

ARCHI

TOUR

ISM

Ο ΡΟΛΟΣ ΚΑΙ Η ΣΥΜΒΟΛΗ ΤΗΣ ΑΡΧΙΤΕΚΤΟΝΙΚΗΣ  
ΣΤΗΝ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗ ΠΡΟΒΟΛΗ ΤΗΣ ΕΠΗΛΟΔΑΣ ΔΙΕΘΝΟΥΣ





*Architourism: Ο ρόλος και η συμβολή της αρχιτεκτονικής στην  
τουριστική προβολή της Ελλάδας διεθνώς.*

*Σταματίνα Λάμπρου*

*ΕΠΙΒΛΕΠΟΥΣΑ ΚΑΘΗΓΗΤΡΙΑ:  
Αμαλία Κωτσάκη*

*Πολυτεχνείο Κρήτης  
Τμήμα Αρχιτεκτόνων Μηχανικών*

*Χανιά 2013*

# Π Ε Ρ Ι Ε Χ Ο Μ Ε Ν Α

1

ΕΙΣΑΓΩΓΗ

5

2

ΕΥΡΗΜΑΤΑ

15

\_ Η ΙΔΡΥΣΗ ΤΟΥ ΕΟΤ 1929 ΜΕΧΡΙ ΤΟ 1941 19

\_ Η ΔΥΝΑΜΙΚΗ ΠΡΟΒΟΛΗ ΤΗΣ «ΠΛΟΥΣΙΑΣ»  
ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΑ ΕΛΛΑΔΑΣ- 1944-1967 33

\_ 1967-1974- ΔΙΚΤΑΤΟΡΙΑ ΚΑΙ ΣΥΝΤΗΡΙΣΜΟΣ 87

3

ΕΡΜΗΝΕΙΑ

115

4

ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

129

0 1

E I Σ A Γ Θ Γ Η



*Architourism: Ο ρόλος και η συμβολή της αρχιτεκτονικής στην τουριστική προβολή της Ελλάδας διεθνώς.*

Η χρήση της αρχιτεκτονικής ως εργαλείο για τη διαμόρφωση της εικόνας ενός τόπου (place branding), με απώτερο στόχο να τον καταστήσει τουριστικό πόλο έλξης αποτελεί το θέμα της παρούσας ερευνητικής εργασίας. Ειδικότερα, η εργασία επιχειρεί να διερευνήσει τον τρόπο με τον οποίο η αρχιτεκτονική έχει συμβάλει ως εργαλείο των επίσημων φορέων με στόχο την προώθηση του τουρισμού στην Ελλάδα.

Η χρονική περίοδος που μελετάται ορίζεται από το 1929, έτος ίδρυσης του ΕΟΤ οπότεν ουσιαστικά αρχίζει το επίσημο κρατικό ενδιαφέρον για να καταστεί η Ελλάδα δημοφιλής προορισμός για τουρισμό, μέχρι και την περίοδο της Μεταπολίτευσης. Εξετάζεται η παρουσία της αρχιτεκτονικής στα μέσα προβολής που χρησιμοποιήθηκαν, όπως αφίσες, διαφημιστικά φυλλάδια και ελληνικά περίπτερα σε διεθνείς εκθέσεις στο εξωτερικό. Παράλληλα διερευνώνται οι τουριστικές υποδομές, για τις οποίες είχε μεριμνήσει ο ΕΟΤ με χαρακτηριστικότερο το πρόγραμμα ΞΕΝΙΑ, που συνέβαλαν και αυτές στην διαμόρφωση της εικόνας.

Τα παραπάνω μέσα θα ερμηνευτούν με βάση το ευρύτερο φαινόμενο Architourism, όπως αυτό παρουσιάστηκε στο βιβλίο *Architourism: Architecture as a destination for Tourism*, που αναφέρεται στο ομώνυμο συνέδριο το οποίο πραγματοποιήθηκε το 2002 στο πανεπιστήμιο Columbia στη Νέα Υόρκη. Το φαινόμενο Architourism αναφέρεται στη σχέση μεταξύ της Αρχιτεκτονικής και του Τουρισμού. Συγκεκριμένα όταν αυτή χρησιμοποιείται ως «προϊόν» για τουριστική κατανάλωση.

# 1\_2 \ ΣΚΟΠΟΣ ΕΡΓΑΣΙΑΣ - ΑΝΤΙΚΕΙΜΕΝΟ ΕΡΕΥΝΑΣ

## ΣΚΟΠΟΣ ΕΡΓΑΣΙΑΣ

Είναι γεγονός πως όταν ακούμε για ένα τόπο από τα πρώτα πράγματα που μας έρχονται στο νου είναι ένα χαρακτηριστικό κτίριο –τοπόσημο, μια συγκεκριμένη αρχιτεκτονική έκφραση ή ένα αντιπροσωπευτικό τοπίο. Διεθνώς, αλλά και στην Ελλάδα υπάρχουν κτίρια , μνημεία , πόλεις κλπ. τα οποία λειτουργούν ως πόλοι έλξης τουριστών χωρίς αυτό να αποτελεί τον αρχικό στόχο της ανέγερσής τους. Υπάρχουν όμως και άλλα τα οποία αναγέρθηκαν υπηρετώντας αυτόν ακριβώς τον σκοπό συμβάλλοντας στην τουριστική προβολή μιας χώρας. Είναι κοινός τόπος ότι η αρχιτεκτονική αποτελεί σημαντικό άξονα στη συγκρότηση της τουριστικής πολιτικής μιας χώρας. Σκοπός της εργασίας είναι η διερεύνηση της συμβολής της αρχιτεκτονικής στην επίσημη τουριστική προβολή της Ελλάδας διεθνώς από το 1929 μέχρι τη μεταπολίτευση.

## ΑΝΤΙΚΕΙΜΕΝΟ ΤΗΣ ΕΡΕΥΝΑΣ

Για τον λόγο αυτό ερευνητικό υλικό θα αποτελέσουν μέσα προβολής που χρησιμοποιήθηκαν από τους εκάστοτε επίσημους φορείς στην Ελλάδα και στο εξωτερικό με σκοπό την προσέλκυση τουριστών στην Ελλάδα, δηλαδή αφίσες, διαφημιστικά φυλλάδια και περίπτερα σε διεθνείς εκθέσεις στο εξωτερικό. Η εργασία θα επικεντρωθεί στον ρόλο που κατείχε η αρχιτεκτονική σε αυτά τα μέσα. Παράλληλα θα μελετηθεί πώς οι τουριστικές υποδομές και άλλα έργα του ΕΟΤ συνέβαλαν και αυτά στην διαμόρφωση της τουριστικής εικόνας της χώρας.

## ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΚΗ ΑΝΑΣΚΟΠΗΣΗ

Μέσα από έρευνα στην υπάρχουσα βιβλιογραφία, όσον αφορά στην ελληνική βιβλιογραφία έχει μελετηθεί η τουριστική αρχιτεκτονική, όπως ξενοδοχεία, τα Ξενία, παραδοσιακοί οικισμοί, αλλά ο ρόλος της αρχιτεκτονικής ως μέσου για

τουριστική προβολή εκείνης της περιόδου δεν έχει μελετηθεί διεξοδικά.

Στην ξένη βιβλιογραφία το φαινόμενο του architourism, η αρχιτεκτονική που χρησιμοποιούν τα θεματικά πάρκα, καθώς και τα κτίρια των οποίων η μορφή εξυπηρετεί αποκλειστικά την προσέλκυση τουριστών, όπως το λεγόμενο φαινόμενο του Bilbao, έχει απασχολήσει ιδιαίτερα και υπάρχουν κάποια βιβλία και αρκετά άρθρα σε περιοδικά. Παράλληλα, το πανεπιστήμιο Cornell είχε διοργανώσει έκθεση με το τίτλο Archi-tourism, όπου δημοσιεύτηκαν μελέτες σχετικά με την τάση που είχε διαμορφωθεί στα τέλη του 19<sup>ου</sup> αιώνα και στις αρχές του 20<sup>ου</sup>, και ήθελε την αστική τάξη να πραγματοποιεί ταξίδια σε χώρες και μέρη με ιδιαίτερο αρχιτεκτονικό ενδιαφέρον. Στα πλαίσια της έκθεσης δημοσιεύτηκαν, μεταξύ άλλων, φωτογραφίες από ταξιδιωτικούς οδηγούς της εποχής, καθώς και φωτογραφίες από Παγκόσμιες Διεθνείς Εκθέσεις.<sup>1</sup>

Από την ελληνική βιβλιογραφία, έχουμε το βιβλίο «*Μεταπολεμικός μοντερνισμός : αρχιτεκτονική, πολιτική και τουρισμός στην Ελλάδα, 1950-1965 : τελική έκθεση*», του Παναγιώτη Τουρνιώτη και της ερευνητικής του ομάδας. Το βιβλίο αυτό είναι τα αποτελέσματα ενός ερευνητικού προγράμματος που είχε ως αντικείμενο τις πολιτικές που εφαρμόστηκαν από το ελληνικό κράτος από το 1950-1965, την υλοποίηση του οράματος για τον τουρισμό μέσα από το κτιριακό έργο του ΕΟΤ, καθώς και τα μέσα προβολής που χρησιμοποιήθηκαν.<sup>2</sup>

## ΜΕΘΟΔΟΣ

Η μεθοδολογία που ακολουθήθηκε για την συλλογή στοιχείων, που αποτελούν το ερευνητικό υλικό της εργασίας, προκύπτει από:

1. Αρχειακή έρευνα ( Αρχεία Νεοελληνικής Αρχιτεκτονικής - Μουσείο Μπενάκη, Αρχείο ΕΟΤ, Αρχείο Α. και Δ. Μωρέτη, ΕΛΙΑ, Αρχείο Εφημερίδων στη βιβλιοθήκη της Βουλής των Ελλήνων)

<sup>1</sup> Medina Lasansky ,Architourism Exhibition ,<http://rmc.library.cornell.edu/Architourism/index.html>

<sup>2</sup> Παναγιώτης Τουρνιώτης και η ερευνητική ομάδα: Αιμιλία Αθανασίου, Σταύρος Αλιφραγκής, Μυριάνθη Μουστά, *Μεταπολεμικός μοντερνισμός : αρχιτεκτονική, πολιτική και τουρισμός στην Ελλάδα, 1950-1965 : τελική έκθεση*, Αθήνα 2011, εκδ.ΕΜΠ

## 2.Βιβλιογραφική έρευνα

## 3. Έρευνα στον Τύπο

## 4.Διαδικτυακή έρευνα

### ΔΙΑΚΡΙΣΗ ΠΕΡΙΟΔΩΝ

Ως έναρξη της διερεύνησης ορίζεται το έτος 1929 που ιδρύεται ο ΕΟΤ και ουσιαστικά αρχίζει το επίσημο κρατικό ενδιαφέρον για να καταστεί η Ελλάδα δημοφιλής προορισμός για τουρισμό. Στην έρευνα διακρίνονται τρεις χρονικές περιόδους. Η κάθε μία από αυτές σηματοδοτείται από καίριας σημασίας γεγονότα που αφορούν στην επίσημη τουριστική πολιτική της χώρας :

Α)Από την ίδρυση του ΕΟΤ το 1929 μέχρι το 1941.

Είναι η χρονική περίοδος από την ίδρυση του ΕΟΤ μέχρι το 1941, Έτος αναστολή των εργασιών του λόγω του Β΄ Παγκοσμίου Πολέμου.

Β) Από το 1944 μέχρι την έναρξη της δικτατορίας το 1967

Πρόκειται για την λεγόμενη «χρυσή εποχή» της προώθησης του τουρισμού. Η χώρα προσπαθεί να ανασυγκροτηθεί μετά τα δεινά των πολέμων

που υπέστη και έχει καταστήσει πλέον τον τουρισμό ως βασικό πυλώνα της οικονομίας. Την εποχή εκείνη εκσυγχρονίζονται οι τουριστικές υποδομές, ο πολιτισμός παρουσιάζει άνθηση και η χώρα πλέον έχει καταγραφεί στο παγκόσμιο χάρτη ως ένας δημοφιλής προορισμός.

Γ) Η περίοδος της Δικτατορίας 1967-1974



## ΥΠΟΘΕΣΗ ΕΡΓΑΣΙΑΣ

Η ερμηνευτική μέθοδος της εργασίας θα βασιστεί στο βιβλίο *Architourism*. Το βιβλίο αυτό αναφέρεται στο συνέδριο *Architourism: Architecture as a destination for Tourism*, που πραγματοποιήθηκε το 2002 στο πανεπιστήμιο Columbia στη Νέα Υόρκη. Το βιβλίο μελετάει σύγχρονα φαινόμενα όπως το φαινόμενο του Bilbao, δηλαδή το πώς ένα γνωστό κτίριο ή μνημείο αποτελεί κίνητρο για ένα ταξίδι σε ένα συγκεκριμένο τόπο. Παράλληλα το βιβλίο μελετά τι επιθυμεί να ζήσει κάποιος μέσα από ένα ταξίδι και πως η αρχιτεκτονική απαντά σε αυτές τις επιθυμίες του. Γι' αυτό το λόγο το συνέδριο έχει χωριστεί σε 4 ενότητες: *Authentic*, *escapist*, *exotic*, *spectacular*.

Η πρώτη έννοια αφορά εκείνη την περίπτωση, όπου το βασικό κίνητρο για ταξίδι είναι να γνωρίσει από κάποιος από κοντά τόπους, κτίρια, μνημεία και άλλα στοιχεία, που έχει γνωρίσει μέσα από την ιστορία, την μνήμη, ταξιδιωτικούς οδηγούς, καρτ-πόσταλ κλπ. Η έννοια *authentic* είναι αλληλένδετη με την έννοια *inauthentic*. Γιατί στην ουσία ένας τουρίστας δεν θέλει να δει την αληθινά αυθεντική εικόνα του τόπου που επισκέπτεται, αλλά μία παραλλαγή αυτής που έχει πλάσει στο μυαλό του ως "*authentic*".<sup>1</sup>

Η έννοια *escapist* σχετίζεται με την ανάγκη(επιθυμία) κάποιου, μέσα από ένα ταξίδι, να νιώσει πως για ορισμένο χρονικό διάστημα, ξεπερνάει τα όρια της καθημερινής και ρεαλιστικής ζωής. Επιθυμεί να κάνει και να βιώσει πράγματα, που απέχουν πολύ από την πραγματική του ζωή. Σαν να θέλει να ζήσει με άλλο «σενάριο», υπερρεαλιστικό.<sup>2</sup> Επιθυμεί σε ορισμένες περιπτώσεις

Εικ.1: Βιβλίο *Architourism*

1 Joan Ockman, Salomon Frausto, eds. *Architourism: Authentic, Escapist, Exotic, Spectacular*. Munich: Prestel Verlag, 2005, σελ.40



**Εικ.2:** Αφίσσα με Landmarks διάσημων πόλεων.

να βιώσει καταστάσεις , που ενδεχομένως ποτέ να μην τολμούσε στην «πραγματικότητα».

Στην έννοια *exotic* υπακούουν πράγματα, μέρη , άνθρωποι , κουλτούρες , κτίρια κλπ τα οποία βρίσκονται μακριά από ένα οικείο περιβάλλον. Παράλληλα η αποσαφήνιση της έννοιας σχετίζεται με την ερώτηση «Για ποιον χαρακτηρίζεται κάτι ως *exotic* ;» Μια κουλτούρα που χαρακτηρίζεται ως *exotic*, είναι αποτέλεσμα προσπάθειας ενός κράτους να προωθήσει μία τέτοια, έστω και επεξεργασμένη εικόνα. Έχοντας πάντα ως ηθικό δίλημμα, αν όλο αυτό γίνεται με την σύμφωνη γνώμη των γηγενών ή άθελά τους. *spectacular*

## ΤΟ ΦΑΙΝΟΜΕΝΟ ARCHITOURISM

Η αρχιτεκτονική ,όπως έχει αναφέρει ο αρχιτέκτονας Aldo Rossi , « είναι ταυτόχρονα ένα μέρος , ένα γεγονός και ένα σύμβολο». Είναι η κατασκευή με την «παραδοσιακή» έννοια που αντιλαμβάνεται κανείς, αλλά και η διαδικασία με την οποία ένα κτίριο παρατάσσεται. Έτσι λοιπόν αντιλαμβανόμαστε πως η έννοια της αρχιτεκτονικής χρησιμοποιείται, ανάλογα με τον εκάστοτε σκοπό, ως μέσο αναπαράστασης , χρήσης , εντυπωσιασμού, όπως και εμπορευματοποίησης. Όταν αναφερόμαστε στην σχέση Αρχιτεκτονικής και Τουρισμού, δηλαδή το φαινόμενο *Architourism* , τα κτίρια και οι χώροι γίνονται νοούνται ως «προϊόντα» , ως μία σειρά δραστηριοτήτων και στάσεων που ενισχύουν και ολοκληρώνουν την εικόνα και την ταυτότητα ενός τόπου (*placebranding*).<sup>3</sup>

Ο τουρισμός ,ως μέσο πολιτιστικής ανταλλαγής , εξαρτάται σε μεγάλο βαθμό από την δημιουργία και την εξάπλωση μίας «οπτικής ταυτότητας».

3

Prof.D.Medina Lasansky, *Architourism Exhibition* , Cornell University ,March 2012 I,<http://rmc.library.cornell.edu/Architourism/index.html>.

Επιπρόσθετα, ο τουρισμός βασίζεται στην «επινόηση» επιθυμίας και κινήτρων για να μετέχει κανείς και να γίνει μέρος ενός τόπου ή μιας κουλτούρας, με την πεποίθηση ότι θα επωφελεθεί με όποιον τρόπο. Παρόλο που αυτή η επιθυμία αυτή μπορεί να προκαλείται από διάφορους λόγους, είτε οικονομικούς, εκπαιδευτικούς, περιβλεπτικούς, ή απλά για λόγους αναψυχής, η διαδικασία για την δημιουργία μιας αναγνωρίσιμης, συνειρμικής και «ιντριγκαδόρικης» εικόνας είναι ίδια. Η εικόνα αυτή συνίσταται σε ένα περιβάλλον σχεδιασμένο, συνήθως κτίρια, αλλά επίσης οι πόλεις και τοπία, που λειτουργούν σαν μετωνυμία για πολιτιστική ταυτότητα, διαμορφώνουν ισχυρούς και μακροχρόνιους δεσμούς μεταξύ τόπων, ανθρώπων και μεταβαλλόμενων περιβαλλόντων. Έτσι, για παράδειγμα, οι πυραμίδες ταυίζονται με τον Αιγυπτιακό πολιτισμό, η Νέα Υόρκη με τις ΗΠΑ, η Ρώμη με την ιταλική κουλτούρα κλπ.<sup>4</sup>

Το φαινόμενο Architourism, δηλαδή η αρχιτεκτονική ως προορισμός για ένα ταξίδι, παρατηρείται αρχικά σε ένα κύμα ευρωπαϊών περιηγητών (Grand Tours), από το 17<sup>ο</sup> μέχρι και το 19<sup>ο</sup> αιώνα, οι οποίοι διαθέτοντας τα απαραίτητα οικονομικά μέσα και κατέχοντας υψηλό μορφωτικό επίπεδο, ταξίδευαν σε ένα για να θαυμάσουν από κοντά τον πολιτισμό του, την τέχνη και κυρίως την αρχιτεκτονική του. Έτσι, αμέτρητοι Βορειοαμερικανοί και Ευρωπαίοι περιηγήθηκαν σε Παρίσι, Φλωρεντία, Ρώμη, Βενετία, Λονδίνο, Αθήνα και άλλες μεγάλες πρωτεύουσες αναζητώντας την έμπνευσή, την γνώση και την εμπειρία. Σημαντικό στοιχείο στην εδραίωση του φαινομένου ήταν η έκδοση ταξιδιωτικών οδηγών ή ταξιδιωτικών λευκωμάτων, στα οποία οι ταξιδιώτες κατέγραφαν τις εμπειρίες τους μαζί με φωτογραφίες, σκίτσα, σχέδια κλπ. Έτσι με μία φωτογραφία ή μία περιηγητική περιγραφή, ο αναγνώστης διαμόρφωνε συνειρμικά μια εικόνα για ένα τόπο. Τα κάρτ ποσταλ επίσης αποτελούσαν



**Εικ.3:** Καρτποστάλ από την εποχή του Grand Tour.



**Εικ.4:** Ταξιδιωτικοί οδηγοί από την εποχή του Grand Tour.

4 Peter Michael Levins, "Mediating Exploration: Missionary and the Imaging of Indigenous Cultures", exhibition ARCHITOURISM, Cornell University, March 2012 <http://rnc.library.cornell.edu/Architourism/exhibition/Mediating%20Early%20Modern%20Exploration/index.html>.



**Εικ.5:** Εσωτερική άποψη του Reichstag Dome Berlin, Norman Foster



**Εικ.6:** Εξωτερική άποψη του Εβραϊκού Μουσείου στο Βερολίνο



**Εικ.7:** Εβραϊκό Μουσείο στο Βερολίνο, Daniel Libeskind

σημαντικό μέσο για την προβολή και την διαμόρφωση της εικόνας ενός τόπου.

Σήμερα, παρόλα αυτά, ένα νέο είδος Grand Tour λαμβάνει χώρα. Εκεί που οι τουρίστες αναζητούσαν μεγαλειώδης καθεδρικούς ναούς και μνημειακά κτίρια, όπως ο Αγ. Πέτρος στη Ρώμη και το Λούβρο στο Παρίσι, τώρα φαίνεται το ενδιαφέρον τους να μετατοπίζεται στη σύγχρονη κουλτούρα, αναζητώντας κτίρια με ιδιαίτερο ενδιαφέρον, από σύγχρονους αρχιτέκτονες που είναι σε ζωή. Κτίρια του Norman Foster στο Λονδίνο, κτίρια του Rem Koolhaas, των Herzog & Meuron και άλλων κορυφαίων αρχιτεκτόνων.

Ένα χαρακτηριστικό παράδειγμα, το πως η αρχιτεκτονική άλλαξε την εικόνα ενός τόπου και τον κατέστησε δημοφιλή προορισμό, αποτελεί το Βερολίνο. Μετά από χρόνια παραμέλησης, το Βερολίνο ξανακτίστηκε επιτυχημένα, και επέστρεψε δυναμικά στη θέση της μεγάλης πολιτιστικής πρωτεύουσας της Ευρώπης. Σαν πετυχημένες ταινίες του Hollywood, τα σύγχρονα αρχιτεκτονήματα του Βερολίνου είναι άρρηκτα συνδεδεμένα με τα ονόματα των αρχιτεκτόνων που τα σχεδίασαν: ο Norman Foster με το Reichstag, ο ολλανδός Rem Koolhaas με την πρεσβεία της Ολλανδίας, ο Frank Gehry με τα κεντρικά κτίρια της DG BankZ, κλπ.

Αποκορύφωμα φυσικά αποτελεί το Εβραϊκό Μουσείο του avant-garde αρχιτέκτονα Daniel Libeskind. Αξιοσημείωτο είναι το γεγονός ότι στην αρχή λειτουργούσε χωρίς κάποια συγκεκριμένα εκθέματα. Χιλιάδες επισκέπτες το επισκεύτηκαν μόνο και μόνο για να θαυμάζουν την επιβλητική αρχιτεκτονική του Libeskind.<sup>5</sup>

Το πιο σημαντικό παράδειγμα που μπορούμε να χρησιμοποιήσουμε για να περιγράψουμε το φαινόμενο Architourism είναι το Guggenheim Museum

5 U+A architectural magazine, "If they build it, you will come, New York 2011, <http://www.usefulandagreeable.com/architourism.shtml>

του Frank Gehry στο Μπιλμπάο , Ισπανία(1997). Το συγκεκριμένο μουσείο θεωρείται τόσο καταλυτικό γι' αυτό το φαινόμενο, που ο όρος "Bilbao Effect" , μπορεί να «αντικαταστήσει» και τον όρο Architourism. Είναι η πρώτη φορά που ένα μόνο κτίριο κατάφερε να μετατρέψει μία επαρχιακή βιομηχανική πόλη , χωρίς ιδιαίτερη ιστορία , σε δημοφιλή τουριστικό προορισμό. Όπως και το μουσείο Guggenheim στη Νέα Υόρκη , του Frank Lloyd Wright , έτσι και του Bilbao αποτελεί αξιοσημείωτο γεγονός για την ιστορία της Αρχιτεκτονικής.<sup>6</sup> Το αξιοπερίεργα μεγάλο ενδιαφέρον στο κτίριο και στη περιοχή , οφείλεται στην ισχυρή «φωτογενή» μορφή του κτιρίου, χαρακτηριστικό του Frank Gehry, που δεν είναι λίγες οι φορές που έχει κατηγορηθεί ως «εικονοκλαστικός». Δηλαδή , πρόκειται για μία αρχιτεκτονική που εμμένει στην εικόνα , και όχι στην ουσία. Πρόκειται για μία μορφή που σίγουρα δεν περνάει απαρατήρητη , και εγείρει σχόλια τόσο αρνητικά , όσο και θετικά. Αν μη τι άλλο το Μπιλμπάο αποτελεί παράδειγμα για Placebranding και έθεσε εκ νέου τον όρο ARCHITOURISM.<sup>7</sup>



**Εικ.8:** Μουσείο Guggenheim, Bilbao, Spain, Frank Gehry.

Τελος η εργασία θα επιχειρησει να απαντησει στα παρακατω ερωτήματα:

1)Ποιο είδος (μνημεία , κτίρια , τοπία...) και ποια εποχή φαίνεται να επικρατεί ( αρχαία Ελλάδα , Βυζάντιο..). Εμμονή σε μια εικόνα.

2) Είναι έγκυρη εικόνα που προβάλλεται; Η ισορροπεί ανάμεσα στην πραγματικότητα και στην ψευδαίσθηση;

6 Phil Gruen. Review of Ockman, Joan; Frausto, Salomon, eds., Architourism: Authentic, Escapist, Exotic, Spectacular . H-Urban, H-Net Reviews. October, 2006, <http://www.h-net.org/reviews/showrev.php?id=12411>

7 Joan OKman, Salomon Frausto, eds. Architourism: Authentic, Escapist, Exotic, Spectacular. Munich: Prestel Verlag, 2005, σελ.8

3) Πως και που εντοπίζεται η έννοια της σκηνογραφίας; Ποια η σχέση ηθοποιού ( ντόπιοι) ,θεατή ( επισκέπτης) και σκηνικού ( αρχιτεκτονικής);

4) Πως εντοπίζεται έννοια του singularity και της ουτοπίας ( ου-τόπος). Χαρακτηρίζονται τα ευρήματα από αγεωγραφικότητα - αχρονικότητα- αποσπασματικότητα;

00

2

EYPHMA TA





H IDPYEH TOY EOT 1929 MEXPI TO 1941

23



Την περίοδο αυτή, μετά τη μικρασιατική καταστροφή και υπό την επίδραση του χρηματοοικονομικού κραχ του 1929 οι συνθήκες ζωής στην Ελλάδα είναι δύσκολες, αλλά το εκσυγχρονιστικό όραμα του Ελευθέριου Βενιζέλου (1928-1932) δίνει μια ανάταση στην ψυχολογία τους υποσχόμενο την έλευση ενός αέρα ανανέωσης και εκμοντερνισμού. Μέσα σε αυτό το θολό πολιτικά και οικονομικά περιβάλλον για την Ελλάδα, γεννάται το 1929 θεσμικά και ο Ελληνικός Οργανισμός Τουρισμού ο οποίος θα αποδειχθεί καταλυτικής σημασίας για την τουριστική πολιτική. Είναι στην πραγματικότητα η πρώτη επίσημη πολιτική πράξη για τον τουρισμό ανοίγοντας νέα σελίδα γι αυτόν.

<sup>1</sup> Κατά τη περίοδο αυτή υιοθετείται ο όρος «τουρισμός», που σταδιακά αντικαθιστά τον μέχρι πρότινος χρησιμοποιούμενο όρο «περιηγητισμός». Ο ΕΟΤ, ήταν υπεύθυνος ως επίσημος φορέας για την προβολή της Ελλάδας στον ξένο Τύπο.

## 2\_1.1 \ Α Φ Ι Σ Ε Σ

### ΚΑΛΛΙΤΕΧΝΙΚΟ ΠΕΥΜΑ

Κάνοντας κανείς μια ανασκόπηση στις τουριστικές αφίσες της Ελλάδας από τη δεκαετία του 1930 έως και σήμερα εύκολα αντιλαμβάνεται την αλλαγή στο «Zeitgeist»<sup>2</sup>. Ανά δεκαετία οι τουριστικές αφίσες μεταλλάσσονται και η διαφημιστική προβολή της χώρας μέσω των αφισών ακολουθεί τις τάσεις των

1 Θεοδώρα Σγάρτσου, Διπλωματική Εργασία –“Ματιές στην Ελλάδα μέσα από τις τουριστικές αφίσες”-Πάντειο Πανεπιστήμιο –ΠΜΣ “Ψυχολογία &ΜΜΕ”-Ακ.Έτος 2009

2 **Zeitgeist** (γερμανικά, ετυμ.: zeit: χρόνος, geist:πνεύμα) είναι το γενικό πολιτιστικό, πνευματικό, ηθικό, και / ή πολιτικό κλίμα μέσα σε ένα έθνος ή ακόμη και σε συγκεκριμένες ομάδες, παράλληλα με τη γενική ατμόσφαιρα, τα ήθη, και κοινωνικοπολιτιστική κατεύθυνση ή διάθεση μιας εποχής (παρόμοια με την αγγλική λέξη *mainstream* ή *trend*). Η έννοια του Zeitgeist χρονολογείται από το Γιόχαν Γκότφριντ Χέρντερ και άλλους Γερμανούς Ρομαντιστές όπως ο Κορνήλιος Γιόγκντμαν, αλλά είναι περισσότερο γνωστή σε σχέση με τη φιλοσοφία της ιστορίας του Χέγκελ. Το 1769 ο Χέρντερ έγραψε μια κριτική για το έργο *Genius seculi* του φιλόλογου Christian Adolph Klotz και εισήγαγε την λέξη Zeitgeist στα γερμανικά ως μετάφραση του *genius seculi* (λατινικά: *genius* - «πνεύμα φύλακας» και *saeculi* - «του αιώνα»).

καιρών, με τους δημιουργούς τους να εξελίσσονται συνεχώς, ακολουθώντας τα χνάρια των άλλων Ευρωπαίων καλλιτεχνών.<sup>3</sup>

Έτσι, λοιπόν την συγκεκριμένη χρονική περίοδο, η ελληνική τέχνη διχαζόταν σε δύο αντίρροπα ρεύματα. Η σχολή του Μονάχου συνέχιζε τις παραδόσεις με τον Ρομαντισμό, ενώ παράλληλα ο Εμπρεσιονισμός άνοιγε νέους δρόμους προς την οπτική μεταρρύθμιση του αιώνα μας που θα οδηγούσε αργότερα προς την αφηρημένη τέχνη.<sup>4</sup> Η τάση αυτή ανάμεσα στο Ρομαντισμό και τον Εμπρεσιονισμό διαφαίνεται και στις αφίσες της δεκαετίας του 1930. Οι καλλιτέχνες αποτύπωσαν στις αφίσες τους το ελληνικό τοπίο με περιγραφικά στοιχεία που παντρεύονται με τα συμβολικά, ενώ σε άλλες συνθέσεις τα ρεαλιστικά συνδυάζονται με τα φανταστικά. Έτσι, έχουμε ως αποτέλεσμα αρχαιότητες να προβάλλονται σε φυσικό τοπίο και σε μη ρεαλιστική κλίμακα, ενώ τα συμβολικά στοιχεία αφθονούν στις συνθέσεις, προιδεάζοντας για το ρεύμα της αφηρημένης και μοντέρνας τέχνης που θα ακολουθήσει τις επόμενες δεκαετίες.

Αξιοσημείωτες είναι και οι αφίσες της Nelly's (Έλλη Σουγιουλτζόγλου Σεραϊδάρη, 1899-1998). Η Ελληνίδα φωτογράφος από το Αϊδίνι της Μικράς Ασίας βρίσκεται μεταξύ των μεγαλύτερων φωτογράφων της Ελλάδας του 20ου αιώνα, καθώς με το έργο της πρόβαλλε σε όλο τον κόσμο την Ελλάδα και τους ανθρώπους της κατά τη διάρκεια του Μεσοπολέμου. Από τους Γερμανούς δασκάλους της, Hugo Erfurth και Franz Fiedler, αποκόμισε την πικτοριαλιστική τεχνική και την κλασική αισθητική. Μέσα από τα επίσημα τουριστικά έντυπα που κυκλοφόρησαν με φωτογραφίες της στο εξωτερικό, διαμορφώθηκαν οι πρώτες βάσεις-οπτικά σύμβολα της ελληνικής «τουριστικής φιλοσοφίας».<sup>5</sup> Εκτός από τις αφίσες της Nelly's, την περίοδο αυτή οι αφίσες είναι ως επί το πλείστον ζωγραφικές και δημιουργοί τους εξέχοντες εικαστικοί, όπως ο Doris (Μ. Παπαγεωργίου), η Σ. Πολυχρονιάδη, ο Μ. Βιτσώρης.

Τα θέματα που κυριαρχούν τη δεκαετία του 1930 σχετίζονται με την ομορφιά του ελληνικού τοπίου, τη διαρκή γοητεία και τη σημασία των αρχαίων, των

3 Θεοδώρα Σγάρτσου, ό.π., <http://library.panteion.gr/opacial/details.php>

4 Άγγελος Προκοπίου, βιβλίο «Ιστορία της Τέχνης 1750-1950» Αθήνα 1997, εκδ. Μ.Πεχλιβανιδης&Σια Α.Ε.,σελ.454

5 <http://www.benaki.gr/index.asp?id=1020102&lang=gr>

βυζαντινών και των μεταγενέστερων μνημείων (Ακρόπολη Αθήνας, Δελφοί, Ολυμπία, Άγιον Όρος, Μετέωρο κ.ά.) και τους κοσμοπολίτικους προορισμούς της χώρας (Μύκονος, Κέρκυρα, Ύδρα, Άνδρος, Πόρος κ.ά.).<sup>6</sup> Το μπλε χρώμα της θάλασσας και του ουρανού, που υπάρχει ως φόντο σχεδόν σε όλες τις αφίσες της δεκαετίας του '30, απεικονίζει αφενός την επιδιωκόμενη ψυχική γαλήνη των κατοίκων της χώρας και αφετέρου χρησιμοποιείται ως όχημα πρόσκλησης των θεατών της αφίσας, να επισκεφτούν μια χώρα, τόσο διαφορετική από της δική τους, που χαρακτηρίζεται από το δίπτυχο 'Ηλιος-Θάλασσα. Το κλίμα αισιοδοξίας και ανανέωσης, που επικρατεί στον πολιτικό βίο της χώρας κατά την περίοδο αυτή αντανακλάται και στις τουριστικές αφίσες της εποχής.<sup>7</sup>

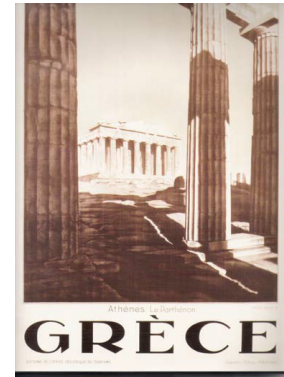
## Ο ΡΟΛΟΣ ΤΗΣ ΑΡΧΙΤΕΚΤΟΝΙΚΗΣ ΣΤΗΝ ΑΦΙΣΑ

Εκείνη την εποχή, όπου υπάρχει η μετάβαση από τον περιηγητισμό στον τουρισμό, δυνατότητα για ένα ταξίδι σε ξένη χώρα είχε ένα μικρό κομμάτι του πληθυσμού από τις ευρωπαϊκές χώρες. Κυρίως αποτελούνταν από ανθρώπους μορφωμένους, μέλη της αστικής τάξης με αποδεδειγμένη την εκτίμηση στις κλασικές σπουδές και γενικότερα την αρχαιότητα, με αποτέλεσμα να ενδιαφέρονται και να προσελκύονται από τα μνημεία της κλασικής αρχαιότητας. Συνεπώς, τα μνημεία της αρχαιότητας είναι εκείνα κατέχουν τον πρώτο ρόλο στη στις αφίσες του ΕΟΤ.

