

# 3. Τυπολογία δημιουργικών ατόμων



Διακρίνουμε 4 τύπους δημιουργικών ατόμων, το **δεξιότεχνη**, τον **καινοτόμο**, τον **ενδοσκοπικό** και τον **πειστικό**.

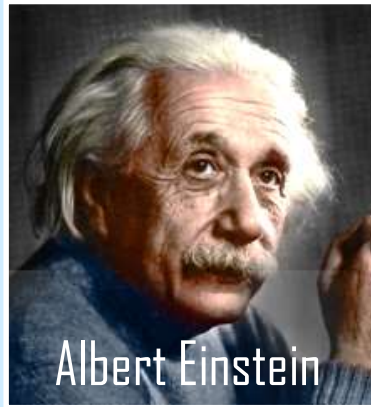


Wolfgang Mozart

1

Ο δεξιότεχνης

Δραστηριοποιείται σε συγκεκριμένο πεδίο, έχει επίγνωση των ορίων του, και υλοποιεί το έργο του στο υψηλότερο επίπεδο του πεδίου δραστηριοποίησής του.

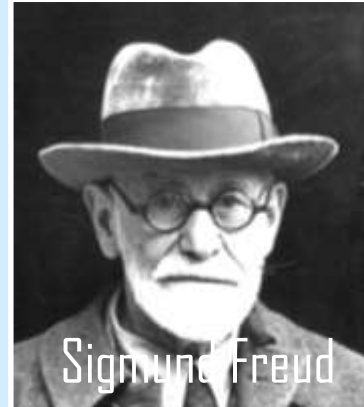


Albert Einstein

2

Ο καινοτόμος

Ανεξάρτητα από τις επαγγελματικές του δεξιότητες, θέλει να υπερβεί τα όρια της τρέχουσας πραγματικότητας, δημιουργώντας νέα πεδία δράσης.

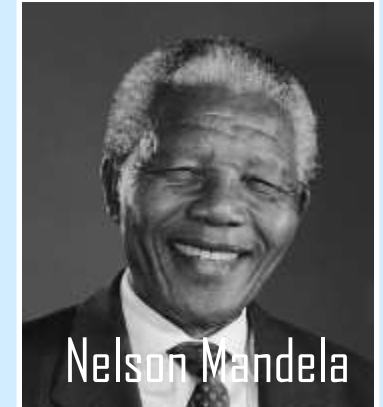


Sigmund Freud

3

Ο ενδοσκοπικός

Έχει την τάση να εξερευνά τον ψυχισμό του παρατηρώντας εσωτερικές διεργασίες, ή να στρέφει την προσοχή του στις κοινωνικές επιστήμες, όπως ο Φρόιντ, ή ο Γιούνγκ.

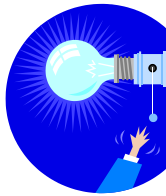


Nelson Mandela

4

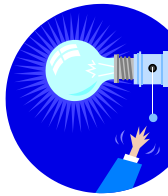
Ο πειστικός

Είναι σε θέση να εξερευνά τον ψυχισμό και να παρατηρεί εσωτερικές του διεργασίες, αλλά ασκεί τις δημιουργικές του δεξιότητες για να επηρεάζει ή να αλλάξει τους άλλους, όπως ο Μαντέλα ή ο Γκάντι.



# 4. Κατηγορίες δημιουργικών έργων

# 4. Κατηγορίες δημιουργικών έργων



Η έννοια της **δημιουργικής συνεισφοράς**.

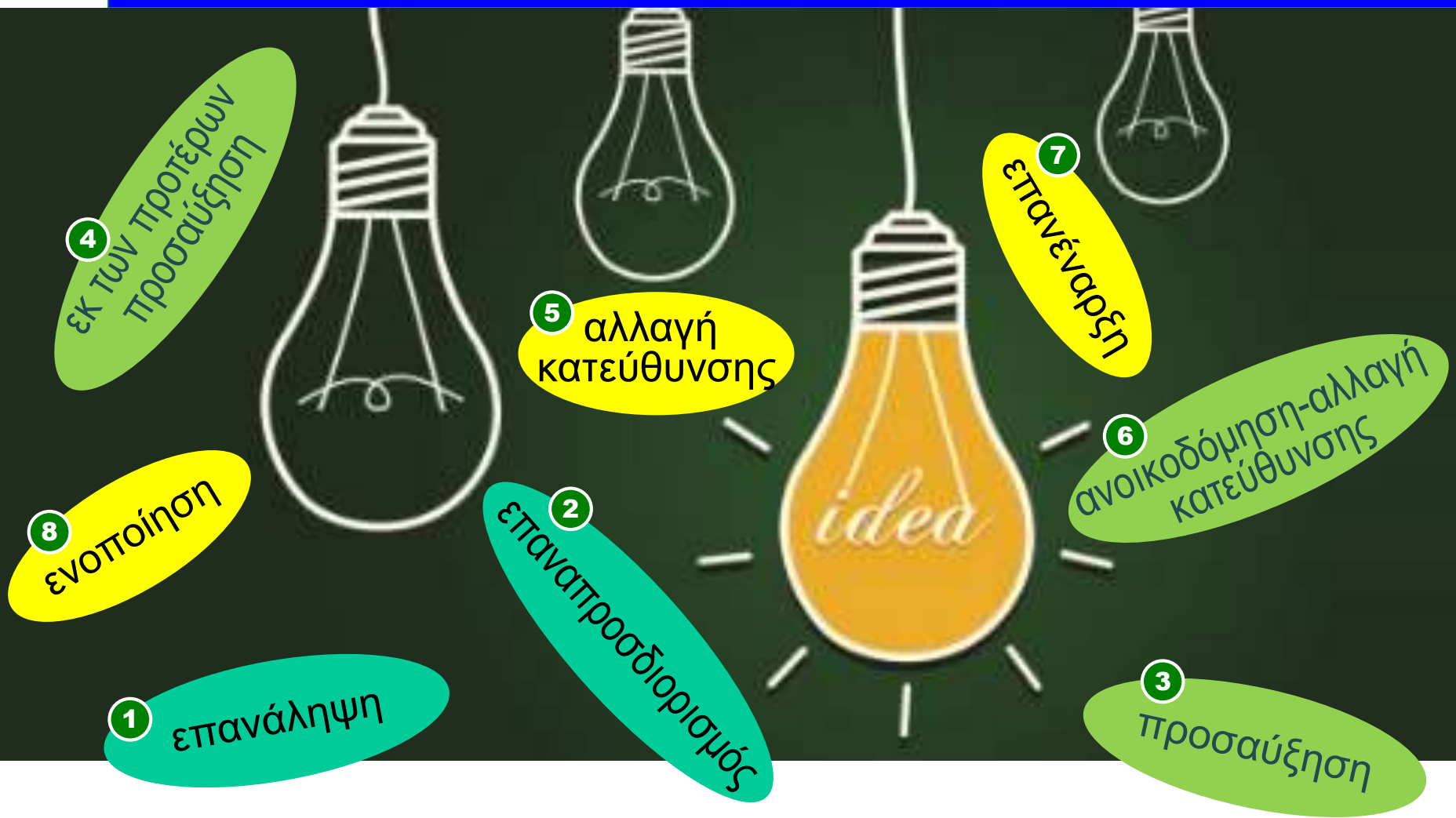
Η *δημιουργική συνεισφορά* αντιπροσωπεύει μια προσπάθεια να ωθήσει ο δημιουργός ένα *πεδίο* (field) από οπουδήποτε και αν είναι, οπουδήποτε ο δημιουργός πιστεύει ότι το πεδίο θα πρέπει να πάει.

