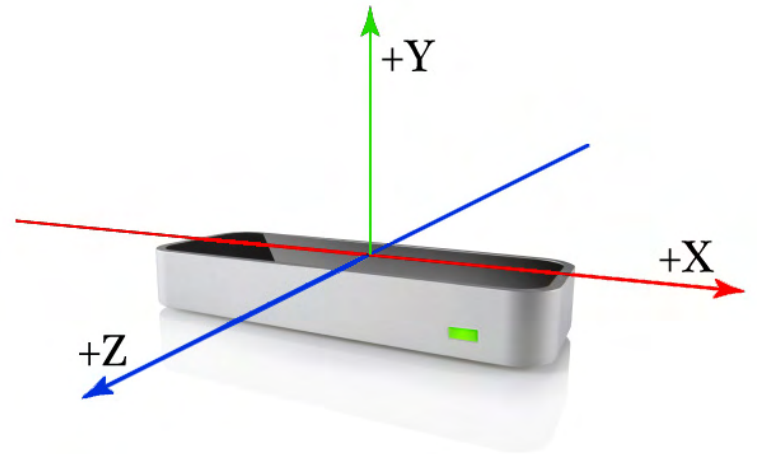
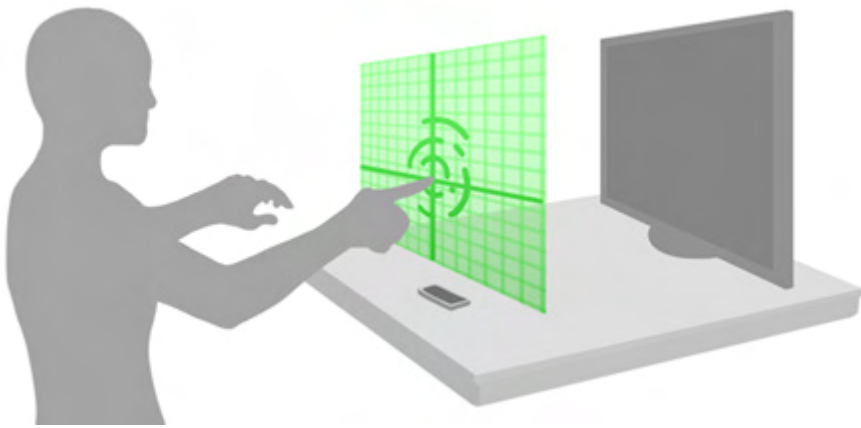
laptop - κινητό - tablet

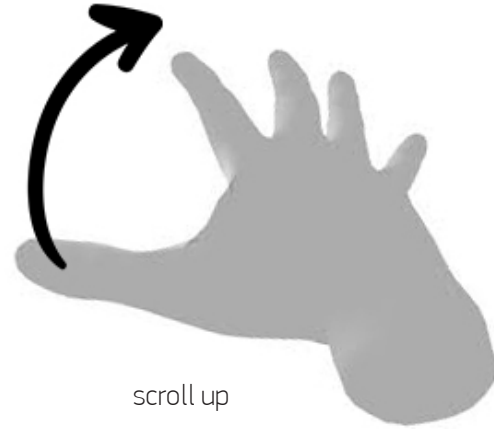


leap motion

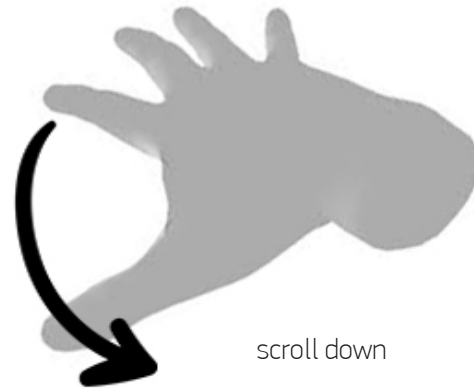
tv - monitor







scroll up



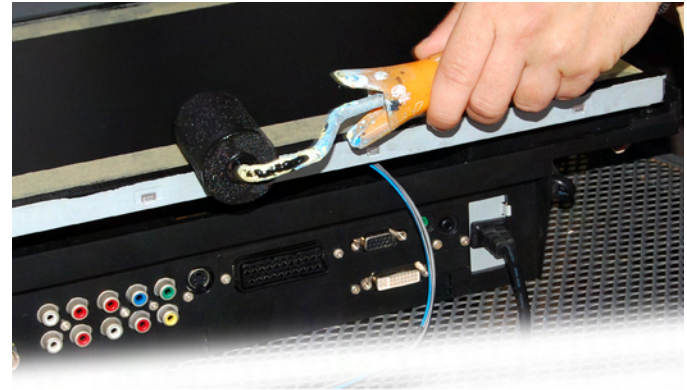
scroll down

Το διαδραστικό μέρος της κατασκευής έγκειται στην τεχνολογία που παρέχεται μέσω της συσκευής που λέγεται leap motion. Η συγκεκριμένη συσκευή τοποθετείται έμπροσθεν της κατασκευής, στη μέση της μίας ακμής της ορθογώνιας κατασκευής και σε μικρή απόσταση της κλίμακας λίγων εκατοστών από τον καθρέφτη. Μέσω του leap motion εξασφαλίζεται η καταγραφή των κινήσεων του χεριού (ή και των δυο χεριών) στο χώρο από πάνω του και η αποτύπωσή τους στην οθόνη της κατασκευής. Κατά συνέπεια, το χέρι αντικαθιστά το ποντίκι παρέχοντας, έτσι, μια πληιάδα από δυνατότητες.