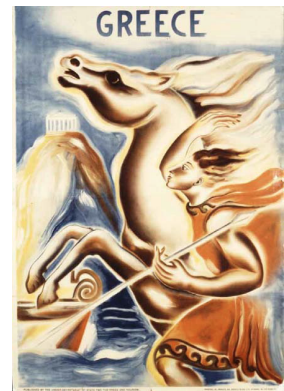
Χαρακτηριστικό παράδειγμα, η πρώτη αφίσα του οργανισμού που έδειχνε τον Παρθενώνα φωτογραφημένο από τα Προπύλαια, με το φακό της Nelly's (εικ.9). Οι εξπρεσιονιστικές σκιές στους κίονες, οι συμμετρίες που δημιουργούν στη φωτογραφική σύνθεση, η λαμπρότητα του υπερφωτισμένου από το απογευματινό φως Παρθενώνα, όλα αυτά μαζί υπογραμμίζουν το ότι δεν ενδιαφέρει η περιγραφή του μνημείου αλλά η εξιδανίκευσή του, μέσα από το

6 <http://www.istoria.gr/index.php?mod=articles&action=disArcArt&issue=52&id=501>

7 : Θεοδώρα Σγάρτσου, ό.π., σελ. 12



Εικ.9: Παρθενώνας, Αφίσα ΕΟΤ, Nelly's, 1929



Εικ.10: Αφίσα ΕΟΤ, Σελέστ Πολυχρονιάδης, 1938



**Εικ. 11:** Αφίσα ΕΟΤ, Μ.Βιτσόρης, 1939



**Εικ. 12:** Αιδηψός, Αφίσα ΕΟΤ, 1934

πρίσμα μιας «άλλης δωρικότητας», η οποία στέκει ζωντανή, ατάραχη και εξίσου θελκτική, δίπλα στην αρχαία των κίωνων και λοιπών αρχιτεκτονικών μνημείων.<sup>8</sup> Αυτή την εξιδανίκευση παρατηρούμε και σε μία άλλη αφίσα που χρησιμοποιεί την Ακρόπολη σαν βασικό στοιχείο στην σύνθεση της. Πρόκειται για την αφίσα της Σελέστ Πολυχρονιάδη (εικ.10) που απεικονίζει το αρχαίο μνημείο. Η καλλιτέχνης χρησιμοποιεί αρκετά εξπρεσιονιστικά στοιχεία στην σύνθεση της και ο ρόλος της αρχιτεκτονική είναι συμβολικός. Η αρχιτεκτονική συνυπάρχει με στοιχεία της μυθολογίας. Συγκεκριμένα με ένα αλόγο που με την στάση του και τα χρώματα που του έχουν αποδοθεί συμβολίζει τη δύναμη και τη μαχητικότητα. Η Ακρόπολη αποτελεί το σύμβολο υπεροχής του ελληνικού λαού που με μαχητικότητα, ανάλογη με αυτή του αλόγου και του αναβάτη, παλεύει για να ορθοποδήσει. Επομένως, στη συγκεκριμένη αφίσα η αρχιτεκτονική χρησιμοποιείται ως σύμβολο.

Παρόλο το ενδιαφέρον που υπήρχε εκείνη την εποχή για την αρχιτεκτονική της κλασσικής αρχαιότητας από τους ξένους επισκέπτες, η πλειονότητα των αφισών αναφέρονταν στην ελληνική ύπαιθρο, στην λαϊκή αρχιτεκτονική και στα ειδυλλιακά τοπία. Η αρχιτεκτονική συνδιαλέγεται με το τοπίο σε αρκετές καλλιτεχνικές συνθέσεις.

Σημαντικό παράδειγμα αποτελεί η αφίσα του Δημήτρη Βιτσώρη (εικ.11), που έχει αποτυπώσει μία κοπέλα με κίτρινο τσεμπέρι, αλλά αρχαιοελληνική κατατομή, να κρατάει μεγάλο καλάθι το οποίο είναι γεμάτο με πολλά κεράσια. Στο φόντο κυριαρχεί ένα νησιωτικό τοπίο, με τα χαρακτηριστικά λευκά παραδοσιακά σπιτάκια και τον ανεμόμυλο, δείγμα λαϊκής αρχιτεκτονικής.

Ο διάλογος αυτός της Αρχιτεκτονικής με το τοπίο συναντάται και στις αφίσες που αναφέρονται στις περίφημες τότε ελληνικές λουτροπόλεις. Η αρχιτεκτονική των «κοσμοπολίτικων» λουτροπόλεων διαφαίνεται καθαρά από τις αφίσες. Τα κτίρια των λουτρικών εγκαταστάσεων είναι κτισμένα στα πρότυπα της εποχής του Μεσοπολέμου, επηρεασμένα όμως με στοιχεία από την σχολή της Beaux-

8 Δημήτρης Γκρίνιας, άρθρο « Η Ελλάδα μέσα από τις αφίσες του ΕΟΤ», [http://noksigraphic-design.blogspot.gr/2013/07/blog-post\\_5583.html](http://noksigraphic-design.blogspot.gr/2013/07/blog-post_5583.html)

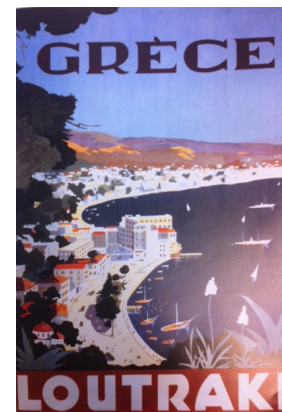
Arts.<sup>9</sup> Την αρχιτεκτονική συμπληρώνουν ειδυλλιακά τοπία. Στην αφίσα (εικ12) ένα ζευγάρι θαυμάζει από μακριά το γραφικό λιμανάκι στην Αιδηψό , ενώ στην αφίσα (εικ14) απεικονίζεται από ψηλά η παραλία στο Λουτράκι και ο γραφικό οικισμός του. Η έμφαση που είχε δοθεί στις λεγόμενες λουτροπόλεις( Αιδηψός, Λουτράκι, Υπάτη, Μέθανα, Καϊάφας ,κλπ) , οφείλεται στο γεγονός , πως εκείνη την δύσκολη οικονομικά εποχή , ο τουρισμός στο εσωτερικό της χώρας λόγω και του μη ανεπτυγμένου ακόμη δικτύου μεταφορών , δεν ήταν εφικτός παρά μόνο συνδυαζόταν με κάποιου είδους θεραπεία.<sup>10</sup>

9 Δ.Φιλιππίδη , Νεολληνική Αρχιτεκτονική, κεφ6ο «Οι ατέρμονες δρόμοι (1930-1940) ,Αθήνα,1999εκδ. Μέλισσα ,σελ. 241

10 Θεοδώρα Σγάρτσου, Διπλωματική Εργασία –“Ματιές στην Ελλάδα μέσα από τις τουριστικές αφίσες”-Πάντειο Πανεπιστήμιο –ΠΜΣ “Ψυχολογία &ΜΜΕ”-Ακ.Έτος 2009 ,16



**Εικ.13:** Λουτράκι-Ένα ιδανικό μέρος για να μείνεις,Doris(M. Παπαγεωργίου), Αφίσα ΕΟΤ, 1938



**Εικ.14:** Λουτράκι Αφίσα ΕΟΤ, 1934

Παρατηρώντας κανείς τις αφίσες της εποχής εκείνης, παρόλο που η τουριστική προπαγάνδα βρισκόταν ακόμα σε πρώιμο στάδιο και δεν ήταν αρκετά οργανωμένη, διαπιστώνει πως ακόμη και τότε οι αφίσες στηρίζονται στις έννοιες του Architourism, όπως αναφέραμε στη εισαγωγή. Συγκεκριμένα στις αφίσες που απεικονίζουν την Ακρόπολη εντοπίζουμε την έννοια Authentic. Οι δύο πρώτες συνδέουν την Ελλάδα με την κλασσική αρχαιότητα. Εξαλλού για τους ξένους εκείνη την εποχή η Ελλάδα είναι άρρειατα συνδεδεμένη με το αρχαίο πνεύμα και η Ακρόπολη αποτελεί το πιο αναγνωρίσιμο μνημείο. Ο επισκέπτης έρχομενος στην Ελλάδα το πρώτο πράγμα που περιμένει να δει μπροστά του είναι η Ακρόπολη ή κάποιο εξίσου σημαντικό μνημείο της αρχαιότητας. Το ίδιο συμβαίνει και σε άλλες χώρες. Για παράδειγμα, στο βιβλίο Architourism γίνεται αναφορά στην έννοια authentic και η περίπτωση της Τοσκάνης στην Ιταλία, τόπος στενά συνδεδεμένος με την αρχιτεκτονική της περιόδου της Αναγέννησης.<sup>11</sup> Ο επισκέπτης φαντάζεται ταξιδεύοντας εκεί θα δει σημαντικά κτίρια της Αναγέννησης στην «αυθεντική» τους μορφή. Κάτι αντίστοιχο λαμβάνει χώρα και στην περίπτωση της Αθήνας και αυτό το έχει κατανοήσει ο ΕΟΤ από την αρχή της λειτουργίας του και προάγει την εικόνα της χώρας μέσα από μνημεία της κλασσικής αρχαιότητας.

Μία άλλη έννοια που εντοπίζουμε στις αφίσες την συγκεκριμένη δεκαετία είναι η έννοια exotic. Η αφίσα που εικονογραφεί ένα παραδοσιακό νησιώτικο οικισμό και κοπέλα ντυμένη με παραδοσιακή φορεσιά, μπορεί να αποτελεί μια οικεία και γνώριμη εικόνα για κάποιον γηγενή, αλλά για ένα ξένο είναι μία εικόνα ασυνίθιστη, που προκαλεί το ενδιαφέρον και περιέργεια για να την ανακαλύψει. Η εικόνα έχει κάποια συγκεκριμένα χαρακτηριστικά που αποτελούν τοπικό ιδίωμα και δεν συναντάς αλλού. Σύμφωνα με το βιβλίο

11 D.Medina Lasansky, κειμ. «Blurred boundaries between tourism and history: The case of Tuscany», ARCHITOURISM-Authentic, Escapist, Exotic, Spectacular, New York, 2003 εκδ. Columbia Book of Architecture. σελ.50



Architourism η έννοια *exotic* στηρίζεται σε αυτό. Το *exotic* υφίσταται εκεί όπου η αρχιτεκτονική αντιμετωπίζεται σαν κάτι αγνό και μοναδικό. Έτσι, λοιπόν και ο νησιώτικος οικισμός στην αφίσα με το μοναδικό τοπικό ιδίωμα, αντιμετωπίζεται σαν κάτι πρωτόγνωρο και αγνό, ενώ για τον κάτοικο του νησιού αποτελεί καθημερινότητα. Έτσι, η χώρα είχε επενδύσει στην προώθηση ενός μοναδικού τουριστικού προορισμού, που φαινόταν «εξωτικός» σε επισκέπτες, κυρίως από την Βόρεια Ευρώπη, και προκαλούσε την περιέργεια.

Τέλος, στις αφίσες της περιόδου εντοπίζουμε αφίσες που ανταποκρίνονται στην έννοια *escapist*. Σύμφωνα με το βιβλίο *Architourism*, ο συγγραφέας Yi-Fu Tuan στο άρθρο του *Architecture, Route to Transcendence*<sup>12</sup>: «... η απόδραση από κάπου που θεωρούμε δεδομένο σε κάτι που μας φαντάζει πιο ελκυστικό, είναι κάτι που οι άνθρωποι πάντα έκαναν και θα συνεχίζουν να κάνουν...».

Βέβαια εκείνη την περίοδο την δυνατότητα για να αποδράσουν από την καθημερινότητα σε κάτι πιο ελκυστικό άνηκε στην ελίτ. Πρόκειται για κατοίκους μεγάλων πόλεων, που ονειρεύονταν την απόδραση στη φύση ή σε μία εικόνα που έχουν πλάσει για την φύση. Υπάρχουν διάφοροι τρόποι με του οποίους μπορεί να δραπετέψει κανείς από την πραγματικότητα, όπως λογοτεχνία, τέχνη, μουσική κλπ. Όμως, η αρχιτεκτονική αποτελεί πιο άμεσο μέσο για «φυγή». Αποτελεί κάτι από.<sup>13</sup> Έτσι, λοιπόν, παρατηρούμε ότι για την τουριστική προβολή της χώρα στο εξωτερικό χρησιμοποιήθηκαν και αφίσες που παρουσιάζουν ειδυλλιακά τοπία από τις λεγόμενες λουτροπόλεις, Λουτράκι, Αιδηψός, κλπ, που υπόσχονταν απόδραση από την ρουτίνα της καθημερινής ζωής, αναζωογόνησης του πνεύματος και του σώματος και ένα αίσθημα γενικής ευφορίας. Η σχέση της

<sup>12</sup> Yi-Fun, «*Architecture, Route to Transcendence*», ARCHITOURISM-Authentic, Escapist, Exotic, Spectacular, New York, 2003 εκδ. Columbia Book of Architecture. σελ.50 .σελ.119

<sup>13</sup> *Architourism*, O. η, σελ.121.



Είναι σαφές πως το ελληνικό κράτος από πολύ νωρίς συνέδεσε την προώθηση του ελληνικού τουρισμού με το θεσμό των διεθνών εκθέσεων αναγνωρίζοντας εδώ ένα πεδίο προσέλκυσης επισκεπτών, ανταλλαγής εμπειριών και πολιτικών, σύναψης οικονομικών συμφωνιών, αλλά το πιο σημαντικό, την προβολή του ελληνικού πνευματικού και καλλιτεχνικού πολιτισμού, όπως και της βιοτεχνικής και βιομηχανικής παραγωγής της χώρας. Ταυτόχρονα, ο θεσμός των εκθέσεων, ως μια ευρωπαϊκή κατάκτηση του Διαφωτισμού που οργάνωσε, εκσυγχρόνισε και εξορθολόγησε τα παζάρια και τις αγορές της Δύσης και της Ανατολής, συνδέθηκε από την πρώτη στιγμή με την αρχιτεκτονική εξέλιξη και την πρωτοπορία. Συγκεκριμένα, από τον 19<sup>ο</sup> αιώνα, η Αρχιτεκτονική, οι Εκθέσεις και ο Τουρισμός, συνδέθηκαν με την ιδέα της προόδου και του μοντερνισμού και ανέπτυξαν μια παράλληλη πορεία μέχρι σήμερα.<sup>1</sup>

Τα ελληνικά περίπτερα σε διεθνείς εκθέσεις στο εξωτερικό, πριν το 1937, οργανώνονταν και στήνονταν από διοικητικούς υπαλλήλους, και αυτό είχε ως αποτέλεσμα η συνολική σύνθεση να είναι ακαλαίσθητη και οι επί μέρους λεπτομέρειες κακού γούστου. Χαρακτηριστικό παράδειγμα αποτελεί το περίπτερο στη Λειψία της Γερμανίας(εικ.15), όπου έχουν χρησιμοποιηθεί αραβικά μοτίβα.<sup>2</sup> Σε κείμενό του ο Δ. Μωρέτης, περιγράφει με χαρακτηριστική ειρωνία την, προ της εποχής τους, ανυπαρξία Υπηρεσίας σχεδιασμού και οργάνωσης των ελληνικών εκθεσιακών περιπτέρων:

«Μέχρι το 1938 οι ελληνικές Εκθέσεις στο εξωτερικό οργανώνονταν και διευθύνονταν από υπαλλήλους του διοικητικού κλάδου, που κατέβαλαν προσπάθεια ως εκεί που έφθανε η αντίληψη, η μόρφωση και ο ερασιτεχνισμός

<sup>1</sup> Αιμιλία Αθανασίου, Μεταπολεμικός μοντερνισμός : αρχιτεκτονική, πολιτική και τουρισμός στην Ελλάδα, 1950-1965 : τελική έκθεση, Αθήνα, 2012, εκδ. ΕΜΠ, σελ. 440

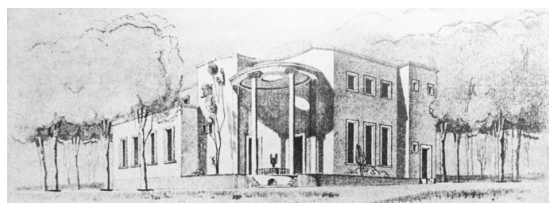
<sup>2</sup> Δ. Μωρέτης άρθρο αφιέρωμα «Η ΕΛΛΑΣ ΕΙΣ ΤΑΣ ΔΙΕΘΝΕΙΣ ΕΚΘΕΣΕΙΣ ΤΟΥ ΕΞΩΤΕΡΙΚΟΥ», συγγραφέας Τεχνικά Χρονικά, Αθήνα, Ιούλιος 1955, τεύχος 85, σ. 28,



**Εικ. 15:** Ελληνικό Περίπτερο, στη Διεθνή Έκθεση της Λειψίας, Γερμανία, 1929.

τους, να 'στολίσουν' τα περίπτερα...»<sup>3</sup>

Το 1937, το ελληνικό περίπτερο στο Παρίσι (εικ16) αποτέλεσε για πρώτη φορά αντικείμενο αρχιτεκτονικού διαγωνισμού<sup>4</sup>. Όλες οι λύσεις περιλαμβάνουν κίονες κλασσικούς, αετώματα, πρόπυλα, συμμετρικές διατάξεις χώρων. Το Α' βραβείο μάλιστα έχει επιπρόσθετα ένα στεφάνι στην ανατολική ακμή που στηρίζεται σε δύο ιωνικούς κίονες.<sup>5</sup> Τα ελληνικά περίπτερα αποπνέουν νεοκλασικιστικές τάσεις, ιδιάζουσας μορφής.<sup>6</sup> Ο Δ. Φιλιππίδης κάνει λόγο για μια αρχιτεκτονική που εξελισσόταν παράλληλα με το κίνημα του μοντέρνου, μία αρχιτεκτονική «παρωχημένη» και «ακαδημαϊκή» και την χαρακτηρίζει ως ένα μοντέρνο κλασικισμό. Επιπρόσθετα αναφέρει πως τα ελληνικά περίπτερα απέπνεαν μια εκχυδαϊσμένη μορφή της ελληνικότητας και χαρακτηρίζει το αποτέλεσμα ως πομπώδες και κενό.<sup>7</sup> Ακόμη πιο εμφανής είναι όμως ένας μνημειώδης χαρακτήρας με υπερβολικές αναλογίες, που συγγενεύει αρκετά με αρχαία αιγυπτιακά ή ορθότερα, με έργα του ναζιστικού νεοκλασικισμού, που κι εκείνα αποπνέουν έντονες επιδράσεις από την αιγυπτιακή αρχιτεκτονική.<sup>8</sup>



**Εικ.16:** Α' Βραβείο, διαγωνισμού για το Ελληνικό Περίπτερο στην Έκθεση του Παρισιού, 1937, αρχ. Β. Ζούλιας.

3 Δ. Μωρέτης (1956) «Η Υπηρεσία Εκθέσεων», σ.14. Αρχείο Μωρέτη, ΕΛΙΑ.

4 Φωτογραφία του περιπτέρου δημοσιεύτηκε στα Νεοελληνικά Γράμματα 27/1937, 16

5 Τεχνικά Χρονικά 126-7/1937, 232-8

6 Γ.Π.Λάββας, άρθρο «Η Αρχιτεκτονική των επαναστάσεων και των δικτατοριών. Μορφολογία της ελπίδας και της ανάμνησης», ΑΡΧΙΤΕΚΤΟΝΙΚΑ ΘΕΜΑΤΑ, 9/1975, τ.44, σ.45

7 Δ.Φιλιππίδης, Νεολληνική Αρχιτεκτονική, εκδ. Μέλισσα, σελ. 240

8 Γ.Π.Λάββας, ό.π.

Στα περίπτερα της εποχής εντοπίζονται και συσχετισμούς με την ιταλική και γερμανική αρχιτεκτονική της περιόδου. Στα σχέδια εντοπίζονται εύκολα ίχνη τους: τονισμός κατακόρυφου, συμμετρικά τοποθετημένοι αετοί ή νίκες στην είσοδο, γιγαντιαίες παραστάδες.<sup>9</sup>

Μετά το 1938 όμως, ο Οργανισμός Τουρισμού αντιλήφθηκε την χρησιμότητα της αρχιτεκτονική για την προώθηση της εικόνας της Ελλάδας, γι' αυτό και ανέθεσε στο ζεύγος Δημήτρη και Αλεξάνδρα Μωρέτη την μελέτη, το σχεδιασμό, την οργάνωση, το στήσιμο και την υλοποίηση των ελληνικών περιπτέρων.

Πρώτο του έργο ήταν το στήσιμο του περιπτέρου στη Νέα Υόρκη. Η Διεθνής Έκθεση της Νέας Υόρκης, πραγματοποιήθηκε το 1939, προς το τέλος του Μεσοπολέμου. Η θεματική μετατοπίστηκε υπό την απειλή της έκρηξης του Β' Παγκοσμίου Πολέμου, από την οικονομία προς την ανάδειξη των επιτευγμάτων του ανθρώπου και τον πολιτισμό, κάτι που ενισχύθηκε ακόμη περισσότερο μετά τον πόλεμο. Όπως επισημαίνουν η Α.Σαπουνάκη-Δρακάκη και η Μ.Α.Τζόγια – Μοάτσου, οι διεθνείς εκθέσεις αποτελούσαν πριν και αμέσως μετά τον πόλεμο το βασικό μέσο προβολής μιας χώρας στο εξωτερικό και η συμμετοχή της σε αυτές λειτουργούσε ως ένα « πρώιμο εθνικό place branding », είτε στο οικονομικό, είτε στο τουριστικό διεθνές περιβάλλον.<sup>10</sup>

Το θέμα της εκθέσεως στη Νέα Υόρκη το 1939 υπήρξε «Ο Κόσμος της αύριον». Η πρόσοψη του περιπτέρου κρατήθηκε απλή με το ογκοπλαστικές αναζητήσεις(εικ.17). Αριστερά, ένα συμβολικό άγαλμα ενός τεχνικού και δεξιά ένα αντίγραφο του Ερμή χαρακτήριζαν τάσεις της ελληνική πραγματικότητας. Εκείνη την εποχή άρχιζε στην Ευρώπη ο Β' Παγκόσμιος πόλεμος, η επιγραφή της προσόψεως, απόσπασμα μιας ωδής του Πινδάρου, ομιλεί περί της ευνομίας, της δικαιοσύνης, 1939. αωνα)Σ ΤΟΥ ΕΞΩΤΕΡΙΚΟΥ»ύνης και της ειρήνης, ως

9 Ακόμα πιο οδυνηρή είναι η σύγκριση ανάμεσα στο ελληνικό περίπτερο και της Ολλανδίας, Ισπανίας, ακόμα και της Ιταλίας(σχέδιο M.Piacentini). Το ελληνικό είναι πολύ κοντά στο περίπτερο της Γερμανίας (σχέδιο A.Speer), L'Architecture d' Aujourd'hui, 8, 9/1937.

10 Α.Σαπουνάκη-Δρακάκη & Μ.Α Τζόγια-Μοάτσου(2012) «Ελληνικά περίπτερα του ΕΟΤ (1950-1967): Εργαλεία για τη διεθνή προβολή της Ελλάδας», [www.citybranding.gr/2012/04/1950-1967-1.html](http://www.citybranding.gr/2012/04/1950-1967-1.html).



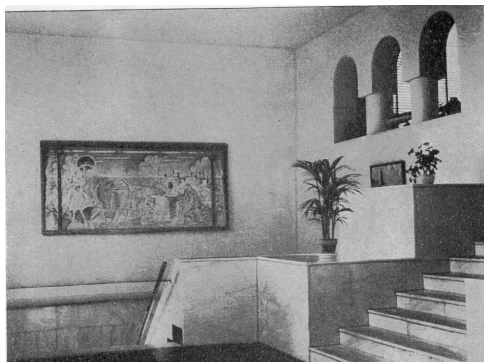
**Εικ.17:** Πρόσοψη Ελληνικού περιπτέρου στη Διεθνή Έκθεση Νέας Υόρκης, Δ. & Α. Μωρέτη, 1939.



**Εικ.18:** Η αίθουσα της αρχαίας ελληνικής γλυπτικής στο Περίπτερο της Νέας Υόρκης, 1939.

θεμέλιο για την ανάπτυξη της ελεύθερης πολιτείας. Η επιγραφή επιστέφεται από γύψινο αντίγραφο αποσπάσματος της πομπής των Παναθηναίων (εσωτερική ζωοφόρος του Παρθενώνα)<sup>11</sup>.

Τέλος, ο Μιχάλης Πολίτης ως υπουργός Εξωτερικών εκείνη την περίοδο θα διατυπώσει: «Η γοητευτική ελληνική όψη του περιπτέρου από έξω, η απλότητα του, η παρέχουσα σε αυτό επιβλητικότητα της αξιοπρέπειας, η ελληνική εσωτερική αρχιτεκτονική και διακόσμηση του, το Μουσείο του με τα εκθέματα της αρχαίας ελληνικής τέχνης, προπαντός τα χρώματα του λευκού και του κυανού τα κυριαρχούντα παντού και η διάταξις των εκθεμάτων που παρουσιάζουν με τις κατεξοχήν ελληνικές αρετές, δηλαδή με σεμνότητα, γραφικότητα, αρχοντιά και επίγνωση ανωτερότητας του ελληνικού πολιτισμού<sup>12</sup>».



**Εικ.19:** , Τμήμα του πλατύσκαλου της κλίμακας , που οδηγεί από το εισόγειο στην αίθουσα της αρχαίας Ελληνικής γλυπτικής, από το περίπτερο Νέας Υόρκης , 1939

11 Δημ. Σισιλιάνος, άρθρο αφιέρωμα «Η ΕΛΛΑΣ ΕΙΣ ΤΑΣ ΔΙΕΘΝΕΙΣ ΕΚΘΕΣΕΙΣ ΤΟΥ ΕΞΩΤΕΡΙΚΟΥ», Τεχνικά Χρονικά, Αθήνα, Ιούλιος 1955, τεύχος 85, σ. 27

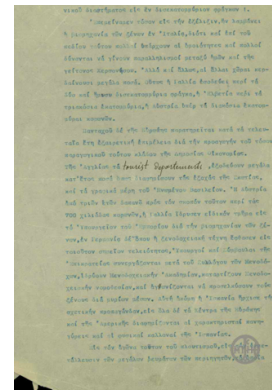
12 Μιχ. Πολίτη (υπ. Εξωτερικών), άρθρο στο Ελεύθερον Βήμα, 19-6-1939, με σχόλια για το ελληνικό περίπτερο στην έκθεση στη Νέα Υόρκη.

## 2.1.3 \ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΕΣ ΥΠΟΔΟΜΕΣ -ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΑ

Εκείνη της εποχή, όπου η τουριστική οργάνωση στην Ελλάδα ήταν σε πρώιμο στάδιο ακόμη, δεν υπήρχαν στοιχειώδεις τουριστικές υποδομές προκειμένου να καταστήσουν την Ελλάδα ως ένα προορισμό ανταγωνιστικό προς τις άλλες ευρωπαϊκές χώρες, που ήδη έχουν εξελίξει την τουριστική πολιτική τους, έχουν μεριμνήσει για την προβολή των φυσικών ομορφιών τους και έχουν αναπτύξει την τουριστική βιομηχανία τους. Την σπουδαιότητα του τουρισμού, για μία χώρα με τόσες φυσικές καλλονές όπως η Ελλάδα, είχε αντιληφθεί ο Ελευθέριος Βενιζέλος. Στόχος του Ε. Βενιζέλου ήταν να εκσυγχρονίσει την εικόνα της χώρας στους ξένους. Γι αυτό το λόγο είχε εξάρει την ανάγκη για δημιουργία κατάλληλων υποδομών, όπως δρόμοι, συγκοινωνίες και κλπ., καθώς και δημιουργία ξενοδοχειακών μονάδων σε περιοχές με τουριστικό ενδιαφέρον.

Το παρακάτω έγγραφο, κείμενο του Ελ. Βενιζέλου, αναφέρεται στις ενέργειες της Ιταλίας, Γαλλίας, Αγγλίας, Γερμανίας, κ.α. για την τουριστική τους ανάπτυξη με τη διαφήμιση των «φυσικών καλλονών τους και την οργάνωση της ξενοδοχειακής υποδομής τους, προτείνοντας έμμεσα ανάλογους χειρισμούς στην

**Εικ.20:** ημερίωμα του Ε.Βενιζέλουσχετικά με την τουριστική προώθηση και ανάπτυξη των Ευρωπαϊκών χωρών.Επιστολή του Ελευθέριου Βενιζέλου- Αφορά στις ενέργειες ευρωπαϊκών χωρών για την τουριστικής τους ανάπτυξη με τη διαφήμιση των «φυσικών καλλονών» τους και την οργάνωση της ξενοδοχειακής υποδομής τους., Μουσείο Μπενάκη.Αρχείο Ελευθέριου Βενιζέλου, 1931







Η ΔΥΝΑΜΙΚΗ ΠΡΟΒΟΗ ΤΗΣ ΠΡΟΫΠΕΡΛΑΞ  
«ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΑ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΙΑ» - 1944-1967

22



Τη δεκαετία του 1950 , το εύρος και η σπουδαιότητα του έργου της Υπηρεσίας Διαφήμισης του ΕΟΤ μπορούσε να συγκριθεί μόνο με εκείνο των Τεχνικών Υπηρεσιών. Η Υπηρεσία ήταν αποκλειστικά υπεύθυνη για την παραγωγή αφισών, φυλλαδίων και χαρτών με αντικείμενο την προώθηση των τουριστικών τόπων της Ελλάδας και την διακίνηση τους τόσο σε μουσεία , αρχαιολογικούς τόπους και τουριστικά πρακτορεία ,τόσο του εσωτερικού όσο και του εξωτερικού. Η έγκαιρη προώθηση του διαφημιστικού υλικού στις αγορές του εξωτερικού, πραγματοποιούνταν αρχικά μέσω του υπάρχοντος δικτύου Πρεσβειών, Προξενείων και συμβεβλημένων με τον ΕΟΤ τουριστικών πρακτορείων αλλά και σταδιακά μέσω του νεοσύστατου και γρήγορα αναπτυσσόμενου δικτύου Γραφείο Τουρισμού του ΕΟΤ . Σημαντικό ρόλο στην προώθηση της εικόνας της χώρας στις διεθνείς τουριστικές αγορές διαδραμάτισε μια επιπλέον συνεισφορά του Σχεδίου Μάρσαλ στον ελληνικό τουρισμό. Αμέσως μετά την εκ νέου σύσταση του οργανισμού, στις 11 Απριλίου 1951 , και για έναν περίπου χρόνο , τη χάραξη της διαφημιστικής πολιτικής του ΕΟΤ αναλαμβάνει το μεγάλο διαφημιστικό Foote, Cone and Belding LTD του Λονδίνου<sup>1</sup>. Πρόκειται για μία από τις πρώτες, αν όχι η πρώτη, εφαρμογή στην Ελλάδα ολοκληρωμένου σχεδιασμού διαφημιστικής εκστρατείας μέσα από δημόσιες σχέσεις.<sup>2</sup>

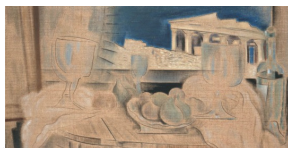
Μετά το τέλος του Β΄ Παγκοσμίου πολέμου και της γερμανικής κατοχής, ο ελληνικός λαός προσπαθούσε να ανασυντάξει της δυνάμεις του και να ορθοποδήσει. Όπως ήταν φυσικό όλες οι δραστηριότητες γύρω από τον τουρισμό είχαν προσωρινά ανασταλεί. Γι αυτό το λόγο, οι καλλιτέχνες, που είχαν αναβάλει την επιμέλεια των τουριστικών αφισών από τη δεκαετία του '40 και έπειτα κατάφεραν όχι μόνο να προστατεύσουν τουριστικά την εικόνα της

1 Σταύρος Αλιφραγκής, ,βιβλίοΜεταπολεμικός μοντερνισμός : αρχιτεκτονική, πολιτική και τουρισμός στην Ελλάδα, 1950-1965 : τελική έκθεση, , ,εκδ.ΕΜΠ,σελ.378

2 P.Yannas "GREECE" , στο B.van Ruler & D.Vercic *Public relations and communication management in Europe , Βερολίνο, (2004) ,εκδ. Berlin , Mouton De Grutier , σ.172*



**Εικ.21:** Αττικό Τοπίο, Σπίρος Βασιλείου, 1958



**Εικ.22:** Νεκρά φύση και στο βάθος Ακρόπολη, Κ. Παρθένος.



**Εικ.23:** Γυναίκα με ομπρέλα, Γ. Μπουζιάνης, 1935.

Ελλάδας στο εξωτερικό , αλλά και να εμπλουτίσουν αισθητά τη θεματολογία και τη χρωματική παλέτα τους.

Επιλέγοντας χρώματα έντονα και φωτεινά όπως επίσης και θέματα πέραν των αρχαιοτήτων, των τοπίων και των καλοκαιρινών θερέτρων , που είχαν να κάνουν με την απλή καθημερινή ζωή, οι ζωγράφοι Σπ. Βασιλείου , Γ. Μόραλης , Π. Βυζάντιος, Γ. Μόσχος, Γ. Κοσμαδόπουλος, Γ. Βακιρτζής, Στ. Αλμαλιώτης, Π. Τέτσης, μετέτρεψαν τα έργα τους σε «ασπίδες» για τον ελληνικό τουρισμό, καλύπτοντας ξύπνια όλες τις πτυχές καταστροφών του πολέμου 1940-1944.

Στόχος ήταν η προβολή μιας ήρεμης χώρας που έχει επουλώσει τις πληγές της από τον πόλεμο και οι κάτοικοι επέστρεψαν στις καθημερινές τους ασχολίες όπως η ενασχόληση με την θάλασσα στα ελληνικά νησιά , τη θέα του ηλιόλουστου τοπίου κατά τους καλοκαιρινούς μήνες , κτλ. Κοινός στόχος των καλλιτεχνών είναι η ανάδειξη των ιδιαίτερων χαρακτηριστικών της χώρας, με έμφαση στην μοναδική αρχιτεκτονική της που διαφέρει από τα ευρωπαϊκά πρότυπα, όπως τα γραφικά λιμανάκια, τα λευκά σπίτια στο Αιγαίο, οι ανεμόμυλοι, τα ξωκλήσια και φυσικά τα αρχαία μνημεία.<sup>3</sup>

## ΤΟ ΚΑΛΛΙΤΕΧΝΙΚΟ ΡΕΥΜΑ ΠΟΥ ΕΠΙΚΡΑΤΟΥΣΕ ΚΑΙ Η ΕΠΙΡΡΟΗ ΣΤΙΣ ΑΦΙΣΕΣ

Το πιο βασικό γνώρισμα της γενιάς των καλλιτεχνών της εποχής εκείνης, που ωρίμασε στον δεύτερο παγκόσμιο πόλεμο είναι ότι επιστρέφει στη φύση. Η γενιά του πρώτου παγκοσμίου πολέμου είχε κοινό γνώρισμα την απελευθέρωση του υποκειμένου από τους δεσμούς του με το αντικείμενο και την πραγματικότητα που γνωρίζουν οι αισθήσεις μας. Ο ιδεαλισμός του Παρθένου, ο εξηρησιονισμός του Μπουζιάνη και του Παπαθεοδώρου, η

θρησκευτικότητα του Κόντογλου, ο κυβισμός του Γκίκα, παρά τις διαφορές τους στη λύση των τεχνικών προβλημάτων της εικαστικής αναπαράστασης, ξεκινούν από την ίδια αντίληψη για τα δικαιώματα της καλλιτεχνικής φαντασίας απέναντι στη φυσική νομοτέλεια. Η νεώτερη όμως εκείνη γενιά, ζητά να αποκαταστήσει μια ισορροπία ανάμεσα στο υποκείμενο και στο αντικείμενο και να αναστηλώσει σε καινούριες βάσεις την τέχνη. Οι νέες αυτές βάσεις είναι κυρίως τρεις: Η κατάργηση της τρίτης διάστασης στη ζωγραφική και ο αποκαθαρισμός του τοπικού χρώματος από τις σκιές και τα ημιτόνια, ο προσανατολισμός της ζωγραφικής προς τη γραφικότητα των αρχιτεκτονικών και διακοσμητικών θεμάτων της λαϊκής τέχνης, η αποκατάσταση της ανθρώπινης μορφής στο κέντρο της εικονογραφίας.<sup>4</sup>

Οι αφίσες του ΕΟΤ της περιόδου αυτής φαίνεται να έχουν επηρεαστεί από αυτό το καλλιτεχνικό ρεύμα, την επιστροφή στη φύση και το ελληνικό τοπίο, την κλασσική αρχαιότητα, αλλά και την λαϊκή τέχνη. Ιδιαίτερα την παρακίνηση προς τα θέματα της λαϊκής τέχνης έδωσαν στους νέους καλλιτέχνες ο Δ. Πικιώνης και ο Φ. Κόντογλου. Πρώτοι αυτοί είχαν αποκαλύψει στους προσφυγικούς συνοικισμούς και στα λαϊκά σπίτια, την περιφρονημένη ομορφιά του γραφικού στοιχείου αλλά και τις συμπυκνωμένες αισθητικές αναμνήσεις που έκλειναν τα ημερειπωμένα αυτά κτίρια στα ταπεινά τους σώματα.<sup>5</sup>

Παρόλα αυτά οι αφίσες της περιόδου αυτοχαρακτηρίζονται από μία έντονη προσπάθεια διαφοροποίησης από τις αισθητικές αναζητήσεις των προηγούμενων δεκαετιών, όπως οι πολύχρωμες art deco αφίσες του μεσοπολέμου. Έτσι, οι αφίσες δεν έμειναν ανέπαφες από τα ρεύματα που επικρατούσαν στον δυτικό κόσμο, όπως η αφαίρεση, οι γεωμετρικές μορφές, αλλά και ρεύματα όπως η Pop-art, Mec-art και Op-art, και όλα αυτά υπό το πρίσμα του «Νεο-ρεαλισμού».