Η έννοια του **πεδίου**.

Ως *πεδίο* εννοούμε μια συγκεκριμένη και οριοθετημένη περιοχή γνώσης, εμπειρίας ή δραστηριότητας όπως:

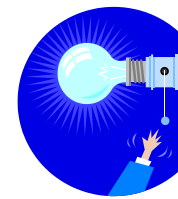
- Ένα **επιστημονικό πεδίο**, μια **ακαδημαϊκή περιοχή** (π.χ. το πεδίο των οικονομικών/ των εμπορικών επιστημών/ του μάρκετινγκ/ κλπ.),
- Ένα **πεδίο επαγγελματικής δραστηριότητας** (π.χ. διαφήμιση/ τηλεοπτική διαφήμιση/ διαφήμιση στο internet/ διαφήμιση στα social media κλπ.),
- Έναν συγκεκριμένο **τομέα γνώσεων και δεξιοτήτων** (π.χ. μουσική/ κλασική μουσική/ θρησκευτική μουσική/ ροκ μουσική/ κλπ.),
- Έναν καθορισμένο **τομέα πρακτικής** (π.χ. αθλητισμός/ επαγγελματικός αθλητισμός/ ποδόσφαιρο/ κλπ. Χριστιανισμός/ Καθολικισμός/ Προτεσταντισμός/ κλπ.).

# 4. Παραδείγματα δημιουργικών έργων

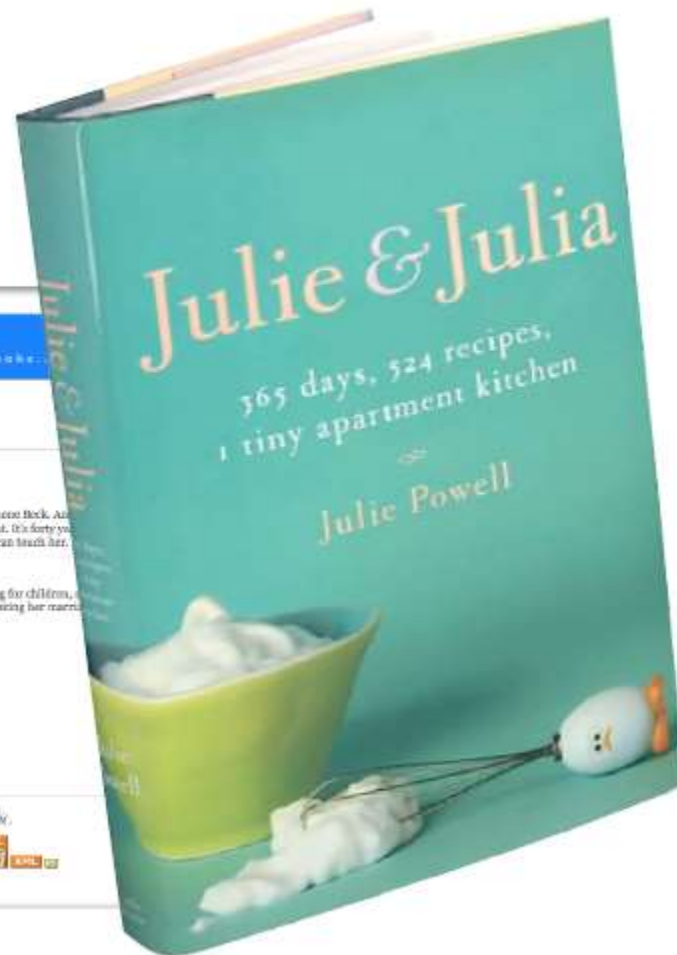


# 4. Παραδείγματα δημιουργικών ιδεών

## (1. Julie & Julia)



επανάληψη

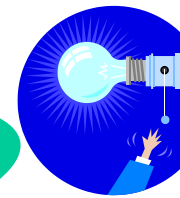


### Julie & Julia

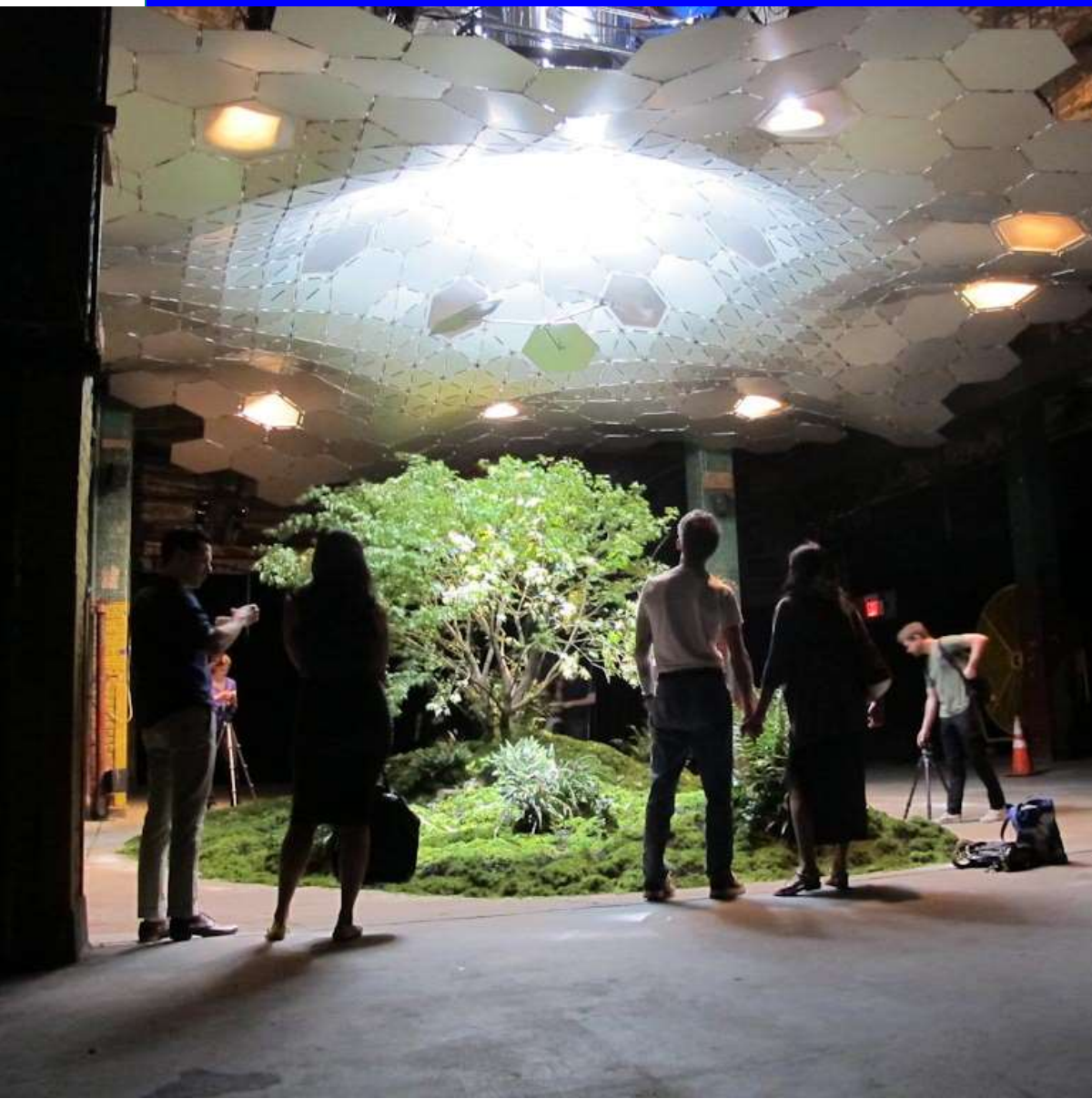
In 2002 Julie Powell started a blog in which she recreated (in one year) every recipe from Julia Child's "Mastering the Art of French Cooking".