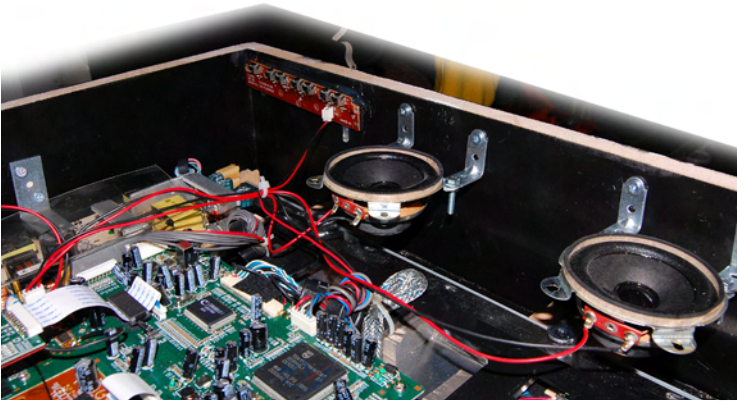
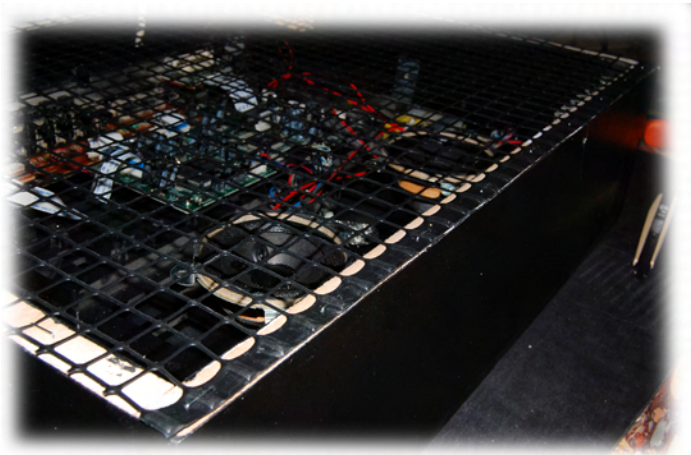




Συνοψίζοντας, όσον αφορά το κατασκευαστικό κομμάτι, το wiibbor μπορεί να χαρακτηριστεί ως ένας καθρέφτης στον οποίο εφαρμόζονται όλες οι δυνατότητες ενός ηλεκτρονικού υπολογιστή και η χρήση του οποίου γίνεται με την ελεύθερη κίνηση του χεριού μπροστά του χωρίς να χρειάζεται η επαφή με το wiibbor. Ο χωρίς επαφή χειρισμός αποτελεί καινοτομία στο χώρο των διαδραστικών καθρεφτών.









Χρήσεις

Όπως είναι φυσικό, η δυνατότητα του touchless χειρισμού του wibbor ανοίγει πολλούς δρόμους ως προς τη χρήση του. Οπουδήποτε υπάρχει σήμερα καθρέφτης, μπορεί να αντικατασταθεί με το wibbor δίνοντας έτσι την ευκαιρία της διάδρασης στο χρήστη όπου αυτή απαιτείται, χωρίς αυτό να αποκλείει και τη χρησιμοποίηση του και σε μέρη όπου δεν υπάρχει σήμερα καθρέφτης.

ΜΕΣΑ ΣΤΟ ΣΠΙΤΙ

Στο χώρο του μπάνιου

Πρόκειται για το χώρο από τον οποίο ξεκίνησε όλη η έρευνα. Είναι ο χώρος στον οποίο πηγαίνει ο άνθρωπος (ασυναίσθητα ή μη) με το που ανοίγει τα μάτια του. «Ξοδεύει» ένα μεγάλο μέρος της ζωής του εκεί και οι καταστάσεις που επικρατούν εκεί βοηθούν στο άτομο να χαλαρώνει, να ξεκουράζεται, να δημιουργεί. Με αυτή τη λογική, το wibbor παίρνει τη θέση του απλού καθρέφτη. Κατά συνέπεια, δίνεται η δυνατότητα στο χρήστη να ελέγχει το ηλεκτρονικό του ταχυδρομείο (e-mails), να βλέπει τον καιρό, τις σημαντικότερες ειδήσεις κ.ά. καθώς ικανοποιεί τις πρωινές ανάγκες του (πλύσιμο δοντιών, ξύρισμα, βιολογικές ανάγκες κ.τ.λ.).