Τα έργα της λεγόμενης «Χρυσής δεκαετίας» χαρακτηρίζονται από μεγαλύτερη αφαίρεση και σχηματοποίηση των γραφιστικών στοιχείων και πιο έντονη



**Εικ.24:** Πανσέληνος «Λ»,  
Γ.Μόραλης



**Εικ.25:** Σπίτια της Αθήνας,  
Ν.Χατζικυριακός-Γκίκας.



**Εικ.26:** Op-Art 60's

4 Άγγελος Γ.Προκοπίου, «Ιστορία της τέχνης 1750-1950», τόμος Γ', Εκδ. Μ.Πεχλιβανίδης, σελ.344.

5 Ο.π.,σ.345



**Εικ.27:** Pop- Art, Andy Warhol.



**Εικ.28:** Πλατεία Συντάγματος, Δ.Χαρισιάδης, 1965



**Εικ.29:** Α.&Κ. Καντουράκη, 1959.

διαπλοκή των γραμματοσειρών στην οργάνωση της σύνθεσης. Καθώς η αξιόπιστη και καλαίσθητη αναπαραγωγή ασπρόμαυρων και έγχρωμων φωτογραφιών δεν ήταν ακόμη τεχνικά εφικτή στη Ελλάδα , μεγάλο μέρος της παραγωγή στρέφεται στη γραφιστική αντιμετώπιση των θεμάτων με χρήση αναπαραστατικών ζωγραφικών στοιχείων, απλοποιημένων τεχνικών και έντονη χρήση του χρώματος και των γραμματοσειρών. Σταδιακά όμως, κάνει την εμφάνιση της αρχικά η ασπρόμαυρη και τελικά η έγχρωμη φωτογραφία , όχι ως αυτόνομο συνθετικό στοιχείο , αλλά ως επιμέρους συστατικό συνολική αντιμετώπισης του θέματος. Οι φωτογράφοι Δημήτρης Χαρισιάδης και Νίκος Τομπάκης δημιούργησαν υψηλής αισθητικής ποιότητας ασπρόμαυρες φωτογραφίες, αναδεικνύοντας με ιδιαίτερο τρόπο το ελληνικό τοπίο, την ελληνική αρχιτεκτονική και πολιτιστική κληρονομιά.<sup>6</sup>

Αφήνοντας στο παρελθόν τη ζωγραφική, οι τουριστικές αφίσες του '60 στρέφονται στο κόσμο της γραφιστικής και της φωτογραφίας. Λεπτομέρειες μνημείων ή ειδυλλιακών τοπίων προβάλλονται μέσα από το φωτογραφικό φακό ή τις γραφικές τέχνες με μεγαλειώδη τρόπο, δίνοντας ξεκάθαρα το στίγμα της Ελλάδας στις αγορές του εξωτερικού. Με γραμμές λιτές και χρώματα έντονα, όπως το κόκκινο και με την ελληνική αρχιτεκτονική σε καίριο ρόλο η τουριστική αφίσα και κερδίζουν τα συγκαρητήρια της διεθνούς κοινότητας, αλλά και την προσοχή των τουριστών που συρρέουν πλέον μαζικότερα στη χώρα μας.ε

Καταλυτικό ρόλο σε αυτή την επιτυχία αποτέλεσε το έργο των Μ. Κατζουράκη και Φ. Καραμπότ. Δίνοντας έμφαση στις λεπτομέρειες, τη γεωμετρία, τους συμβολισμούς, τις αφαιρετικές αρχές, αλλά και παίζονται συχνά με τα χρώματα , κατάφεραν όχι μόνο να ανατρέψουν την εικόνα της αφίσας έως τότε , αλλά να εισέλθουν δυναμικά στο χώρο της διαφήμισης. Όντας καταξιωμένοι γραφίστες αντελήφθησαν από την πρώτη στιγμή ανάληψης καθηκόντων τους στην υπηρεσία του ΕΟΤ ( καλλιτεχνικοί σύμβουλοι κατά τη περίοδο 1960-1967) την ανάγκη άμεσης ανανέωσης της τουριστικής αφίσας και δεν δίστασαν να τολμήσουν. Από αυτήν την εργασία προέκυψαν και οι διακρίσεις μας για τις αφίσες αλλά και η βράβευση του Ε.Ο.Τ. για την καλύτερη διεθνή διαφημιστική καμπάνια, το 1963.

<sup>6</sup> Υπουργείο Τουριστική Ανάπτυξης –Ελληνικό Οργανισμός Τουρισμού (2007) , «ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΑΦΙΣΑ-Ένα ταξίδι στο Χρόνο μέσα από την Τέχνη»,Αθήνα σ.52

Όπως αναφέρει και ο Δ. Φατούρος στο βιβλίο Design Διαδρομές ότι «στο έργο των Φ.Καραμπότ, Μ.Κατζουράκη και Αγνής Κατζουράκη, παρά τα διαφορετικά αντικείμενα που πρέπει να προβάλλουν και τις διαφορετικές προτεραιότητες βρίσκονται στην πρωτοπορία της έκφρασης, συντονίζοντας την εικαστική ποιότητα, την ευρηματική πρόταση και την προτεραιότητα του σύνθετου μηνύματος και εκπληρώνουν την υποχρέωση τους στη διαφήμιση και στην κατανάλωση χωρίς να παγιδεύονται σ' αυτά».<sup>7</sup>

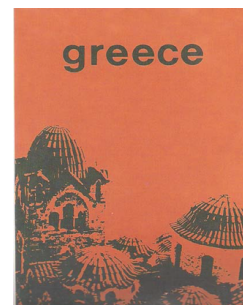
### Ο ΡΟΛΟΣ ΤΗΣ ΑΡΧΙΤΕΚΤΟΝΙΚΗΣ ΣΤΙΣ ΑΦΙΣΣΕΣ

Στην θεματογραφία των αφισών η αρχιτεκτονική συμμετέχει με διαφορετικό τρόπο κάθε φορά. Σε μερικές αφίσες αποτελεί το κυρίαρχο θέμα. Κτίρια, μνημεία, εκκλησίες κατέχουν πρωταγωνιστικό ρόλο και απεικονίζονται με τρόπο γραφιστικό. Σε ορισμένες αφίσες η αρχιτεκτονική παρουσιάζεται σε διάλογο με το φυσικό τοπίο. Έτσι βλέπουμε γραφικά λιμανάκια και παραλίες να απεικονίζονται μαζί με παραδοσιακά σπίτια, αρχαία μνημεία ή γραφικά ξωκλήσια. Η θάλασσα, δεν λείπει σχεδόν ποτέ από τις καλλιτεχνικές συνθέσεις, και λειτουργεί σε αντιπαράθεση, με την αρχιτεκτονική. Τέλος, σε ορισμένες αφίσες η αρχιτεκτονική παρουσιάζεται σαν θέαμα. Αυτό αφορά κυρίως αφίσες του φεστιβάλ Αθηνών και Επιδαύρου, όπου κύριος άξονας είναι το αρχαίο δράμα και η αρχιτεκτονική συμμετέχει στο θέαμα σαν μέρος του σκηνικού.

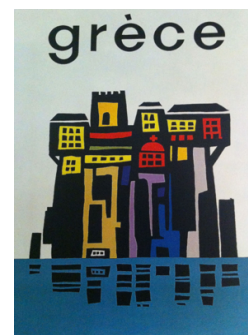
### Η ΑΡΧΙΤΕΚΤΟΝΙΚΗ ΩΣ ΚΥΡΙΑΡΧΟ ΘΕΜΑ

Στις αφίσες όπου η αρχιτεκτονική εμφανίζεται ως το κυρίαρχο θέμα, πρωταγωνιστεί το δίπολο «Κλασική Αρχαιότητα- Λαϊκή παράδοση». Σπάνια συναντάμε δείγματα αρχιτεκτονικής της Βυζαντινής και Υστεροβυζαντινής περιόδου, να πρωταγωνιστούν στις τουριστικές αφίσες, και αυτά αφορούν αφίσες που παρουσιάζουν το Μυστρά και τα Μετέωρα. Χαρακτηριστικό

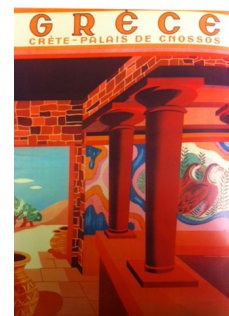
<sup>7</sup> Φρέντυ Καραμπότ, Μιχάλης & Αγνή Κατζουράκη, «Design Διαδρομές», Αθήνα, Ελληνικό, Λογοτεχνικό και Ιστορικό Αρχείο –Μουσείο Μπενάκη, σελ.31



Εικ.30: Φ.Καραμπότ, Αφίσα ΕΟΤ,1963..



Εικ.31: Φ.Καραμπότ, Αφίσα ΕΟΤ,1963..

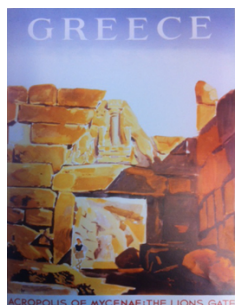


Εικ.32: Κνωσός, Ε.Περάκη, Αφίσα ΕΟΤ,1949.

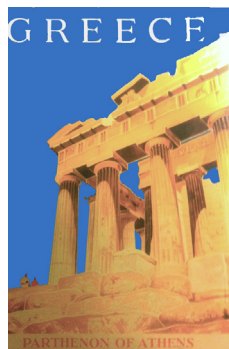




**Εικ.33:** Τοιχογραφία από το παλάτι της Κνωσσού, Αφίσα



**Εικ.34:** Ακρόπολη των Μυκηνών, Αφίσα EOT, 1952.



παράδειγμα οι αφίσες του Φ.Κάραμποτ(εικ. 30,31) ,που απεικονίζουν την καστροπολιτεία του Μυστρά και τον Ιερό Βράχο των Μετεώρων, με τρόπο μοντέρνο και αφαιρετικό, με δραματικές αντιθέσεις στους χρωματισμούς.

Εκτός , από τις δύο αυτές αφίσες , οι υπόλοιπες εξαντλούνται σε θέματα από την Κλασσική Αρχαιότητα και από την Παραδοσιακή Αρχιτεκτονική. Τα θέματα είναι κυρίως από αρχαία μνημεία ,ευκόλως αναγνωρίσιμων στο ευρύ κοινό. Αρχικά, βλέπουμε αφίσες να παρουσιάζουν τα πιο σημαντικά προϊστορικά μνημεία στην Ελλάδα , όπως το παλάτι της Κνωσσού (εικ. 32,33) και την Ακρόπολη των Μυκηνών(εικ.34).Στις δύο αφίσες παρουσιάζεται το παλάτι της Κνωσσού και μία τοιχογραφία από το εσωτερικό του. Εξάλλου η Κρήτη ήταν από τα πρώτα νησιά που άρχισε προσελκύει μεγάλο αριθμό τουριστών , οι οποίοι έδειχναν μεγάλο ενδιαφέρον για τον αρχαιολογικό χώρο της Κνωσσού και τον Μινωικό πολιτισμό. Σε αυτό είχε συμβάλει και η δημοσίευση των εργασιών που είχε κάνει ο Άρθουρ Έβανς στην Κνωσσό, στις αρχές του 20<sup>ου</sup> αιώνα.<sup>8</sup>

Δεν θα μπορούσε να λείπει η αφίσα με την Ακρόπολη των Μυκηνών (εικ 34) , όπου απεικονίζει την πύλη των Λεόντων. Το υπέροχο αυτό μεγαλιθικό μνημείο, θεωρείται ως το πρώτο παράδειγμα μνημειώδους γλυπτικής που γνωρίζουμε στην Ευρώπη. <sup>9</sup>

Για μία χώρα όπως η Ελλάδα, οι Αρχαιολογικοί χώροι είναι ο σημαντικότερος προορισμός των ξένων περιηγητών. Η Ακρόπολη των Αθηνών, η Επίδαυρος, οι Δελφοί, η Ολυμπία και η Δήλος είναι τα δημοφιλέστερα αρχαία μνημεία.

Έτσι, βλέπουμε σε αρκετές αφίσες της εποχής να πρωταγωνιστεί η Ακρόπολη των Αθηνών. Όπως στην αφίσα (εικ. 35) που παριστάνει τον Ναό του Παρθενώνα και τον ιερό βράχο της Ακροπόλεως σε μπλέ φόντο, αλλά και σε αφίσες , όπως αυτή του Μ.Κατζουράκη ,όπου τμήμα από τον Παρθενώνα (εικ. 36), συγκεκριμένα φαίνεται η ανωδομή του ναού (θριγκός) με το αέτωμα, τη μετόπη, το επιστύλιο και το περίφημο κιονόκρανο δωρικού ρυθμού. Πρόκειται για μία αφαιρετική καλλιτεχνική σύνθεση, που επικεντρώνεται στην αρχιτεκτονική του μνημείου και της Κλασσικής Αρχαιότητας. Ο Παρθενώνας παρουσιάζεται ξεκομμένος από το χώρο που τον

<sup>8</sup> David Watkin , Ιστορία της Δυτικής Αρχιτεκτονικής , εκδ. Μορφωτικό Ίδρυμα Εθνικής Τραπέζης, «Στο τέλος του 1903 είχε αποκαλύψει ένα μεγάλο μέρος των θεμελίων ενός εκτεταμένου συμπλέγματος, το οποίο προσδιόρισε ως Ανάκτορο της Κνωσσού κέντρο του Μινωικού πολιτισμού. Όχι μόνο αποκάλυψε τα θαμμένα ερείπια και τα δημοσίευσε σε 4εις τόμους στο Το Παλάτι του Μίνωα στην Κνωσσό, (1921 - 1935), κλασικό έργο της αρχαιολογίας, αλλά τα συντήρησε ουσιαστικά με τις μεθόδους της εποχής του και τα αναστήλωσε εν μέρει».

<sup>9</sup> [http://odysseus.culture.gr/h/2/gh251.jsp?obj\\_id=13401](http://odysseus.culture.gr/h/2/gh251.jsp?obj_id=13401)



περιβάλλει, πάνω σε μπλε φόντο, χρώμα ταυτισμένο με το ελληνικό στοιχείο. Τα μνημεία αυτά είναι ταυτισμένα στο εξωτερικό με τον ελληνικό πολιτισμό. Αποτελούν ένα landmark (τοπόσημο)<sup>10</sup> εκείνης της περιόδου για την Ελλάδα. Όπως έχει αναφέρει ένας από τους πιο σημαντικούς δημιουργούς των αφισών του ΕΟΤ, ο Μιχάλης Καντζουράκης: «Όταν κάνεις μια αφίσα για τον τουρισμό, ψάχνεις να βρεις τι συμβολισμούς θα καταλάβει ο κόσμος αμέσως, ποιο είναι το unique selling point - π.χ. μια αρχαία κολόνα. Δεν θα πας να βάλεις ένα πολύπλοκο πράγμα που δεν το ξέρει κανείς».<sup>11</sup> Αυτή την λογική χαρακτηρίζει και η αφίσα (εικ. 37) του Φ.Κάραμποτ, που απεικονίζει με τρόπο αφαιρετικό ένα αρχαίο ναό δωρικού ρυθμού σε συνδυασμό με μία κλίμακα, που παραπέμπει σε αρχαίο θέατρο. Όλα αυτά αποδοσμένα με δραματική χρήση του φωτός και πλαισιωμένα από έντονα πορτοκαλί φόντο, που παραπέμπει στον «ελληνικό» ήλιο.

Αξιοσημείωτη είναι και η παρουσία ανθρώπινων φιγούρων στα αρχαία μνημεία. Αυτό δείχνει πως μέσω της αφίσας, υπήρχε η πρόθεση να αφήσουν τον θεατή να φανταστεί τον εαυτό του, στη θέση της ανθρώπινης φιγούρας, πως επισκέπτεται το συγκεκριμένο μνημείο. Εξάλλου, την δεκαετία του '50, ο ΕΟΤ είχε αναλάβει την διαμόρφωση των αρχαιολογικών χώρων και την ανάπτυξη των υποδομών της περιοχής γύρω από αυτούς. Πιο σημαντικό από αυτά τα

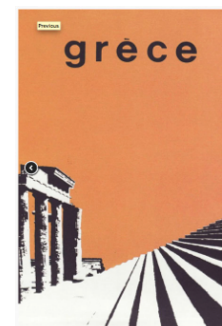
<sup>10</sup> <http://courses.arch.ntua.gr/111665.html> Η Ένοια του Τοπόσημου, " Σε οποιαδήποτε γωνιά του πλανήτη και όπου κατοικεί άνθρωπος υπάρχει τουλάχιστον ένα αντικείμενο στον χώρο, το οποίο χαρακτηρίζει έναν συγκεκριμένο τόπο. Η υπάρχουσα έρευνα επικεντρώνεται σε γνωστά αρχιτεκτονήματα, τα οποία έχουν παγκόσμια εμβέλεια και αποτελούν έμβλημα πόλης ή κράτους.

Τα «σημαντικά κτίρια της πόλης» λοιπόν, είναι εκείνα με τα οποία ο άνθρωπος έχει στιγματίσει την περιοχή δράσης του και έχει εκφράσει τις βαθύτερες πνευματικές ή καλλιτεχνικές ανησυχίες του. Οι συναισθηματικοί δεσμοί της κοινωνίας ως προς αυτά είναι πολύ ισχυροί και αυτό τα καθιστά «αιώνια», ακόμη και αν παύσουν να υπάρχουν, «πεδίο βολής» στα πλαίσια της αντιπαλότητας των εθνών και ορισμένες φορές «λάφυρα» κατά τις διεκδικήσεις μεταξύ τους".

<sup>11</sup> <http://www.lifo.gr/mag/features/434> Συνέντευξη στην εφημερίδα LIFO των δημιουργών Αγνής και Μιχάλη Κατσουράκη, 17/01/2008.



Εικ.36: Παρθενώνας,Αθήνα, Μ.Καντζουράκης,Αφίσα



Εικ.38: Θεσσαλονική,Αφίσα ΕΟΤ,1952.



Εικ.39: Ύδρα,  
Γ.Μόραλης,Αφίσα ΕΟΤ,1956.



Εικ.40: Μ.Κατζουράκης,Αφίσα



Εικ.41: Φρέντυ Κάραμποτ,Αφίσα  
ΕΟΤ,1961.

έργα είναι τα Έργα της Ακροπόλεως , όπου ολοκληρώθηκαν το 1958.<sup>12</sup> Συνεπώς , η αρχιτεκτονική των αρχαίων μνημείων αυτών , κατέχει εξέχουσα θέση στην παραγωγή τουριστικών αφισών.

Εκτός από την Ακρόπολη , που αποτελεί σύμβολο και τοπόσημο για την Αθήνα, εξέχουσας σημασίας είναι και το πιο αναγνωρίσιμο μνημείο σύμβολο της Θεσσαλονίκης , ο Λευκός Πύργος. Πρόκειται για ένα δείγμα οχυρωματικής αρχιτεκτονικής του 15<sup>ου</sup> αιώνα στην Ελλάδα.<sup>13</sup> Έστι ,λοιπόν, στην αφίσα (εικ. 38) όπου διαφημίζεται η Θεσσαλονίκη , πρωταγωνιστεί το εν λόγω μνημείο και παρουσιάζεται ξεκομμένο από την υπόλοιπη πόλη.

Παρόλα αυτά, αυτή την χρονική περίοδο 1944-1967 , παρατηρείται και μία στροφή σε θέματα που αφορούν την παραδοσιακή και λαϊκή αρχιτεκτονική. Όπως, έχει αναφερθεί και ανωτέρω , υπήρχε το καλλιτεχνικό ρεύμα των ζωγράφων την εποχή μετά το β' παγκόσμιο πόλεμο για την επιστροφή σε θέματα που αφορούν την παράδοση. Η αρχιτεκτονική που πρωταγωνιστεί στις αφίσες , αφορά κυρίως δείγματα λαϊκής αρχιτεκτονικής από τα νησιά του Αιγίου. Τα άσπρα γραφικά σπιτάκια , τα ξωκλήσια, οι ανεμόμυλοι κα. Χαρακτηριστικό παράδειγμα , η αφίσα του Γ. Μόραλη (εικ.39) που απεικονίζει ένα τυπικό αρχοντικό σπίτι στην Ύδρα, με το ιδιόμορφο τοπικό αρχιτεκτονικό ιδίωμα. Πρόκειται για μία πρωτοποριακή και αφαιρετική σύνθεση, σκηνογραφικά στοιχεία.<sup>14</sup> Οι δημιουργοί Φ. Κάραμποτ και Μ. Κατζουράκης με τις αφίσες μοντέρνες και τολμηρές αφίσες τους , χρησιμοποιούν δείγματα παραδοσιακής νησιώτικης αρχιτεκτονικής σε πρώτο πλάνο .(εικ. 40,41). Πρόκειται για ουτοπικές συνθέσεις , καθώς δεν κάνουν αντιληπτό στον θεατή ποιο νησί εικονογραφούν. Αντίθετα, έχουν χρησιμοποιήσει γραφικά στοιχεία , εύκολα

12 Μυριάνθη Μούσα ,άρθρο: «Πολιτικές για τον Τουρισμό.Η υλοποίηση του οράματος για τον τουρισμό μέσα από το κτιριακό έργο του ΕΟΤ», από το βιβλίοΜεταπολεμικός μοντερνισμός : αρχιτεκτονική, πολιτική και τουρισμός στην Ελλάδα, 1950-1965 : τελική έκθεση , , εκδ.ΕΜΠ,σελ.151: «...Η Ακρόπολη των Αθηνών αποτελεί το σημαντικότερο αρχαιολογικό χώρο στην Ελλάδα. Ο «Ιερός Βράχος» είναι το σύμβολο του Δυτικού πολιτισμού , και για τους Έλληνες συνοψίζει το ελληνικό ιδανικό. Καθώς αποτελεί έναν ξεχωριστό προορισμό για τους ξένους τουρίστες, προγραμματίζονται διάφορα έργα από τον Οργανισμό κατά περιόδους , με σημαντικότερο έργο τη διαμόρφωση του λόφου της Ακροπόλεως και του λόφου του Φιλλοπάπου , το τουριστικό περίπτερο Ακροπόλεως και τον εξωραϊσμό του Αγ.Δημητρίου Λουμπαδιάρη...»

13 [http://trans.kathimerini.gr/4dcgi/ w\\_articles taxgreece 1 11/06/2012 446342](http://trans.kathimerini.gr/4dcgi/ w_articles taxgreece 1 11/06/2012 446342) , Σελάνα Βρόντη , άρθρο «Το οθωμανικό παρελθόν της Θεσσαλονίκης » , 11/06/2012.

14 Υπουργείο Τουριστική Ανάπτυξης –Ελληνικό Οργανισμός Τουρισμού (2007) , «ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΑΦΙΣΑ-Ένα ταξίδι στο Χρόνο μέσα από την Τέχνη»,Αθήνα σ.32

αναγνωρίσιμα στο ευρύ κοινό ,όπως κυκλαδίτικα σπιτάκια, τρούλους, караβάκια , παράθυρα και πόρτες από την λαϊκή αρχιτεκτονική κα. Οι τουριστική αφίσα της περιόδου εκείνης κατοχύρωνε την αρχιτεκτονική σύνθεση των νησιών.<sup>15</sup>

Η νεοελληνική αρχιτεκτονική, όπως κτίρια της περιόδου του Νεοκλασικισμού , κτίρια του Μεσοπολέμου ή του Μοντερνισμού, ελάχιστα απασχόλησε την θεματογραφία των αφισών εκείνης της περιόδου. Από τα λίγα παραδείγματα , είναι η αφίσα (εικ.42) του Μ.Κατζουράκη ,που εικονογραφεί το κέντρο της Αθήνας από ψηλά. Συγκεκριμένα στην αφίσα διακρίνει κανείς την οδό Πανεπιστημίου και Σταδίου , την «Τριλογία» με τα σημαντικά κτίρια του 19<sup>ου</sup> αιώνα του Αρχιτέκτονα Θ. Χάνσεν και άλλα δείγματα αρχιτεκτονικής του Ελληνικού Νεοκλασικισμού , καθώς και κάποια μοντέρνα κτίρια και πολυκατοικίες που άρχισαν να διαμορφώνουν τότε την σημερινή εικόνα του κέντρου της Αθήνας. Η σύνθεση είναι αρκετά αφαιρετική , κρύβει επιμελώς τις αδυναμίες της πόλης και δίνει την αίσθησης μίας σύγχρονης πρωτεύουσας. Μία άλλη αφίσα (εικ.43) , του δημιουργικού γραφείου Κ&Κ ( Α.& Μ. Κατζουράκη και Φ.Κάραμποτ) , συνοψίζει σε μία καλλιτεχνική σύνθεση όλα τα αναγνωρίσιμα σύμβολα της αρχιτεκτονικής στην Ελλάδα , όπως οι κολόνες Δωρικού ρυθμού σύμβολο της κλασσικής αρχιτεκτονικής, οι τρούλοι και οι θόλοι εκκλησιών δείγμα Βυζαντινής αρχιτεκτονικής και τέλος η πολυκατοικίες- κουτιά δείγματα μοντέρνας και σύγχρονης αρχιτεκτονικής. Η χρήση του αυτοκινήτου στην αφίσα γίνεται για να δείξει στον επισκέπτη πως ταξιδεύοντας οδικώς στην Ελλάδα , έχει κανείς την ευκαιρία να θαυμάσει από κοντά την Ελληνική Αρχιτεκτονική.

## Η ΑΡΧΙΤΕΚΤΟΝΙΚΗ ΣΕ ΔΙΑΛΟΓΟ ΜΕ ΤΟ ΤΟΠΙΟ

<sup>15</sup> <http://www.rodiki.gr/article.php?id=30653&catid=1&subcatid=37> ,Αγαπητού Ξάνθη , άρθρο «Όταν η αφίσα του ΕΟΤ γίνεται κομμάτι της αρχιτεκτονικής» , 12/04/2010



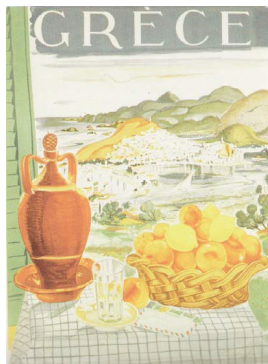
**Εικ.42:** Φρέντυ Κάραμποτ,Αφίσα ΕΟΤ,1962.



**Εικ.43:** Φρέντυ Κάραμποτ,Αφίσα ΕΟΤ,1962.



**Εικ.44:** Σπύρος Βασιλείου,Αφίσα ΕΟΤ,1947.



**Εικ.45:** Σπύρος Βασιλείου, Αφίσα ΕΟΤ, 1948.



**Εικ.46:** Ακρόπολη, Αθήνα, Π. Τετσης, Αφίσα ΕΟΤ, 1952.

Μελετώντας το υλικό από τις αφίσες του ΕΟΤ για την περίοδο 1944-1967, γίνεται αντιληπτό πως εκτός από αφίσες στις οποίες η αρχιτεκτονική αποτελεί κυρίαρχο θέμα, σε αρκετές αφίσες η αρχιτεκτονική συνυπάρχει με το τοπίο. Μετά από 20 περίπου χρόνια λειτουργίας, οι υπεύθυνοι για τον τουρισμό στην Ελλάδα, άρχισαν να αντιλαμβάνονται πως η πλούσια Ιστορία της, τα αρχαία μνημεία, οι βυζαντινές εκκλησίες, οι αρχαιολογικοί χώροι κλπ, δεν αποτελούν το μοναδικό «τουριστικό προϊόν», που έχει η Ελλάδα να επιδείξει στους ξένους και να την κάνουν ανταγωνιστική στην τουριστική αγορά. Αντίθετα, ο γεωγραφικός της πλούτος, τα μοναδικά τοπία, οι ακρογιαλιές και τα γραφικά λιμανάκια στα νησιά, αποτελούν ένα ισχυρό «τουριστικό προϊόν».

Ο Άρης Κωνσταντινίδης, στο βιβλίο του «*Η Αρχιτεκτονική της Αρχιτεκτονικής*», αναφέρει πως: «...στην Ελλάδα υπερτερεί το τοπίο, καλλιτεχνικά φτιαγμένο από τη φύση, έναντι του κτισμένου σε σχέση με άλλες χώρες που το κτισμένο προσδίδει ενδιαφέρον και προσελκύει κόσμο...».<sup>16</sup>

Έτσι, σε αυτό το κάλεσμα του ΕΟΤ συμμετείχαν αξιόλογοι καλλιτέχνες, οι οποίοι απέδωσαν τα γνήσια χαρακτηριστικά του τοπίου της ελληνικής γης με λιτό αλλά ελκυστικό τρόπο.<sup>17</sup> Το χρώμα κυριαρχούσε σε όλες τις συνθέσεις με ειδυλλιακά τοπία, κυρίως καλοκαιρινά, που προκαλεί τους επισκέπτες να τα επισκεφτούν.<sup>18</sup> Σε αυτές τις αφίσες η αρχιτεκτονική φαίνεται να συνδιαλέγεται με το τοπίο. Αντιμετωπίζεται, ως σύνολο, άρρηκτα συνεδμεμένο, που δημιουργεί την ταυτότητα του τόπου. Οι αφίσες (εικ.44,45) ενός αντιπροσωπευτικού καλλιτέχνη της περιόδου εκείνης, Σπ. Βασιλείου, εικονογραφούν στις συνθέσεις τους χαρακτηριστικά αιγαιοπελαγίτικα τοπία. Στις αφίσες κυριαρχεί το μπλέ χρώμα της θάλασσας με παραδοσιακά ψαροκάικα, σε συνδυασμό με το έντονο και χωρίς βλάστηση

<sup>16</sup> Άρης Κωνσταντινίδης, βιβλίο «*Η Αρχιτεκτονική της Αρχιτεκτονικής*» Ημερολογιακά σημειώματα (1937-1990), εκδ. Πανεπιστημιακές Εκδόσεις Κρήτης, 2011, σ.21.

<sup>17</sup> <http://www.rodiaki.gr/article.php?id=30653&catid=1&subcatid=37>, Αγαπητού Ξάνθη, άρθρο «Όταν η αφίσα του ΕΟΤ γίνεται κομμάτι της αρχιτεκτονικής», 12/04/2010

<sup>18</sup> Υπουργείο Τουριστική Ανάπτυξης –Ελληνικό Οργανισμός Τουρισμού (2007), «ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΑΦΙΣΑ-Ένα ταξίδι στο Χρόνο μέσα από την Τέχνη», Αθήνα σ.20



ανάγλυφο των νησιών. Εκτός, από τη θάλασσα, κοινό χαρακτηριστικό των δύο αφισών είναι και τα μικρά λευκά αιγαιοπελαγίτικα σπιτάκια, σκαρφαλωμένα σε κάποιον βράχο. Οι συγκεκριμένες συνθέσεις χρησιμοποιούν κάποια αφαιρετικά στοιχεία και δεν απεικονίζουν κάποιο συγκεκριμένο τοπίο ή νησί, αλλά συνθέτουν στοιχεία από το αιγαιοπελαγίτικο τοπίο, που ήδη είχε αρχίσει να γίνεται δημοφιλές στο εξωτερικό. Σε αυτό είχε συμβάλει και ο Le Corbusier, όπου με το βιβλίο του, *Voyage d'Orient*<sup>19</sup>, αλλά και με την ομιλία του στο 4ο CIAM το 1933 στην Αθήνα<sup>20</sup>, έκανε λόγο για την πλαστικότητα των μορφών, για την εναλλαγή ήλιου και σκιάς, για τη σκηνική ζωντάνια των σπιτιών στις Κυκλάδες.

Από τις αφίσες, όπου κοινό τους γνώρισμα είναι ο διάλογος της Αρχιτεκτονικής με το τοπίο, δεν λείπει η χρήση αναγνωρίσιμων συμβόλων (landmarks). Μόνο που σε αυτή την περίπτωση χρησιμοποιούνται τα «σύμβολα» σε συνδυασμό με το τοπίο που τα περιβάλλει. Αρχικά, το πιο αναγνωρίσιμο landmark-μνημείο, η Ακρόπολη των Αθηνών, πρωταγωνιστεί ακόμη μία φορά σε τουριστική αφίσα (εικ.46), συνδυασμένη όμως με το Αττικό τοπίο που την περιβάλλει. Η αφαιρετική αυτή σύνθεση του Π. Τέτση, εικονογραφεί τη θέα από ένα Αθηναϊκό σπίτι, με νεοκλασικά στοιχεία, τη Ακρόπολη, τον πράσινο λόφο κάτω από αυτήν, και με αφαιρετικά στοιχεία κάποιοι όγκοι που μοιάζουν με τους οικισμούς κάτω από τον λόφο της Ακρόπολης. Ο καλλιτέχνης, πιθανόν, ηθελημένα να χρησιμοποιεί στοιχεία αφαίρεσης, για τα εστιάζει στο μνημείο, και όχι στις πολυκατοικίες που άρχισαν να κατακλύουν την πρωτεύουσα, ακόμη και σε μικρή απόσταση από το αρχαίο Μνημείο. Η αναγνωρισιμότητα της Ακρόπολης ήταν τόσο μεγάλη στους ξένους, γι' αυτό η χρήση της ως σύμβολο είναι συχνή στις αφίσες. Χαρακτηριστικό παράδειγμα η αφίσα (εικ.47), στην οποία ο καλλιτέχνης έχει αποδώσει ζωγραφικά το λιμανάκι της Καστέλλας

19 Α.Γ.Σημαιοφοριδής και Γ.Τζιρτζιλάκης, φι Αφιέρωμα «Ο Le Corbusier και η Ελλάδα», ΑΡΧΙΤΕΚΤΟΝΙΚΑ ΘΕΜΑΤΑ 21/1987, σελ.87-156, επιμέλεια των, «...την Ελλάδα ο Le Corbusier την ανακάλυψε δυο φορές - το 1911 σαν νεαρός Charles Edouard Jeanneret διψασμένος για γνώση και περιπέτεια ξοδεύοντας την αμοιβή από την κατασκευή μιας έπαυλης για ένα μεγάλο μυητικό ταξίδι στην Ανατολή ( Αυστρία, Ουγγαρία, Βαλκάνια, Τουρκία, Ελλάδα, Ιταλία) και το 1933 σαν Le Corbusier, πια, στα πλαίσια του CIAM IV...»



Εικ.47: Καστέλλα, Πειραιάς, Γ. Βακιρτζής, Αφίσα ΕΟΤ, 1955.



Εικ.48: Όρος Αθως, Γ. Κοσμαδόπουλος, Αφίσα ΕΟΤ, 1949.



**Εικ.49:** Μύκονος,Κ.  
Λινάκης,Αφίσα ΕΟΤ,1949.



**Εικ.50:** Κέρκυρα  
Σ.Κούρκουλος,,Αφίσα ΕΟΤ,1949.



**Εικ.51:** Άνδρος,Γ.Μόσχος,Κ.  
Λινάκης,Αφίσα ΕΟΤ,1949.

, με τα γραφικά μαγαζάκια στην προβλήτα του λιμανιού και τον οικισμό με τα νεοκλασσικά σπιτάκια που «σκαρφαλώνουν» στο λόφο . Στο βάθος της σύνθεσης φαίνεται ο Ιερός Βράχος της Ακροπόλεως. Η χρήση του συμβόλου γίνεται για τονίσει στους θεατές πως η Αθήνα είναι μια πόλη που εκτός από τα αρχαία μνημεία , μπορεί κανείς σε λίγη ώρα να βρεθεί στην θάλασσα και στο γραφικό λιμανάκι.