# 4. Παραδείγματα δημιουργικών ιδεών

(2. Το υπόγειο πάρκο)



επανάπροσδιορισμός



## Το υπόγειο πάρκο

The Lowline Lab

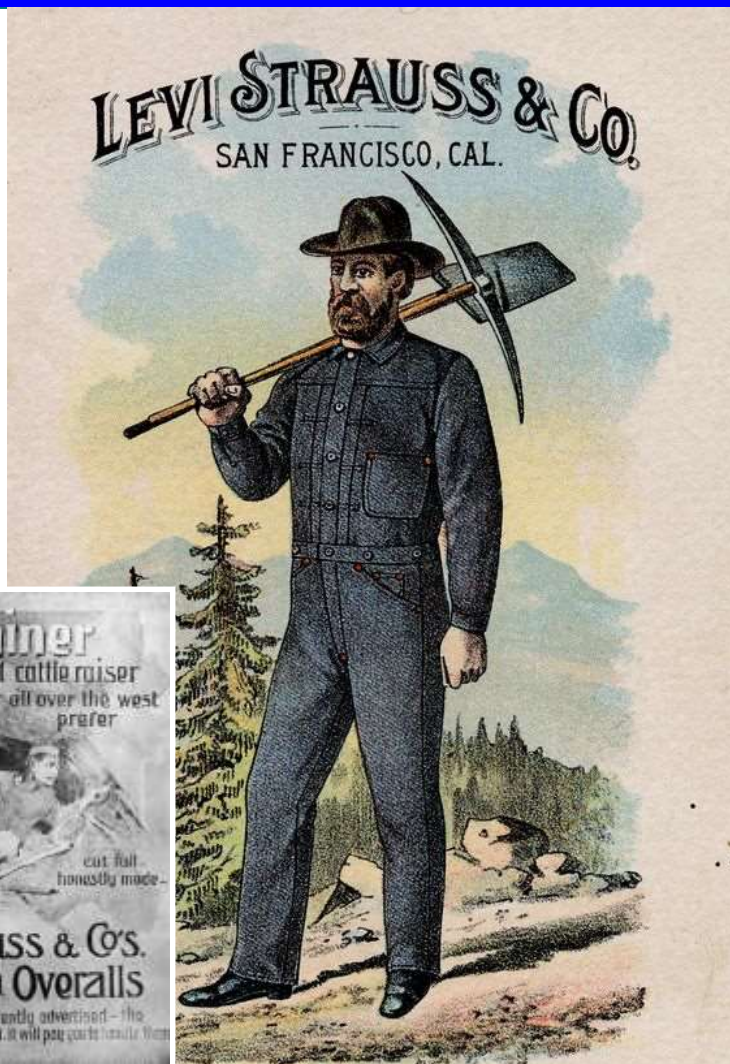
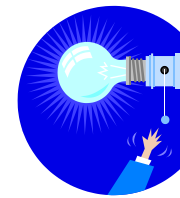
Developed by Dan Barasch and James Ramsey

“It’s not like any park you’ve ever seen before,” says Dan Barasch of the Lowline, an abandoned trolley terminal in New York City’s Lower East Side that he and architect James Ramsey are trying to turn into an acre of lush green space, replete with flowering plants and areas to relax in the sun.

The key: a “remote skylight” dish system that captures sunlight from surrounding rooftops and funnels it underground via fiber-optic cable; once there, it’s beamed out via reflective dome, enabling plants to grow. To prove the technology works, Barasch and Ramsey opened the Lowline Lab; it’s a prototype version of the final park, which is still several approvals — and \$70 million in funding — away from completion. But Barasch, who attracted more than 3,300 backers on Kickstarter, is undeterred. Even forgotten places, he says, can still be used “for public good.”

# 4. Παραδείγματα δημιουργικών ιδεών

(3. Η εφεύρεση του τζιν)



**RIVETED BLOUSE AND RIVETED OVERALL**

SEE TRADE MARK ON REVERSE SIDE

## Η εφεύρεση του τζιν

Το 1850, ένας 20χρονος βαυαρός μετανάστης, ο **Λιβάι Στρος**, ξεκίνησε από τη Νέα Υόρκη για την Καλιφόρνια, ακολουθώντας το ρεύμα των χρυσοθήρων. Πωλούσε το ανθεκτικό **καραβόπανο**, που είχε χρησιμοποιήσει ο Κολόμβος, για την κατασκευή σκηνών και σκεπτάστρων για τα βαγονέτα. Αυτό που χρειαζόνταν, όμως, περισσότερο οι χρυσοθήρες ήταν ρούχα που να αντέχουν στις δοκιμασίες της Άγριας Δύσης.

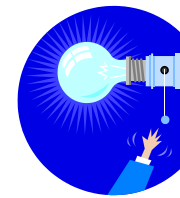
Έτσι, ο Στρος σκέφτηκε να χρησιμοποιήσει το ύφασμά του για να φτιάξει ανθεκτικά παντελόνια. Τα παρουσίασε στις 6 Ιουνίου 1850 κι έγιναν ανάρπαστα. Λόγο της γενοβέζικης καταγωγής τους - τζένοαν για τους αμερικανούς - ονομάστηκαν τζινς.

Σύντομα, όμως, οι χρυσοθήρες άρχισαν να διαμαρτύρονται ότι το σκληρό караβόπανο τους προκαλούσε διάφορους ερεθισμούς. Για το λόγο αυτό, ο Στρος αποφάσισε να αντικαταστήσει το ύφασμα με ένα γαλλικό βαμβακερό, διαγώνιας ύφανσης, το οποίο ονομαζόταν Serge de Nimes κι έγινε γνωστό ως ντένιμ - δίμιτο στα ελληνικά.

Ένα άλλο σημαντικό πρόβλημα που αντιμετώπιζαν οι εργάτες στα ορυχεία ήταν ότι οι τσέπες τους σκίζονταν εύκολα. Τη λύση σκέφτηκε ένας πελάτης του Στρος, ο Τζέικομπ Ντέιβις, και δεν ήταν άλλη από τις μεταλλικές κόπιτσες που φέρουν και τα σημερινά τζινς. Όμως, δεν διέθετε τα απαραίτητα χρήματα για να κατοχυρώσει την ιδέα του. Πρότεινε, λοιπόν, στον Λιβάι Στρος να πληρώσει εκείνος για την πατέντα και να μοιραστούν τα κέρδη από την εμπορική εκμετάλλευσή της. Το πρώτο παντελόνι με κόπιτσες πωλήθηκε στις 20 Μαΐου του 1874, στην τιμή των 13 δολαρίων η δωδεκάδα.