Παράλληλα, και εξαιτίας της χαλάρωσης που επικρατεί κυρίως την ώρα του πλυσίματος του σώματος, παρατηρείται η παραγωγή πολλών δημιουργικών ιδεών, και όχι μόνο. Με τη χρήση του wibbor, δίνεται η δυνατότητα της άμεσης σημείωσης, καταγραφής και αποθήκευσης της ιδέας, ακόμη και με βρεγμένα χέρια. Επιπρόσθετα, όταν η παραμονή στο χώρο είναι μεγαλύτερης διάρκειας, τότε το wibbor δίνει τη δυνατότητα αναπαραγωγής μουσικής και βίντεο, ψυχαγωγώντας έτσι το χρήστη.

Στο χώρο του υπνοδωματίου

Η χρήση του wibbor στο συγκεκριμένο χώρο μπορεί να γίνεται από το γυναικείο φύλο, κυρίως, κατά την προσωπική περιποίηση τους. Δίνεται η δυνατότητα προβολής βίντεο μέσω του διαδικτύου έχοντας το ως οδηγό και παράδειγμα ενώ ταυτόχρονα θα αντικατοπτρίζεται το πρόσωπό τους. Παράλληλα, το wibbor μπορεί να τοποθετηθεί και στο εσωτερικό ενός φύλλου της ντουλάπας στη θέση όπου συναντάται, σε πολλά σπίτια σήμερα, ένας απλός καθρέφτης. Η πρωτοπορία που προσφέρει το wibbor είναι η δυνατότητα που προσφέρει στο χρήστη να καταχωρήσει όλη τη γκαρνταρόμπα του σε ειδική εφαρμογή, παρέχοντας έτσι την επιλογή του ηλεκτρονικού συνδυασμού των ρούχων που θα φορέσει ο χρήστης. Έτσι, εξοικονομείται αρκετός χρόνος στο να αποφασίσει για την ενδυμασία, καθώς η διαδικασία είναι διαδραστική και όχι σε πραγματικό χρόνο.

Στο χώρο του σαλονιού

Ο χώρος του σαλονιού αποτελεί το μέρος το οποίο συγκεντρώνει το περισσότερο κόσμο, αφενός τους ίδιους τους κατοίκους του οικήματος, αφετέρου τους προσκεκλημένους. Και στις δυο περιπτώσεις, η διάρκεια της παραμονής, συνήθως, είναι αρκετή. Παράλληλα, η ύπαρξη του καθρέφτη κοντά στην έξοδο – είσοδο του σπιτιού δικαιολογείται από το γεγονός ότι αποτελεί το τελευταίο μέρος πριν την έξοδο του κατοίκου από την κατοικία. Συνοπτολογίζοντας αυτά, το wibbor θα δίνει τη δυνατότητα διασκέδασης και της ψυχαγωγίας στους χρήστες με τη μορφή της προβολής βίντεο ή αναπαραγωγής μουσικής. Για αυτούς που είναι έτοιμοι να εξέλθουν της οικίας, το wibbor θα μπορεί να επισημαίνει και να υπενθυμίζει τις εκκρεμότητες της ημέρας που ξεκινάει. Έτσι, το wibbor βοηθάει στο να μην ξεχαστεί κάποια σημαντική (ή όχι) εργασία.

Σε κοινόχρηστους χώρους

Στην είσοδο της πολυκατοικίας με εργασιακούς χώρους

Είναι σύνθηες το φαινόμενο κατά την είσοδο σε μια πολυκατοικία με γραφεία να υπάρχουν αμέτρητες, διαφορετικά και άτακτα βαλμένες πινακίδες των επαγγελματιών που εδράζονται στη συγκεκριμένη πολυκατοικία. Πολλές φορές, μάλιστα, εξαιτίας της μετακόμισης και της μετεγκατάστασης των γραφείων, οι πινακίδες δεν ανταποκρίνονται στην υφιστάμενη παρουσία των γραφείων. Παίρνοντας ως δεδομένο την ύπαρξη ανεληκυστήρα, το wibbor μπορεί να αντικαταστήσει το άχαρο κολλάζ μέσα στο χώρο του ασανσέρ. Έτσι, ο χρήστης μπορεί με διαδραστικό τρόπο να επιλέγει τον όροφο που επιθυμεί να δει τι γραφεία υπάρχουν στον εκάστοτε όροφο. Πέραν τούτου, δίνεται και η δυνατότητα ενεργοποίησης του ανεληκυστήρα και η μεταφορά του χρήστη σε οποιοδήποτε όροφο. Με αυτό τον τρόπο, καλλωπίζονται, σε μεγάλο βαθμό, οι είσοδοι των πολυκατοικιών καθώς αφαιρούνται οι πινακίδες οι οποίες καταλάμβαναν μεγάλο μέρος του τοίχου της εισόδου. Παράλληλα, το wibbor μπορεί να τοποθετηθεί και εκτός του ανεληκυστήρα αποτρέποντας, έτσι, τυχόν συνωστισμό στο ασανσέρ, ψάχνοντας για τον επιθυμητό όροφο.