Τα υποβλητικό τοπίο του όρους Άθως, σε συνδυασμό με την βυζαντινή αρχιτεκτονική, συνυπάρχει σε αφίσα του ΕΟΤ(εικ.48). Το τοπίο στο όρος Άθως είναι άρρηκτα συνδεδεμένο με την αρχιτεκτονική των ναών, καθώς το ίδιο το τοπίο αγγίζει τα όρια του μεταφυσικού και συμβάλει στην καταναυτική ατμόσφαιρα του τόπου. Στην αφίσα απεικονίζεται η Μονή Διονυσίου , ένας ναός του 14<sup>ου</sup> αιώνα μ.Χ. και ο εντυπωσιακός βράχος πάνω στον οποίο έχει κτιστεί ο ναός.Ο καλλιτέχνης έχει χρησιμοποιήσει αφαιρετικά στοιχεία και έχει χρησιμοποιήσει με δραματικό τρόπο το φως στη σύνθεσή του, ώστε να μεταφέρει αυτό το μεγαλειώδες και μεταφυσικό στον θεατή.<sup>21</sup>

Η σχέση της λαϊκής και ανώνυμης αρχιτεκτονικής με το «σκηνικό» που την περιβάλλει μοιάζει να αποτελεί κύρια πηγή έμπνευσης για τους καλλιτέχνες. Έτσι ,παρατηρούμε στις αφίσες(εικ.49) ένα χαρακτηριστικό ανεμόμυλο στη Μύκονο, δείγμα ανώνυμης λαϊκής αρχιτεκτονικής να κυριαρχεί στην αφίσα, συνδυασμένο όμως με το άνυδρο τοπίο της Μυκόνου , το γραφικό παραθαλάσσιο οικισμό με το αιγαιοπελαγίτικο ξωκλήσι. Σε άλλη αφίσα(εικ.50) ο καλλιτέχνης ασχολείται με το Κερκυραϊκό τοπίο σε διάλογο πάντα με την παραδοσιακή αρχιτεκτονική. Ένα γραφικό λιμανάκι με καϊκία που καταλήγει σε ένα εκκλησάκι και στο βάθος το Ποντικονήσι και βουνά που αντικατοπτρίζονται στο νερό.

Η παραδοσιακή αρχιτεκτονική της Άνδρου , απεικονίζεται σε άλλη καλλιτεχνική σύνθεση (εικ.51) συνδυασμένη με το έντονο ανάγλυφο του νησιού. Βλέπει κανείς ένα μεσαιωνικό οικισμό με τυπικά μονώροφα παραδοσιακά σπίτια της Άνδρου με τους περισσότερους του 18<sup>ου</sup> αιώνα<sup>22</sup>, χτισμένα σε λόφο με την χαρακτηριστική βλάστηση του νησιού αυτού.

21 Υπουργείο Τουριστικής Ανάπτυξης –Ελληνικό Οργανισμός Τουρισμού (2007) , «ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΑΦΙΣΑ-Ένα ταξίδι στο Χρόνο μέσα από την Τέχνη»,Αθήνα σ.20.

22 Αγγελική Χριστιανίδου , «ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΠΑΡΑΔΟΣΙΑΚΗ ΑΡΧΙΤΕΚΤΟΝΙΚΗ-ΚΥΚΛΑΔΕΣ» , κεφ. Άνδρος ,εκδ. ΜΕΛΙΣΣΑ,, σελ.34

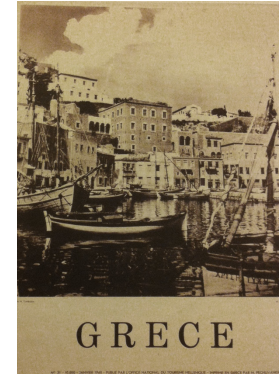
Έχοντάς περάσει πια στην εποχή, όπου επικρατεί η φωτογραφία στις αφίσες, η αλληλεπίδραση της παραδοσιακής αρχιτεκτονικής και τοπίου ακόμη απασχολεί του δημιουργούς. Στην ασπρόμαυρη αφίσα(εικ52), παρατηρεί κανείς το γραφικό λιμάνι στην Ύδρα, που μοιάζει σχεδόν σαν σκηνικό. Καθώς η πόλη κατηφορίζει προς το λιμάνι, κλιμακώνεται αμφιθεατρικά πάνω στις βραχώδεις πλαγίες που κυκλώνουν το λιμάνι και επεκτείνεται στο επίπεδο τμήμα του.<sup>23</sup> Οι κατοικίες, επαναλαμβανόμενοι όγκοι, ορθογωνισμένοι, μικροί και μεγάλοι, με κεραμοσκεπές και δώματα, λευκοασβεστωμένοι, στραμμένοι προς το λιμάνι, με συμμετρικά κι ασύμμετρα ανοίγματα, δίνουν ένα σύνολο που είναι συνταίριασμα αιγαιοπελαγίτικης και στεριανής αρχιτεκτονικής, κυρίως του 18<sup>ου</sup> και 19<sup>ου</sup> αιώνα.<sup>24</sup>

Σε άλλη, έγχρωμη πια αφίσα (εικ.53), απεικονίζεται από ψηλά ένας παραδοσιακός οικισμός στη Σκύρο. Σε αυτή τη φωτογραφία δίνεται έμφαση στη πολεοδομική οργάνωση ενός αιγαιοπελαγίτικου οικισμού, όπως η Σκύρος. Διακρίνει κανείς έναν νησιωτικό οικισμό που ακολουθεί τα πρότυπα του οχυρού οικισμού, που ακολουθούσαν μέχρι το 18<sup>ο</sup> αιώνα για την αντιμετώπιση του πειρατικού κινδύνου.<sup>25</sup> Οι δρόμοι και τα όρια του κάθε σπιτιού είναι ασαφή, και όπως διαφαίνεται και στην αφίσα, τυπικό χαρακτηριστικό του οικισμού είναι πως το δώμα του ενός σπιτιού χρησιμοποιείται ως αυλή του σπιτιού που βρίσκεται ανώτερα. Είναι από τις λίγες αφίσες αυτή που εστιάζει στην σχέση πολεοδομική οργάνωσης και τοπογραφίας.

23 Δ.Βασιλειάδης, «Μύκονος-Ύδρα –Πάτμος», Νέα Εστία, 82 1967, σ.46-48, λεπτομερής παραλληλισμός του λιμανιού και της πόλης με τα μέρη του αρχαίου θεάτρου.

24 Χρυσαιυγή Αρναούτογλου, «ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΠΑΡΑΔΟΣΙΑΚΗ ΑΡΧΙΤΕΚΤΟΝΙΚΗ-ΠΕΛΟΠΟΝΝΗΣΟΣ Α'», κεφ. Ύδρα, εκδ. ΜΕΛΙΣΣΑ, σελ.287

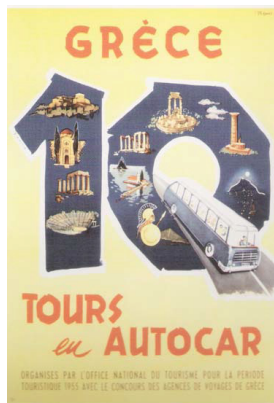
25 D.Jesson, άρθρο «Η δυναμική του χώρου στα ελληνικά παράλια χωριά», Θέματα Χώρου +Τεχνών, τ.8/1977,σ.26-39.



**Εικ.52:** Ύδρα,Ν.  
Τομπάζης,Αφίσα ΕΟΤ,1960.



**Εικ.53:** . Σκύρος,Ν.  
Κατζουράκης,Αφίσα ΕΟΤ,1949.



**Εικ.54:** *Twelve motor coach tours*, Αφίσα EOT, 1952.



**Εικ.55:** *Twelve motor coach tours*, Αφίσα EOT, 1952.

## Η ΑΡΧΙΤΕΚΤΟΝΙΚΗ ΩΣ ΘΕΑΜΑ

Σ

Μελετώντας κανείς τις αφίσες εκείνης της εποχής, που αποτελεί την «άνοιξη» του ελληνικού τουρισμού, αντιλαμβάνεται πως οι αφίσες είναι στημένες με θεατρικό τρόπο. Ακολουθούν ένα συγκεκριμένο σενάριο και σκηνικό, ώστε να καθοδηγήσουν την φαντασία του θεατή. Η κάθε αφίσα ξεχωριστά αποτελεί μία αφήγηση για το τι θα δει ο επισκέπτης και πως θα το δει.

«Σαν τουρίστες ταξιδεύουμε σε μακρινά μέρη και με σημαντικά έξοδα για να γίνουμε θεατές της ζωής άλλων ανθρώπων», έχει αναφέρει ο καθηγητής Wayne Attoe, στο άρθρο του «Σκηνογραφικές πόλεις και ζωντανά θεάματα. Μια θεώρηση της αρχιτεκτονικής και του τουρισμού».<sup>26</sup> Σε ορισμένες αφίσες που μελετήθηκαν παραπάνω, η αρχιτεκτονική μετέχει σαν μέρος του σεναρίου αυτού, σαν σκηνικό μπορούμε να πούμε. Σε άλλες, όμως η αρχιτεκτονική αποτελεί το ίδιο το θέαμα. Ένα παράδειγμα είναι η αφίσα (εικ.54) που απεικονίζει 10 κτίσματα –μνημεία που μπορεί ένα επισκέπτης στην Ελλάδα να περιηγηθεί και να θαυμάσει με τουριστικό λεωφορείο, παρόμοιο με αυτό της αφίσας. Στην φωτογραφία η αρχιτεκτονική παρουσιάζεται ως το θέαμα και οι τουρίστες ως θεατές. Τα μνημεία παρουσιάζονται απομονωμένα από το περιβάλλον στο οποίο ανήκουν, σαν να αποτελούν μέρος των εκθεμάτων ενός υπαίθριου μουσείου ή θεματικού πάρκου. Μία άλλη αφίσα που αντιμετωπίζει την αρχιτεκτονική σαν θέαμα είναι η αφίσα (εικ.55) του Φ. Κάραμποτ που αναπαριστά ένα παράθυρο, όπου μέσα από το ανοιχτό του φύλλο, γίνεται θεατής δύο αξιόλογων κτισμάτων της κλασσικής Αρχαιότητας, τον ναό του Παρθενώνα και το Ωδείο του Ηρώδη Αττικού. Η σύνθεση της αφίσας είναι καθαρά σκηνογραφική και η αρχιτεκτονική γίνεται μέρος του θεάματος. Η συγκεκριμένη αφίσα θα μπορούσε να αποτελεί σκηνικό έργο που διαδραματίζεται στη Αθήνα. Στόχος της αφίσας είναι να εγείρει την φαντασία του υποψήφιου επισκέπτη και να

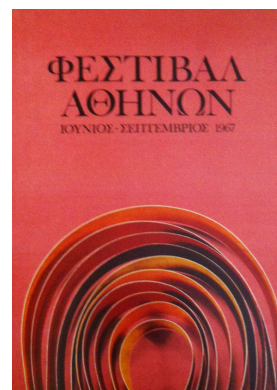
<sup>26</sup> Wayne Attoe, University of Wisconsin-Milwaukee, άρθρο «Σκηνογραφικές πόλεις και ζωντανά θεάματα. Μια θεώρηση της αρχιτεκτονικής και του τουρισμού», περιοδικό Αρχιτεκτονικά Θέματα, 9/1975, τ.44, σ.47.



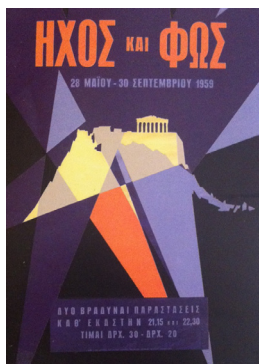
φτιάξει το δικό του σενάριο, με σκηνικό το θέαμα που του προβάλλεται.

Παράλληλα, εκείνη την χρονική περίοδο εδραιώνεται, με την συμβολή του ΕΟΤ, το θεσμός του Φεστιβάλ Αθηνών και Επιδαύρου. Σημαντικοί καλλιτέχνες, που έπαιξαν καταλυτικό ρόλο στο κόσμο των γραμμάτων και τεχνών, έδωσαν το στίγμα τους στα φεστιβάλ. Αφίσες με θέμα τα φεστιβάλ έκαναν την εμφάνιση του αυτή τη δεκαετία, που απευθυνόντουσαν τόσο στο εγχώριο, όσο στο ξένο κοινό. Στις φεστιβαλικές αφίσες παρατηρούνται οι πρώτες γραφιστικές καινοτομίες, όπου έξυπνα συνδυάζονται συμβολικά στοιχεία και περιγραφικές τεχνικές.<sup>27</sup> Οι φεστιβαλικές αφίσες, έχοντας ως κύριο άξονα το αρχαίο δράμα, εστιάζουν και στην αρχιτεκτονική των χώρων στα οποία διαδραματίζονται οι παραστάσεις. Έτσι, έχουμε την αφίσα του Φεστιβάλ Αθηνών, η οποία απεικονίζει σκηνή αρχαίου δράματος που εξελίσσεται στο Ηρώδειο. Το Ωδείο του Ηρώδη Αττικού, έτσι όπως αποδίδεται στην αφίσα, φαίνεται να αποτελεί μέρος του σκηνικού και να μετέχει στο αρχαίο δράμα. Μία άλλη αφίσα του Φεστιβάλ που αποτυπώνει την αρχιτεκτονική ως αναπόσπαστο μέρος του θεάματος είναι η αφίσα που σκιαγραφεί μία αρχαία λύρα σε συνδυασμό με ένα αρχαίο προσωπείο που χρησιμοποιούσαν στις τραγωδίες και από πίσω την σύνθεση συμπληρώνει μία κλίμακα που παραπέμπει σε αρχαίο θέατρο. Οι συμβολισμοί και ο ρόλος της αρχιτεκτονικής στην προώθηση του Φεστιβάλ γίνονται αρκετά σαφής. Ιδιαίτερα έμφαση στον χώρο που εξελίσσεται το αρχαίο και στο ρόλο που κατέχει η αρχιτεκτονική στην εκτέλεση του δίνεται στην καλλιτεχνική σύνθεση του Μ.Κατζουράκη(εικ56) για το Φεστιβάλ Αθηνών του 1967. Ο καλλιτέχνης με αφαιρετικό τρόπο έχει προσπαθήσει να αναπαραστήσει ένα αρχαίο θέατρο. Στην συγκεκριμένη αφίσα απουσιάζει κάθε αναφορά στο αρχαίο δράμα και εστιάζει μόνο στο χώρο στον οποίο διαδραματίζεται. Αυτή η πρόθεση του καλλιτέχνη επιδεικνύει πως η αρχιτεκτονική μετέχει εξίσου στο θέαμα με τις παραστάσεις που λαμβάνουν χώρα κατά την διάρκεια του Φεστιβάλ.

27 Υπουργείο Τουριστική Ανάπτυξης –Ελληνικό Οργανισμός Τουρισμού (2007), «ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΑΦΙΣΑ Ένα ταξίδι στο Χρόνο μέσα από την Τέχνη», Αθήνα σ.52



Εικ.56: Μ.Κατζουράκης, 1967

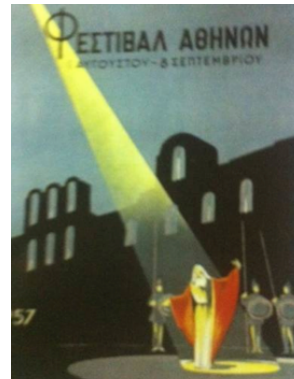


**Εικ.57:** *Sound and Light*,  
Κ.Λινάκης, 1959.



**Εικ.58:** *Μ. Κατζουράκης*, 1966

Παράλληλα χαρακτηριστικό παράδειγμα, όπου η αρχιτεκτονική αντιμετωπίζεται σαν θέμα, είναι η αφίσα (εικ..) για τον φεστιβάλ Ήχος και Φως, όπου με εικαστικό τρόπο αποδίδονται δύο προβολείς θεάτρου που φωτίζουν το «Θέαμα- Ακρόπολη». Παράλληλα με το Φεστιβάλ Αθηνών, υπήρχαν αφίσες που προέβαλαν το Φεστιβάλ Επιδαύρου. Οι αφίσες ακολουθούσαν ανάλογο ύφος με αυτές του Φεστιβάλ της Αθήνας, έχοντας σαν κεντρική γραμμή το αρχαίο δράμα επικεντρώνουν στην αρχιτεκτονική του χώρου στο οποίο φιλοξενείται το φεστιβάλ. Έτσι, μαζί με τον «αρχαίο μελωδό» ή την πρωταγωνίστρια της αρχαίας τραγωδίας, το αρχαίο θέατρο μετέχει κι αυτό στο θέαμα, αποτελεί μέρος του σκηνικού. Η σχέση αυτή γίνεται ακόμη πιο εμφανής στην αφίσα (εικ...), όπου ο δημιουργός της με μοντέρνο και αφαιρετικό τρόπο έχει αποτυπώσει μέρος του ημικυκλίου του αρχαίου θεάτρου της Επιδαύρου και στην μέση της σκηνής έναν ηθοποιό που πέρνει μέρος στο αρχαίο δράμα. Εντούτοις υπάρχουν και αφίσες όπου το αρχαίο δράμα απουσιάζει και το θέαμα αποτελεί μόνο το αρχαίο θέατρο, όπως στην αφίσα (εικ..) του Φ.Κάραμποτ που παρουσιάζεται αυτούσιο (εικ.)



Στις αφίσες της περιόδου, που θεωρείται και η «χρυσή» εποχή για την τουριστική αφίσα, συναντάται έντονα το φαινόμενο architourism σε όλες τις εκφάνσεις του. Αυτό οφείλεται στο γεγονός πως η τουριστική προπαγάνδα βρίσκεται πλέον σε ώριμο στάδιο, έχουν εντοπίσει οι ιθύνοντες για την τουριστική προβολή της χώρας, τι είναι αυτό που κάνει την χώρα δημοφιλή προορισμό, έχουν εντοπίσει τις ανάγκες της αγοράς και οι υποδομές σαφώς έχουν αναβαθμισθεί.

Μεγάλο μέρος των τουριστικών αφισών προωθούν μνημεία της αρχαιότητας, καθώς σχετίζονται με το ενδιαφέρον των ξένων επισκεπτών για να γνωρίσουν την «αυθεντική» Ελλάδα (έννοια authentic) ή αυτό που για του ίδιους θεωρείται «αυθεντικό». Όπως αναφέρεται και στο βιβλίο *Architourism*, σε άρθρο *Architecture and Mass Tourism*<sup>1</sup>, αυτό που ελκύει σε ένα τουρίστα το ενδιαφέρον δεν είναι η αρχιτεκτονική αυτή καθαυτή, αλλά το γεγονός ότι θα έχει την δυνατότητα να θαυμάσει από κοντά ένα διάσημο μνημείο, θα φωτογραφιστεί μπροστά σε αυτό. Αυτή η «αυθεντικότητα» ή το κλισέ αυθεντικότητας, θα ταίριαζε καλύτερα, είναι που χρησιμοποιείται σε μερικές αφίσες. Τέτοια παραδείγματα είναι οι αφίσες, που αναφέρονται στην Κνωσό(εικ), την Ακρόπολη(εικ...), Μυκήνες(εικ...). Το authentic αποτελεί προϊόν που δίνεται προς κατανάλωση στους ξένους επισκέπτες. Αυτό διαφέρεται καθαρά στην αφίσα(εικ...) που παρουσιάζει δημοφιλή μνημεία σαν landmarks(σύμβολα) και το λεωφορείο που αποτελεί το μέσο για «κατανάλωση», δηλαδή το μέσο να τα επισκεπτεί κανείς. Αξίζει να αναφερθεί πως οι αφίσες που σχετίζονται με την έννοια authentic, είναι κυρίως αυτές που παρουσιάζουν την αρχιτεκτονική ως κυρίαρχο θέμα. Αντίθετως, πολλές από τις αφίσες στις οποίες η αρχιτεκτονική συνδιαλέγεται με το τοπίο εντοπίζουμε την έννοια escapist.

<sup>1</sup> Joan OKman, Salomon Frausto, eds. *Architourism: Authentic, Escapist, Exotic, Spectacular*. Munich: Prestel Verlag, 2005, σελ.31

Αφίσες που υποκινούν την φαντασία του θεατή, με ειδυλλιακά

τοπία, επιβλητικά με έντονο το αίσθημα της υπεροχής. Χαρακτηριστικό παράδειγμα η αφίσα(εικ...) που απεικονίζει το όρος Άθως με το επιβλητικό τοπίο και με την Ιερά Μονή η οποία με την σρχιτεκτονική της συνθέτει μια δυναμική αίσθηση και εξύψωση. Συναισθήματα τα οποία ο συγγραφέας του άρθρου: "Architecture,route to transcendence", από το βιβλίο Architourism<sup>2</sup>, έχει ταυτίσει με την έννοια escapist. Στο ίδιο άρθρο παραθέτει το παράδειγμα του Αγ. Πέτρου στη Ρώμη. Στο ίδιο μήκος κύματος, με γνώμονα το escapist άλλες αφίσες παρουσιάζουν γραφικά τοπία με λιμανάκια με καΐκακια να αρμενίζουν, παραδοσιακούς νησιώτικους οικισμούς με έντονο το τοπικό χρώμα, κλπ.

Οι αφίσες που προβάλλουν τα Φεστιβάλ Αθηνών και Επιδαύρου, στηρίζονταν στην αρχιτεκτονική ως θέαμα και προωθούσαν ένα κλισέ διαφορετικότητας. Το αρχαίο δράμα είναι μια εμπειρία πρωτόγνωρη για τους ξένους επισκέπτες. Ο συγγραφέας του άρθρου:"Contemporary Tourist Experience as Mise-en-scène",<sup>3</sup> κάνει λόγο για το αρχαίο ελληνικό δράμα και τη θέση του στην κοινωνία. Ο ρόλος του ήταν μέρος της θρησκευτικής λατρείας, περιείχε περισσότερο μυθικά και φαντασιακά στοιχεία και λιγότερο ιστορικά. Αντίστοιχα οι Αφρικανικοί χοροί αποτελούσαν κομμάτι της Αφρικάνικης λατρευτικής θρησκείας. Παρόλαυτα στην κοινωνία του θεάματος και της κατανάλωσης, που χαρακτηρίζει τον 20ο αιώνα, τέτοιοι χοροί παρουσιάζονται σε θέατρα σαν θέαμα, ξεκομμένο από το κοινωνικο-θρησκευτικό πλαίσιο στο οποίο βασιζόνταν. Κάτι παρόμοιο συναντάμε και στις αφίσες του Φεστιβάλ. Παρουσιάζουν την αρχαία δραματουργική διαδικασία σαν θέαμα, ικανό να προσελκύσει τουρίστες που αναζητούν το διαφορετικό(exotic)

---

2 Οπ.Αν., ARCHITOURISM,σελ.119.

3 Οπ.Αν.ARCHITOURISM,σελ.88.

## 2\_2.2 \ ΔΙΑΦΗΜΙΣΤΙΚΑ ΦΥΛΛΑΔΙΑ

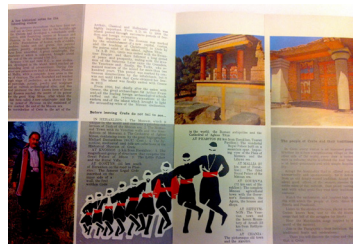
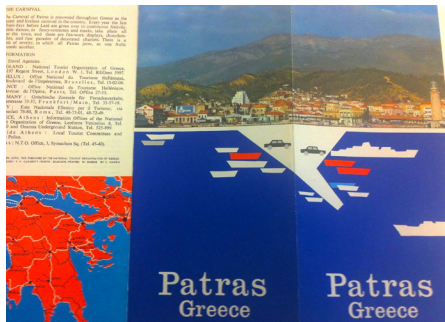
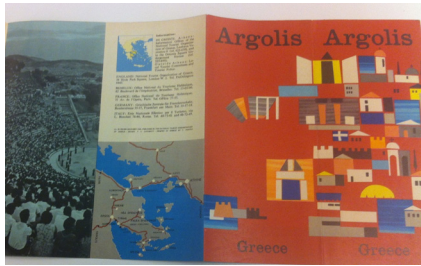
Η περίπτωση των τουριστικών αφισών και των διαφημιστικών φυλλαδίων στην Ελλάδα αποτελεί ένα ενδιαφέρον παράδοξο για έναν μελετητή. Το τμήμα Διαφήμισης του ΕΟΤ παραδοσιακά υιοθετούσε σχετικά προωθημένες αισθητικές απόψεις όσον αφορά στη γραφιστική επεξεργασία (σύνθεση, χρώμα, επεξεργασία θέματος, κλπ.) των προπαγανδιστικών αφισών του ελληνικού τουρισμού. Οι κύριοι δημιουργοί των φυλλαδίων ήταν ο Φ.Κάραμποτ, ο Μιχάλης και η Αγνή Κατζουράκη. Τα φυλλάδια αυτά τα έβρισκε κανείς στα ελληνικά περίπτερα στις διεθνείς εκθέσεις στο εξωτερικό, στο τμήμα τους που αφορούσε τον τουρισμό, σε γραφεία του ΕΟΤ στο εξωτερικό, σε διεθνή τουριστικά πρακτορεία, σε ξενοδοχεία, τουριστικά περίπτερα κλπ. Το περιεχόμενο τους αποτελείται κυρίως από γραφιστικές συνθέσεις, καθώς και μικρό χάρτη με πληροφορίες για αρχαιολογικούς χώρους, παραλίες μνημεία κ.α

Η Αρχιτεκτονική παίζει τον πρώτο ρόλο στις γραφιστικές συνθέσεις. Έτσι βλέπουμε μινωικούς κίονες, αιγιοπελαγίτικα σπιτάκια, τρούλους, λιμανάκια, περιστρώνες κλπ. αλλά σχεδιασμένα με αφαιρετικό και γεωμετρικό τρόπο, με καθαρές γραμμές και έντονα χρώματα. Αυτός μας υποδεικνύει, πως η αρχιτεκτονική μετατρέπεται σε προϊόν το οποίο διαφημίζεται και προωθείται στους υποψήφιους «αγοραστές», στους τουρίστες. Παρόλο που η αρχιτεκτονική η οποία προβάλλεται είναι κυρίως η παραδοσιακή ή αρχαία μνημεία, το τελικό αποτέλεσμα κρίνεται ως ιδιαίτερα πρωτοποριακό και έχει διαχειριστεί με κομψότητα το Μοντέρνο εικαστικό language ώστε να επωφεληθεί από τη δύναμή του, γλιτώνοντας ταυτόχρονα από τα δόντια του φολκλόρ.

Η επιτυχία των φυλλαδίων και των αφισών αυτών, είναι πως διατηρούν την ταυτότητα του τόπου. Αυτή η ταυτότητα όμως συνίσταται σε μια προσήλωση στη λιτότητα της σύνθεσης, ακολουθώντας πιστά τις αρχές του Μοντερνισμού, σε μια εντυπωσιακή χρωματική διαύγεια και κυρίως, σε μια ανάδειξη του «ελληνικού» στοιχείου, χωρίς τον παραμικρό ενδοτισμό στην περλίτρανη τότε «ελληνικότητα».<sup>1</sup>

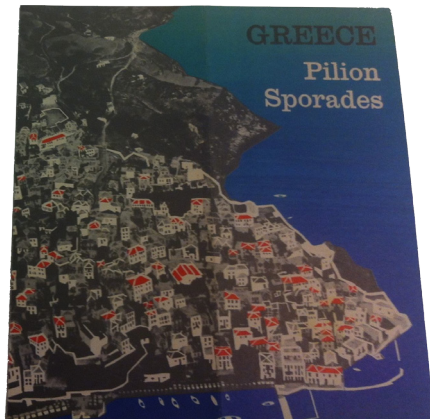
<sup>1</sup> Γιάνης Κωνσταντινίδης, "Διαδρομές/Design Routes. Φρέντυ Κάραμποτ Αγνή και Μιχάλης Κατζουράκης, Μουσείο Μπενάκη Κτίριο οδού Πειραιώς Αθήνα 30 Ιανουαρίου – 23 Μαρτίου 2008", <http://www.kaput.gr/en/01/design-routes/>





---





### Πρόγραμμα Ξενία

Μείζων σημασίας θεωρείται η πρωτοβουλία του οργανισμού , να δημιουργήσει τις κατάλληλες τουριστικές υποδομές με το πρόγραμμα Ξενία , και να εκσυγχρονίσει έτσι το ξενοδοχειακό δυναμικό της χώρας. Για την επιτυχία του προγράμματος ο ΕΟΤ απευθύνθηκε σε σπουδαίους αρχιτέκτονες της εποχής.

Έτσι ,λοιπόν ξεκινά το πρόγραμμα ανέγερσης νέων ξενοδοχείων από τον Οργανισμό μέσω κονδυλίων του σχεδίου Μάρσαλ , από τη στιγμή που η Αμερικάνικη Αποστολή πείθεται γα την αναγκαιότητα της επένδυσης στον τομέα αυτό.

Τα κτίρια του προγράμματος κατασκευάζονται με σκοπό (1) να αναπτύξουν τον «Διεθνή Τουρισμό» ώστε να εισρεύσει ξένο συνάλλαγμα σε μια αναπτυσσόμενη τότε χώρα , (2) να αποτελέσουν τα πρότυπα (πρότυπες ξενοδοχειακές μονάδες) για την ιδιωτική πρωτοβουλία ( για τα ιδιωτικά ξενοδοχεία) , σε περιοχές με προοπτικές τουριστικής ανάπτυξης , όπου οι ιδιώτες δεν θέλουν να πάρουν το ρίσκο μια επένδυσης είτε διότι τη θεωρούν αβέβαιη είτε λόγω της έλλειψης υποδομών και (3) να φέρουν σε επαφή την τοπική κοινωνία με τις κουλτούρες ξένων επισκεπτών , αναβαθμίζοντας την ποιότητα ζωής των ντόπιων.

Το Πρόγραμμα αποκτά το όνομα «Ξενία» μετά το 1960 , και ενώ αρχικά αφορά τα νέα ξενοδοχεία , σταδιακά η ονομασία επεκτείνεται σε όλες τις κτιριακές εγκαταστάσεις από την ίδρυση του Οργανισμού .Ουσιαστικά δεν πρόκειται για ένα ενιαίο πρόγραμμα. Όπως θα δούμε στη συνέχεια , εξελίσσεται διαρκώς και συνδέεται με όλα τα προγράμματα για την ανάπτυξη του τουρισμού. Τελικώς κατασκευάζονται πάνω από 70 κτίρια και εγκαταστάσεις. Που περιλαμβάνουν: ξενοδοχεία, μοτέλ, ξενώνες ,τουριστικά περίπτερα, οργανωνμένες πλαζ, αναψυκτήρια, συνοριακούς



**Εικ.59:** Ξενία Ναυπλίου ,αρχ.  
Ι.Τριανταφυλλίδης,1958

σταθμούς. Αυτά βρίσκονται σε αρχαιολογικούς (π.χ Ολυμπία) ,στα νησιά (π.χ Άνδρος, Μύκονος), κατά μήκος οδικών αξόνων (π.χ

Πλαταμώνας), στον αστικό ιστό (π.χ Ηράκλειο) ,σε ιαματικές πηγές (π.χ Υπάτη) και λοιπούς προορισμούς τουριστικού ενδιαφέροντος .Τα Ξενία απευθύνονται στους τουρίστες ,στους διερχόμενους οδικώς , στην τοπική κοινωνία ( ως χώροι κοσμικών και πολιτιστικών εκδηλώσεων ). Γίνονται τόποι συνάθροισης των κατοίκων και συνάντησης με τους φιλοξενούμενους τους , γι' αυτό την εποχή τους έγιναν τόσο αγαπητά στις τοπικές κοινωνίες.

Τα έργα του προγράμματος επηρεάζουν την τυπολογία , την κλίμακα, την επίσημη -και επώνυμη- Ξενοδοχειακή Αρχιτεκτονική της εποχής, των δεκαετιών που ακολουθούν και την Ελληνική Αρχιτεκτονική παραγωγή γενικότερα. Εκπροσωπούν την ελληνική έκφραση του Μοντέρνου κινήματος και γίνονται αντικείμενο μελέτης για τους σπουδαστές της Αρχιτεκτονικής. Είναι δηλαδή σημαντικό κομμάτι της Ελληνικής Αρχιτεκτονικής Παιδείας.

Σημαντικό κομμάτι της αρχιτεκτονικής των Ξενία είναι η θέση που έχει επιλεχτεί για την κατασκευή τους. Ο Άρης Κωνσταντινίδης στο βιβλίο του *«Εμπειρίες και Περιστατικά»* παραθέτει αυτούσια τα κείμενα από παλαιότερες δημοσιεύσεις του. Παρακάτω επιχειρείται μια σύνοψη των κοινών χαρακτηριστικών της αρχιτεκτονικής του προγράμματος , βασισμένη σε αυτές τις δημοσιεύσεις. Ο σχεδιασμός των κτιρίων του Οργανισμού ,ξεκινούσε από το θέμα της ένταξης και έφτανε μέχρι τις κατασκευαστικές λεπτομέρειες κουφωμάτων ή και στο σχεδιασμό λειτουργικού εξοπλισμού, όπως έπιπλα και φωτιστικά. Ο αρχιτέκτονας μπορεί να επιμελείται ακόμη και τα γλυπτά ή τους πίνακες που κοσμούν τον χώρο.



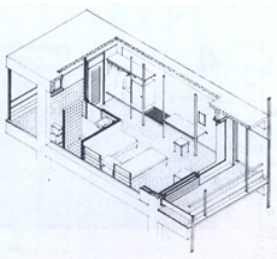
**Εικ.60:** ΕΟΤ Ξενία Χίου ,  
αρχιτέκτονας Κ.Σταμάτης, 1958



**Εικ.61:** ΕΟΤ Ξενία Σάμου,  
αρχιτέκτονας Κ.Σταμάτης, 1958.



**Εικ.62:** ΕΟΤ Ξενία Άνδρου, αρχιτέκτονας Α.Κωνσταντινίδης, 1958.



**Εικ.63:** Κατασκευαστικό σχέδιο τυπικού δωματίου, αρχιτέκτονας Α.Κωνσταντινίδης.

Η μελέτη για κάθε νέο ξενοδοχείο, σύμφωνα με τον Άρη Κωνσταντινίδη, βασίζεται<sup>1</sup>

- 1) Στην εξέταση των τοπικών συνθηκών της κάθε περιοχής: το ανάγλυφο του εδάφους, τον προσανατολισμό του οικοπέδου, το κλίμα της περιοχής
- 2) Στη προσαρμογή του νέου κτιρίου στην τοπική αρχιτεκτονική, μέσα από την ουσιαστική μελέτη της τοπικής παραδοσιακής αρχιτεκτονικής ως σύνθεση χώρων και όγκων
- 3) Σε συγκεκριμένο κτιριολογικό πρόγραμμα που καλείται να προσδιορίσει και να επιλύσει τις τουριστικές ανάγκες και να αναπτύξει τις τουριστικές δυνατότητες του κάθε τόπου εφαρμόζοντας τη γενικότερη τουριστική πολιτική.

Τέλος, όπως έχει αναφέρει ο Χ.Σφαέλλος: «Αυτό που επιζητήσαμε, με άλλα λόγια δεν είναι απλώς να δώσουμε μερικές ανέσεις στους ξένους μας, για λόγους εμπορικούς. Πέρα απ'αυτό προσπαθούμε να χρησιμοποιήσουμε τα κεφάλαια που διατίθενται στον τομέα αυτό για μία ορθολογιστική αξιοποίηση του Ιστορικού και καλλιτεχνικού παρελθόντος μας, αποκαθαίροντας το, ώστε να αποτελεί ένα ζωντανό κομμάτι της σημερινής Ελλάδος και όχι μουσειακά κατάλοιπα ενός παρελθόντος».<sup>2</sup>

<sup>1</sup> Άρης Κωνσταντινίδης, Το έργο της υπηρεσίας μελετών του Ελληνικού Οργανισμού Τουρισμού, Αρχιτεκτονικά Θέματα τεύχος 1/1967, σ.124

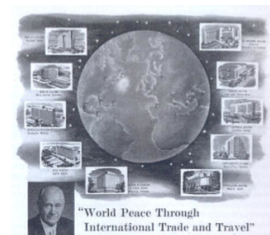
<sup>2</sup> Χ.Α.Σφαέλου, άρθρο, «ΑΡΧΙΤΕΚΤΟΝΙΚΗ ΚΑΙ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ», περιοδικό Αρχιτεκτονική, 1958.