# 4. Παραδείγματα δημιουργικών ιδεών

(3. Η εφεύρεση του τζιν)



προσαύξηση



Το πρώτο λογότυπο της Levis

Τα πρώτα τζιν, έως τις αρχές του 1860, ήταν μπλε, αλλά ήδη είχαν τον κωδικό 501. Τότε ήταν που κυριάρχησε το μπλε, καθώς είναι το χρώμα που λερώνεται λιγότερο. Η δερμάτινη ετικέτα, που απεικονίζει δύο άλογα να τραβούν ένα τζιν, προστέθηκε στο πίσω μέρος του παντελονιού το 1886. Η εταιρία Levi Strauss & Co, η οποία είχε ιδρυθεί από το 1853, χρησιμοποίησε αυτή την παράσταση για να διαφημίσει την ανθεκτικότητα των προϊόντων της.

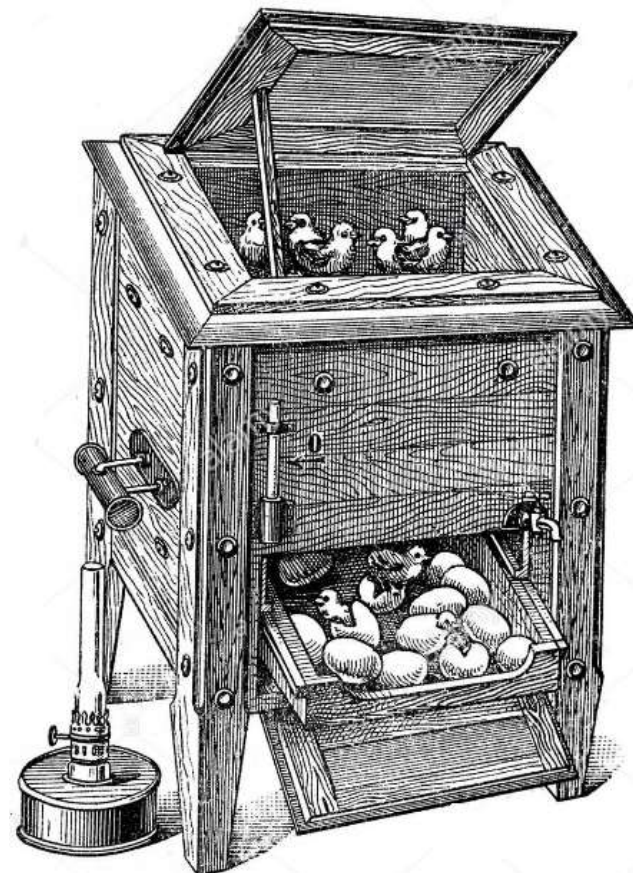
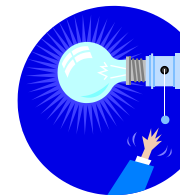
Μέχρι τον Β' Παγκόσμιο Πόλεμο το τζιν παρέμεινε ένα ρούχο εργασίας. Στη δεκαετία του '50 η εξέγερση των νέων ενάντια στον κοινωνικό κομφορμισμό έφερε τη μαζική εξάπλωσή του. Μία έρευνα το 1958 στις Η.Π.Α. αποκάλυπτε ότι το 90% των νέων φορούσε το τζιν σε όλες τις περιστάσεις. Ανάλογη πορεία ακολούθησε και στην Ευρώπη, ενώ το 1970 αποτέλεσε τη νέα πρόταση στις παριζιάνικες πασαρέλες από τον γάλλο σχεδιαστή μόδας Yve Saint Laurent.





# 4. Παραδείγματα δημιουργικών ιδεών

(4. Η εφεύρεση της θερμοκοιτίδας)

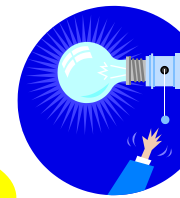


Εκκολαπτική μηχανή (egg incubator)  
των αρχών του προηγούμενου αιώνα.

Στα τέλη της δεκαετίας του 1870, ο γυναικολόγος Stephane Tarnier σε μια επίσκεψη του στο ζωολογικό κήπο, συνάντησε μια έκθεση εκκολαπτηρίων για πουλερικά. Η θέα των εκκολαπτηρίων που βοηθούσαν στη γέννηση και την επιβίωση των μικρών πουλιών δημιούργησε στον Tarnier ένα συνειρμό για την κατασκευή ενός αντίστοιχου μηχανισμού, ο οποίος όμως θα βοηθούσε στην ανάπτυξη ανθρώπινων νεογνών, τη γνωστή σήμερα **θερμοκοιτίδα**.

# 4. Παραδείγματα δημιουργικών ιδεών

(4. Η εφεύρεση της θερμοκοιτίδας)



αλλαγή  
κατεύθυνσης

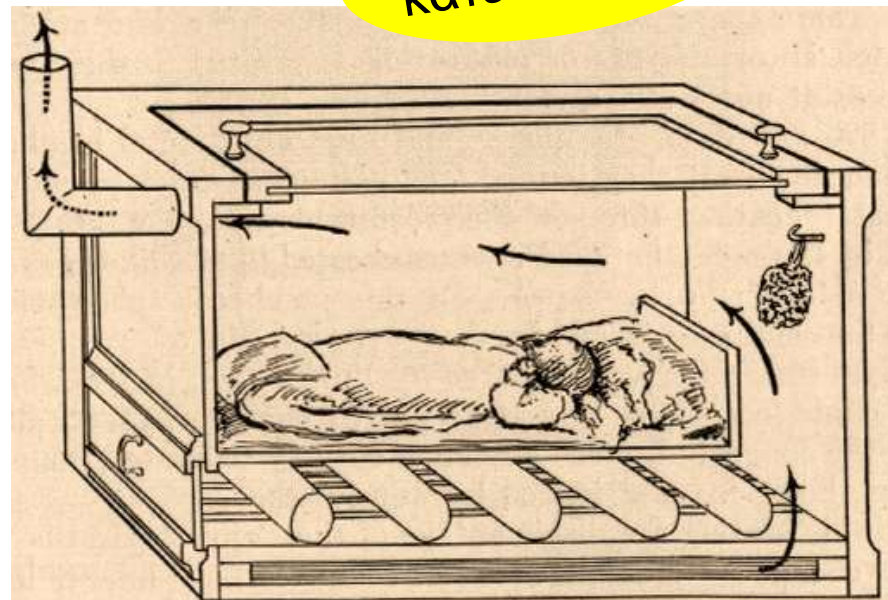


FIG. 132.—Tarnier incubator.

<http://www.neonatology.org/classics/hess1922/hess.9.html>.

Για να υλοποιήσει την ιδέα του ο Tarnier προσέλαβε την **Odile Martin**, υπεύθυνη του εκκολαπτηρίου του ζωολογικού κήπου, για να κατασκευάσει έναν αντίστοιχο μηχανισμό, για την υποστήριξη ανθρώπινων νεογνών, τα οποία παρουσίαζαν υψηλή πιθανότητα θνησιμότητας.