Στην είσοδο της πολυκατοικίας με διαμερίσματα

Αντίστοιχη περίπτωση με τις πολυκατοικίες με εργασιακούς χώρους είναι και οι πολυκατοικίες με διαμερίσματα. Εκεί, παρατηρείται το φαινόμενο των άκομψων κολλημένων χαρτιών που προ – ειδοποιούν, επισημαίνουν, απαγορεύουν τους ενοίκους για κάποια ενέργεια. Το wibbor αποτελεί το μέρος στο οποίο μπορεί να γράφονται σημειώματα από και προς το διαχειριστή της πολυκατοικίας, να αναγράφονται τα κοινόχρηστα και γενικότερα οποιαδήποτε δράση αφορά την εύρυθμη λειτουργία της πολυκατοικίας. Και σε αυτή την περίπτωση,

υπάρχει η δυνατότητα σύνδεσης του ανεγκυστήρα με το wibbor και η ενεργοποίηση του με σκοπό τη μεταφορά του χρήστη στον επιθυμητό όροφο.

Σε χρήσεις κυκλοφοριακού χαρακτήρα

Στα οχήματα

Το wibbor μπορεί να εφαρμοστεί στον εσωτερικό καθρέφτη που υπάρχει απαραίτητα σε κάθε όχημα, ιδιωτικής ή δημόσιας χρήσης. Οι λειτουργίες που προστίθενται στον υπάρχον απλό καθρέφτη είναι η εγκατάσταση οδικών χαρτών και η δυνατότητα πλοήγησης. Με αυτό τον τρόπο, απελευθερώνεται ο χώρος που καταλάμβανε η επιπρόσθετη συσκευή πλοήγησης, χώρος ο οποίος τις περισσότερες φορές ήταν στο παρμπρίζ του αυτοκινήτου, εμποδίζοντας έτσι μέρος της ορατότητας του οδηγού. Τοποθετώντας το στον ήδη υπάρχον καθρέφτη, ο οδηγός έχει πλήρη ορατότητα και δεν αποσπάται η προσοχή του από επιπρόσθετες συσκευές. του Παράλληλα, η συγκεκριμένη λειτουργία μπορεί να αποτελέσει μέρος του βασικού εξοπλισμού των οχημάτων, διευκολύνοντας κατά πολύ την οδήγηση στους οδηγούς.

Παράλληλα, το wibbor μπορεί να διευκολύνει τους οδηγούς στην οπισθοπορεία. Το wibbor θα ενεργοποιείται αυτόματα όταν ο οδηγός θα «κουμπώνει» την ταχύτητα όπισθεν καθώς θα τίθεται σε λειτουργία κάμερα που θα βρίσκεται στο πίσω μέρος του οχήματος και θα εμφανίζεται στον εσωτερικό καθρέφτη. Με αυτό τον τρόπο, η κίνηση του κεφαλιού του οδηγού κατά 180 μοίρες κατά την οπισθοπορεία κρίνεται ηροαιρική, με αποτέλεσμα να έχει καλύτερο έλεγχο του οχήματος και της τριγύρω κυκλοφοριακής κατάστασης.

Σε διασταυρώσεις

Έχει παρατηρηθεί το φαινόμενο ατυχημάτων σε δρόμους που υπάρχουν 'κλειστές' στροφές. Για αυτό το λόγο έχουν τοποθετηθεί καθρέπτες ασφαλείας οι οποίοι βοηθούν στην ασφάλεια των οδηγών. Συνήθως ονομάζονται και «Fish Eye» (Μάτι Ψαριού) και δίνουν μια ευρεία γωνία 160 μοιρών των τυφλών σημείων με αποτέλεσμα να βοηθούν στην πρόληψη των ατυχημάτων. Σε αυτή την περίπτωση, το wibbor έχει τη δυνατότητα να λειτουργεί σαν φανάρι. Θα λειτουργεί κανονικά ως συνηθισμένος καθρέφτης αλλά θα έχει τη δυνατότητα της ανίχνευσης κίνησης οχήματος. Έτσι, όταν αντιληφθεί ότι πλησιάζει κάποιο όχημα, θα μπορεί το ήμισυ του wibbor να ανάβει σε κόκκινο χρώμα, ειδοποιώντας έτσι τον οδηγό που έρχεται από την άλλη κατεύθυνση για την διέλευση του οχήματος. Το άλλο ήμισυ θα παραμένει ως καθρέφτης έτσι ώστε να διατηρείται η ήδη υπάρχουσα χρήση του κυρτού κατόπτρου. Με αυτό τον τρόπο, αυξάνεται η ασφάλεια των οδηγών, μειώνοντας σε πολύ μεγάλο βαθμό τα τροχαία ατυχήματα στις επικίνδυνες διασταυρώσεις.