## ΑΝΕΓΕΡΣΗ ΤΟΥ ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΟΥ ΤΗΣ ΜΕΓΑΛΗΣ ΑΛΥΣΙΔΑΣ HILTON

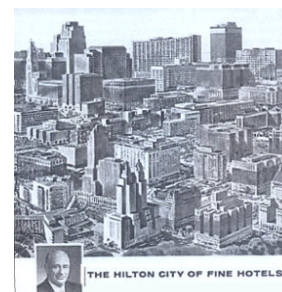
Χάρης στην Αμερικάνικη βοήθεια για την ανοικοδόμηση και την ανάπτυξη της μεταπολεμικής Ελλάδας , μέσω του σχεδίου Marshall ,η πολιτική ηγεσία της χώρας αναπόφευκτα είχε ενταχτεί στην αμερικάνικη σφαίρα επιρροής. Από αυτή της επιρροή φαίνεται να μην έμεινε ανέπαφη και η πολιτική για τον τουρισμό.Ο Paul.R.Porter , αρχηγός της ECA/Greece εκείνο το διάστημα ,είχε ξεκινήσει επαφές με τον Dan .T.Moore , εκπρόσωπο της Intercontinental Hotels Association , παρουσία κυβερνητικών παραγόντων με στόχο τη διερεύνηση των προϋποθέσεων για την ίδρυση μεγάλου ξενοδοχείου στην Αθήνα. <sup>3</sup> Παρών στη συζήτηση ήταν και ο αρχιτέκτονας Κωσταντίνος Δοξιάδης (1913-1975) με την ιδιότητα του Γενικού Διευθυντή Ανοικοδομήσεως ο οποίος , υποστήριξε από την πρώτη στιγμή την ένταξη της Ελλάδας στην αμερικάνικη σφαίρα επιρροής. <sup>4</sup>

Στο ίδιο πνεύμα , το Νοέμβριο του 1950 έρχεται στην Αθήνα ο Conrad Nicholson Hilton, πραγματοποιώντας διερευνητική επίσκεψη συνοδεία τεχνικών συμβούλων. Η άφιξη του στην Αθήνα ήταν μέρος ευρύτερων επιχειρηματικών σχεδίων του για την έναρξη εβδόμη προγράμματος συνεργασίας των Hilton Hotels της Ανατολικής ακτής των ΗΠΑ με μεγάλα ευρωπαϊκά ξενοδοχεία για την οργάνωση της υποδοχής Αμερικανών τουριστών στη μεταπολεμική Ευρώπη ,την προώθηση του ευρωπαϊκού τουρισμού στην Αμερική και την παροχή υπηρεσιών σε επίπεδο κρατήσεων , οργάνωσης εκδρομών κλπ. <sup>5</sup>

Οι εκπρόσωποι της εταιρίας παρουσίασαν τις προτάσεις που υπέβαλαν στην ελληνική κυβέρνηση για την ίδρυση μεγάλου ξενοδοχείου. Επισημαίνουν την πάγια αμερικάνικη θέση περί αναγκαιότητας ίδρυσης ενός ξενοδοχείου Hilton στην Αθήνα ,καθώς η πολυπόθητη προσέλκυση περισσότερων Αμερικανών τουριστών δεν επρόκειτο να συμβεί δίχως την εξασφάλιση των προϋποθέσεων



**Εικ.64:** Έντυπη διαφήμιση στον αμερικάνικο τύπο μετά τα 10 πρώτα ξενοδοχεία Hilton εκτός ΗΠΑ και το μότο της εταιρείας «World Peace Through International Trade and Travel».



**Εικ.65:** Έντυπη διαφήμιση στον Αμερικάνικο τύπο των ξενοδοχείων Hilton , συγκεντρωμένα όλα μαζί ώστε να φτιάχνουν Πόλη –Ουτοπία.

3 Αιμιλία Αθανασίου ,βιβλίοΜεταπολεμικός μοντερνισμός : αρχιτεκτονική, πολιτική και τουρισμός στην Ελλάδα, 1950-1965 : τελική έκθεση, , εκδ.ΕΜΠ,σελ.69

4 Α-Α.Κύρτσης (2006) Κωσταντίνος Δοξιάδης , Κείμενα –Σχέδια –Οικισμοί ,εκδ.Αθήνα: Ίκαρος , 351

5 «Με δύο λόγια» ,περιοδικό Ξενία,Περίοδος Β΄,Τομ.Ζ΄,Τεύχ.]. 40,Νοέμβριος 1950 ,σ.215





**Εικ.66:** Στιγμιότυπα από την επίσκεψη του Κ.Καραμανλή στο εργοτάξιο του νέου ξενοδοχείου στις 25 Ιανουαρίου 1959. Ο αρχιτέκτων Π.Βασιλειάδης επιδεικνύει στον πρωθυπουργό τη μακέτα του Athens Hilton.



**Εικ.67:** Προοπτικό Σχέδιο



**Εικ.68:** Πρόπλασμα του ξενοδοχείου

διαμονής , που να προσφέρει γνώριμες από τον τόπο τους ανέσεις.<sup>6</sup>

## Η ΑΡΧΙΤΕΚΤΟΝΙΚΗ ΤΟΥ ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΟΥ

Ο ιδρυτής της αλυσίδας Hilton οραματιζόταν τα ξενοδοχεία του ως διεθνή επιχειρηματικά κέντρα και είχε συγκεκριμένη άποψη για την για την αρχιτεκτονική μοεφολιγία τους.Επιθυμούσε μια αρχιτεκτονική ταυτόχρονα μοντέρνα , διεθνή μνημειακή ,δεκτική στην τυποποίηση και την ενσωμάτωση τοπικών αρχιτεκτονικών χαρακτηριστικών. Φιλοδοξούσε τα ξενοδοχεία του να αποτελέσουν κτίρια γοήτρου του αμερικανισμού στις ευρωπαϊκές πρωτεύουσες , που θα υπενθυμίζουν διαρκώς στους κατοίκους τους τη γενναιοδωρία των ΗΠΑ στην ανοικοδόμηση τους μετά το πόλεμο.<sup>7</sup>

Η νέο ξενοδοχείο τοποθετείται σε περίοπτη θέση στη συμβολή των λεωφόρων Βας. Σοφίας & Βας.Κωνσταντίνου και η αρχιτεκτονική μελέτη ανατέθηκε σε Έλληνες αρχιτέκτονες συνεργαζόμενους με αμερικάνους τεχνικούς συμβούλους. Το δημοσίευμα της εφημερίδας εμπρός υπογράμμιζε ότι στην εκπόνηση της μελέτης :

*«[...] θα τύχει εφαρμογής η κλασσική Ελληνική αρχιτεκτονική προσηρμοσμένη επανω στις σύγχρονες αρχές της Πολεοδομίας και στις ανάγκες της καλής λειτουργίας της επιχείρησης αυτής[...]. Υλικά και προϊόντα ελληνικής προελεύσεως θα χρησιμοποιηθούν όπου τούτο είναι δυνατόν , η ωραιώτερη δε τέχνη , διακόσμηση και επίπλωση θα χρησιμοποιηθεί σε ολόκληρο το ξενοδοχείο[...].»<sup>8</sup>*

6 «Αι προτάσεις ξένου ομίλου δι' ανέργεσιν τουριστικού ξενοδοχείου εις Αθήνας» , Ελευθερία , 13/10/1955 ,σ.5

7 Ε.Φεσσά Εμμανουήλ ,2001, Δοκίμια για τη Νέα Ελληνική Αρχιτεκτονική,εκδ. Ιδρυμα Ιωάννου Φ.Κωστοπούλου, σ.155. Η συγγραφέας κατατάσσει στην ελληνική μεταπολεμική γο'ητρο το ξενοδοχείο «Αθήναιον Μέλαθρον» του Ε.Βουρέκα ,το μέγαρο του Μετοχικού Ταμείου Αεροπορίας του Θ.Βαλέντη καθώς και τα έργα ανάπτυξης της περιοχής Ακρόπολης – Φιλοπάππου του Δ.Πικιώνη.

8 Εμπρός ,φύλλο 19/4/1953,σελ.8

Ο Conrad Hilton μεταξύ των άλλων στην ομιλία του , κατά την τελετή θεμελίωσης, χαρακτήρισε μεταξύ άλλων το νέο ξενοδοχείο ως ένα **κομψό μνημείο του 20<sup>ου</sup> αιώνα**.<sup>9</sup>

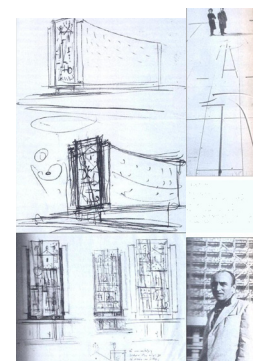
Η αρχιτεκτονική μελέτη του Athens Hilton ανατέθηκε το 1958, στους Έλληνες αρχιτέκτονες Προκόπη Βασιλειάδη ,Εμμανουήλ Βουρέκα και Σπύρο Στάικο.

Την άποψη του Conrad Hilton , ό,τι το Hilton Athens θα αποτελεί ένα «κομψό» μνημείο του 20<sup>ου</sup> αιώνα , φαίνεται να συμπερίζεται και ο Β.Κολώνας στο βιβλίο του,για την καταγραφή της αλλαγής του αστικού τοπίου της Αθήνας από τον ελληνικό κινηματογράφο του '50 και του '60. Σκιαγραφεί το Χίλτον ως κατεξοχίν αξιοθέατο της Αθήνας , αναφέροντας:

*«[...] το κτίριο αποτελεί πλέον αξιοθέατο ισάξιο με το σύμβολο της πόλης , τον Παρθενώνα.[...] μία ξεναγός που έχει αναλάβει να δείξει την πόλη σε ξένους[...] θα καταλήξει στο Παρθενώνα ,όπου με πλάτη στο μνημείο η “ξεναγός” γεμάτη εθνική υπερηφάνεια εκστομίζει το περίφημο: And from here you can see the Hilton Hotel...!»<sup>10</sup>*

9 «Τον Ιούνιο η ανέγερσις του ξενοδοχείου “Χίλτον” εις τας Αθήνας» , Το Βήμα, Παρασκευή,4,Απριλίου 1958.

10 Β.Κολώνας , « Η ελληνική πόλη και η αρχιτεκτονική στις ταινίες του ελληνικού κινηματογράφου το'50 και το '60» Αρχιτέκτονες,τευχ.35-περίοδος Β, Σεπτέμβριος/Οκτώβριος 2002,σ.63



**Εικ.69:** Προσχέδια του Γιάννη Μόραλη για τις όψεις του Χίλτον. Ο Μόραλης και η Ρ.Τραυλού ΕΠΑΝΩ: στην τελική σύνθεση. Ο Μόραλης μπροστά στο Χίλτον.



**Εικ.70:** Άποψη του Χίλτον ανάμεσα από δύο κίονες του Παρθενώνα. Η φωτογραφία έχει τραβηχτεί από τον V.Scully ,για το κείμενο του

**Εικ.71:** ΣΚΙΤΣΟ ΤΟΥ V.SCULLY.

Η ανέργεση του ξενοδοχείου Hilton στην Αθήνα, συγκεντρώνει όλα τα χαρακτηριστικά του Architourism. Αποτελεί παράδειγμα για το πως η Αρχιτεκτονική αποτελεί εργαλείο για την προώθηση ενός τουριστικού τόπου. Η ανέργεση του ξενοδοχείου έγινε με σκοπό να προσελκύσει τουρίστες από τις ΗΠΑ, καθώς η εξασφάλιση απαραίτητων προϋποθέσεων αποτελεί βασικό κίνητρο για να επισκεφτούν ένα ξένο τόπο. Την ανάγκη των επισκεπτών από την Δύση, για «ελεγχόμενη» επαφή με το τοπικό περιβάλλον και κουλτούρα, καθώς και την διαμονή τους σε ένα περιβάλλον γνώριμο και με μικρές δόσεις από τοπικό στοιχείο, τονίζει σε κείμενο για το exotic του στο βιβλίο Architourism ο Tim Edensor,<sup>1</sup>

Παράλληλα, το νέο Ξενοδοχείο φιλοδοξούσε να γίνει ένα «σύγχρονο μνημείο» εφάμιλλο με τον Παρθενώνα. Γι' αυτό και το τελικό αποτέλεσμα χαρακτηρίστηκε σαν ένα μορφολογικό πρότυπο μνημειακής αρχιτεκτονικής και υπερβολικό για τα ελληνικά δεδομένα τότε. Χαρακτηριστικά είναι τα σκίτσα του Vincent Scully, που έφερνε σε αντιπαράθεση τα δύο κτίσματα, για το ποιο είναι πιο επιβλητικό.

Η μνημειακή αρχιτεκτονική του Hilton αποτελεί το πρώτο παράδειγμα στην Ελλάδα του πως η έννοια spectacular, όπως ορίζεται στο βιβλίο, σχετίζεται με το φαινόμενο Architourism. Σε κείμενο για τον όρο spectacular ο συγγραφέας παρομοιάζει την αρχιτεκτονική κτιρίων, που χαρακτηρίζονται από μεγαλομανία και προσπάθεια εντυπωσιασμού, με το αντίστοιχο σύνδρομο των blockbuster στο Hollywood που επέβαλλε στους δημιουργούς την παραγωγή μεγαλεπίβολων εμπορικών ταινιών. Το ξενοδοχείο Hilton αποτελεί μια πρώιμη έκφανση του «φαινομένου Bilbao» ή το «φαινόμενο Frank Gehry» όπως αναφέρεται στο βιβλίο, το οποίο

---

<sup>1</sup> Joan O'Kman, Salomon Frausto, eds. Architourism: Authentic, Escapist, Exotic, Spectacular. Munich: Prestel Verlag, 2005, σελ.99



υποκλίνεται σε μία «αρχιτεκτονική Τυρρανία» για την δημιουργία κτιρίων που λειτουργούν σαν σύμβολα.<sup>2</sup>

Εφόσον μιλάμε για «αρχιτεκτονική Τυρρανία», δεν μπορούμε να μην αναφερθούμε και στην επιβολή της τουριστικής βιομηχανίας για μια αναμενόμενα θεαματική αρχιτεκτονική που δίνεται προς κατανάλωση στον τουρίστα.

Η άποψη αυτή επιβεβαιώνεται και από τις αφίσες(εικ...,...) που χρησιμοποιούσε ο όμιλος Hilton για την διαφήμιση των ξενοδοχείων του. Η μία διαφήμιση παρουσιάζει τα ξενοδοχεία Hilton ανά τον κόσμο, υπό το σλόγκαν "World Peace Through International Trade and Travel", και η δεύτερη παρουσιάζει μία ουτοπική πόλη, που αποτελείται από ξενοδοχεία Hilton.

Η «κατανάλωση» της αρχιτεκτονικής από τουρίστες συναντάται και στο γεγονός, όπως έχει αναφερθεί και πιο πάνω, ότι το Hilton αποτελούσε landmark που οι ξεναγοί δεν ξέχναγαν να αναφέρουν στην ξενάγησή τους. Συνεπώς, τα χαρακτηριστικά της αρχιτεκτονικής εκείνης που συναντάμε στην έννοια spectacular συμπυκνώνει τον ξενοδοχείο Hilton στην Αθήνα.

## 2.2.4 \ ΕΛΛΗΝΙΚΑ ΠΕΡΙΠΤΕΡΑ

### ΜΙΑ ΣΥΝΕΚΔΟΧΗ ΤΟΥ ΚΛΑΣΙΚΙΣΜΟΥ, ΑΠΟ ΤΗΝ ΕΠΙΚΛΗΣΗ ΤΗΣ ΑΡΧΑΙΟΤΗΤΑΣ ΣΤΟ ΜΟΝΤΕΡΝΙΣΜΟ: ΕΛΛΗΝΙΚΑ ΠΕΡΙΠΤΕΡΑ ΣΤΙΣ ΔΙΕΘΝΕΙΣ ΔΙΟΡΓΑΝΩΣΕΙΣ (1944-1967)

Με σύγχρονους όρους το place branding ή η προώθηση τόπου, αποτελεί το στρατηγικό σχέδιο και τη διαδικασία που στοχεύει με ποικίλους τρόπους, στη βελτίωση της εικόνας του τόπου με βάση μια συγκεκριμένη ελκυστική ταυτότητα. Σήμερα ένας μέσος πολίτης μπορεί να σχηματίσει άποψη σχετικά με οποιονδήποτε σημείο του πλανήτη μέσα από τα σύγχρονα τεχνολογικά μέσα και τα ΜΜΕ. Τη δεκαετία του 50 όμως οι μοναδικές εικόνες ευρείας κυκλοφορίας ήταν κάποιες ασπρόμαυρες φωτογραφίες σε εφημερίδες και οι καρτ ποστάλ. Η Ελλάδα παρέμενε ένα κράτος απομονωμένο και δυσπρόσιτο και οι περισσότεροι ξένοι δεν ήξεραν παρά ελάχιστα για τη χώρα μας, κυρίως αυτά που διδάσκονταν όσοι είχαν κλασική παιδεία.

Η συμμετοχή της Ελλάδας σε διεθνείς εκθέσεις, που αποτελούσαν ένα από τα ελάχιστα μεταπολεμικά μέσα προβολής μιας χώρας στο εξωτερικό, λειτουργήσε σαν ένα πρώιμο εθνικό branding. Χρησιμοποιώντας τα εθνικά περίπτερα σαν μηχανισμό δημιουργίας brand name οι περισσότερες χώρες προώθησαν το προφίλ τους στη διεθνή κοινότητα. Μέσα από τα ελληνικά περίπτερα ο ΕΟΤ προσπάθησε αρχικά να περάσει, σε ένα ιδιαίτερα ανταγωνιστικό περίγυρο, τη εικόνα ενός τόπου σε φάση ανασυγκρότησης στον απόηχο ενός οδυνηρού εμφυλίου πολέμου. Όπως είχε πει ο πρωτεργάτης μελετητής των ελληνικών περιπτέρων αρχιτέκτονας Δημήτρης Μωρέτης (1952β, σ.9), με την εμφάνιση της Ελλάδας σε μια διεθνή έκθεση ανοίγεται στους ξένους «ένα παράθυρο» για να γνωρίσουν τη χώρα.<sup>1</sup>

Ο Δημήτρης Μωρέτης ήταν ο πρώτος προϊστάμενος, με βαθμό Τμηματάρχη Α', του νεοσύστατου Τμήματος Εκθέσεων το οποίο, το 1945, επανασυνδέεται με τον Τουρισμό στην τότε Γενική Γραμματεία Τουρισμού παρά τω Πρωθυπουργώ, με προϊστάμενη της Τεχνικής του Υπηρεσίας, την Αλεξάνδρα Μωρέτη. Το 1950, με την επανίδρυση του ΕΟΤ, οριστικοποιείται η συσχέτιση της οικονομικής ανασυγκρότησης της χώρας μέσω

<sup>1</sup> Λ.Σαπουνάκη-Δρακάκη & Μ.Λ Τζόγια-Μοάτσου(2012) «Ελληνικά περίπτερα του ΕΟΤ (1950-1967): Εργαλεία για τη διεθνή προβολή της Ελλάδας», [www.citybranding.gr/2012/04/1950-1967-1.html](http://www.citybranding.gr/2012/04/1950-1967-1.html).

της τουριστικής ανάπτυξης , με την προβολή της στις διεθνείς διοργανώσεις. Ο Δημήτρης και Αλεξάντρα Μωρέτη ταύτισαν το όνομα τους και περίπου 30 χρόνια από την κοινή επαγγελματική τους δραστηριότητα με την προβολή της χώρας στις διεθνείς εκθέσεις , υπηρετώντας το Δημόσιο με αίσθημα ευθύνης και αντιμετωπίζοντας το σχεδιασμό των ελληνικών περιπτέρων ως εθνικό καθήκον. Όπως επισημαίνεται συχνά στα κείμενα τους, αντιμετώπιζαν τις Εκθέσεις ως ένα δημιουργικό βήμα υπεύθυνης αρχιτεκτονικής έκφρασης στην υπηρεσία του έθνους. Κατά τη διάρκεια της θητείας τους σχεδίασαν και οργάνωσαν , τις ελληνικές συμμετοχές στις περισσότερες Παγκόσμιες και Διεθνείς Εμπορικές Εκθέσεις, ένα έργο που μεταφράζεται σε 135 περίπτερα, σε 4 ηπείρους, 21 χώρες και 40 πόλεις του κόσμου.<sup>2</sup>

## ΟΡΓΑΝΩΣΗ ΚΑΙ ΣΧΕΔΙΑΣΜΟΣ ΤΩΝ ΕΛΛΗΝΙΚΩΝ ΠΕΡΙΠΤΕΡΩΝ

Το Αρχείο Μωρέτη στο ΕΛΙΑ βρίσκεται από γλαφυρά θεωρητικά κείμενα , στρατευμένα στο σκοπό της προώθησης της ελληνικής ιδέας στο εξωτερικό, ταυτόχρονα με εξειδικευμένα , μεθοδικά κείμενα περί της τεχνικής οργάνωσης των εκθεσιακών περιπτέρων , που αποτελούν υπόδειγμα ορθολογικής επίλυσης ενός ταυτόχρονα σχεδιαστικού , κατασκευαστικού και οργανωτικού ζητήματος.

Το ζεύγος Μωρέτη είχαν μελετήσει την τεχνική οργάνωση μιας εθνικής συμμετοχής σε διεθνή διοργάνωση στην κάθε λεπτομέρειά τη. Έχει ενδιαφέρον η μέθοδος με την οποία ορίζουν το πρόβλημα σχεδιασμού και κατασκευής ενός περιπτέρου, η οποία περιλαμβάνει την ολιστική διαχείριση κάθε παραμέτρου. Για του αρχιτέκτονες κάθε νέο έργο για ένα νέο περίπτερο αποτελούσε κατ' αρχήν πρόβλημα αισθητικής φύσεως , όπως αρχιτεκτονικό, σκηνοθετικό και σκηνογραφικό, στη συνέχεια πολεοδομικό και συγκοινωνιακό και εν τέλει τουριστικό.<sup>3</sup> Το έργο των δύο αρχιτεκτόνων διακατέχεται από ένα μεθοδικό και συστηματικό χειρισμό της ρητορικής δύναμης μιας σειράς αναπαραστατικών

2 Αιμιλία Αθανασίου ,βιβλίοΜεταπολεμικός μοντερνισμός : αρχιτεκτονική, πολιτική και τουρισμός στην Ελλάδα, 1950-1965 : τελική έκθεση, , εκδ.ΕΜΠ,σελ.443

3 Δ. Και Α.Μωρέτης (1946) Τεχνική Οργάνωσις Εκθέσεων , μέρος 2º , τευχ.Στ',κεφ. XXII,σ.169

μέσων , που θεωρούν ότι αποτελούν το οπλοστάσιο του αρχιτέκτονα για την επιτυχία μιας έκθεσης. Αυτά είναι:

- α) η αρχιτεκτονική κατασκευή, δηλαδή ο σχεδιασμός του περιπτέρου και ο χώρος του
- β) η διακοσμητική χρήση των υλικών,
- γ) η φωτογραφία,
- δ) η ζωγραφική σύνθεση,
- ε) η γλυπτική ή ανάγλυφη σύνθεση,
- στ) οι χάρτες, οι στατιστικοί πίνακες και τα διαγράμματα,
- ι) τα φωτιστικά εφέ,
- κ) οι επιγραφές,
- λ) τα αυτούσια εκθέματα(αντικείμενα, ντοκουμέντα, κινητά έργα τέχνης , εμπορικά προϊόντα, λαϊκή τέχνη),
- μ) μακέτες και
- ν) κινηματογραφικές προβολές.

Όπως αναφέρει η Α.Μωρετη , το περίπτερο είναι ένα ανέβασμα θεατρικού έργου με θέμα «Ελλάδα». Έχει το σενάριο του και τη σκηνοθεσία του, πως, με τον καλύτερο τρόπο, θα μιλήσεις για τη χώρα σου, την παραγωγή της, τον πολιτισμό της , τον τουρισμό της. Έχει τους ηθοποιούς του : τα προϊόντα , τα οποία στην ειδική θέση που θα τα τοποθετήσεις θα παίξουν το ρόλο τους ακολουθώντας τις σκηνοθετικές οδηγίες. Τέλος έχει τη σκηνογραφία του-το πλαίσιο μέσα στο οποίο τοποθετούνται τα ακίνητα εκθέματα-ηθοποιοί και διηγούνται το έργο στον κινούμενο θεατή-επισκέπτη.

Και εδώ η κύρια δουλειά του αρχιτέκτονα που θα πρέπει με ευτελή συνήθως υλικά , με φαντασία και ευρηματικότητα, να δημιουργήσει μια κατασκευή-πλαίσιο , που θα αξιοποιεί και θα προβάλλει τα εκθέματα, θα πληροφορεί τον επισκέπτη , ενώ συγχρόνως θα καθορίζει την κίνησή του, δημιουργώντας και τις κατάλληλες οπτικές εντυπώσεις. Άλλοτε να βοηθά να συγκεντρωθεί το βλέμμα σε συγκεκριμένα

εκθέματα και άλλοτε να επηρεάζεται από τη γενική σύνθεση, τα χρώματα , το φωτισμό, ώστε να αποκομίζει μια εύληπτη και ευχάριστη εντύπωση και πληροφόρηση. Άλλωστε οι άνθρωποι μαθαίνουν ευκολότερα με την όραση.

Παρόλο που ο σχεδιασμός ενός περιπτέρου μοιάζει με «ανεβασμα θεατρικού έργου» , ο Δ.Μωρέτης αναφέρει σε σημείωμα του :

*«..πως δεν παύει να αποτελεί ένα πλήρες και αυτοτελές αρχιτεκτονικό έργο, με πλήθος σχεδίων λεπτομερειών, με πλήρεις συμπληρωματικές τεχνικές μελέτες και με λύσεις των ζητημάτων κυκλοφορίας, φωτισμού, ηλεκτρικής εγκατάστασης, εγκατάστασης βιτρινών με υαλοπίνακες, ορθομαρμαρώσεων, εργασιών εις γύψο, ταπετσαρίες, χρωματισμών, διακοσμήσεως και ρυθμολογίας...»<sup>4</sup>*

Επιπρόσθετα, η ανανέωση του σχεδιασμού και η εναρμόνιση του με το ρεύμα των καιρών είχε καταστεί ισχυρό έθιμο της Εκθεσιακής Αρχιτεκτονικής. Πέρα από έθιμο, ο πειραματισμός των αρχιτεκτόνων σε μορφές, υλικά και τρόπους κατασκευής πρώτα στην αρχιτεκτονική των περιπτέρων, πριν την ευρεία εφαρμογή τους, αποτελούσε μια μεγάλη κατάκτηση της Μοντέρνας Αρχιτεκτονικής παγκοσμίως. Αυτή καθαυτή, η αρχιτεκτονική των περιπτέρων αποτελούσε βασικό λόγο επίσκεψης του κοινού σε μία έκθεση, ήδη από το Crystal Palace του 1851 ή τον Πύργο του Άιφελ του 1889. Μ'άλλα λόγια οι διεθνείς εκθέσεις ήταν και παραμένουν συνυφασμένες με την αρχιτεκτονική πρωτοπορία και την τεχνολογική καινοτομία. Η αρχιτεκτονική του μέλλοντος καλλείται να παράσχει το κέλυφος που θα στεγάσει και θα φιλοξενήσει την τεχνολογία του μέλλοντος και την καινοτομία της επιστήμης. Το γεγονός ότι τα περίπτερα ήταν συνήθως εφήμερες κατασκευές, με μικρή διάρκεια ζωής, χωρίς τις βασικές προϋποθέσεις μόνιμης εγκατάστασης μιας λειτουργίας, άνοιγε στους αρχιτέκτονες και τους πολιτικούς μηχανικούς απεριόριστες δημιουργίες.<sup>5</sup>

Κάτι ανάλογο δείχνει να πιστεύει και η Α.Μωρέτη για το σχεδιασμό των εθνικών περιπτέρων στις παγκόσμιες εκpos. Στα κείμενα της, τα εθνικά περίπτερα

<sup>4</sup> Σημείωμα του Δ.Μωρέτη, Διευθυντή Τεχνικής Οργανώσεως Εκθέσεων προς τον Γενικό Γραμματέα, με θέμα Τρόποι Κατασκευής των Ελληνικών Περιπτέρων εις τα Διεθνείς Εκθέσεις, Αθήνα, 12-02-62.

<sup>5</sup> Αιμιλία Αθανασίου, βιβλίο Μεταπολεμικός μοντερνισμός: αρχιτεκτονική, πολιτική και τουρισμός στην Ελλάδα, 1950-1965: τελική έκθεση, εκδ. ΕΜΠ, σελ. 450.

οφείλουν να είναι πρωτοποριακές , εντυπωσιακές κατεσκευές και να εκφράζουν ένα όραμα για το μέλλον της επιστήμης και της ανθρωπότητας. Πρέπει να είναι έργα «όχι ορθόδοξης αλλά τολμηρής και πρωτοποριακής αρχιτεκτονικής».<sup>6</sup>

Στην πραγματικότητα , οι ελληνικές συμμετοχές, παρόλο που είχαν να επιδείξουν μια αργή εξέλιξη σε επίπεδο κάτοψης , λειτουργίας , κυκλοφορίας, υλικών και γενικότερης αντίληψης , δεν συντονίστηκαν γρήγορα με τη τον υπό διαμόρφωση ελληνικό μοντερνισμό, που στις δεκαετίες του 1950 και του 1960 έβρισκε το ρυθμό του στη δημόσια αρχιτεκτονική , όπως για παράδειγμα στις τουριστικές εγκαταστάσεις του ΕΟΤ, επιδεικνύοντας κτίρια ώριμης νεωτερικότητας με ενδιαφέρουσες προσεγγίσεις των τοπικών χαρακτηριστικών και της πολυπαθής έννοιας της «ελληνικότητας».<sup>7</sup>

Η Α.Μωρέτη επίσης αναφέρει : «Στις πρώτες μας εκθέσεις για να είναι αναγνωρίσιμα από πολλούς τα Ελληνικά Περίπτερα χρησιμοποιούσαμε στοιχεία της παραδοσιακής μας αρχιτεκτονικής , παλαιάς και νέας. Αργότερα εγκαταλείφθηκε αυτή η πρακτική και επικράτησε η χρησιμοποίηση στοιχείων με απλές μορφές , εύρυθμα τοποθετημένων και επιδεικτικών απλής και γρήγορης κατασκευής και συναρμολόγησης».<sup>8</sup>

## Η ΑΡΧΙΤΕΚΤΟΝΙΚΗ ΤΩΝ ΠΕΡΙΠΤΕΡΩΝ ΣΤΙΣ ΔΙΕΘΝΕΙΣ ΕΚΘΕΣΕΙΣ. Η ΣΥΝΕΚΔΟΧΗ ΤΟΥ ΚΛΑΣΣΙΚΙΣΜΟΥ : ΑΠΟ ΤΟ ΑΡΧΑΙΟΠΡΕΠΕΣ ΠΑΡΕΛΘΟΝ , ΣΤΟ ΔΙΑΦΑΝΟ ΜΕΛΛΟΝ.

Η συνεχής και αδιάκοπη επίκληση της αρχαιότητας στη μορφή των ελληνικών περιπτέρων στις διεθνείς εκθέσεις ήταν αυτό που χαρακτήριζε επί μια εικοσαετία τις αρχιτεκτονικές επιλογές των Δημήτρη και Αλεξάνδρας Μωρέτη. Εξάλλου αυτή η αρχιτεκτονική άποψη εύρισκε θετική ανταπόκριση τόσο στο εξωτερικό , όσο και στο εσωτερικό και οι εφημερίδες της εποχής εκθείαζαν με σχόλια εθνικής υπερηφάνειας

<sup>6</sup> Αλεξάνδρα Μωρέτη , «Παγκόσμιες και διεθνείς εκθέσεις» ,στον κατάλογο της έκθεσης για το έργο των Δ&Α. Μωρέτη στο πλαίσιο των εκδηλώσεων Σεπτεμβρίου της Τέχνης 2002 του Δήμου Φιλοθέης,εκδ:ΟΠΤΙΜΑ '92,σ.11.

<sup>7</sup> Αιμιλία Αθανασίου, οπ.αν, σελ.450.

<sup>8</sup> Αλεξάνδρα Μωρέτη , «Παγκόσμιες και διεθνείς εκθέσεις» ,στον κατάλογο της έκθεσης για το έργο των Δ&Α. Μωρέτη στο πλαίσιο των εκδηλώσεων Σεπτεμβρίου της Τέχνης 2002 του Δήμου Φιλοθέης,εκδ:ΟΠΤΙΜΑ '92,σ.17.

τα ελληνικά περίπτερα.<sup>9</sup>

Τα προσφιλή μοτίβα που επαναλαμβανόταν ήταν αναπαραστάσεις υπό κλίμακα τμημάτων αρχαίων ναών και κάθε τύπου αρχαιοπρεπείς κίονες, ενίοτε σε συνδυασμό με την παρουσία του στέμματος. Χαρακτηριστικά παραδείγματα, τα πρώτα περίπτερα στην Φραγκφούρτη (εικ.73), στο Μιλάνο(εικ.72) και το Μπάρι που είχαν πρόσοψη καθαρά κλασσική με κολώνες, θρυγκούς κλπ. Ο σχεδιασμός των εξωτερικών όψεων κάλυπτε μεγάλο μέρος της τυπολογίας των αρχαίων ναών. Το 1952 έχουμε δωρικές γραμμές, άλλοτε σχηματοποιημένες, όπως στην πρώτη μεταπολεμική συμμετοχή της Ελλάδας στην έκθεση της Φραγκφούρτης και άλλοτε πιο ρεαλιστικές, όπως στο Μπάρι, όπου όμως το επαναλαμβανόμενο διακοσμητικό μοτίβο που πλαισιώνει τους δωρικούς κίονες είναι το βασιλικό στέμμα!

Το περίπτερο στο Μιλάνο το 1953 έχει σχεδιαστεί αντίστοιχα, με αναφορές στην κλασσική αρχαιότητα. Όπως αναφέρει ο Δ.Μωρέτης σε άρθρο στα Τεχνικά Χρονικά του 1955: «...Για το τονισμό της εισόδου, η λοξή τοποθέτηση μιας γωνίας αρχαίου Ναού με το θριγκό της και ένα δωρικό κίονα, στις κλασσικές αναλογίες, και η εναρμόνιση των χρωματισμών δημιούργησαν εξαιρετική εντύπωση στους πολυάριθμους επισκέπτες του περιπτέρου μας...».<sup>10</sup>

Τα επόμενα όμως έτη στα περίπτερα των εκθέσεων του Παρισιού, Μασσαλίας, Φραγκφούρτης και Μιλάνου, τα κλασσικά στοιχεία αντικαταστάθηκαν από στοιχεία ερμηνείας των αρχαίων ή λαϊκής τέχνης ρυθμών, με πιο σύγχρονη έκφραση.

Στη Φραγκφούρτη (εικ.78) το 1954 και 1955, παραδείγματος χάριν το ελληνικό περίπτερο παραπέμπει σε αρχαιοελληνικό ναό είναι ωστόσο προφανής η διάθεση εκσυγχρονισμού του με πιο αφαιρετικά στοιχεία και εντυπωσιακή χρήση του τεχνητού φωτισμού. Ο Μωρέτης θεωρούσε ότι: «...*κανένα στοιχείο*

9 Τεχνικά Χρονικά, Ιούλιος 1955, τεύχος 85, σ.32, άρθρο αφιέρωμα «Η ΕΛΛΑΣ ΕΙΣ ΤΑΣ ΔΙΕΘΝΕΙΣ ΕΚΘΕΣΕΙΣ ΤΟΥ ΕΞΩΤΕΡΙΚΟΥ», συγγραφέας Δ.Μωρέτης, σ.36-45

10 Δ.Μωρέτης, περ. Τεχνικά Χρονικά, , άρθρο αφιέρωμα «Η ΕΛΛΑΣ ΕΙΣ ΤΑΣ ΔΙΕΘΝΕΙΣ ΕΚΘΕΣΕΙΣ ΤΟΥ ΕΞΩΤΕΡΙΚΟΥ», Ιούλιος 1955, τεύχος 85,, σ.32.