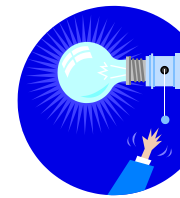
Για να μελετήσει την αποτελεσματικότητα της νέας συσκευής, η οποία εγκαταστάθηκε στο μαιευτήριο του Παρισιού όπου εργάζονταν ο Tarnier ξεκίνησε μια μελέτη 500 νεογνών. Το αποτέλεσμα ήταν εντυπωσιακό: Ενώ το ποσοστό θνησιμότητας των

ελλειποβαρών νεογνών που πέθαιναν τις πρώτες βδομάδες, ήταν 66%, το ποσοστό θνησιμότητας αυτών που είχαν τοποθετηθεί στη συσκευή του Tarnier, ήταν 38%, περιορίζοντας στο μισό το ποσοστό θνησιμότητας.

Το γεγονός του περιορισμού της θνησιμότητας, σε συνδυασμό με την στατιστική ανάλυση του γιατρού, συντάραξε το ιατρικό κατεστημένο του Παρισιού, δίνοντας σημαντική ώθηση στην υιοθέτηση του νέου ιατρικού εργαλείου, της **θερμοκοιτίδας**.

# 4. Παραδείγματα δημιουργικών ιδεών

## (5. Η “εκ νέου” εφεύρεση της θερμοκοιτίδας)



Σύγχρονη θερμοκοιτίδα

Οι σύγχρονες θερμοκοιτίδες είναι περίπλοκοι και ακριβοί μηχανισμοί, με υψηλό κόστος που συνήθως υπερβαίνει τις 40.000€. Λόγω της πολυπλοκότητας του μηχανισμού τους, όταν χαλάσει μια θερμοκοιτίδα, για να επισκευαστεί χρειάζεται εξειδικευμένες, υψηλού επιπέδου τεχνικές γνώσεις, καθώς και πολύ ακριβά ανταλλακτικά.

Σαν αποτέλεσμα των ανωτέρω, θερμοκοιτίδες που είχαν δωριστεί σε νοσοκομεία αναπτυσσόμενων χωρών, όταν χαλούσαν έβγαιναν εκτός λειτουργίας, καθώς δεν μπορούσαν να επισκευαστούν από ντόπιους τεχνικούς, ή λόγω ελλείψεων ανταλλακτικών. Σύμφωνα με έρευνα το 95% του ιατρικού εξοπλισμού που δόθηκε σε αναπτυσσόμενες χώρες χάλασε στα πρώτα 5 χρόνια της λειτουργίας του.

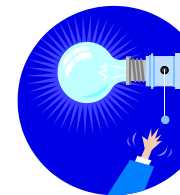
Το γεγονός αυτό, εντόπισε ο τότε φοιτητής του MIT **Timothy Prestero**, και αποφάσισε τον ανασχεδιασμό μιας θερμοκοιτίδας, βασίζοντας το νέο σχέδιο σε μηχανολογικά στοιχεία που θα μπορούσαν να βρεθούν εύκολα στην αγορά μιας αναπτυσσόμενης χώρας.



Timothy Prestero

# 4. Παραδείγματα δημιουργικών ιδεών

## (5. Η “εκ νέου” εφεύρεση της θερμοκοιτίδας)



Ο Prestero, ιδρυτής του οργανισμού Design that matters, σχεδίασε μια νέα θερμοκοιτίδα, στην οποία απέκλεισε την σύνθετη και πολύπλοκη ιατρική τεχνολογία και βασιζόμενος σε μηχανολογικές λύσεις προερχόμενες από την βιομηχανία του αυτοκινήτου.

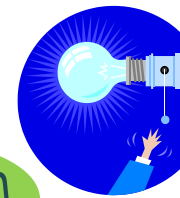
Η ιδέα προέρχονταν από ένα γιατρό τον **Jonathan Rosen** ο οποίος είχε παρατηρήσει ότι ακόμα και στην μικρότερη πόλη των αναπτυσσόμενων χωρών τα αυτοκίνητα ήταν σε πλήρη λειτουργία. Έτσι πρότεινε να κατασκευαστεί μια θερμοκοιτίδα από εξαρτήματα αυτοκινήτων.

Τρία χρόνια μετά την πρόταση του Rosen η ομάδα σχεδιασμού του Prestero, παρουσίασε μια συσκευή που ενώ εξωτερικά έμοιαζε με θερμοκοιτίδα, εσωτερικά ήταν κατασκευασμένη από εξαρτήματα αυτοκινήτου. Φανάρια έδιναν θερμότητα, ανεμιστήρες από το ταμπλό έδιναν φιλτραρισμένο αέρα. Απλά κουδούνια έδιναν σήμα κινδύνου, κλπ.

Ο νέος σχεδιασμός αξιοποιούσε δύο σημαντικούς πόρους, την ύπαρξη ανταλλακτικών και την τεχνογνωσία των τοπικών τεχνιτών για την επισκευή σε περίπτωση βλάβης.

# 4. Παραδείγματα δημιουργικών ιδεών

(5. Η “εκ νέου” εφεύρεση της θερμοκοιτίδας)



ανοικοδόμηση-αλλαγή  
κατεύθυνσης

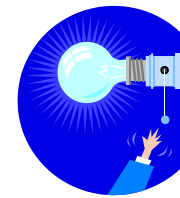
The screenshot shows the TIME Lists website interface. At the top left, there is a red 'LEADER UNFREE SUBSCRIBE' button. The main navigation bar includes 'Home', 'NewsFeed', 'U.S.', 'Politics', 'World', 'Business', 'Tech', 'Health', and 'Science'. The article title is 'The 50 Best Inventions of 2010' with a right arrow icon. Below it is the sub-title 'NeoNurture Incubator' and the author 'By Alice Park | Thursday, Nov. 11, 2010'. The article text begins with 'The genius of the NeoNurture incubator, developed by university students in the U.S., is that it employs an underutilized resource (old car parts) to address a critical need: functioning incubators to nurture premature'.

Η θερμοκοιτίδα που σχεδίασε ο Prestero και η ομάδα του ονομάστηκε **ΝεοΑνατροφάς** (NeoNurture) και το 2010 συμπεριλήφθηκε από το περιοδικό TIME μεταξύ των 50 σημαντικότερων εφευρέσεων της χρονιάς.



# 4. Παραδείγματα δημιουργικών ιδεών

## (6. Το πρώτο “κινητό”)



ΕΚ ΤΩΝ ΠΡΟΤΕΡΩΝ  
ΠΡΟΣΑΥΞΗΣΗ

Motorola: Το πρώτο κινητό τηλέφωνο

Η περιπέτεια της κινητής τηλεφωνίας ξεκίνησε αμέσως μετά τον Β' Παγκόσμιο Πόλεμο, με τις πρώτες προσπάθειες των Σουηδών, Φιλανδών και Αμερικανών. Όμως, ως ληξιαρχική πράξη γέννησής της θεωρείται η 3η Απριλίου 1973.

Ήταν ένα μουντό ανοιξιάτικο πρωινό στη Νέα Υόρκη. Ο δόκτωρ Μάρτιν Κούπερ της Motorola, περπατούσε σ' ένα δρόμο της αμερικάνικης μεγαλούπολης κρατώντας στα δυο του χέρια μια συσκευή που έμοιαζε με φορητό ασύρματο. Είχε ύψος 25 εκατοστά και βάρος 900 γραμμάρια. Ήταν το πρώτο σύγχρονο κινητό τηλέφωνο με τον κωδικό MotorolaDynaTAC. Σχημάτισε τον αριθμό του βασικού ανταγωνιστή του, Τζόελ Ένγκελ, που δούλευε για λογαριασμό της Bell Labs.