Σε εμπορικά καταστήματα

Σε καταστήματα με είδη ρουχισμού

Στα καταστήματα όπου εμπορεύονται είδη ρουχισμού με την ευρύτερη έννοια, παρατηρείται το φαινόμενο της κάλυψης μεγάλης επιφάνειας του καταστήματος από καθρέφτες, τόσο στο κύριο μέρος του μαγαζιού, όσο και στα δοκιμαστήρια. Εκεί ακριβώς τοποθετείται το wibbor. Αφού έχει γίνει εγκατάσταση όλου του εμπορεύματος μέσα στο λογισμικό του wibbor, ο χρήστης, ο οποίος δοκιμάζει τα ρούχα, θα έχει τη δυνατότητα της διερεύνησης και της επιλογής του ρουχισμού το οποίο είναι διαθέσιμο εκείνη τη

στιγμή στο κατάστημα. Ο ρουχισμός σε διάφορα σχέδια, ποικιλία χρωμάτων και τα διαθέσιμα νούμερα διατίθεται διαδραστικά στο χρήστη διευκολύνοντας έτσι την εξυπηρέτηση τόσο των πελατών, όσο και του προσωπικού.

Σε κουρέια – κομμωτήρια

Στα συγκεκριμένα καταστήματα, οι απλοί καθρέφτες δίνουν τη θέση τους στο wibbor. Αυτό θα έχει ως αποτέλεσμα την κατάλληλη επιλογή του κουρέματος από τον πελάτη, καθώς θα έχει τη δυνατότητα της υποδείξης στον κουρέα – κομμωτή για το πρότυπο κούρεμα που επιθυμεί. Με το κατάλληλο πρόγραμμα, υπάρχει και η δυνατότητα και η προσαρμογή του κουρέματος στο πρόσωπο του ενδιαφερόμενου έτσι ώστε να φανεί αν ταιριάζει ή όχι. Η συγκεκριμένη δυνατότητα θα έχει ιδιαίτερη απήχηση στο γυναικείο φύλο, καθώς η αποτυχία της επιλογής του κατάλληλου τόνου στο χρώμα αποτελεί συνηθισμένο παράπονο των γυναικών. Με αυτό τον τρόπο, θα εξαλειφθούν τέτοιου είδους παρεξηγήσεις.

Στα καταστήματα με οπτικά

Αντίστοιχη περίπτωση με τα κομμωτήρια – κουρέια αποτελούν και τα καταστήματα με οπτικά. Το wibbor δίνει τη δυνατότητα της διαδραστικής προσαρμογής γυαλιών στο πρόσωπο του πελάτη, σε περίπτωση που κάποιο συγκεκριμένο μοντέλο γυαλιού δεν υπάρχει στο κατάστημα. Κι αυτό γιατί η επιλογή του κατάλληλου γυαλιού αποτελεί λεπτό ζήτημα. Η σωστή προσαρμογή στο πρόσωπο είναι αυτή που καθιστά την αγορά οπτικών επιτυχημένη. Και μέσω του wibbor αυτό επιτυγχάνεται σε μεγάλο βαθμό.

Σε γυμναστήρια

Τοποθετώντας έναν καθρέφτη σε έναν από τους τοίχους του γυμναστηρίου βοηθάει στον έλεγχο τη στάση του σώματός σας στην άρση των βαρών ή σε οποιαδήποτε άλλη άσκηση. Ένας καθρέφτης, άλλωστε, μεγαλώνει το χώρο, τον φωτίζει και βοηθάει καθώς θα εξελίσσεται η άσκηση. Με τη χρήση του wibbor, γίνεται η επιλογή της κατάλληλης άσκησης μέσω βίντεο το οποίο μπορεί να παίζει στο background ενώ παράλληλα θα φαίνεται το είδωλο του γυμναζόμενου στον καθρέφτη. Με αυτό τον τρόπο, οι ασκήσεις θα έχουν μεγάλο ποσοστό επιτυχίας ως προς τον τρόπο που εκτελούνται.

Για εκπαιδευτικούς λόγους

Στις σχολές χορού

Οι καθρέφτες στις σχολές χορού έχουν παρόμοια χρήση με τους καθρέφτες στα γυμναστήρια. Βοηθάει στον έλεγχο τη στάση του σώματός σας κατά την εκτέλεση του χορού. Το wibbor βοηθάει στην επιλογή του χορού με την προβολή βίντεο έτσι ώστε να υπάρχει μίμηση των κινήσεων και η εκμάθηση να είναι ευχάριστη και ευκολότερη. Με μια δόση υπερβολής, μπορεί να ειπωθεί το wibbor αντικαθιστά τον δάσκαλο ως προς το πρότυπο το οποίο μιμούνται οι εκπαιδευόμενοι.

Στα σχολεία

Το wibbor μπορεί να βοηθήσει σε παιδιά προσχολικής ηλικίας ώστε η εκμάθηση της γραφής να είναι ευκολότερη. Με τη διαδραστική κίνηση του χεριού στο χώρο και την άμεση καταγραφή της στο wibbor, το παιδί θα αποκτήσει μια αίσθηση της ορθής αλληλουχίας των κινήσεων ώστε να αποτυπω-

θούν σωστά τα γράμματα της αλφαβήτου. Η διαδικασία θα εκληφθεί από το παιδί ως παιχνίδι κάνοντας έτσι και το ρόλο του εκπαιδευτικού πιο ξεκούραστο. Με αυτό τον τρόπο, η μετάβαση της γραφής στο χαρτί θα είναι ευκολότερη.