- Εικ.72:** ΕΛΛΗΝΙΚΟ ΠΕΡΙΠΤΕΡΟ , ΣΤΟ ΜΙΛΑΝΟ , 1953.
- Εικ.73:** ΕΛΛΗΝΙΚΟ ΠΕΡΙΠΤΕΡΟ , ΣΤΟ ΦΡΑΝΚΦΟΥΡΤΗ , 1952.
- Εικ.74:** ΕΛΛΗΝΙΚΟ ΠΕΡΙΠΤΕΡΟ , ΣΤΟ ΠΑΡΙΣΙ , 1953.
- Εικ.75:** ΕΛΛΗΝΙΚΟ ΠΕΡΙΠΤΕΡΟ , ΣΤΟ ΣΜΥΡΝΗ , 1953.
- Εικ.76:** ΕΛΛΗΝΙΚΟ ΠΕΡΙΠΤΕΡΟ , FOIRE DE MARSEILLE , 1953 .
- Εικ.77:** ΕΛΛΗΝΙΚΟ ΠΕΡΙΠΤΕΡΟ , ΕΚΘΕΣΗ ΜΙΛΑΝΟΥ , 1954.
- Εικ.78:** ΕΛΛΗΝΙΚΟ ΠΕΡΙΠΤΕΡΟ , ΕΚΘΕΣΗ ΦΡΑΝΚΦΟΥΡΤΗΣ , 1954-1955.
- Εικ.79:** ΓΕΝΙΚΗ ΑΠΟΨΗ ΕΣΤΕΡΙΚΟΥ ΤΟΥ ΠΕΡΙΠΤΕΡΟΥ , ΣΤΗ ΦΡΑΝΚΦΟΥΡΤΗ, 1955.
- Εικ.80:** ΓΕΝΙΚΗ ΑΠΟΨΗ ΕΣΤΕΡΙΚΟΥ ΤΟΥ ΠΕΡΙΠΤΕΡΟΥ , ΣΤΗ ΦΡΑΝΚΦΟΥΡΤΗ, 1955.

*της πρόσοψης αυτής δεν είναι σύμφωνο , ως προς τη μορφή και τις αναλογίες του , προς τα αρχαία πρότυπα. Παρ'όλο αυτό , η προκληθείσα εντύπωση από τους επισκέπτες , υπήρξε , ότι η τόσο μοντέρνα σύνθεση του απέδιδε εμφανώς της ελληνικότητα του περιπτέρου».<sup>11</sup>*

Είναι χαρακτηριστική η επιτυχής χρησιμοποίηση σε ξύλινες κατασκευές , σαν διακοσμητικό μοτίβο , θεμάτων που έχουν ληφθεί από υφαντά της ελληνικής λαϊκής τέχνης(εικ.79,80). Παρόμοια απόδοση της ελληνικότητας συναντάται και στο περίπτερο στην Έκθεση του Μιλάνου 1954. Στην πρόσοψη του έχουν χρησιμοποιηθεί κλασσικά στοιχεία με μία σαφής απλοποιημένη μορφή (εικ.77). Τα διακοσμητικά θέματα δεξιά της εισόδου έχουν ληφθεί από ελληνικά κεντήματα.<sup>12</sup>

Κολόνες ιονικού ρυθμού σχηματοποιούνται και το 1953 αποτελούν βασικό χαρακτηριστικό του περιπτέρου στο Παρίσι(εικ.74) και του μόνιμου ελληνικού περιπτέρου που κατασκευάζεται στην Έκθεση της Σμύρνης(75). Το νέο μόνιμο ελληνικό περίπτερο κατασκευάστηκε με σκελετό από μπετόν αρμέ και τσιμεντόλιθων. Στο μπροστινό τμήμα υπάρχει βοηθητική αίθουσα εκθέσεων στο 1<sup>ο</sup> όροφο και εγκατάσταση γραφείων της υπηρεσίας στο 2<sup>ο</sup>.<sup>13</sup> Την ίδια χρονιά στην έκθεση της Μασσαλίας ανάμεσα στους ιονικού ρυθμού κίονες που διακοσμούν την πρόσοψη του ελληνικού περιπτέρου τοποθετούνται ζωγραφικές παραστάσεις του Σπύρου Βασιλείου (εικ.76).

Οι ζωγραφικοί πίνακες εκτελέστηκαν βάσει μακετών του ζωγράφου και αναφέρονται στον εποικισμό της πόλης των Φωκαίων. Οι επιγραφές που φαίνονται στην πρόσοψη του περιπτέρου περιέχουν αποσπάσματα διασήμων Γάλλων ποιητών για την Ελλάδα.<sup>14</sup>

Το 1955 στο Παρίσι και στο Μιλάνο επικρατούν ακόμα πιο απλουστευμένες

11 Τεχνικά Χρονικά, 1955,ο.π , σελ.39.

12 Τεχνικά Χρονικά, 1955,ο.π , σελ.34.

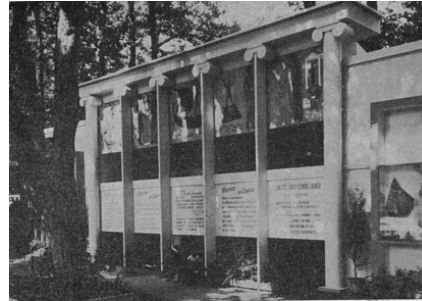
13 Τεχνικά Χρονικά, 1955,ο.π , σελ.32.

14 Τεχνικά Χρονικά, 1955,ο.π.αν , σελ.33.





72.



76.



73.



77.



74.



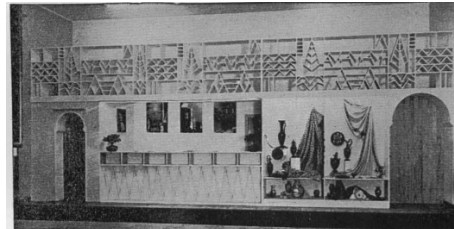
78.



79.



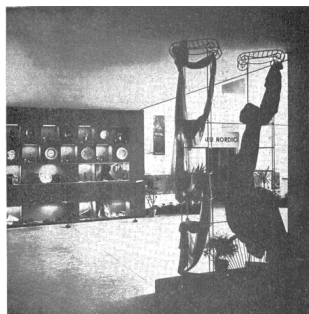
75.



80.



81.



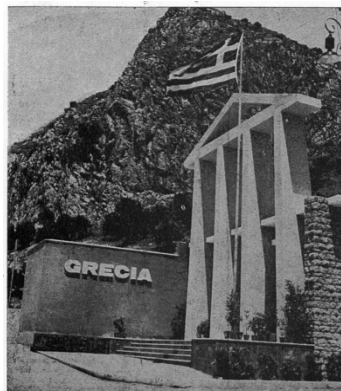
82.



83.



84.



86.



85.



87.

γραμμές και η αρχαιοελληνική διακόσμηση περιορίζεται στο περίγραμμα κίωνων ιονικού ρυθμού πλαισιωμένο από κεφάλια γνωστών αγαλμάτων και σχηματοποιημένους αμφορείς. Ενδεικτικά, στις φωτογραφίες από το περίπτερο στο Μιλάνο (εικ.83) διακρίνουμε αριστερά τρεις διαφανείς φωτογραφίες με εσωτερικό φωτισμό, προβάλλουν με αρχιτεκτονικά θέματα τρεις εποχές της Ελλάδας (αρχαιότητα, Βυζάντιο, σύγχρονη εποχή) (εικ.81). Στη κύρια είσοδος χρησιμοποιήθηκε σε μία εντελώς αφηρημένη μορφή το μοτίβο του ιωνικού κιονόκρανου. Δεξιά, παραγωγικός χάρτης της Ελλάδας.<sup>15</sup> Στο εσωτερικό του περιπτέρου (εικ.82) ακολουθείται αντίστοιχη λογική, συνύπαρξη αρχαϊκών με σύγχρονων στοιχείων. Αυτό το ταίριασμα διαφορετικών στοιχείων έβρισκε σύμφωνη και μερίδα του τύπου της εποχής. Ενδεικτικά, η εφημερίδα «Ναυτεμπορική» αναφέρει:

*«...η επιτυχία ή αποτυχία της αισθητικής μορφής των περιπτέρων εξαρτάται κατά μέγα μέρος από τον συνδυασμό δύο κατευθύνσεων: της παραδόσεως της αρχαίας ελληνικής τέχνης και των συμβόλων της (γιατί είναι πανάρχαιος λαός ο ελληνικός) και του μοντέρνου πνεύματος, αφού ο ελληνικός λαός είναι ταυτοχρόνως και νέος και εύπλαστος και γεμάτο ζωντάνια λαός. Χρειάζεται δηλαδή να εκφρασθεί το κλασσικό πνεύμα με απλοποιημένα τα αρχαία μοτίβα...»»<sup>16</sup>*

Στην έκθεση **Foire de Paris 1955**, στη μία πλευρά του περιπτέρου, όπως διακρίνεται και στη φωτογραφία (εικ.84), κυριαρχούν οι ζωηρώς αναδιπλούμενοι έλικες, που παραπέμπουν σε ιωνικά κιονόκρανα. Πλην του διακοσμητικού τους σκοπού, χρησίμευαν και για φωτιστικά σώματα. Παράλληλα, τα ξύλινα πηγάκια που φαίνονται στα αριστερά αποδίδουν ένα θέμα από υφαντό λαϊκής τέχνης.<sup>17</sup>

Γενικά, βλέπουμε δηλαδή να επικρατεί και στην αρχιτεκτονική των περιπτέρων η τάση εκμοντερνισμού του κλασικισμού που είχε επαναφέρει, την περίοδο της ανασυγκρότησης, η συντηρητική μερίδα των αρχιτεκτόνων, διαμορφώνοντας σε μεγάλο βαθμό τον χαρακτήρα της Αθήνας. Πρόκειται, όπως αναφέρει ο

15 Τεχνικά Χρονικά, 1955,οπ.αν, σελ.41.

16 Α.Ιωαννίδης, εφημερίδα «Ναυτεμπορική»,φ.25-4-55.

17 Τεχνικά Χρονικά, 1955,οπ.αν, σελ.45.

**Εικ.81:** ΑΦΑΙΡΕΤΙΚΟΣ ΚΛΑΣΙΚΙΣΜΟΣ ΣΤΟ ΠΕΡΙΠΤΕΡΟ ΣΤΟ ΜΙΛΑΝΟ, 1955.

**Εικ.82:** ΕΚΘΕΣΗ ΜΙΛΑΝΟΥ 1955. ΕΣΩΤΕΡΙΚΗ ΠΛΕΥΡΑ ΜΙΑ ΑΙΘΟΥΣΑΣ ΤΟΥ ΕΛΛΗΝΙΚΟΥ

**Εικ.83:** ΕΚΘΕΣΗ ΜΙΛΑΝΟΥ 1955. ΕΣΩΤΕΡΙΚΗ ΠΛΕΥΡΑ ΜΙΑ ΑΙΘΟΥΣΑΣ ΤΟΥ ΕΛΛΗΝΙΚΟΥ

**Εικ.84:** FOIRE DE PARIS, 1954

**Εικ.85:** ΜΙΑ ΠΛΕΥΡΑ ΤΟΥ ΕΛΛΗΝΙΚΟΥ ΠΕΡΙΠΤΕΡΟΥ, FOIRE DE PARIS, 1955

**Εικ.86:** ΕΛΛΗΝΙΚΟ ΠΕΡΙΠΤΕΡΟ ΕΚΘΕΣΕΩΣ ΠΑΛΕΡΜΟΥ, 1954-1955.

**Εικ.87:** ΕΛΛΗΝΙΚΟ ΠΕΡΙΠΤΕΡΟ ΣΤΗΝ ΕΚΘΕΣΗ ΤΗΣ ΑΝΤΙΣ ΑΜΠΕΡΙΑ, 1955.

Γιακουμακάτος για το «προσφιλές ιδίωμα του “μοντέρνου”, “αφαιρετικού” ή “απογυμνωμένου” (ή και “ξυρισμένου”) κλασικισμού»<sup>18</sup>.

Στις διεθνείς εκθέσεις γινόταν κατά περίπτωση προσαρμογή του ελληνικού περιπτέρου στις κλιματικές αλλά και κοινωνικές συνθήκες της χώρας φιλοξενίας. Έτσι π.χ. στη Δαμασκό το 1954 οι ιωνικού ρυθμού κολόνες διακοσμούσαν ανοιχτές στοές και αίθρια για την αντιμετώπιση του θερμού και υγρού κλίματος της περιοχής.

Το 1955 στη διεθνή έκθεση της Αντίς Αμπέμπα ο Μωρέτης επέλεξε να δώσει μια πιο «ελληνορθόδοξη» μορφή στο ελληνικό περίπτερο, λόγω της εκεί έντονης παρουσίας της ελληνορθόδοξης παροικίας(εικ.87). Η πρόσοψη του λιτού κτίσματος διακοσμήθηκε με μια γιγάντια εικόνα του Αγίου Γεωργίου, έργο του Γερμενί. Το εσωτερικό διακοσμούσαν μεγάλες φωτογραφίες με βυζαντινά θέματα και γινόταν ιδιαίτερη προβολή στα χρυσοποίκιλτα εκκλησιαστικά εκθέματα που, όπως αναφέρεται, εντυπωσίασαν ακόμα και το αυτοκρατορικό ζεύγος της Αιθιοπίας. Παρ' όλα αυτά το συγκεκριμένο περίπτερο είχε χαρακτηριστεί υποδεέστερο από τα άλλα έργα του Μωρέτη, αρχαιοελληνικής έμπνευσης.

Με το κλείσιμο όμως της δεκαετίας του 50 το αρχιτεκτονικό ύφος των ελληνικών περιπτέρων αλλάζει ριζικά. Η πρωτοβουλία της υπηρεσίας για ανανέωση της αισθητικής των ελληνικών περιπτέρων αποτελεί αποτέλεσμα της γενικευμένης δημόσιας απαίτησης του τεχνικού κόσμου για μεγαλύτερη πολυφωνία στο σχεδιασμό της εκπροσώπησης της χώρας στις διεθνείς διοργανώσεις.

Σε κάθε περίπτωση, προς τα τέλη της δεκαετίας το 1950, η ρητορική του μοντερνισμού και του εκσυγχρονισμού της ελληνικής κοινωνίας υπερίσχυσε εκείνης, που επιδίωκε τη διαρκή αναφορά και σύνδεση με τον αρχαιοελληνικό πολιτισμό του παρελθόντος. Συνέχεια αυτού ήταν η ανανέωση της αρχιτεκτονικής των ελληνικών περιπτέρων και η υιοθέτηση σύγχρονων σχεδιαστικών προτύπων.

Ο μοντερνισμός είχε επιτέλους «αλλώσει» και τη Διεύθυνση Εκθέσεων του Υπουργείου Εμπορίου, οδηγώντας σε υποχώριση τις προσεγγίσεις του

18 Ανδρέας Γιακουμακάτος, βιβλίο « Ιστορία της Ελληνικής αρχιτεκτονική 20<sup>ου</sup> αιώνας», 2009, εκδ.ΝΕΦΕΛΗ, σελ.64.

παρελθόντος, όπου αρχαιοελληνικά στοιχεία τέχνης και αρχιτεκτονικής υιοθετούσαν σχεδόν αυτούσια στο σχεδιασμό των περιπτέρων , χωρίς τη διαμεσολάβηση , αφενός της χρονικής απόστασης και της ενσωμάτωσης στη σύγχρονη πραγματικότητα ,αφετέρου της ερμηνείας και του σχολίου της σημασίας του μακρινού παρελθόντος στην μεταπολεμική εποχή της ανοικοδόμησης και του εκσυγχρονισμού.<sup>19</sup>

Τα περίπτερα στις Βρυξέλλες (εικ.90)και τη Νέα Υόρκη(εικ.92) το 1961 και 1963 αντίστοιχα αποτελούν δείγματα αυτής της δουλειάς του Δημήτρη και της Αλεξάνδρας Μωρέτη, συνθέτοντας πλέον την εικόνα ενός εκσυγχρονισμένου και δημιουργικού κράτους. Πρόκειται για δύο σύγχρονους εκθεσιακούς χώρους όπου τα έργα του αρχαίου ελληνικού πολιτισμού δεν αποτελούν πια διακοσμητικό μοτίβο αλλά αναδεικνύονται ανάμεσα στα γεωμετρικά σχήματα και τα νεωτεριστικά υλικά που χαρακτηρίζουν τη δεκαετία του 60. Στο προοπτικό σχέδιο για το περίπτερο στις Βρυξέλλες, φαίνεται καθαρά πως απουσιάζουν εντελώς οι αναφορές στην κλασσική αρχαιότητα και αντικατοπτρίζονται οι αρχές του Μοντέρνου.

Καθαρές γραμμές, ορθογώνιοι όγκοι και διαφάνεια , όλα αυτά τα χαρακτηριστικά αποτελούν δάνεια από την μοντέρνα αρχιτεκτονική του Mies Van der Rohe στο **Barcelona Pavillion**. Η μεταγραφή του μνημειακού κλασικισμού στο μοντέρνο ιδίωμα είχε εφαρμοστεί την ίδια περίοδο σε ελληνικό έδαφος και σε μεγάλης κλίμακας κτίριο από τον έτερο Γερμανό μοντερνιστή τον Walter Gropius , στο σχεδιασμό της Αμερικάνικης Πρεσβείας στην Αθήνα. Εμφανείς αναφορές στην αρχιτεκτονική του Gropius εντοπίζουμε στο περίπτερο στην Διεθνή Έκθεση ANUGA , στην Κολονία (εικ.93).

Αξιόλογα δείγματα μοντερνισμού αποτελούν τα περίπτερα για την Έκθεση στη Λειψία στο 1957(εικ.89,91) και στο Μιλάνο το 1958(εικ.88). Η εξωτερική άποψη του περιπτέρου στη Λειψία, ακολουθεί πιστά τις αρχές του Μοντέρνου και

19 Αιμιλία Αθανασίου ,βιβλίοΜεταπολεμικός μοντερνισμός : αρχιτεκτονική, πολιτική και τουρισμός στην Ελλάδα, 1950-1965 : τελική έκθεση, , ,ΕΚΔ.ΕΜΠ,σελ.443



χαρακτηρίζεται από του καθαρούς γεωμετρικά όγκους και ενδεδειγμένη διαφάνεια. Χαρακτηριστικά που εντοπίζουμε και στο εσωτερικό του περιπτέρου στο Μιλάνο ,όπου τα γεωμετρικά σχήματα κυριαρχούν σε μία σύνθεση αρκετά πρωτοποριακή.

Εκτός από το ζεύγος Μωρέτη και ο κορυφαίος της πρωτοπορίας αρχιτέκτονας Τάκης Ζενέτος έχει ασχοληθεί με τον σχεδιασμό ελληνικού περιπτέρου. Συγκεκριμένα πρόκειται για το περίπτερο στην Έκθεση του Παρισίου το 1958 (εικ.94). Η πρόσοψη του περιπτέρου επιδεικνύει μία επιβλητική συμμετρία , ενώ οι γραμμές έχουν κρατηθεί απλές . Παρόλα τα μοντέρνα στοιχεία , η αναφορές στην κλασσική αρχιτεκτονική δεν εκλείπουν , χωρίς όμως να μεταφέρονται αυτούσιες στην σύνθεση. Η στέγη που στηρίζεται σε μία σειρά από υποστηλώματα, παραπέμπουν σε αρχαίο ναό. Η επιλογή των υλικών και οι καθαρές μορφές είναι αυτές όμως που αποδίδουν ένα πρωτοποριακό πνεύμα στο κτίριο.

Έτσι , λοιπόν, παρατηρούμε δύο διαφορετικές ρητορικές και προσεγγίσεις στην αρχιτεκτονική των ελληνικών περιπτέρων που αποτέλεσαν μια συνεκδοχή του κλασσικισμού, διαμορφώνοντας την δημόσια εικόνα της χώρας. Από τη μία πλευρά η αναφορά στο μνημειακό κλασσικισμό της αρχαιότητας και η ρητή σύνδεση με το παρελθόν και την Ιστορία, που συχνά κατέληγε σε γραφικές αναπαραστάσεις και ασύμβατες αρχιτεκτονικές συμβιώσεις. Και από την άλλη η αναφορά στο μνημειακό μοντερνισμό του Mies van de Rohe, που οδήγησε σε επιτυχείς μεταγραφές του στο ελληνικό περιβάλλον.<sup>20</sup>

## ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΕΣ ΚΑΙ ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΟ ΤΩΝ ΕΛΛΗΝΙΚΩΝ ΕΚΘΕΣΙΑΚΩΝ ΠΕΡΙΠΤΕΡΩΝ

Τα εκθέματα ανήκαν σε γενικές γραμμές σε τρεις κατηγορίες:

α) Εκθέματα προβολής του ελληνικού κράτους, του ελληνικού πολιτισμού και του ελληνικού τουρισμού.

β) Προϊόντα χειροτεχνίας και λαϊκής τέχνης.

**Εικ.88:** ΕΛΛΗΝΙΚΟ ΠΕΡΙΠΤΕΡΟ ΕΚΘΕΣΕΩΣ

ΜΙΛΑΝΟΥ, 1957.

**Εικ.89:** ΕΛΛΗΝΙΚΟ ΠΕΡΙΠΤΕΡΟ ΣΤΗ ΛΕΙΨΙΑ, 1957.

**Εικ.90:** ΣΧΕΔΙΟ ΓΙΑ ΤΟ ΕΛΛΗΝΙΚΟ ΠΕΡΙΠΤΕΡΟ ΣΤΗ ΔΙΕΘΝΗ ΈΚΘΕΣΗ ΤΩΝ ΒΡΥΞΕΛΛΩΝ, 1961.

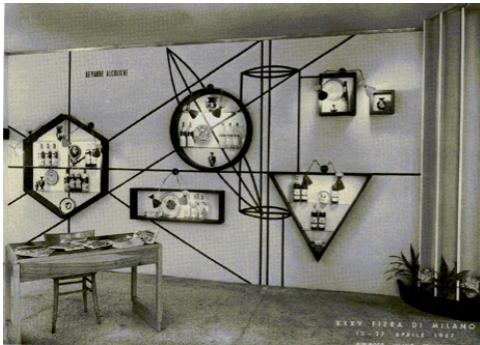
**Εικ.91:** ΜΙΑ ΠΛΕΥΡΑ ΤΟΥ ΕΛΛΗΝΙΚΟΥ ΠΕΡΙΠΤΕΡΟΥ ΣΤΗ ΛΕΙΨΙΑ, 1957

**Εικ.92:** ΕΣΩΤΕΡΙΚΟΥ ΕΛΛΗΝΙΚΟΥ ΠΕΡΙΠΤΕΡΟΥ ΣΤΗ ΝΕΑ ΥΟΡΚΗ, 1963.

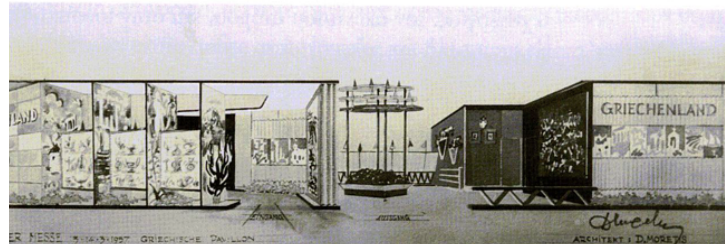
**Εικ.93:** ΕΛΛΗΝΙΚΟ ΠΕΡΙΠΤΕΡΟ ΣΤΗ ΚΟΛΩΝΙΑ, 1965.

**Εικ.94:** ΕΛΛΗΝΙΚΟ ΠΕΡΙΠΤΕΡΟ ΣΕ ΕΚΘΕΣΗ ΣΤΟ ΠΑΡΙΣΙ, ΑΡΧΙΤΕΚΤΟΝΑΣ Τ. ΖΕΝΕΤΟΣ, 1958.

20 Αιμιλία Αθανασίου ,βιβλίοΜεταπολεμικός μοντερνισμός : αρχιτεκτονική, πολιτική και τουρισμός στην Ελλάδα, 1950-1965 : τελική έκθεση, , , εκδ.ΕΜΠ,σελ.484



88.



89.



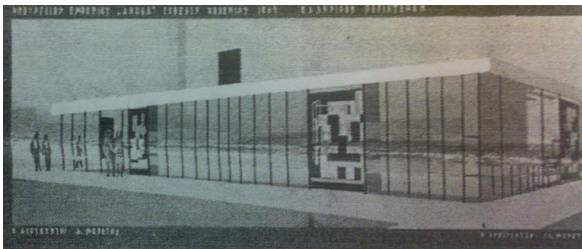
90.



91.



92.



93.



94.



## γ) Τρόφιμα, εμπορικά, βιοτεχνικά και βιομηχανικά προϊόντα.

Οι κατηγορίες των εκθεμάτων ταξινομούνται σε ομάδες που αντιστοιχούν σε εθνικά, οικονομικά ή πολιτιστικά κεφάλαια της σύγχρονης ελληνικής πραγματικότητας. Πιο συγκεκριμένα, τα κεφάλαια αυτά έθιγαν παραμέτρους της σύγχρονης Ελλάδας, όπως:

- 1) Το Ελληνικό Κράτος και η Ιστορία του: Το σύγχρονο ελληνικό κράτος αποτυπωνόταν σε φωτογραφίες της ελληνικής υπαίθρου με στιγμιότυπα από τη γεωργική και βιομηχανική παραγωγή της χώρας, καθώς και σε στατιστικούς πίνακες και διαφάνειες όπου προβάλλονταν οι θετικοί δείκτες της οικονομικής ανάπτυξης. Η διακόσμηση του περιπτέρου σχεδόν πάντα περιελάμβανε ζωγραφικές και γλυπτικές συνθέσεις με αναπαραστάσεις θεμάτων από την ελληνική ιστορία, καθώς και κολλάζ με φωτογραφικές συνθέσεις που αναπαριστούσαν ελληνικά τοπία, ελληνική τέχνη και στιγμιότυπα από τη σύγχρονη ζωή. Στόχος ήταν η κατασκευή μιας συνεκτικής, εξιδανικευμένης εικόνας της Ελλάδας, ως σύγχρονου κράτους με ένδοξη ιστορία που χανόταν στα βάθη των αιώνων, αημαντικό πολιτισμό και εκβιομηχανισμένη οικονομία, όπου η εφαρμογή σύγχρονων παραγωγικών μεθόδων κρατούσε αναλλοίωτες τις φυσικές ομορφιές του τόπου. Το τελευταίο διαδραμάτιζε ιδιαίτερο ρόλο στην αναβάθμιση του τουριστικού κεφαλαίου που έθιγε την επόμενη ενότητα.
- 2) Τουρισμός: Η θεματική ενότητα του Τουρισμού κατείχε συνήθως μία κεντρική θέση στα ελληνικά περίπτερα. Εκτός από την προβολή της οικοδομικής και καλλιτεχνικής δραστηριότητας του ΕΟΤ(φεστιβάλ Αθηνών και Επιδαύρου), εκθέματα τουριστικού ενδιαφέροντος υπήρχαν διάσπαρτα στη διακόσμηση όλου του περιπτέρου. Αυτά συνόδευαν την παρουσίαση των υπόλοιπων εμπορικών ή βιομηχανικών εκθεμάτων και λειτουργούσαν αντιστικτικά ως προς αυτά πολλαπλασιάζοντας κατά κάποιον τρόπο το συμβολικό τους κεφάλαιο ( π.χ ελαιόλαδο από ελαιώνες που ευδοκιμούν δίπλα σε μιμωϊκα ανάκτορα.

Ο επισκέπτης κατά μήκος της πορείας του μέσα στο ελληνικό περίπτερο συναντούσε τουριστικούς χάρτες, φωτογραφίες αρχαιοτήτων, λουρεοπόλεων, τουριστικών τόπων, δημοσίων έργων, μακέτες, αντίγραφα αρχαίων αγαλμάτων, ψηφιδωτά, διαφημιστικά έντυπα, αξιόλογες εκδόσεις και έργα σύγχρονης ζωγραφικής και γλυπτικής.<sup>21</sup>

- 3) Είδη Διατροφή, Ένδυσης: Τα χαρακτηριστικά ελληνικά προϊόντα που συνήθως έβρισκαν το δρόμο τους προς εξαγωγή στην αλλοδαπή.

- 4) Είδη εσωτερικής διακόσμησης, οικοδομικά υλικά, μηχανές και εργαλεία κλπ

Μια εξαιρετική εκδοχή της επικοινωνιακής πολιτικής του Ελληνικού Κράτους σε διεθνείς διοργανώσεις έχει αποτυπωθεί το 1954, σ' έναν καλαίσθητο κατάλογο προϊόντων και εκθεμάτων των ελληνικών περιπτέρων, τον οποίο σχεδίασε ο ζωγράφος Σπύρος Βασιλείου. Μέσα στις σελίδες του συνυπάρχει το παρόν, το παρελθόν και το μέλλον της χώρας σε μια εξιδανικευμένη αναπαράσταση. Στο εξώφυλλο ζωηρά κόκκινα ελληνικά φρούτα συνυπάρχουν μ'ένα αρχαίο κίονα, ένα νεοκλασικό γείσο με ακροκέραμα και με τον Παρθενών. Στη συνέχεια τα ελληνικά καπνά ξηραίνονται στον ελληνικό ήλιο, ο οποίος είναι παρών στην εικόνα, με την αρχαιοελληνική αναπαράστασή του, πάνω στο τέθριππο άρμα του. Αμέσως μετά ένας χαμογελαστός ελαιοπαραγωγός επιδεικνύει ικανοποιημένος τη σοδεία του μπροστά από ένα μινωικό πιθάρι. Και οι ευφάνταστοι συσχετισμοί δεν έχουν τέλος: ελληνικά κρασιά παρατίθενται μπροστά σε αρχαϊκό ανάγλυφο σε συναφές θέμα, ελληνικά υφάσματα δείχνουν να ζηλεύουν το αρχαιοελληνικό ιμάτιο που ντύνει λεναν μαρμάρινο γυναικείο κορμό, ενώ το υπέρδαφος των ελληνικών ορυκτών συνδέεται με τον Μινώταυρο. Το τεύχος ολοκληρώνεται με την εκβιομηχάνιση της χώρας, σαν αυτή να ήταν η φυσική κατάληξη όλων των προηγούμενων

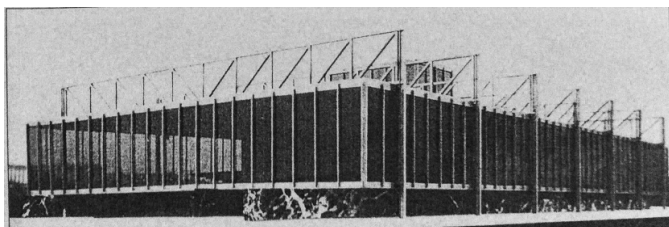
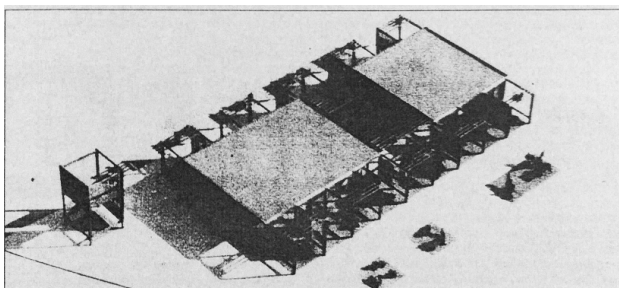
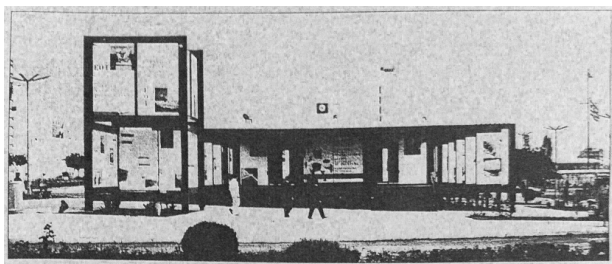
κατακτήσεων της ελληνικής ιστορίας και του ελληνικού πολιτισμού.<sup>22</sup>

Εικόνες δεξιά: Εσωτερικές απόψεις από Ελληνικά Περίπτερα σε Διεθνείς Εκθέσεις

---

22 «Greece», ;Έκδοση της Υπηρεσίας Εκθέσεων του υπουργείου Εμπορίου, εικονογράφηση από τον Σπ.Βασιλείου. Αθήνα:1954.

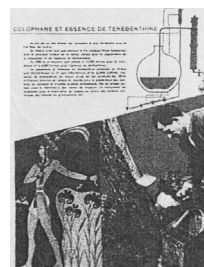
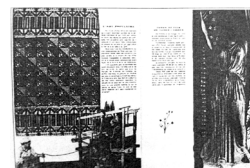




95.

**Εικ.95:** ΦΩΤΟΓΡΑΦΙΑ ΚΑΙ ΜΑΚΕΤΑ ΤΟΥ ΠΕΡΙΠΤΕΡΟΥ ΤΟΥ ΕΟΤ ΣΤΗΝ 24Η ΔΕΘ  
, ΑΡΧΙΤΕΚΤΟΝΑΣ Α.ΚΟΝΣΤΑΝΤΙΝΙΔΗΣ, 1960.

**Εικ.96:** ΣΕΛΙΔΕΣ ΑΠΟ ΤΟΝ ΚΑΤΟΛΟΓΟ ΕΛΛΗΝΙΚΩΝ ΠΡΟΙΟΝΤΩΝ ΤΟΥ  
ΥΠΟΥΡΓΕΙΟΥ ΕΜΠΟΡΙΟΥ, ΠΟΥ ΣΧΕΔΙΑΣΕ ΤΟ 1954 Ο ΖΩΓΡΑΦΟΣ ΣΤΥΡΟΣ ΒΑΣΙΛΕΙΟΥ ΚΑΙ  
ΣΥΝΟΔΕΥΕ ΤΙΣ ΕΛΛΗΝΙΚΕΣ ΣΥΜΜΕΤΟΧΕΣ ΣΤΙΣ ΔΙΕΘΝΕΙΣ ΕΚΘΕΣΕΙΣ.



96.

Τα περίπτερα στις εκθέσεις του εξωτερικού αποτελούν ένα είδος σύγχρονου «μουσείου». Σε αυτά μπορεί να βρει κανείς αφίσες, διαφημιστικά φυλλάδια, ταινίες και φωτογραφίες από αρχαιολογικούς και ιστορικούς χώρους από όλο τον κόσμο. Αυτή η αχανής συγκέντρωση πληροφοριών, χαρακτηριστικό που ξεκίνησε στα μέσα του 20<sup>ου</sup> αιώνα, έχει ως επακόλουθο να τοποθετεί όλες τις πληροφορίες στο σήμερα.<sup>1</sup> Αυτά τα ασαφή όρια ανάμεσα στο παρελθόν και το παρόν εντοπίζουμε και στα ελληνικά περίπτερα. Για παράδειγμα, η παράθεση μικρών πυρήνων τουριστικού ενδιαφέροντος ανάμεσα στα βιομηχανικά και τα αγροτικά προϊόντα μετέφερε μια φαντασιακή αντίληψη ότι ο πολιτισμός και η ιστορία διαπλεκόνταν ανέκαθεν με τη καθημερινότητα στους χώρους εργασίας και παραγωγής των σύγχρονων Ελλήνων. Αυτή την ετεροχρονία την συναντάμε και στον κατάλογο που φιλοτέχνησε ο Σπ.Βασιλείου, όπου στοιχεία της αρχαιότητας συνυπήρχαν αρμονικά με σκηνές από την καθημερινότητα των σύγχρονων Ελλήνων, δίνοντας έτσι την εντύπωση φυσικής συνέχειας του Ελληνικού πολιτισμού. Φυσικά κάτι τέτοιο πρόκειται για μια πλασματική αντίληψη της πραγματικότητας, για μία ουτοπία. Η αρχιτεκτονική των περιπτέρων, εκφράζει τις προθέσεις του επίσημου φορέα, να εστιάσει στην διαφορετικότητα που μπορεί να προσφέρει η Ελλάδα σε έναν ξένο. Στη συγκεκριμένη περίπτωση η ιστορία της.

Ο ρόλος του κράτους, στην προώθηση της εικόνας σκιαγραφείται μέσα από το βιβλίο *Architourism*, στο εισαγωγικό κείμενο που ορίζει την έννοια *exotic*.<sup>2</sup> Το κείμενο μεταξύ των άλλων αναφέρει πως το τι ένας ξένος θεωρεί «*exotic*» και μοναδικό για μία χώρα, είναι αυτό που το κράτος-ή οποιοσδήποτε επίσημος φορέας- έχει προάγει έτσι προς τα έξω. Εξάλλου σύμφωνα με τον συγγραφέα: «...το *exotic* σαν έννοια ποτέ δεν πρόσφερε πραγματική διαφορετικότητα, αλλά ένα «κλισέ» διαφορετικότητας, στην οποία πιο εύκολα κάποιος προσαρμόζεται». <sup>3</sup> Συνεπώς, η αρχιτεκτονική των περιπτέρων ανταποκρίνεται πλήρως στην έννοια *exotic*, έτσι όπως αυτή έχει διατυπωθεί μέσα από το βιβλίο.

1 Joan Ockman, Salomon Frausto, eds. *Architourism: Authentic, Escapist, Exotic, Spectacular*. Munich: Prestel Verlag, 2005, σελ.31

2 Ο.π..ARCHITOURISM,σελ.87.

3 Ο.π.. ARCHITOURISM, σελ.104.