«Γεια σου Τζο, σου μιλάω από ένα αληθινό κινητό τηλέφωνο» του είπε. «Παρότι δεν είχαμε τις καλύτερες των σχέσεων, μου συμπεριφέρθηκε πολύ ευγενικά», δήλωσε χρόνια αργότερα ο Κούπερ σε μια συνέντευξή του. Η Bell πήρε τη ρεβάνς το 1978, κατασκευάζοντας το πρώτο δοκιμαστικό δίκτυο κινητής τηλεφωνίας, που ήταν αναγκαίο για την εξέλιξη και την εμπορική εκμετάλλευση του κινητού.

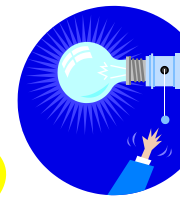
Μέχρι τα τέλη της δεκαετίας του '80 τα κινητά τηλέφωνα ήταν ογκώδη για να μεταφέρονται στην τσέπη κι έτσι ήταν εγκατεστημένα κυρίως σε αυτοκίνητα. Το πρώτο κινητό που έλαβε άδεια έγκρισης ήταν το μοντέλο της Μοτορόλα DynaTAC8000X. Υπήρξε η ναυαρχίδα των λεγόμενων κινητών πρώτης γενιάς (1G).



Ο Μάρτιν Κούπερ με το πρωτότυπο MotorolaDynaTAC.

# 4. Παραδείγματα δημιουργικών ιδεών

## (7. Το πρώτο “έξυπνο κινητό”)



ενοποίηση

iPhone: Το πρώτο “έξυπνο κινητό” για καταναλωτές

Το πρώτο iPhone κυκλοφόρησε τον Ιανουάριο του 2007, προσφέροντας μια σειρά από εξελιγμένες δυνατότητες επικοινωνίας με το χρήστη όπως τη βαρυτική κύλιση του μενού, την ανίχνευση πολλαπλής επαφής (δύο δάχτυλα ταυτόχρονα), καθώς επίσης και μια σειρά από άλλες δυνατότητες οι οποίες όμως προσφέρονταν από άλλες συσκευές, όπως ενσωματωμένο GPS, γυροσκοπική πυξίδα, κάμερα, χάρτες, δυνατότητα εγγραφής φωνής, εγγραφής video, web browser, και ένα online κατάστημα μέσα από το οποίο ο χρήστης μπορούσε να προμηθευτεί πληθώρα νέων εφαρμογών δωρεάν ή με πληρωμή οι οποίες επέκτειναν τη λειτουργία του τηλεφώνου κλπ.

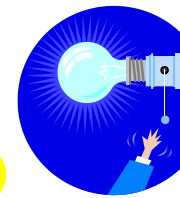
Η νέα συσκευή διασυνδεδεμένη στο διαδίκτυο ολοκλήρωνε, με ένα μοναδικό τρόπο τις λειτουργίες τριών συσκευών, του κινητού τηλεφώνου, του υπολογιστή, και του tablet, ανοίγοντας το δρόμο για μια σειρά νέες συσκευές, τα έξυπνα ρολόγια, τις έξυπνες τηλεοράσεις, τα έξυπνα ψυγεία, τις οποίες πλέον συγκαταλέγουμε στην ενότητα “διαδίκτυο των αντικειμένων” (internet of things).

Η βασική καινοτομία του iPhone ήταν η προσφορά για πρώτη φορά ενός ενοποιημένου περιβάλλοντος διασυνδεδεμένων λειτουργιών, οι οποίες μπορούσαν πλέον να είναι συνεχώς διαθέσιμες στο χρήστη του συγκεκριμένου κινητού.



# 4. Παραδείγματα δημιουργικών ιδεών

## (8. Το “πολυόργανο”)



ενοποίηση

### Artiphon : The Musical Instrument That Anyone Can Master

An estimated 70% of adults want to play an instrument on a regular basis, but only 5% actually do, partly because it's tough to choose just one to master. That's not an issue with the Artiphon, which can mimic dozens of instruments—not just how they sound but also how they're played. It can be strummed like a guitar or tapped like a piano. Or it can mix and match inputs, allowing users to bang banjo chords as if they were drumming. “We're trying to pave a different path toward musical creativity,” says Jacob Gordon, an Artiphon co-founder, of the device (and its companion smartphone app), which raised \$1.3 million on Kickstarter.

Artiphon Instrument: Available for preorder  
at [Artiphon.com](http://Artiphon.com)