Στην ιατρική

Η νοηματική γλώσσα είναι η φυσική γλώσσα της κοινότητας κωφών. Είναι μια πλήρης γλώσσα, η οποία χρησιμοποιεί τα ίδια είδη γραμματικού μηχανισμού που υπάρχουν και στην προφορική γλώσσα. Η ιδιαιτερότητα της νοηματικής γλώσσας έγκειται στο ότι είναι οπτικοκινητική και όχι προφορική. Δεν εκφράζεται, δηλαδή, με τη φωνή όπως η ομιλούμενη αλλά με τη κίνηση και μορφή των χεριών, την έκφραση του προσώπου, τις κινήσεις του σώματος. Έχει τους δικούς της γραμματικούς και συντακτικούς κανόνες που τη διαφοροποιούν σε μεγάλο βαθμό από την ομιλούμενη. Καλώς ή κακώς, η πλειοψηφία των ατόμων που δεν ανήκουν στην κοινότητα των κωφάλαλων δεν γνωρίζουν τη συγκεκριμένη γλώσσα. Το wibbor μπορεί να αποτελέσει τον κώδικα επικοινωνίας για κωφάλαλα άτομα ή σε άτομα με πρόβλημα στην ομιλία. Έχει τη δυνατότητα να «βλέπει» και να «διαβάζει» τις κινήσεις των χεριών του χρήστη και αυτόματα να τις «μεταφράζει» σε γραπτό λόγο. Έτσι, ο καθένας θα μπορεί να δει τι θέλει να πει ο χρήστης χωρίς να χρειάζεται να γνωρίζει την νοηματική γλώσσα. Με αυτό τον τρόπο, η επικοινωνία για αυτή την κοινότητα ανθρώπων θα γίνει πολύ ευκολότερη και δεν θα υπάρχει το αίσθημα της αποξένωσης και του αποκλεισμού.

9



ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ

Η σημερινή κοινωνία χαρακτηρίζεται από τη ραγδαία εξέλιξη της τεχνολογίας η οποία έχει εισβάλλει στην καθημερινή ζωή του σύγχρονου ανθρώπου. Τις τελευταίες δεκαετίες, ο καθημερινός βίος του μέσου ατόμου έχει αλλιάξει ριζικά εξαιτίας της τεχνολογίας δημιουργώντας πρωτόγνωρα δεδομένα αφενός για την περαιτέρω προώθηση της δημιουργικότητας, αφετέρου δε για τους στόχους που θέτουν πλέον οι άνθρωποι. Τα θετικά της εξέλιξης αυτής πολλά, πολλά και τα αρνητικά.

Αρχικά, ανανεώνει και βελτιστοποιεί τις συνθήκες εργασίας, ενώ, παράλληλα, η αύξηση της παραγωγικότητας και η ενίσχυση της οικονομίας προκύπτει με μικρότερο κόστος και σε συντομότερο χρόνο. Επιπλέον, η τεχνολογική εξέλιξη έχει βρει άριστη εφαρμογή στο χώρο της υγείας επιτρέποντας τη βελτίωση των χειρουργικών επεμβάσεων κατά τέτοιο τρόπο ώστε να γίνονται πιο αποτελεσματικές. Βελτιώνει την καθημερινότητα των πολιτών καθώς από την παροχή ταχύτερων και ασφαλέστερων μεταφορών, μέχρι την εξέλιξη των μέσων επικοινωνίας, προκύπτουν πολλαπλά οφέλη για τους πολίτες τόσο σε προσωπικό όσο και σε επαγγελματικό επίπεδο. Το μεγαλύτερο επίτευγμα της τεχνολογίας είναι το διαδίκτυο. Το διαδίκτυο δίνει ελεύθερο βήμα έκφρασης στους πολίτες γεγονός που επιτρέπει την ευκολότερη διάδοση ιδεών και απόψεων. Πλέον μπορούν να εμπλουτίσουν κατά πολύ τις πηγές ενημέρωσής τους και τις πηγές αντίληψης νέων ιδεών, διασφαλίζοντας έτσι μια πρωτόγνωρη ελευθερία στη διαμόρφωση των απόψεών τους.