1967-1974-DIKTATOPIA KAI  
ΣΥΝΤΗΡΗΤΙΣΜΟΣ

23

---



[illegible]

## 92

2 Θεοδώρα Σγάρτσου, Διπλωματική Εργασία: «Ματιές στην Ελλάδα μέσα από τις τουριστικές αφίσες», Πάντειο Πανεπιστήμιο –ΠΜΣ «Ψυχολογία και ΜΜΕ» Ακ. Έτος:2009, Αθήνα <http://library.panteion.gr/opacial/details.php>



Εικ.98: Ναός Απέρου Νίκης, Αφίσα ΕΟΤ, 1967.



Εικ.99: Σίφνος, Αφίσα ΕΟΤ,



Εικ.100: Μύκονος, Αφίσα ΕΟΤ, 1969.

## Καλλιτεχνικό Ρεύμα

Την συγκεκριμένη χρονική περίοδο, η φωτογραφία άρχιζε να αντικαθιστά ως επι το πλείστον της καλλιτεχνικές συνθέσεις στις αφίσες. Έτσι, γραφίστες που εργαζόνταν μόνιμα για τον ΕΟΤ, πήραν την θέση καταξιωμένων καλλιτεχνών και αρκετοί γνωστοί φωτογράφοι (όπως Γ. Ασημακόπουλος, Ι. Βαχαρίδης, Ν. Δεσύλλας, Ν. Μαυρογένης, Ρ. Παρίσσης, Ν. Τομπάζης, Σ. Τσελέντης κ.α). καλούνταν να συμβάλλουν με την δουλεία του στην παραγωγή τουριστικών αφισών. Το γεγονός αυτό οφείλεται στη μείωση της καλλιτεχνικής παραγωγής εκείνη την περίοδο, λόγω των συνθηκών που επικρατούσαν. Μέσα σε ένα κλίμα λογοκρισίας και αυταρχικότητας η καλλιτεχνική έκφραση δεν μπορεί να ευδοκιμήσει. Πολλοί καλλιτέχνες βρήκαν καταφύγιο στο εξωτερικό και συνέχιζαν από εκεί την καλλιτεχνική τους δράση.

## Η Αρχιτεκτονική ως πρώτο θέμα

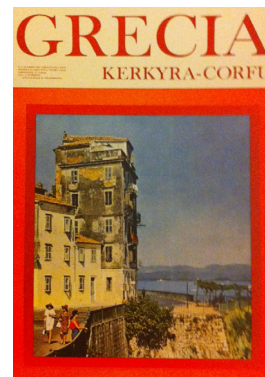
Παρόλο που τα καλλιτεχνικά μέσα που χρησιμοποιούνται στις αφίσες έχουν αλλάξει τη συγκεκριμένη χρονική περίοδο, η θεματογραφία παραμένει ίδια. Ο ΕΟΤ παραμένει συνεπής στην κλασική, πλέον, συνταγή και επιλέγει ως κύριο θέμα για τις διαφημιστικές αφίσες κομμάτια της Ελληνικής Αρχιτεκτονικής. Έτσι, η αφίσα (εικ.98), οι οποίες είναι από τις πρώτες όπου χρησιμοποιείται η φωτογραφία ως μέθοδο αναπαράστασης, παρουσιάζει τον Ναό της Απέρου Νίκης στην Αθήνα. Πρόκειται για ένα μνημείο της κλασικής αρχαιότητας, που είναι ιδιαίτερα δημοφιλές στο εξωτερικό και πρωταγωνιστούν συχνά στις διαφημιστικές καμπάνιες του Οργανισμού.

Εκτός από αυτές τις δύο αφίσες, οι υπόλοιπες παρουσιάζουν την λαϊκή και ανώνυμη αρχιτεκτονική ως κυρίαρχο θέμα. Πρόκειται για χαρακτηριστικά δείγματα αρχιτεκτονικής, τα οποία οι ξένοι ταυτίζουν με το ελληνικό στοιχείο. Τέτοιο παράδειγμα είναι η αφίσα (εικ.100) στην οποία απεικονίζεται μία εκκλησία στη Σίφνο, χαρακτηριστικό δείγμα κυκλαδίτικης αρχιτεκτονικής. Ο συνδυασμός του

άσπρου με το μπλε χρησιμοποιείται συχνά από τους καλλιτέχνες των αφισών. Ιδιαίτερα δημοφιλές θέμα είναι η αρχιτεκτονική των ανεμόμυλων στη Μύκονο. Όπως είδαμε και σε αφίσες προηγούμενων περιόδων, έτσι και εδώ (εικ.101) ένας κυκλαδίτικος ανεμόμυλος πρωταγωνιστεί σε αφίσα, η οποία πλαισιώνεται από ένα γραφικό οικισμό της Μυκόνου. Εκτός όμως από την αρχιτεκτονική των κυκλάδων, σε αφίσες της περιόδου συναντάμε και θέματα που αφορούν την παραδοσιακή αρχιτεκτονική άλλων νησιών, όπως στα Δωδεκάνησα (εικ.103), αλλά και την Κέρκυρα (εικ.102). Στην τελευταία απεικονίζεται ένα κτίσμα, αντιπροσωπευτικό παράδειγμα της Βενετσιάνικης αστικής αρχιτεκτονικής στο νησί, που χρονολογείται γύρω στο 18<sup>ο</sup> αιώνα.<sup>3</sup>

Ένα καινοτόμο χαρακτηριστικό που αφορά τις αφίσες τις περιόδου, εκτός από την αποκλειστική χρήση της φωτογραφίας, είναι η εφαρμογή γραφιστικών στοιχείων που συμπληρώνουν την φωτογραφική σύνθεση και συνδυάζουν διαφορετικά θέματα. Η πρώτη τέτοια σύνθεση είναι η αφίσα (εικ.104) εικονογραφεί ένα ιστιοφόρο στα πανιά του οποίου απεικονίζονται φωτογραφίες από τα πιο δημοφιλή «προιόντα» της χώρας προς τους τουρίστες. Μία ακρογιαλιά, ένα εκκλησάκι παραδοσιακής Κυκλαδίτικης Αρχιτεκτονικής και μέρος ενός αρχαίου ναού. Η εν λόγω αφίσα δεν διαφημίζει κάποιο συγκεκριμένο μέρος, αλλά αναφέρεται γενικά στα ελληνικά νησιά. Εν αντιθέσει, η αφίσα (εικ.105), προβάλλει το νησί της Τήνου μέσα από την καλλιτεχνική σύνθεση που συνδυάζει τρία χαρακτηριστικά δείγματα της αρχιτεκτονικής που συναντά κανείς στο νησί. Στην αφίσα συνυπάρχουν το γραφικό λιμάνι της Τήνου, ένας περιστερώνας αντιπροσωπευτικός της λαϊκής τηνιακής αρχιτεκτονικής, κατάλοιπο των Βενετών που περέμειναν στο νησί μέχρι το 18<sup>ο</sup> αιώνα, και ένα τουριστικό συγκρότημα με σαφείς αναφορές στην παραδοσιακή αρχιτεκτονική του νησιού. Εκτός από τις καθαρές και απλές γραμμές, που διέπουν την αρχιτεκτονική των Κυκλάδων, και το λευκό χρώμα, άλλο χαρακτηριστικό που αποτελεί αρχιτεκτονικό ιδίωμα της περιοχής είναι η θολωτή κατασκευή που διακρίνεται στη φωτογραφία. Τέτοια κατασκευή συναντάει κανείς στα μεσαιωνικά χωριά της Τήνου, σε σημεία όπου η κατοικία σκέπαζε τον δρόμο

3 Αφροδίτη Αγοροπούλου-Μπιρμπιλή, βιβλίο «Ελληνική Παραδοσιακή Αρχιτεκτονική –Ανατολικό Αιγαίο –Σποράδες –Επτάνησα», εκδ. ΜΕΛΙΣΣΑ,σ.232.



Εικ.101: Κέρκυρα,Αφίσα ΕΟΤ,



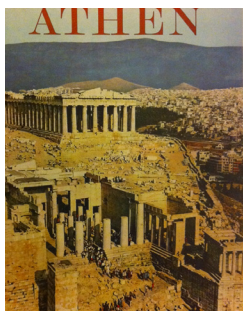
Εικ.102: Δωδεκάνησα,Αφίσα ΕΟΤ, 1973.



Εικ.103: Αφίσα ΕΟΤ, 1971.



**Εικ.104:** Τήνος, Αφίσα ΕΟΤ, 1973.



**Εικ.105:** Ακρόπολη, Αφίσα ΕΟΤ, 1969.



**Εικ.106:** Δήλος, Αφίσα ΕΟΤ, 1969.

ενός οικισμού. Κοινό στοιχείο και στις δύο αφίσες είναι ,εκτός από τον κεντρικό ρόλο της αρχιτεκτονικής , η παρουσία τουριστών στην αφίσα. Στη μία ένα ζευγάρι κάθεται στην παραλία ,ενώ στην άλλη μια τουρίστια απολαμβάνει τον ήλιο σε ένα ξενοδοχείο. Η παρουσία τους στις αφίσες χρησιμοποιείται για να καλλέσει υποσυνείδητα τον θεατή της συγκεκριμένης αφίσας να ταυτιστεί μαζί τους και να επισκευτεί της Ελλάδα για να βιώσει αντίστοιχες εμπειρίες.

## Η Αρχιτεκτονική σε διάλογο με το τοπίο

Παρατηρώντας κανείς τις αφίσες της περιόδου της Δικτατορίας, διαπιστώνει πως πέρα από το μέσο που χρησιμοποιείται , η θεματογραφία έχει παραμείνει η ίδια. Φαίνεται ότι μετά από αρκετές δεκαετίες που λειτουργεί ο οργανισμός , έχει κατασταλλάξει σε ποια θέματα που χρήζουν αποδοχής από τους ξένους και είναι ταυτισμένα με την Ελλάδα. Έτσι, πέρα από της αφίσες στις οποίες η αρχιτεκτονική διαδραματίζει τον πρώτο ρόλο , η περίοδος αυτή περιλαμβάνει και αφίσες στις οποίες η αρχιτεκτονική συνδιαλέγεται με το τοπίο. Αξίζει βέβαια να επισημανθεί , πως η ίδια η φωτογραφία , ως καλλιτεχνικό μέσο , ενισχύει τον «διάλογο» αυτό. Ποιο εύκολα μπορεί ένας καλλιτέχνης να αναπαριστήσει ένα μνημείο ή ένα κτίσμα απομονωμένο από το περιβάλλον του , παρά ένας φωτογράφος να το φωτογραφίσει χωρίς να περιλάβει στην εικόνα και το τοπίο που το περιβάλλει. Εντούτοις , μιας και πρόκειται για διαφημιστικές αφίσες, πίσω από τον φωτογράφο κρύβεται μια ομάδα αρμόδιων του οργανισμού που αποφασίζει ποιο θα είναι το θέμα που προβάλλεται και ποια η σχέση του αυτή με το τοπίο.

Έτσι ,λοιπόν , η αφίσα (εικ.105) παρουσιάζει την Ακρόπολη των Αθηνών, το πιο αναγνωρίσιμο μνημείο και τοπόσημο της Αθήνας , συνδυασμένη όμως με το Αττικό τοπίο που πλαισιώνει τον Ιερό Βράχο. Στόχος της αφίσας είναι να εστιάσει στο μνημείο και θέτει σε δεύτερη μοίρα το τοπίο. Εν αντιθέσει με την αφίσα (εικ.106), όπου το τοπίο και η φύση της Δήλου υπερτερεί με το μνημείο. Οι αρχαίες κολώνες από το ιερό νησί του Απόλλωνα χρησιμοποιούνται συμπληρωματικά , σαν ένα

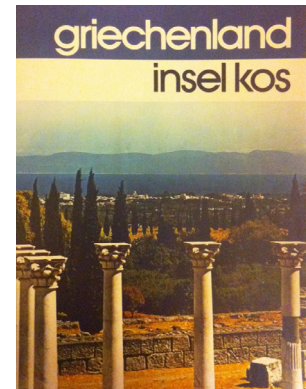


σύμβολο αναγνωρισιμότητας. Παρόμοια λογική έχει ακολουθηθεί και η αφίσα (εικ.72) που παρουσιάζει το νησί της Κω. Το καταπράσινο τοπίο του νησιού και οι ακρογιαλιές του παραθέτονται σε συνδυασμό με τις αρχαίες κολώνες, Κορινθιακού ρυθμού, που ανήκουν σε Ρωμαϊκό Ναό που βρίσκεται στο μνημείο του Ασκληπιείου στη Κω. Ο δημιουργός της αφίσας επιχειρεί να συνδυάσει τόσο το ρωμαϊκό μνημείο, όσο και τη θέα από το κατάφυτο λόφο προς τα μικρασιατικά παράλια που φαίνονται στη φωτογραφία. Η Κως ήταν ένα νησί που είχε ήδη αρχίσει να γίνεται αρκετά δημοφιλές στους ξένους επισκέπτες, καθώς συνδυάζει εκπληκτική φύση και μνημεία με ιδιαίτερη ιστορία. Στο νησί κατά της διάρκεια της δικτατορίας είχαν αρχίσει και κατασκευάζονται και μεγάλες τουριστικές ξενοδοχειακές μονάδες.

Ένα άλλο νησί, που προσέλκυε μεγάλο αριθμό τουριστών κάθε χρόνο είναι η Ρόδος. Στην αφίσα (εικ.109) απεικονίζεται το Κάστρο της Λίνδου πλαισιωμένη από το τοπίο του καταπράσινου βράχου, στην κορυφή του οποίου είναι κτισμένο. Την αφίσα συμπληρώνουν εικόνες από τουρίστες να απολαμβάνουν της θάλασσα στην σκιά του μεσαιωνικού μνημείου. Είναι συχνό θέαμα στις αφίσες τις περιόδου, οι τουρίστες που απολαμβάνουν την θάλασσα. Αυτό οφείλεται στο γεγονός πως ο ΕΟΤ επιδιώκει να δείξει πως, πέρα από την Ιστορία, τα μνημεία και τις φυσικές ομορφιές, η Ελλάδα είναι μία χώρα όπου η τουριστική βιομηχανία είναι αρκετά αναπτυγμένη και οργανωμένη.

Γι' αυτό μελετώντας κανείς τις αφίσες τις περιόδου, διαπιστώνει πως υπάρχουν αφίσες που εκτός από τον τόπο διαφημίζουν και σύγχρονες τουριστικές υποδομές. Για παράδειγμα στην αφίσα (εικ.108) αποτυπώνεται ένα σύγχρονο τουριστικό συγκρότημα στην Κρήτη και μία παραλία κάτω από αυτό, στην οποία επισκέπτες επιδίδονται σε θαλάσσιες δραστηριότητες. Την αφίσα συμπληρώνει μία μινωική κολώνα από το παλάτι της Κνωσσού. Το μήνυμα που επιδιώκει να στείλει αφίσα είναι ότι ο συγκεκριμένος προόρισμος προσφέρει πολλές δραστηριότητες μαζί και το βασικότερο σύγχρονες ανέσεις στο ταξιδιώτη.

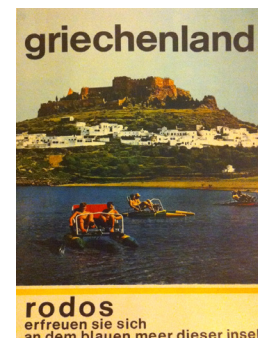
Κατά τη διάρκεια της επταετίας, από καθεστώς των Συνταγματαρχών



Εικ.107: Κως, Αφίσα ΕΟΤ, 1972.



Εικ.108: Κρήτη, Αφίσα ΕΟΤ, 1971.

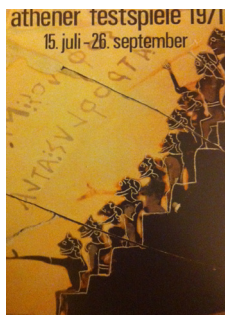


Εικ.109: Ρόδος, Αφίσα ΕΟΤ, 1970.

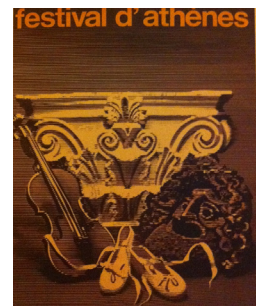




**Εικ.110:** Yachting, Αφίσα EOT, 1969.



**Εικ.111:** , Αφίσα EOT, 1971



**Εικ.112:** Αφίσα EOT, 1969

υπήρξε η ενεργοποίηση σχετικών οικονομικών προγραμμάτων σε ιδιώτες για την κατασκευή σύγχρονων τουριστικών μονάδων. Στην Κρήτη ειδικά κατασκευάστηκαν αρκετές από αυτές τις μονάδες, με τρόπο άναρχο και χωρίς να υπάρξει ανάλογος σεβασμός στο φυσικό τοπίο.<sup>4</sup> Μία άλλη αφίσα η οποία αντικατροπτίζει την τουριστική αρχιτεκτονική της περιόδου είναι η αφίσα (εικ.110). Στην αφίσα διακρίνει κανείς μία σύγχρονη ξενοδοχειακή μονάδα μεγάλου μεγέθους, που παράταιρη με το τοπίο. Η αφίσα εκτός από το ξενοδοχείο εστιάζει στις υποδομές για yachting. Μια τάση που είχε εμφανιστεί εκείνη την περίοδο και ο ΕΟΤ είχε μεριμνήσει για τις κατάλληλες υποδομές , προκειμένου να προσελκύσει σημαντικό αριθμό επισκεπτών που επιθυμούσαν να ταξιδέψουν με ιδιωτικά σκάφη και ιστιοπλοικά.<sup>5</sup>

## Η αρχιτεκτονική ως θέαμα

Η περίοδος της χούντας ήταν περίοδος απόλυτης εσωστρέφειας. Η διεθνής απομόνωση της χώρας, η περιφρόνηση του πνευματικού κόσμου της Δύσης προς το καθεστώς της 21ης Απριλίου σε συνδυασμό με την απαιδευσία των πρωτεργατών του πραξικοπήματος, οδήγησε το Φεστιβάλ Αθηνών σε μαρασμό. Οι ελάχιστες εξαιρέσεις κατά τις οποίες παρουσιάστηκαν στην πρωτεύουσα ψήγματα καλλιτεχνικού μοντερνισμού ήταν μάλλον συμπτωματικές και δεν αρκούσαν να αλλάξουν τη γενική κατεύθυνση της επιδιωκόμενης και απόλυτης εσωστρέφειας.<sup>6</sup> Οι αφίσες των φεστιβάλ προέβαλαν τον θεσμό στο εξωτερικό ακολουθώντας την μανιέρα των προηγούμενων ετών. Σε μία αφίσα που αναφέρεται στο φεστιβάλ Αθηνών του 1971(εικ.111), ο δημιουργός έχει αναπαραστήσει σκήνες από την παρακολούθηση αρχαίας τραγωδίας, που μοιάζουν να είναι αποτυπωμένες σε

<sup>4</sup> Χρίστος Ιασκωβίδης, βιβλίο « Νεοελληνική Αρχιτεκτονική και Αστική Ιδεολογία» ,1982 , εκδ.Δωδώνη.

<sup>5</sup> Μυριάνθη Μούσα , άρθρο «Πολιτικές για τον Τουρισμό –Η υλοποίηση του οράματος για τον τουρισμό μέσα από το κτιριακό έργο του ΕΟΤ» ,βιβλίοΜεταπολεμικός μοντερνισμός : αρχιτεκτονική, πολιτική και τουρισμός στην Ελλάδα, 1950-1965 : τελική έκθεση, , ,εκδ.ΕΜΠ,σελ.195

<sup>6</sup> Άρθρο: «Η Ιστορία του φεστιβάλ Αθηνών και Επιδαύρου», <http://www.greekfestival.gr/gr/article13-h-istoria.htm>

2.3 - EYPHWA T A 1967-1974



97

97

97

Στις αφίσες τις εφταετίας εντοπίζουμε έντονα την έκφανση του φαινομένου Architourism. Το γεγονός ότι στις αφίσες την περιόδου αυτή το μέσο από ζωγραφικό έγινε φωτογραφικό, συνιστά μια διαφορά στην ερμηνεία τους υπο το πρίσμα του φαινομένου Architourism. Λόγου χάριν, η φωτογραφία σαν μέσο δίνει μία αμεσότητα και μία ειλικρίνεια στον θεατή. Αρχαία μνημεία, λαϊκή αρχιτεκτονική, βυζαντινές εκκλησίες κλπ. αποτυπώνονται από τον φωτογραφικό φακό και προάγουν την εικόνα της χώρας, όπως ακριβώς την περιμένει ένας ξένος επισκέπτης να είναι στην πραγματικότητα. Αυτή η αμεσότητα της φωτογραφίας συναντάται κυρίως στις αφίσες όπου η αρχιτεκτονική κατέχει πρωταγωνιστικό ρόλο και στηρίζεται στην έννοια authentic, έτσι όπως έχει ερμηνευτεί από το βιβλίο Architourism και πιο πάνω στην εργασία. Παράλληλα, στις αφίσες, όπου η αρχιτεκτονική συνδιαλέγεται με το τοπίο συναντάμε έντονα την έννοια escapist.

Εκτός από τα ειδυλλιακά τοπία, τις ακρογυαλιές, τους επιβλητικούς βράχους κλπ που παρουσιάζονται σε αντιστοίχιση με κτίσματα, στις αφίσες της περιόδου εμφανίζεται ολοένα και πιο συχνά η ανθρώπινη παρουσία. Η ύπαρξη αυτή του ανθρώπινου στοιχείου προκαλεί την φαντασία του θεατή, ο οποίος φαντάζεται τον εαυτό του να βιώνει ανάλογες εμπειρίες. Κάτι που επιβεβαιώνεται και στο βιβλίο Architourism, σε κείμενο που αποσαφηνίζει τον όρο escapist. Μεταξύ των άλλων αναφέρει πως: «Βιώνουμε την κουλτούρα του escapist dreaming, που τροφοδοτείται από τα media. Οι διαφημίσεις παίζουν κύριο ρόλο στην προώθηση προϊόντων αλλά και συγκεκριμένου τρόπου ζωής. Οι αποδέκτες της διαφήμισης προσκαλούνται να φανταστούν τον εαυτό τους πρωταγωνιστή στο σενάριο που τους παρουσιάζεται, και να μεταφερθούν νοητά

## 99

99

99

99

99

## Εσωτερικό Περιπτέρου

Στην πρώτη αίθουσα ,υπάρχουν αντίγραφα γλυπτικών έργων της προκλασσικής περιόδου με κυρίαρχη μορφή τον κούρο. Η αίθουσα αυτή έχει θέμα «Το μήνυμα της Ελλάδος» , από τη μακρινή αρχαιότητα προς τον πολιτισμό του οποίου έθεσε βάσεις και όρισε τον χώρο στον οποίο κινήθηκε στις επόμενες χιλιετηρίδες.

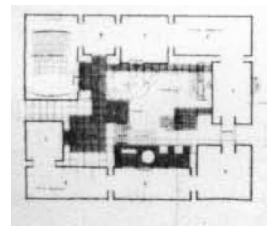
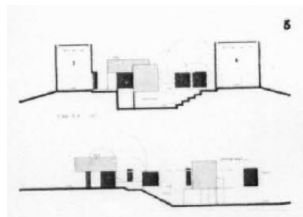
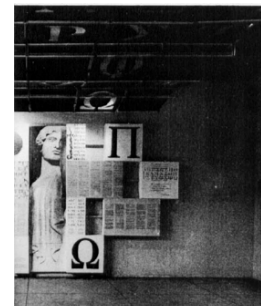
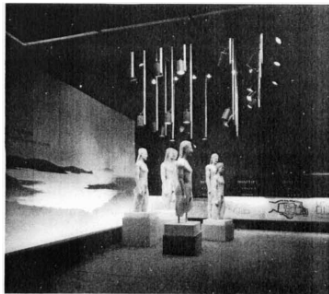
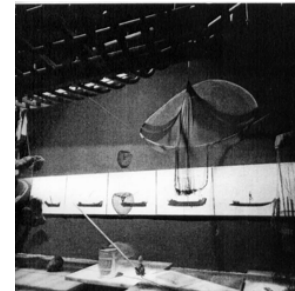
Προχωρώντας στην επόμενη αίθουσα κυρίαρχο μοτίβο , διακοσμητικό και ουσιαστικό , είναι το ελληνικό αλφάβητο το οποίο αναλλοίωτο προδίδρι την ιστορική συνέχεια του ελληνικού πολιτισμού. Με βάση την ελληνική γλώσσα και τους φορείς του Ελληνικού πολιτισμού η Ελλάδα επετέλεσε την πρώτη προσφορά στον άνθρωπο.

Μια άλλη σημαντική αίθουσα του ελληνικού περιπτέρου φέρει τη θεματική « ο Έλληνας και η θάλασσα», όπου μέσα σ'ένα ιστορικό πέρασμα παρουσιάζεται η τόσο στενή σύνδεση του ελληνικού ναυτικού δαιμονίου με το σύνολο της παραγωγή στον ελληνικό μεσογειακό χώρο και τις λοιπές θάλασσες.

Ιδιαίτερη έμφαση δόθηκε στις αίθουσες που ήταν αφιερωμένες στον ελληνικό τουρισμό , ο οποίος παρουσιάζεται με οργανωμένο τρόπο οι τουριστικές εγκαταστάσεις .Επίσης , εδώ είναι εγκατεστημένο το Γραφείο Πληροφοριών για την ενημέρωση των επισκεπτών σε θέματα της Εκθέσεω , αλλά και σε θέματα που αφορούν γενικότερα την Ελλάδα και ιδιαίτερα τον Τουρισμό.

Ο Γ.Π.Λάββας αναφέρει πως το ελληνικο περίπτερο αποτελεί μία επίσημη «προδικτατορική» ελληνική παρουσία. Όπως και το περίπτερο της Οζάκα που θα δούμε παρακάτω ,έτσι και αυτό είναι αποτέλεσμα αρχιτεκτονικού διαγωνισμού ,γεμάτο με «μνήμες» ελληνικές. Παρόλαυτα διακρίνεται για την απλή όσο και στιβαρή γραμμή των όγκων και περιγραμμάτων του. Αδρό και γραφικό , επιβάλλει την «ελληνικότητα» του χωρίς να καταφεύγει σε κλασσικιστικά μοτίβα , παρόλο που χρησιμοποιεί καταξιωμένα από τον χρόνο ελληνικά στοιχεία και τρόπους συνθέσεως (αίθριο , ανθρώπινη κλίμακα κλπ.) , με τρόπο όμως δημιουργικό.<sup>2</sup>

2 Γ.Π.Λάββας , « Η αρχιτεκτονική των επαναστάσεων και των δικτατοριών . Μορφολογία της ελπίδας και της αναμνησης» ,Αρχιτεκτονικά Θέματα 9/1975 ,τ.44,σ.45





## ΠΕΡΙΠΤΕΡΟ ΟΖΑΚΑ , 1970

Το ελληνικό περίπτερο στη διεθνή Έκθεση της Όζακα, 1970, μνημειακά κτίσματα σε μια αδναμη κτριΐύναμη κτίριακή και μορφολογική σύνθεση εκπροσώπησαν τα «5000 χρόνια συνεχούς ακμαίου πολιτισμού» της ιστορίας στη μακρινή Ιαπωνία (αρχιτέκτονες: Π.Σακελάριος – Ι.Παπαηλιόπουλος). Στο περίπτερο της Οζάκα , εμφανίζεται επίσημα η «δικτατορική» Ελλάδα με μία απόλυτη όσο και απογοητευτική ειλικρίνεια.<sup>3</sup>

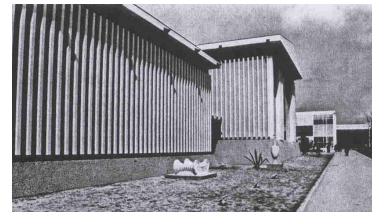
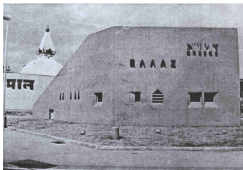
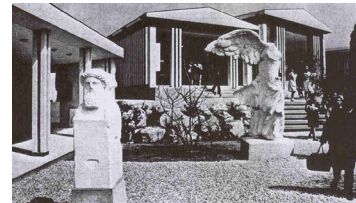
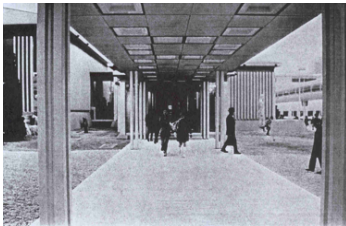
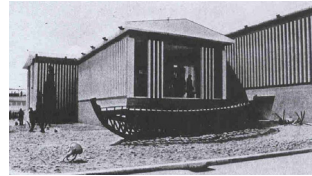
«Πρόοδος και αρμονία για την ανθρωπότητα» είναι ο γενικός τίτλος που δώθηκε στην φετινή παγκόσμια έκθεση της Οζάκα: EXPO '70.

Ανάμεσα από τα περίπτερα των άλλων χωρών , οι επισκέπτες θαυμάζουν και το ελληνικό. Θέμα του είναι τα «5.000 χρόνια συνεχούς και ενιαίου πολιτισμού» που δημιουργήθηκε από τος προγόνους μας και που συνεχίζεται από τους σύγχρονους μας. Φροντίδα της Ελλάδος υπήρξε το να επιδείξει τις τεχνολογικές επιτεύξεις της οποίες , φυσικά δεν είναι δυνατόν να ανταγωνιστούν εκείνες των περισσότερο προηγμένων βιομηχανικώς χωρών. Διαθέτοντας όμως ασύγκριτο και μοναδικό πλούτο παραδόσεων της και έχοντας στο ενεργητικό της την βαθύτατη επιρρόη που άσκησε πάνω στην πνευματική εξέλιξη της ανθρωπότητας , θέλησε να υποδηλώσει την παρουσία της στην μακρινή Ιαπωνία , με τα απλούστατα και απέρριττα εκείνα μέσα εκφράσεως που με τόση αφθονία βρίσκονται στο ανεξάντλητο θησαυροφυλάκιο της εθνικής της κληρονομιάς.

Οι αρχιτέκτονες τονίζουν στο άρθρο, την ηθελημένη αναφορά των κτισμάτων του ελληνικού περιπτέρου σε κλασσικά πρότυπα .Το περίπτερο της Ελλάδος αποτελείται από ένα συγκρότημα κτισμάτων – πτερυγών κλειστών και ανοικτών που μοιάουν σαν να περιβάλλουν ένα τμήμα ελληνικού εδάφους. Μορφολογικά τα κτίσματα αυτά δεν απέχουν του να στηρίζονται στους ακάλυπτους κανόνες του μέτρου και των αναλογιών της ανθρώπινης κλίμακος. Τα υλικά που χρησιμοποιήθηκαν για την κατασκευή τους προέρχονται από την σύγχρονη δομική , αλλά

3 Γ.Π.Λάββας , « Η αρχιτεκτονική των επαναστάσεων και των δικτατοριών . Μορφολογία της ελπίδας και της αναμνησης» ,Αρχιτεκτονικά Θέματα 9/1975 ,τ.44,σ.44





και την εθνική παράδοση. Η τοποθέτηση τους είναι τέτοια που θυμίζουν αρχαία ιερά αλλά παράλληλα και σύγχρονα ελληνικά οικοδομήματα». <sup>4</sup>

Οι αναφορές δεν περιορίζονται σε κλασσικά πρότυπα , αλλά και σε αναφορές στην ελληνική ύπαιθρο, «Ο χώρος του περιβάλλοντος , με τη κλιμακωτή υπερύψωση του εδάφους και την κατάλληλη πλαισίωση με αραιά φυτά , θυμίζει την άδενδρη αλλά και τόσο τρυφερά φιλόξενη ελληνική ύπαιθρο.»<sup>5</sup> Επίσης ,τμήμα του περιπτέρου είναι αφιερωμένο στη Βυζαντινή Ελλάδα, όπως αναφέρουν οι αρχιτέκτονες «Η Βυζαντινή Ελλάς προβάλλεται μέσα από την αίγλη της ορθοδοξίας. Εικόνες από την εκκλησιαστική αρχιτεκτονική και την θρησκευτική εικονογραφία , σκεύην,άμφια , φωτογραφίες από χειρόγραφα η χρυσόβουλα αποτελούν τα χαρακτηριστικά γνωρίσματα της περιόδου»

Το περίπτερο στη Οζάκα αποτελεί την πρώτη επίσημη προβολή της Χούντας στο εξωτερικό. Μοτίβα και στοιχεία νεοκλασσικά που συναντάμε στα περισσότερα κτίρια της «επταετίας» (Δημαρχείο Πειραιώς ,Μουσείο Πασσά κα) , φαίνονται έντονα στο ελληνικό περίπτερο της Οζάκα, όπου η επίσημη ,η «δικτατορική» Ελλάδα εμφανίζεται με μια απόλυτη ,όσο και απογοητευτική ειλικρίνεια.<sup>6</sup>

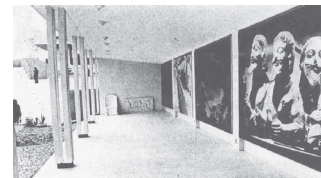
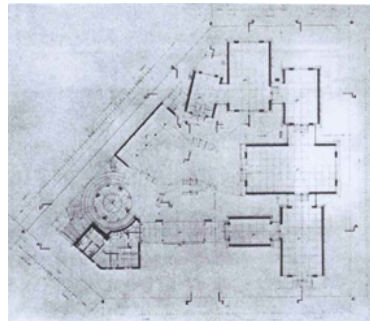
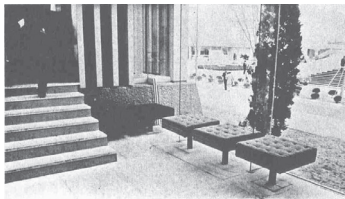
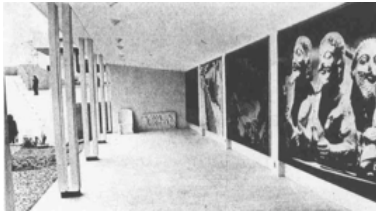
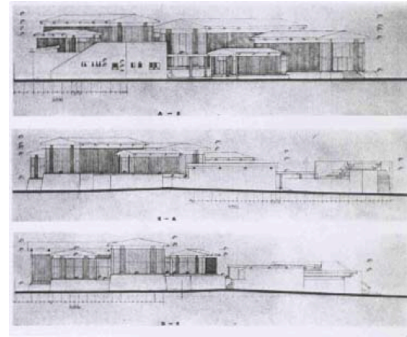
Ο Γ.Λάββας , σχολιάζει την επιλογή της αρχιτεκτονικής σύνθεσης που εκπροσώπησε την Ελλάδα και αναφέρει πως η πρόθεση να δειχτούν «τα 5000 χρόνια συνεχούς και ενιαίου πολιτισμού» προδίνεται και αδυνατίζει με το αρχιτεκτονικό ένδυμα που διαλέχτηκε γι'αυτό , αφού είναι πραγματικά ένας «νεοκλασικισμός» τρομερά αδύναμος και απογοητευτικός σαν κτιριολογική και μορφολογική σύνθεση. Σαν ασυγχώρητο χαρακτηρίστηκε σε σχόλια του

4 Π.Σακελλάριος- Ιπ.Παπαηλιόπουλος , "Το ελληνικό περίπτερο στην έκθεση της Οζάκα" , Αρχιτεκτονική,Νο.80 , 1970 , σ.46, όπου δημοσιεύονται φωτογραφίες και σχέδια , καθώς και μλία θεωρητική θεμελίωση της αρχιτεκτονικής ιδέας.

5 Π.Σακελλάριος- Ιπ.Παπαηλιόπουλος , "Το ελληνικό περίπτερο στην έκθεση της Οζάκα" , Αρχιτεκτονική,Νο.80 , 1970 , σ.52, όπου δημοσιεύονται φωτογραφίες και σχέδια , καθώς και μλία θεωρητική θεμελίωση της αρχιτεκτονικής ιδέας.

6

Γ.Π.Λάββας , « Η αρχιτεκτονική των επαναστάσεων και των δικτατοριών . Μορφολογία της ελπίδας και της αναμνησης» ,Αρχιτεκτονικά Θέματα 9/1975 ,τ.44,σ.44



ξένου περιοδικού τύπου , και είναι δυστυχώς μια ελληνική αρχιτεκτονική εκπροσώπηση σε διεθνείς εκθέσεις από τις πιο φτωχές. Έχουμε να κάνουμε με μία «αρχιτεκτονική της ανάμνησης» , με ένα φαινόμενο τόσο τυπικό στα κτίσματα των δικτατοριών.