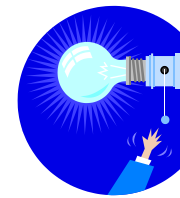
Price: \$399





# 4. Παραδείγματα δημιουργικών ιδεών

## (9. Γραφικό περιβάλλον χρήστη GUI)



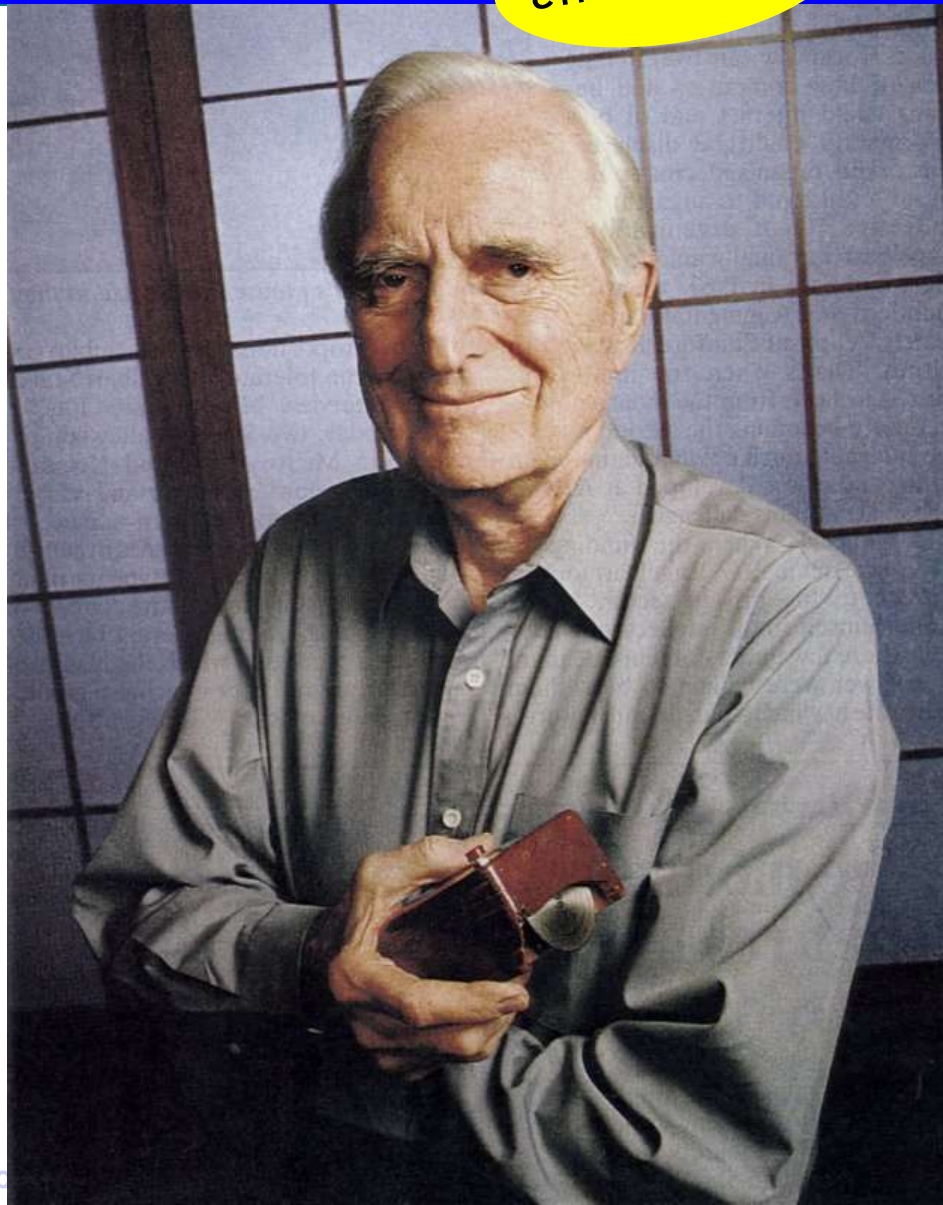
επανεναρξη

Ποντίκι: Ένας καινοτόμος τρόπος εισαγωγής δεδομένων στον υπολογιστή

Η χρήση οπτικών μεταφορών στην οθόνη του υπολογιστή για την απεικόνιση πληροφοριών, καθώς και η χρήση ποντικιού σαν εργαλείο εισαγωγής δεδομένων (Graphical User Interface ή GUI) παρουσιάζεται πρώτη φορά σε επίδειξη του καθηγητή Douglas Engelbart του πανεπιστημίου Stanford στις 9 Δεκεμβρίου του 1968.

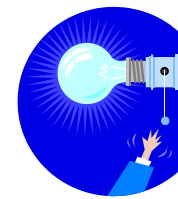
Η ιδέα αφορά ένα νέο τρόπο επικοινωνίας ανθρώπου-υπολογιστή (HCI) και θα οδηγήσει σε μια εκ βάθρων αλλαγή του συγκεκριμένου τομέα, στον οποίο έως τότε κυριαρχεί η εισαγωγή δεδομένων με την μορφή χαρακτήρων (character mode).

Στοιχεία της ιδέας του GUI, υπήρχαν νωρίτερα στο πρόγραμμα Sketchpad του Ivan Sutherland το 1963. Η ιδέα στη συνέχεια αναπτύχθηκε από το εργαστήριο Xerox PARC, όπου δημιουργήθηκε το πρώτο πρωτότυπο υπολογιστή που λειτουργούσε με την χρήση GUI.



# 4. Παραδείγματα δημιουργικών ιδεών

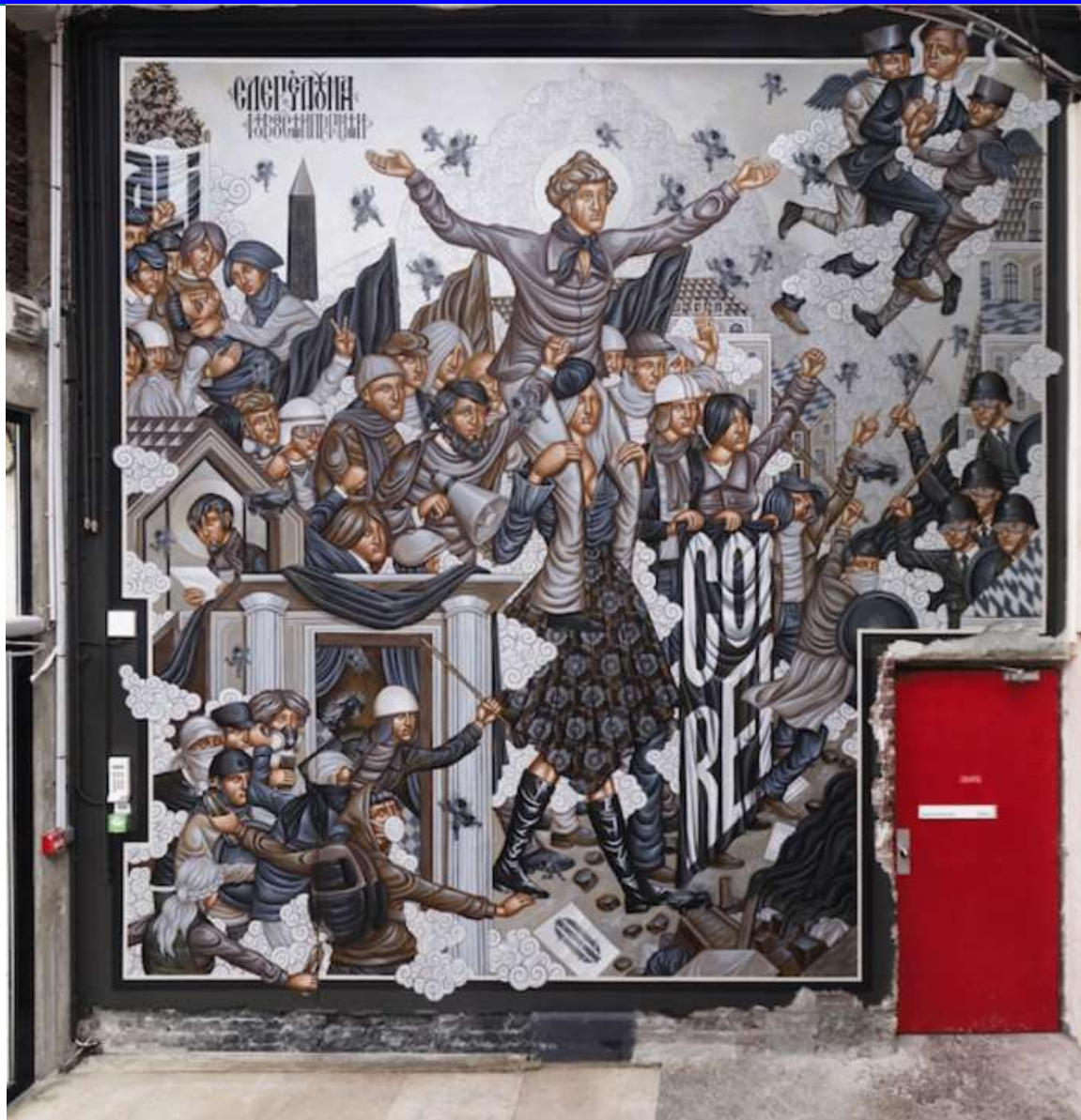
## (10. Βυζαντινή ζωγραφική)



Στέλιος Φαϊτάκης, ένας νέος street artist

Ο Στέλιος Φαϊτάκης σπούδασε στην Ανώτατη Σχολή Καλών Τεχνών της Αθήνας. Στα μέσα της δεκαετίας του '90 διακρίθηκε ως καλλιτέχνης του γκράφιτι ζωγραφίζοντας, κυρίως, στους δρόμους της ελληνικής πρωτεύουσας. Ευρύτερα γνωστός έγινε το 2008 από τη συμμετοχή του στην 1η Μπιενάλε της Αθήνας με την εντυπωσιακή τοιχογραφία «Ο Σωκράτης πίνει το κώνειο». Τότε είδαμε, πρώτη φορά, έναν τολμηρό καλλιτέχνη που είχε τη δύναμη παρουσιάσει και να υποστηρίξει το ιδιόμορφο ζωγραφικό του ιδίωμα, το οποίο αφηφούσε τους προβλέψιμους κανόνες και τις τάσεις που κυριαρχούσαν στον κόσμο της σύγχρονης τέχνης. Οι ανθρωποκεντρικές, μεγάλης κλίμακας παραστάσεις του συμπυκνώνουν, με πρωτόγνωρο τρόπο, τη γνώση αρκετών εικαστικών παραδόσεων.