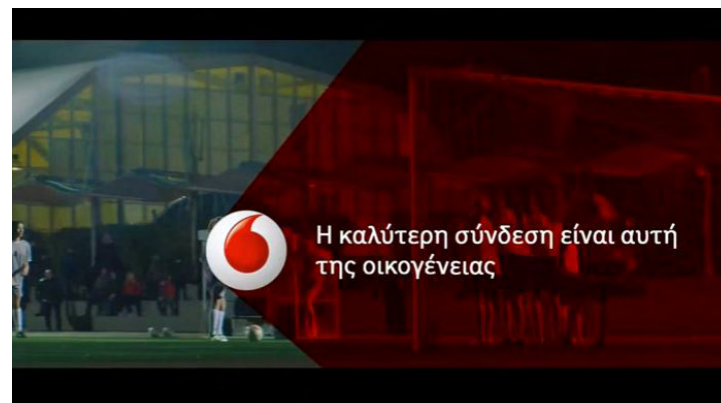
Στην αντίθετη όχθη, η ραγδαία εξέλιξη της τεχνολογίας έχει επιφέρει και αρκετά αρνητικά αποτελέσματα στην κοινωνία του ανθρώπου. Η εξέλιξη της τεχνολογίας έχει επιτρέψει αφενός την αυτοματοποίηση στη βιομηχανική και βιοτεχνική παραγωγή κι αφετέρου τη μείωση των γραφειοκρατικών αναγκών, με άμεσο αποτέλεσμα τον περιορισμό των αναγκών σε ανθρώπινο δυναμικό. Επιπλέον, παρατηρείται σταθερή ενίσχυση του καταναλωτισμού και του υλι-

κού ευδαιμονισμού. Οι άνθρωποι σπεύδουν να αγοράσουν κάθε νέο προϊόν, έστω κι αν δεν εξυπηρετεί κάποια άμεση ανάγκη τους. Επίσης, τα σύγχρονα μέσα μαζικής επικοινωνίας λειτουργούν ως μέσα χειραγώγησης των πολιτών.

Το wiibbor, όντας ένα άκρως τεχνολογικό προϊόν, ενισχύει τα θετικά της τεχνολογίας προσφέροντας μια ευκολότερη και ποιοτικότερη ποιότητα ζωής στον σύγχρονο άνθρωπο. Πολλοί θα αναρωτιούνται για το ποια είναι η καινοτομία και η χρησιμότητά του από τη στιγμή που σχεδόν όλες οι λειτουργίες του μπορούν να πραγματοποιηθούν μέσω ενός smartphone ή ενός tablet. Κατ'αρχήν, η καινοτομία του έγκειται στο γεγονός ότι απαντάει στο βασικό ερώτημα της συγκεκριμένης εργασίας. Η άμεση καταγραφή μιας σημείωσης – σκέψης – ιδέας, σε χώρους εντός (και εκτός) του σπιτιού όπου πριν ήταν αδύνατο να πραγματοποιηθεί, είναι πλέον γεγονός. Η καινοτομία ενισχύεται από το γεγονός ότι η καταγραφή μπορεί να γίνει χωρίς να υπάρχει η σωματική επαφή με το αντικείμενο, αλλά δίνεται η δυνατότητα του χειρισμού του από απόσταση.

Η διαρκής και καθημερινή χρήση του smartphone και του tablet έχει φτάσει σε σημείο εθισμού. Το αίσθημα της ανησυχίας, ακόμη και του φόβου, που αισθάνεται ο άνθρωπος όταν ξεχνάει το κινητό του στο σπίτι ενισχύει την συγκεκριμένη θέση περί εθισμού. Η συγκεκριμένη τάση είναι τόσο μεγάλη που ακόμη και εταιρίες οι οποίες έχουν άμεσο οικονομικό και κερδοσκοπικό όφελος από αυτή, παίρνουν τα μέτρα τους ώστε να καταπολεμηθεί.

Πιο συγκεκριμένα, η Vodafone, μία από τις μεγαλύτερες σε χρηματιστηριακή αξία επιχειρήσεις κινητής τηλεφωνίας παγκοσμίως, δημοσίευσε μία τηλεοπτική διαφήμιση η οποία περιγράφει μέσα σε λίγα δευτερόλεπτα τη σύγχρονη πραγματικότητα του 21ου αιώνα. Η διαφήμιση ξεκινάει με τη φράση «αξίζει να έχεις την καλύτερη σύνδεση», δικαιολογώντας έτσι το προϊόν που εμπορεύεται (υπηρεσίες κινητής τηλεφωνίας και διαδικτύου). Στη συνέχεια, αναφέρει το γεγονός ότι ο σύγχρονος άνθρωπος έχει μόνο 48 λεπτά ποι-





οτικού χρόνου που περνάει με την οικογένεια του, βάση έρευνας FocusBari 12/2016. Από αυτό το στατιστικό βγαίνει το συμπέρασμα ότι οι ρυθμοί ζωής ενός δημιουργικού ανθρώπου είναι τόσο έντονοι όπου ο μέγιστος χρόνος που μπορεί να αφιερώσει στην οικογένεια του είναι μόλις 48 λεπτά! Χρόνος ο οποίος δεν επαρκεί ώστε να βιώσει τις χαρές, τις λύπες, τις ανησυχίες της ίδιας του της οικογένειας. Έχοντας αυτό ως δεδομένο, η διαφήμιση προτρέπει να απενεργοποιήσει ο καταναλωτής το smartphone, totablet ή το laptop του, γεγονός που έρχεται σε αντίφαση με το προϊόν που εμπορεύεται!

Ένα άλλο χαρακτηριστικό παράδειγμα λήψης μέτρων απέναντι στον εθισμό του ατόμου στο smartphone είναι η επανακυκλοφορία του κινητού της NOKIA 3310. Ζώντας σε μια κοινωνία όπου το κινητό τηλέφωνο όχι μόνο έχει αντικαταστήσει, σχεδόν πλήρως, τον υπολογιστή σε λειτουργίες, αλλά προστίθενται σε αυτό οθονές και περισσότερες δυνατότητες καθιστώντας το ως μια υπερσυσκευή, η φινλανδική εταιρεία κινητής τηλεφωνίας επανακυκλοφορεί μια συσκευή κινητού τηλεφώνου η οποία δεν έχει μέσα στις λειτουργίες του ούτε καν wifi! Προφανώς, με αυτό τον τρόπο θέλει να «ξεκολλήσει» το χρήστη από το κινητό του, θέλει να τον απαλλάξει από τον εθισμό του, θέλει να τον κάνει να σηκώνει και πάλι το κεφάλι του από την οθόνη του κινητού του. Και σε αυτή την περίπτωση, η εταιρεία χάνει στον ανταγωνισμό με τις άλλες εταιρείες οι οποίες προσθέτουν νέες ρυθμίσεις, λειτουργίες και δυνατότητες.

Σε αυτό, ακριβώς, το μήκος κύματος κινείται και το wiibbor. Οι λειτουργίες του διασκορπίζονται τόσο εντός όσο και εκτός της οικίας. Με αυτό τον τρόπο επιχειρεί να απεγκλωβίσει το άτομο από τα δεσμά του κινητού του, χωρίς να τον απομακρύνει τόσο από την τεχνολογία, όσο και από τις δυνατότητες που του προσφέρει η τεχνολογία. Πρόκειται για ένα προϊόν, το οποίο συνδυάζει βασικές ανάγκες του χρήστη σε μια καθημερινής χρήσης «έξυπνη» συσκευή. Μπορεί να παρέχει ταυτόχρονα ενημέρωση και ψυχαγω-

γία. Το γεγονός ότι μπορεί να συναντήσει το wibbor σε ιδιωτικούς, κοινό-χρηστους και δημόσιους χώρους δίνει την αίσθηση της σιγουριάς και της ασφάλειας στο χρήστη. Η εύκολη χρήση του το καθιστά προσεγγίσιμο ακόμη και σε άτομα που δεν είναι τόσο εξοικειωμένα με την τεχνολογία. Η ευρεία χρήση του τόσο σε πολλές πτυχές της καθημερινότητας όσο και η χρήση του από όλες τις ηλικίες είναι το στοιχείο που το καθιστά επιτυχημένο.

Το wibbor έρχεται να διευκολύνει την καθημερινότητα του σύγχρονου ανθρώπου του 21ου αιώνα, απεγκλιωβίζοντάς το, παράλληλα, από τον εθισμό της εποχής.





10



ΔΙΑΔΙΚΤΥΑΚΕΣ ΠΗΓΕΣ & ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ



1.«RICHARD FLORIDA : Δύο βιβλία για δημιουργικές πόλεις»

The Rise of the Creative Class, 2002

Cities and the Creative Class, 2005

2. <http://www.idealstandard.gr/enhmerwsh-typoy/2013-04-08-bathroomresearch.html?nsID=4310&cHash=4e8d00310114a6508900d5d52d7b0281>

3. <http://www.akx.gr>

4. https://floroieikastikoi.blogspot.gr/2011/07/blog-post_9691.html

5. <http://www.decobook.gr/texnika-arthra/mpanio-kouzina/658--wc>

6. <https://www.youtube.com/watch?v=litXW91UauE>

7. <https://www.youtube.com/watch?v=-vNCTiIF8xY>

8. http://ebooks.edu.gr/modules/ebook/show.php/DSGL105/229/1694,5432/extras/texts/indexl_2_parallilo_keimeno_1.html

9. <http://www.vita.gr/mindandbody/alternative/article/6516/ydrotherapeia-kat-oikon/>

10. <http://courses.arch.ntua.gr/112601.html>

11. <http://www.inconsulting.gr/steamproperties/>

12. <http://terrapapers.com/?p=31704>

13. <http://www.lifo.gr/team/u12321/38396>

14. Ιστορία φυσικής αγωγής 1998, Θωμά Γιαννάκη

15. <https://www.youtube.com/watch?v=Kaf8gEIBZ-8>

16. https://en.wikipedia.org/wiki/Dove_Real_Beauty_Sketches

17. <http://www.newsgeneration.com/2014/04/11/pr-case-study-dove-real-beauty/>
18. <http://www.businessinsider.com/how-doves-real-beauty-sketches-became-the-most-viral-ad-video-of-all-time-2013-5>
19. <https://www.twowaymirrors.com/smart-mirror/#1455732739164-9c4eb024-ef41>
20. <http://www.sliceoflime.com/>
21. <http://popaganda.gr/internet-things-aftos-o-megalos-agnostos/>
22. Mechanization takes command, Siegfried Giedion, New York, 1948