Stelios Faitakis, Elegy of May, 2016,  
mural painting commission at Palais de Tokyo.



# 4. Παραδείγματα δημιουργικών ιδεών

## (10. Βυζαντινή ζωγραφική)



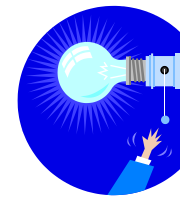
Πώς έφτασε, όμως, ο Φαϊτάκης στην οικειοποίηση κάποιων στοιχείων της αγιογραφίας; «Μέσα από μια τεχνική οδό», απαντά. «Εκεί που ζωγράφιζα από το φως προς το σκοτάδι, άρχισα να ζωγραφίζω από το σκοτάδι προς το φως. Τις μισούσα παλιότερα τις αγιογραφίες, επειδή ήταν λατρευτικές χριστιανικές εικόνες. Εκείνος που μου έδειξε πρώτη φορά αγιογραφίες στη σχολή ήταν ο δάσκαλός μου, ο Ευτύχης ο Πατσουράκης. Μου είχε πει: “Δες εδώ τι κάνουν αυτοί”. Κι εγώ σκεφτόμουν: “Τι μου δείχνει τώρα...”. Κλότσαγα. Σιγά-σιγά, κατάλαβα τι γίγαντες ζωγράφοι ήταν αυτοί οι άνθρωποι και άρχισα να πλησιάζω κι άλλες παραδόσεις, τους Γιαπωνέζους, τις θιβητιανές εικόνες, τη ζωγραφική του Ντιέγκο Ριβέρα. Ο Ριβέρα ήταν, στην ουσία, αγιογράφος. Έφτιαχνε το δόγμα του κόμματος σε εικόνες για να το βλέπει ο πιστός και να κάνει τον σταυρό του. Αντί να ζωγραφίσει τον τάδε άγιο, ζωγράφιζε τον Εμιλιάνο Ζαπάτα. Αυτή ήταν η διαφορά».

Stelios Faitakis, Friday Night, 2015,  
mixed media on canvas, 150x150 cm



# 4. Παραδείγματα δημιουργικών ιδεών

## (10. Βυζαντινή ζωγραφική)



αλλαγή  
κατεύθυνσης

Η πολυσυζητημένη θρησκευτική διάσταση της τέχνης του δεν έχει σχέση με τους περιορισμούς που θέτει η ενασχόληση με τη δημιουργία λατρευτικών εικόνων. Απεχθάνεται τη στατικότητα και τον δογματισμό της αγιογραφίας, αν και κάνει, όπως λέει, αναχρονιστική, θρησκευτική τέχνη.

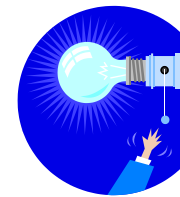
Το ισχυρότερο χαρακτηριστικό της προσωπικότητας αλλά και της τέχνης του μοιάζει να είναι, άλλωστε, η σχεδόν υπαρξιακή αναζήτηση της πνευματικότητας ή των ψηγμάτων της στα συντρίμια του σύγχρονου κόσμου.

Πηγή: [www.lifo.gr](http://www.lifo.gr)



Stelios Faitakis, Untitled, 2012,  
mixed media on canvas, 260x190cm

# 4. Σύνοψη κατηγοριών δημιουργικών έργων



Κατηγορία	Πεδίο	Συμβολή	Παράδειγμα
1. Επανάληψη	Η δημιουργική ιδέα παραμένει στο αρχικό πεδίο	Η υπενθύμιση από τον δημιουργό ξεχασμένων ή παρενοημένων ιδιοτήτων του δημιουργικού έργου.	<ul style="list-style-type: none"> <li>Έργο που μιμείται ένα στιλιστικό ύφος του παρελθόντος</li> </ul>
2. Επαναπροσδιορισμός	Η δημιουργική ιδέα παραμένει στο αρχικό πεδίο	Η τροποποίηση από τον δημιουργό συγκεκριμένων ιδιοτήτων του δημιουργικού έργου.	<ul style="list-style-type: none"> <li>Η αμφισβήτηση από τον ιμπρεσιονισμό της σημασίας της αναπαράστασης στη ζωγραφική</li> </ul>
3. Προσαύξηση	Η δημιουργική ιδέα παραμένει στο αρχικό πεδίο	Η επαύξηση/βελτίωση από τον δημιουργό των χαρακτηριστικών του δημιουργικού έργου.	<ul style="list-style-type: none"> <li>Η “γραμμή παραγωγής” του μοντέλου T της Ford</li> <li>Το επιχειρηματικό μοντέλο της Apple</li> </ul>
4. Εκ των προτέρων προσαύξηση	Η δημιουργική ιδέα παραμένει στο αρχικό πεδίο	Η θεμελιώδης αλλαγή από τον δημιουργό των χαρακτηριστικών του δημιουργικού έργου.	<ul style="list-style-type: none"> <li>Το γραφικό σύστημα επικοινωνίας ανθρώπου υπολογιστή (GUI) του υπολογιστή LISA της Apple</li> </ul>
5. Η αλλαγή κατεύθυνσης	Η δημιουργική ιδέα μετακινείται σε νέο πεδίο	Η μεταφορά από τον δημιουργό των χαρακτηριστικών ενός προ-υπάρχοντος έργου ενός πεδίου σε ένα νέο πεδίο.	<ul style="list-style-type: none"> <li>Η δημιουργία ενός νέου αθλήματος (π.χ. του μπάσκετ)</li> </ul>
6. Ανοικοδόμηση–αλλαγή κατεύθυνσης	Η δημιουργική ιδέα μετακινείται σε νέο πεδίο	Ο επαναπροσδιορισμός και μετά η μεταφορά από τον δημιουργό των χαρακτηριστικών ενός προ-υπάρχοντος έργου σε ένα νέο.	<ul style="list-style-type: none"> <li>Η δημιουργία ενός νέου αθλήματος (του μπάσκετ)</li> </ul>
7. Επανάρξη	Η δημιουργική ιδέα προκαλεί θεμελιώδη αναμόρφωση του πεδίου	Ο επαναπροσδιορισμός και η εκ βάθρων αλλαγή από τον δημιουργό των χαρακτηριστικών του έργου με βάση τις νέες θεμελιώδεις υποθέσεις του πεδίου	<ul style="list-style-type: none"> <li>Η μέθοδος της ταχείας ψύξης (κατάψυξης) προϊόντων του Birdseye</li> </ul>
8. Ενοποίηση	Η δημιουργική ιδέα οδηγεί σε σύνθεση χαρακτηριστικών και ενδεχόμενα μετακινείται σε νέο πεδίο	Η σύνθεση από τον δημιουργό χαρακτηριστικών του έργου με αποτέλεσμα την αλλαγή πεδίου	<ul style="list-style-type: none"> <li>Η δημιουργία της πρώτης πιστωτικής κάρτας από τον Frank McNamara</li> <li>Η δημιουργία του smartphone (το iPhone της Apple)</li> </ul>