Το ελληνικό περίπτερο έγινε συχνά αντικείμενο αρνητικής κριτικής ,σε κείμενα πολλών αρχιτεκτόνων, για τα μορφολογικά του στοιχεία. Συγκεκριμένα ο Δ.Πορφύριος χαρακτηρίζει το περίπτερο σαν «παράδειγμα ρυθμολογικής αγραμματοσύνης» όπου οι αναλογίες ,τα μορφολογικά στοιχεία και η σύνθεση των όψεων «σχηματοποιούνται σε βαθμό καρικατούρας , σπαταλώνοντας εξίσου το κλασικιστικό και το μοντέρνο ήθος»<sup>7</sup>

Ο Δ.Φιλιππίδη στο βιβλίο του «Νεοελληνική Αρχιτεκτονική» , προσπαθεί να επιχειρήσει μία σύγκριση μεταξύ των δύο περιπτέρων. Τονίζει πως η διαφορά ανάμεσα στα δύο περίπτερα δε βρίσκεται τόσο στο περιεχόμενο τις προθέσεις ή την θεματική , όσο στα εκφραστικά μέσα που επέλεξαν οι αρχιτέκτονες. Το περίπτερο της Οζάκα προσφέρει την παρωχημένη –αλλά σήμερα «απαράδεκτη»- έκφραση της ελληνικότητας , όπου τα στοιχεία της παράδοσης παρατίθενται αυτούσια με σαφήνεια και πληρότητα. Πρόκειται για μία περιγραφική , μάλλον φλύαρη , παράθεση των ίδιων των μορφών , ώστε να αναγνωρίζεται άμεσα από τον επισκέπτη. Αντίθετα , το περίπτερο στην Εχρσ '67 χρησιμοποιεί δοκιμασμένες μορφές ,διατάξεις, γραφικές ανάπαραστάσεις που βρίσκει κανείς σε σύγχρονα περίπτερα ευρωπαϊκών χωρών. Έτσι η έκθεση των αντικειμένων γίνεται υπαινικτική , η γλώσσα αφηρημένη και συμβολική, το σύνολο υποβλητικό χωρίς να είναι κουραστικό. Το μήνυμα είναι το ίδιο, αλλά το μέσο διαφορετικό.<sup>8</sup>

7 Δ.Πορφύριος , "Η μοντέρνα αρχιτεκτονική στην Ελλάδα 1950-75" , Θέματα Χώρου+Τεχνών 10/1979,28-30.

8 Δ.Φιλιππίδης, «Νεοελληνική Αρχιτεκτονική» , εκδ.Μέλισσα , σ.369-370.

Μία άλλη πτυχή της έννοιας escapist έτσι, όπως αυτή ερμηνεύεται μέσα από το βιβλίο *Architourism*, είναι ότι ο κινηματογράφος αποτελεί ένα περιβάλλον αρκετά προσφιλές στο escape.<sup>9</sup> Η αρχιτεκτονική συναντά τον κινηματογράφο, κυρίως μέσα από την σκηνογραφία. Οπότε ένα σκηνογραφικό περιβάλλον ενισχύει την ιδέα του escape και κατά συνέπεια το *Architourism*, όταν αυτό το σκηνικό απευθύνεται σε υποψήφιους τουρίστες. Η αρχιτεκτονική των περιπτέρων στην περίοδο της δικτατορίας, μοιάζει όσο ποτέ με σκηνικό με θέματα βγαλμένα από την ελληνική Ιστορία. Στοιχεία από την αρχιτεκτονική αρχαίων ναών έχουν παρθεί αυτούσια. Η πρόθεση των δημιουργών ήταν σαφές πως ήθελαν να καταστήσουν την επίσκεψη σε ένα ελληνικό περίπτερο σαν ένα ταξίδι στο χρόνο μέσα από την Ιστορία της χώρας. Επιδιώκουν να πείσουν τον επισκέπτη πως μέσα από το ταξίδι στην Ελλάδα, του δίνεται η δυνατότητα να γίνει κάτι που αλλιώς δεν θα μπορούσε. Πρόκειται για μία έκφανση του escape που ερμηνεύεται όχι δραπετεύοντας «από κάτι» (πχ την πραγματικότητα), αλλά «σε κάτι». Παρόμοια λογική, που στηρίζεται στην οφθαλμαπάτη και στην Ουτοπία, συναντάμε σε θεματικά πάρκα όπως η Disneyland κλπ. Αντί να ενδιαφέρεται ο επισκέπτης για ακρίβεια και αυθεντικότητα, εκφράζει ένα ενδιαφέρον για μία εξιναδικευμένη εικόνα της χώρας. Στο ελληνικό περίπτερο η έννοια authentic συναντάται μόνο στα εκθέματα και σε αφίσε και φωτογραφίες που έδειχναν τις ομορφιές του τόπου. Όλα βέβαια υπό το πρίσμα της εμπορευματοποίησης. Όπως, αναφέρει η Πολυξένη Μάντζου, σε άρθρο της για την “DisneyUtopia”, «Η ανάκληση εικόνων του παρελθόντος μετατρέπεται σε προϊόν εμπορεύσιμο, πρόκειται για μια αγορά νοσταλγίας».<sup>10</sup>

9 Joan OKman, Salomon Frausto, eds. *Architourism: Authentic, Escapist, Exotic, Spectacular*. Munich: Prestel Verlag, 2005, σελ.123.

10 Πολυξένη Μάντζου, «It's a small world after all», περιοδικό *Αρχιτέκτονες*, τ.40,2003,σελ.71.





## 2.3.3 \ ΠΑΡΑΔΟΣΙΑΚΟΙ ΟΙΚΙΣΜΟΙ

Το πρόγραμμα ξεκίνησε το φθινόπωρο του 1975, με επικεφαλής τον Άρη Κωνσταντινίδη<sup>1</sup>, και είχε σαν στόχο την “δυναμική” προστασία των παραδοσιακών οικισμών. Βασικό μέλημα ήταν να συντηρηθούν, να αναστηλωθούν και να διατηρηθούν κτίρια και σύνολα παραδοσιακής αρχιτεκτονικής και να διαμορφωθούν σε ξενώνες ή κτίρια κοινής χρήσης, όπως μουσεία, εστιατόρια, κοινοτικά γραφεία, υφαντήρια κλπ. Αυτό θα ήταν ένα πιλοτικό πρόγραμμα για άλλους οικισμούς.

Το πρόγραμμα περιελάμβανε αρχικά έξι οικισμούς: τη Βάθεια στη Μάνη (Πελοπόννησος), τη Βυζίτσα (Πήλιο), τα Μεστά (Χίος), την Οία (Σαντορίνη), το Πάπιγκο (Ήπειρος) και το Φισκάρδο (Κεφαλλονιά).

Εκτός από τους οικισμούς αυτούς αναστηλώθηκαν και μεμονωμένα κτίρια σε άλλες περιοχές, Αρεόπολη, Αρναία, Καρυσχάδες, Μακρυνίτσα, Μηλιές, Μονεμβασιά, Ψαρά, Κρανάη του Γυθείου, στη Δημητσάνα, στην Κύθνο, στις Πινακάτες. Η επιλογή τους είχε γίνει βάσει της ποιότητας της αρχιτεκτονικής τους δομής, της ένταξής τους στο φυσικό περιβάλλον, της αντιπροσωπευτικότητας της οικιστικής τους τυπολογίας αλλά και της δυνατότητας τουριστικής τους ανάπτυξης<sup>2</sup>.

Στους οικισμούς που προαναφέρθηκαν επιλέχθηκαν ορισμένα κτήρια τα οποία, μετά από τις απαραίτητες μελέτες, αποκαταστάθηκαν και διαμορφώθηκαν κατάλληλα προκειμένου να στεγάσουν τουριστικές δραστηριότητες ή άλλες λειτουργίες. Βασική αρχή των επεμβάσεων υπήρξε

<sup>1</sup> Πρώτος ο Α. Κωνσταντινίδης επεσήμανε την διαχρονική αξία των παραδοσιακών κτηρίων, τα οποία αποτελούν μαθήματα δημιουργίας χώρων προσαρμοσμένων στις ανθρώπινες ανάγκες.

<sup>2</sup> Τμήμα Παραδοσιακών Οικισμών ΕΟΤ, “Διατήρηση και ανάπτυξη παραδοσιακών οικισμών II το πρόγραμμα του ΕΟΤ (1975-1992)”, έκδοση ΕΟΤ, Αθήνα, 1991, σσ.8:9



**Εικ.116:** Αναστήλωση του Παραδοσιακού Οικισμού στο Φισκάρδο Κεφαλλονιάς.

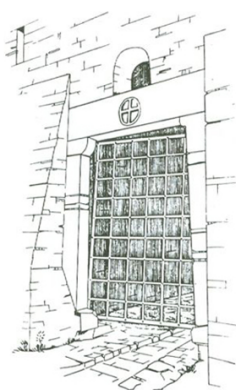


**Εικ.117:** Φωτογραφία ξενώνα Αρτεμηςίας Τσελέντη πριν (1975) και μετά (1990) την αναστήλωση (Φισκάρδο, Κεφαλλονιά).





**Εικ.118:** Αναστήλωση της γειτονιάς «Φανάρι» στην ΟΙΑ



**Εικ.119:** Η Βορεινή Πύλη (του Καπετάνιου), Μεστά Χίος.

ο σεβασμός της δομής, της αισθητικής και του αρχιτεκτονικού ύφους του κάθε κτηρίου. Οι επισκευές έγιναν με τη χρησιμοποίηση παραδοσιακών υλικών ούτως ώστε να μην αλλοιωθεί ο χαρακτήρας του κτίσματος και, κατ' επέκταση, του οικισμού.

Το 1976 άρχισαν να υπογράφονται συμβόλαια με ιδιοκτήτες κτηρίων για δεκαετή παραχώρησή τους στον ΕΟΤ, ο οποίος αναλάμβανε την υποχρέωση να τα επισκευάσει, να τα διαρρυθμίσει σε ξενώνες και, αφού τα λειτουργήσει, να τα επιστρέψει στους ιδιοκτήτες τους.<sup>3</sup>

Το έργο αυτό έχει αναγνωριστεί διεθνώς με βραβεία και διακρίσεις: Βραβείο της Eurora Nostra το 1980 για τις αναστηλώσεις στην Οία της Σαντορίνης και το 1989 για το Πάπιγκο της Ηπείρου, βραβείο της Μπιενάλε Αρχιτεκτονικής της Σόφιας για την Οία το 1986, βραβείο "Χρυσό Μήλο" του Διεθνούς Συνδέσμου Δημοσιογράφων Τουρισμού για την αξιοποίηση των οικισμών του Πηλίου.<sup>4</sup> Από έρευνα που έγινε στο εξωτερικό, προέκυψε ότι θα υπάρχει ολοένα μεγαλύτερη ζήτηση από τους τουρίστες να επισκέπτονται, αλλά και να διαμένουν σε τουριστικά καταλύματα. Και τούτο διότι, με τον τρόπο αυτό, γνωρίζουν καλύτερα τις παραδόσεις και την ιστορία των περιοχών αυτών. Ακόμη, γίνεται πιο σωστή αξιοποίηση της ενδοχώρας σε αντίθεση με την άναρχη, πολλές φορές, ανάπτυξη των νησιωτικών και των παραθαλάσσιων, γενικά, περιοχών.

Ο Γενικός Διευθυντής του ΕΟΤ, σε άρθρο του για τη συμβολή του ΕΟΤ στην τουριστική Αρχιτεκτονική, αναφέρει πως η διατήρηση της αρχιτεκτονικής μας κληρονομιάς είναι σήμερα περισσότερο αναγκαία παρά ποτέ, αφού αποτελεί και τουριστικό πόρο ανεκτίμητης αξίας. Συμβαδίζει δε απόλυτα με την τουριστική μας πολιτική που κινείται προς δύο κατευθύνσεις: την καλύτερη διαχείριση του μαζικού τουρισμού (με τη σταδιακή σωστή αξιοποίηση των μη τουριστικά

<sup>3</sup> Μ.Αδάμη κ.ά., "Διατύπωση μεθοδολογικού προτύπου για την αναβίωση των παραδοσιακών οικισμών", ΕΜΠ/τμήμα Αρχιτεκτόνων/τομέας Ι αρχιτεκτονικού σχεδιασμού/ισπουδαστήριο αρχιτεκτονικών συνθέσεων, Αθήνα, 1987, σ.56:57

<sup>4</sup> Παρασκευή Μποζινέκη-Διδώνη, «Παραδοσιακοί οικισμοί και τουριστική ανάπτυξη το πρόγραμμα του ΕΟΤ 1975-1995, το παράδειγμα της Οιάς στη Σαντορίνη», [http://library.tee.gr/digital/books\\_notee/book\\_59509/book\\_59509\\_bozineki.pdf](http://library.tee.gr/digital/books_notee/book_59509/book_59509_bozineki.pdf)

ανεπτυγμένων περιοχών) και την ανάπτυξη των ειδικών μορφών τουρισμού για την προσέλκυση τουριστών ειδικών ενδιαφερόντων. Πρόκειται για άτομα που θα έχουν ειδικό ενδιαφέρον για τον πολιτισμό, τη φύση, την παράδοση (ήθη και έθιμα της πατρίδος μας).<sup>5</sup>



**Εικ.122:** « Παραδοσιακό»  
Χωριό Μπούα.

αναπτυγμένες περιοχές , αλλά έργα σωστής υποδομής , που θα ολοκληρώσουν την τουριστική προσπάθεια και θα αναβαθμίσουν τον Ελληνικό Τουρισμό.

### Αντιγραφή της πόλεως

Η αρχιτέκτονας του Χωριού ,Βας.Γρηγοριάδης, αναφερόμενος για το έργο είπε : “Η αρχιτεκτονική της υπό κατασκευή μονάδος μας , στηρίζεται επάνω στη σκέψη πώς πρέπει να κάνουμε εδώ να αναβιώσει ένα παλαιό Κερκυραϊκό χωριό , που να αντιγράφει ταυτόχρονα και την αρχιτεκτονική της πόλεως της Κέρκυρα. Γι’αυτό και τα κτίρια μας θα έχουν και θα σχηματίζουν «καντούνια» ,« μπότζους» , «ξέχυτες» ,«έρτες» , «αρμοκαδίνες» ,«μετζαλούνες» , «βόλτα» κλπ, και θα στεγάσουν , εκτός των άλλων , εργαστήρια με τους πατροπαράδοτους αργαλειούς , πατητήρια σταφυλιών , «λουτροβία ,με τα πρωτόγονα μέσα εκθλίψεως του ελαιόκαρπου, εργαστήρια χρυσού και αργυρού ,ξυλόγλυπτα ,κεραμικά και μαζί με το Λαογραφικό Μουσείο.Καθώς επίσης το τυπικό χωριάτικο καφενείο , το κοινοτικό γραφείο θα συνθέτον όλα μαζί ό,τι αποτελεί μνήμη της παλιάς κερκυραϊκής υπαίθρου και θα συμπληρώνονται από άλλα στοιχεία της Επτανησιακής και γενικά ελληνική παραδόσεως και ζωής. Το χωριό εκτός από εργαστήρια και τα καταστήματα , θα διαθέτει και εστιατόρει και μπαρ , καθώς και εκκλησία της Αγία Ειρήνη , Λούνα Παρκ κ.α

### Η εθνική κληρονομιά και το «παραδοσιακό» χωριό

Τέλος ο αρχιτέκτονας αναφερόμενος στο έργο και την πρόθεση των ιδιοκτητών να επενδύσουν σε μία προσπάθεια της διατήρησης της παράδοσης, παραθέτει τις απόψεις του για το εγχείρημα: «Είναι μια προσπάθεια που έχει αρχίσει συνειδητά από τον ΕΟΤ Και από το Κράτος στα χρόνια μετά το πέσιμο της Δικτατορίας για να μπορέσουμε να περισώσουμε ό,τι έχει απομείνει από την εθνική μας κληρονομιά».

Στα εγκαίνια του τουριστικού συγκροτήματος παρεβρέθησαν σημαντικές προσωπικότητες από την πολιτική ζωή του τόπου , καθώς και αρκετοί δημοσιογράφοι από την Βρετανία και άλλες χώρες. Αυτό είναι μία ένειξη πως η παράδοση και η «γραφική» αναπαράσταση αυτής προσελκυεί τους ξένους

Οι «παραδοσιακοί οικισμοί» , πρόγραμμα του ΕΟΤ, είναι ένα θέμα που αφορά τις σχέσεις της Αρχιτεκτονικής με την Παράδοση και τον Τουρισμό. Το πρόγραμμα της αναβίωσης των παραδοσιακών οικισμών θυμίζει στα σημεία το πρόγραμμα που έλαβε μέρος στην Ιταλία το 1930, την περίοδο του Μουσολίνι, για την αναβίωση της «αναγεννησιακής» Τοσκάνης. Το πρόγραμμα περιγράφεται στο βιβλίο *Architourism* και ερμηνεύεται από την έννοια *authentic*. Ένα άλλο παράδειγμα που χρησιμοποιείται στο βιβλίο, για την ερμηνεία του *authentic*, είναι η εκκλησία *Frauenkirche* στην Δρέσδη. Πρόκειται για ένα καθεδρικό ναό του 18ου αιώνα, ο οποίος καταστράφηκε κατά τη διάρκεια βομβαρδισμών του β' παγκοσμίου πολέμου. Από το 1967 διατηρήθηκε σαν μνημείο μέχρι το 1990, όπου αποφασίστηκε η ανακοιδόμηση του στην πρώτερή του μορφή. Αυτό έγινε αντικείμενο διαμάχης και συζήτησης περί αυθεντικότητας ή μη. Κάτι ανάλογο έγινε και στον παραδοσιακό οικισμό στο Φισκάρδο. Κτίρια κατεστραμμένα από τον σεισμό που έγινε στην Κεφαλονιά το 1953, ανακατασκευάστηκαν από τον ΕΟΤ σύμφωνα με την αρχική τους μορφή, αντί να κτιστούν καινούρια σπίτια ή να διατηρηθούν τα ερείπια, για να θυμίζουν τον σεισμό. Προφανώς ο παράγοντας του Τουρισμού είναι αυτό που συνέλαβε στην απόφαση, όπως και στις πορευόμενες περιπτώσεις( Τοσκάνη, Δρέσδη). Έτσι, λοιπόν , το παράδειγμα των παραδοσιακών οικισμών σχετίζεται άμεσα με φαινόμενο *Architourism*, στο σημείο που αυτό συναντά και βρίσκει «εφαρμογή» στην έννοια *authentic*.

Όταν αναφερόμαστε στην έννοια *Architourism*, αμέσως γίνεται αναγωγή σε μία αρχιτεκτονική που τίθενται προς κατανάλωση. Ένα περιστατικό που επιβεβαιώνει τον ισχυρισμό είναι ο παραδοσιακός οικισμός στα Μεστά της Χίου.Όπως έχει περιγράψει ο Άρης Κωνσταντινίδης σε ομιλία του για την Αρχιτεκτονική και Παράδοση στα Μεστά συνάντησαν κατά τη διάρκεια ανοικοδόμησης, το εξής

πρόβλημα: κτίσματα που δεν άνηκαν στο ΕΟΤ διατηρούσαν παράλληλα με την κατοικία ένα στάβλο για τα ζώα τους. Αυτό επηρρέαζε ακόμη πιο πολύ τις συνθήκες διαβίωσης του οικισμού, που ήταν ήδη δύσκολες λόγω της έλλειψης φυσικού φωτός και ανοιχτών χώρων. Η λύση ήταν να μεταφέρουν τους στάβλους στην ύπαιθρο, στον καθαρό αέρα και να αφήσουν τους τουρίστες και τους ανθρώπους σε χώρο χωρίς πολύ φως και ήλιο. Κι όλα αυτά για να κρατήσουν τα Μεστά την «παραδοσιακή» τους αρχιτεκτονική, ενώ θα έπρεπε να συμβεί το αντίθετο οι άνθρωποι να κατοικήσουν σε πιο ευνοϊκές συνθήκες διαβίωσης και τα ζώα στο φυσικό τους χώρο.

Αυτή η αλλαγή της χρήσης των κτιρίων και η προσήλωση στη μορφή τους, εντοπίζεται και στο παράδειγμα του βιβλίου *Architourism* για την Τοσκάνη. Στο κείμενο θέτονται τα όρια ανάμεσα στην Ιστορία και τον Τουρισμό και όπως αναφέρεται: «Η έννοια *authentic* αφαιρεί το περιεχόμενο από τα κτίρια και τα επανατοποθετεί με μία αφηγηματική διάθεση...».

Τα λεγόμενα « παραδοσιακά χωριά», συγκλίνουν σε μερικά σημεία με τους «αναβιωμένους» παραδοσιακούς οικισμούς, αλλά φέρουν μία βασική διαφορά.

Πρόκειται για κτίρια κατασκευασμένα στο παρόν που δανείζονται μορφές από το παρελθόν με τελικό σκοπό το θέαμα. Δεν έχουμε να κάνουμε με μία αληθινή αρχιτεκτονική. Αυτού του είδους την αρχιτεκτονική, που ποροκείπτει από κάτι πλασματικό και μη ρεαλιστικό ερμηνεύται ως *escapism*. Τέτοια αρχιτεκτονική συναντά κανείς σε κινηματογραφικά σκηνικά και σε θεματικά πάρκα. Γι' αυτό το λόγο η Πολυξένη Μαντζου, σε κείμενο της για την Ουτοπία της Disneyland, προσπαθεί να εντοπίσει ανάλογα παραδείγματα στην Ελλάδα και μεταξύ των άλλων αναφέρεται στο χωριό του Μπούα στην Κέρκυρα: « Η τουριστική πολιτική συνειδητοποιεί την εμπορική αξία της παραδοσιακής εικονογραφίας, αλλά και τη δυνατότητά της να λειτουργήσει ψυχαγωγικά για τους επισκέπτες, ως αναπαράσταση

ενός ειδυλλιακού τρόπου ζωής. Έχοντας ως στόχο την ενθάρρυνση ενός ειδυλλιακού παρελθόντος που έντονα αναζητείται στις διακοπές, οι αρχιτέκτονες δεν θα διστάσουν να ακολουθήσουν μια εκλεκτικιστική αντίληψη, και θα ανασύρουν ορισμένα στοιχεία στην επιφάνεια προβάλλοντάς τα ως παράδοση...». Αυτή η εμμονή σε ειδυλλιακό τρόπο ζωής που δεν βασίζεται σε ρεαλιστικά στοιχεία, αλλά σε μια συνολική εμπορία προκατασκευασμένης ψευδαίσθησης με τα ανάλογα κέρδη, χαρακτηριστικό του escapist. Σε αυτό το παράδειγμα η αρχιτεκτονική είναι το μέσο το οποίο αποδρά κανείς από την δικιά του πραγματικότητα και βιώνει μία υπέρβαση.

Εκτός από την αρχιτεκτονική μορφή-σκηνογραφία του χωριού, η συγγραφέας εκθέτει ένα άλλο στοιχείο που εγείρει προβληματισμούς: «Στις περιπτώσεις των τουριστικών παραδοσιακών χωριών, η αναπαράσταση δεν περιορίζεται απλώς σε αρχιτεκτονικές αναπαραγωγές τοπικών αγροτικών κοινοτήτων, αλλά περιλαμβάνει και δια ζώσης μίμηση δραστηριοτήτων του χωριού από εργαζομένους. ανάλογα κέρδη». Αυτό θυμίζει ένα παράδειγμα που αναλύεται στο κείμενο:

« Theater of the exotic: Tourist space as stage and performance», πρόκειται για ένα resort στον Αγ. Μαυρίκιο, που είναι σχεδιασμένο με βάση την τοπική αποικιακή αρχιτεκτονική, έντονα στυλιζαρισμένο για να παραπέμπει σε «παραδοσιακό» κτίσμα. Το προσωπικό του resort συμπληρώνει τη «θεατρική παράσταση», καθώς ακολουθούν ένα ρόλο κατά τον οποίο είναι ντυμένοι με παραδοσιακές στολές, τραγουδάνε τοπικά τραγούδια και ακολουθούν τις λαϊκές παραδόσεις. Αυτή η σχέση «ηθοποιού- θεατή» που προσδιορίζει την σχέση μεταξύ προσωπίου και τουριστών προσκείνται στην ιδέα του exotic, η οποία ενισχύεται από συγκεκριμένες αρχιτεκτονικές μορφές και δραματουργικές διαδικασίες.





03

3

E

P

M

H

N

E

I

A



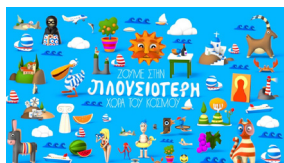
Μέσα από την μελέτη των μέσων προβολής της Ελλάδας στο εξωτερικό (αφίσες, περίπτερα, κλπ) καθώς και επιμέρους τουριστικές υποδομές υπό την επιροή του επίσημου κρατικού φορέα για τον τουρισμό (ΕΟΤ) αρχιτεκτονική που φαίνεται να προβάλλεται περισσότερο και να έχει συνδεθεί με τον ελληνικό πολιτισμό είναι τα μνημεία της Κλασικής Αρχαιότητας. Διακρίνει κανείς πως τα αρχαία μνημεία είναι το πιο πετυχημένο «προϊόν» για την Ελλάδα. Σε όλες τις περιόδους που μελετήσαμε η αρχιτεκτονική της κλασικής αρχαιότητας κατέχει πρωτεύων ρόλο σε αφίσες και διαφημιστικά φυλλάδια. Στην πλειοψηφία τους τα ελληνικά περίπτερα όχι μόνο προέβαλλαν εικόνες από την κλασική αρχαιότητα, αλλά δανείζονταν και μορφολογικά στοιχεία, ενώ σε περιπτώσεις αντέγραφαν πιστά μέρη αρχαίων ναών και διακοσμητικών στοιχείων. Σε μέρη που υπάρχει αξιόλογος αριθμός μνημείων αρχιτεκτονικής γίνεται συχνά ταύτιση με τον πολιτισμό της χώρας. Σύμφωνα με το κείμενο *Architecture and Mass Tourism*: «Όταν αναφερόμαστε σε αρχαία μνημεία, το κενό μεταξύ της «τουριστικής ζώνης» και της τοπικής κουλτούρας είναι τεράστιο.

Τα περισσότερα ταξίδια στην Ελλάδα εστιάζουν σε ηλιόλουστα νησιά και λευκές κολώνες από την κλασική αρχαιότητα. Πολλοί τουρίστες όμως εκπλήσσονται όταν, και αν, ανακαλύψουν πως υπάρχει και σύγχρονος ελληνικό πολιτισμός, ο οποίος πέρα από την κλασική αρχαιότητα, διαμορφώθηκε και από το Ρωμαϊκό και Βυζαντινό πολιτισμό». Μνημεία από την εποχή του Βυζαντίου προβάλλονται σε πολύ μικρότερο βαθμό, παρόλο που αντιπροσωπεύουν ένα ζωντανό κομμάτι του σύγχρονου ελληνικού πολιτισμού που είναι η θρησκεία.

Η εμμονή των επισκεπτών για αρχαία μνημεία, δηλαδή απομεινάρια κτισμάτων μιας εποχής που, έγκειται στο ενδιαφέρον που τους προκαλούν τα ερείπια.



**Εικ.123:** Τουριστικά στερεότυπα για την Ιταλία, ουτοπική πόλη που συγκεντρώνει όλα τα landmarks.



**Εικ.124:** «Τουριστικά Στερεότυπα», Αφίσα του ΕΟΤ το'60, αφίσα του ΕΟΤ σήμερα.

Σύμφωνα με κείμενο ,που μιλά για τον σεβασμό στα μνημεία και την έννοια authentic από το βιβλίο Architourism, η ισχυρή ικανότητα των ερειπίων να σαγηνεύουν βασίζονται σε μία μυσταγωγική γοητεία που εκπέμπει ο ένας τόπος , χάρις στην αύρα των γεγονότων που είχαν συμβεί εκεί, σαν κάθε κομμάτι του τόπου να πάλλεται από την μνήμη του παρελθόντος.Μέσα από τα μνημεία του παρελθόντος, έχει την δυνατότητα να ανακαλέσει κανείς έναν πολιτισμό που δεν υφίσταται πλέον, να συλλέξει πληροφορίες και να φανταστεί την ζωή τότε.

Αυτή την εμμόνη των τουριστών φαίνεται να εκμεταλεύεται το ελληνικό κράτος για την προσέλκυση τουριστών. Έτσι, δεν παύει με κάθε τρόπο να επιδεικνύει το ιστορικό παρελθόν της χώρας μέσα από τα μνημεία της. Εξάλλου, όπως είχε πει και ο Άρης Κωνσταντινίδης: «Όλη η Ελλάδα είναι ένα υπαίθριο μουσείο (αρχαιολογικό, βυζαντινό, νεοκλασικό, λαϊκής παράδοσης)».

Μία άλλη εμμονή σε τουριστική εικόνα, εκτός από τα μνημεία της κλασσικής αρχαιότητας, είναι η παραδοσιακή αρχιτεκτονική. Στις αφίσες του ΕΟΤ, ανεξάρτητα την εποχή, εντοπίζουμε συχνά να προβάλλονται δείγματα λαϊκής αρχιτεκτονικής, κυρίως των νησιών του Αιγαίου. Η εικόνα του γραφικού οικισμού με τα λευκά σπιτάκια, τον ανεμόμυλο και το ειδυλλιακό λιμανάκι ή την ακρογυαλιά αποτελεί αναπόσπαστο μέρος της τουριστικής προπαγάνδας και έχει εντυπωθεί στο μυαλό των ξένων με την εικόνα που έχουν πλάσει για την χώρα. Είναι η ανάγκη για exotic και escapist, σύμφωνα με το Architourism, που τέτοιες εικόνες λειτουργούν ως θέλγητρο για να επισκεφτούν την Ελλάδα. Η πρώτη έννοια ανταποκρίνεται σε επιθυμίες ενός υποψήφιου επισκέπτη για να βιώσει μία διαφορετική στην δικιά του κουλτούρα εμπειρία από κοντά, και η άλλη επιθυμία για απόδραση από την καθημερινότητα. Και η αρχιτεκτονική αποτελεί ένα βασικό μέσο για την επίτευξη αυτών των αναζητήσεων.

Αυτό που προκαλεί εντύπωση, μέσα από την μελέτη των μέσων προβολής, είναι η απουσία εικόνων που παρουσιάζουν την Μοντέρνα αρχιτεκτονική. Όπως αναφέρεται και στο κείμενο *Architecture and Mass Tourism*: « Συνήθως έργα Μοντέρνας Αρχιτεκτονικής απουσιάζουν από Αφίσες, Καρτποστάλ και διαφημιστικά

φυλλάδια, ενώ δεν περιλαμβάνονται σε τουριστικούς οδηγούς, σε περιοχές όπου η παρουσία ιστορικών κτιρίων είναι έντονη»

. Έτσι, λοιπόν και στην περίπτωση της Ελλάδας, όπου η «σκιά» των ιστορικών μνημείων είναι έντονη, η μοντέρνα αρχιτεκτονική δεν προβάλλεται. Η μοναδική εξαίρεση είναι κτίρια τουριστικών υποδομών. Τα ξενοδοχεία Ξενία, χαρακτηριστικότερο παράδειγμα, που αποτελούν το πιο ώριμο δείγμα Ελληνικού Μοντερνισμού. Βέβαια, αξίζει να σημειωθεί πως σε αφίσες στην διάρκεια την Δικτατορίας, μαζί με αρχαία μνημεία και ειδυλλιακά τοπία, έκανα την εμφάνιση τους και δείγματα ξενοδοχειακής αρχιτεκτονικής, για την ενισχύση ενός εκσυγχρονισμένου προφίλ της χώρας.

Ο Άρης Κωνσταντινίδης σε κείμενα του έχει αναφερθεί συχνά για την σύγχρονη αρχιτεκτονικής και την παράδοση, σε προσπάθειά του να ερμηνεύσει το γεγονός πως η Ελλάδα παρουσιάζει αδυναμία στο να παρουσιάσει αξιόλογα δείγματα μοντέρνας αρχιτεκτονικής. Μεταξύ των άλλων αναφέρει, « πως η εμμονή για διατήρηση του παλιού γεννάται από την αδυναμία να κτίσουμε κάτι καινούριο και αντάξιο του παλιου».

Σε ένα τόπο όπου η Ιστορία είναι τόσο έντονη, η αρχιτεκτονική είναι δύσκολη. Η ισορροπία ανάμεσα στην παράδοση και την νεοτερικότητα είναι ευθραυστη και λίγη κατόρθωσαν να την επιτευξουν στα έργα τους. Γι'αυτό το λόγο παρατηρούμε πως η μοντέρνα αρχιτεκτονική απουσιάζει από την ελληνική τουριστική προπαγάνδα.

**ΚΩΝΣΤΑΝΤΙΝΙΔΗΣ:** « Η αρχιτεκτονική είναι ο ευαίσθητος οφάλιος λώρος του δημιουργήματος με τον χώρο στις ατμοσφαιρικές του σχέσεις »

Ο Briavel Hollcomb στο δοκίμιο του [Marketing cities for tourism](#) επισημαίνει πως στον κόσμο της τουριστικής κατανάλωσης, είναι ο καταναλωτής, και όχι το προϊόν, που μετακινείται. Επειδή το προϊόν είναι συνήθως πωλείται εκ των προτέρων, πριν το δει ο «καταναλωτής», το marketing του τουρισμού είναι πίο σημαντικό από μία άλλη συμβατική κατάσταση όπου το προϊόν μπορεί να το δει, να το επεξεργαστεί και να το συγκρίνει in situ. Αυτό μας υποδεικνύει ότι η παρουσίαση ενός τόπου, οι εικόνες που δημιουργούνται για την προώθησή του, μέσα από αφίσες, διαφημιστικά φυλλάδια ή εκθεσιακά περίπτερα, πρέπει να είναι όσο το δυνατόν πιο δημιουργικά και ελκυστικά μπορούν. Έτσι κι αλλιώς, ο έλεγχος του πόσο ανταποκρίνεται αυτή η εικόνα στην πραγματικότητα έρχεται αργότερα μετά την αγορά.

Η διαμόρφωση της τουριστικής εικόνας της Ελλάδας διεθνώς δεν ξέφυγε από αυτή την λογική. Τις εποχές που μελετάμε οι πολιτικές και κοινωνικές συνήκες της εκάστοτε περιόδου δεν ήταν αρκετα ευνοϊκές. Η εικόνα όμως που έβγαινε προς τα έξω όφειλε να αποκρύπτει αυτές τις πληγές και να προβάλλει μία χώρα ζωντανή, σύγχρονη, που προοδεύει και εξασφαλίζει όλες εκείνες τις προϋποθέσεις για ευχάριστη διαμονή.

Για παράδειγμα, η Ελλάδα του '50 έχοντας μόλις αφήσει πίσω τα δεινά του Εμφυλίου Πολέμου, βρίσκεται σε στάδιο ανασυγκρότησης. Παρόλαυτα στόχος τους ήταν η προβολή μιας ήρεμης χώρας, που είχε επουλώσει τις πληγές της από τον πόλεμο και οι κάτοικοι της είχαν και πάλι την ευκαιρία να χαίρονται τις μικρές απλές χαρές της ζωής. Κυρίως οι αφίσες της εποχής προέβαλαν μια άλλη «Ελλάδα», που δεν είχε καμία σχέση με την πραγματικότητα. Κοινωνικά και πολιτικά αιμοραγούσε και οι κάτοικοι της πάλευαν μέρα με την μέρα να συνθέσουν και πάλι τα κομμάτια τους. Εντούτοις, οι καλλιτέχνες με τόλμη, έμπνευση και δημιουργικότητα κατάφερα να «μεταμορφώσουν» την εικόνα της Ελλάδας και να

την αναδείξουν τουριστικά, αφού είχε γίνει πλέον αντιληπτό πως ο τουρισμός αποτελούσε σημαντικό οικονομικό αιμοδότη της χώρα.

Μία άλλη περίπτωση όπου το χάσμα ανάμεσα στην εικόνα που προωθούνταν και πραγματικότητα ήταν μεγάλο, είναι η τουριστική προβολή κατά τη διάρκεια της δικτατορίας. Η χώρα υπέφερε κάτω από τον ζυγό της δικτατορίας, καλλιτέχνες και άνθρωποι του πνεύματος βασανίζονταν στις εξορίες, ο πολιτισμός είχε μπει σε φθίνουσα πορεία. Παρόλαυτα η αφίσες απέκρυπταν επιμελώς της κατάσταση της χώρας και προέβαλλαν αρχαία μνημεία, την παραδοσιακή αρχιτεκτονική και όλα αυτά με την συνδυασμένα με την ανθρώπινη παρουσία. Οι αφίσες έδειχναν ανθρώπου ανέμελους να απολαμβάνουν την θάλασσα και τον ήλιο υπό την σκιά αρχαίων μνημείων. Η έννοια *escapist* εντοπίζεται πιο έντονα στις αφίσες τις περιόδου από οποιαδήποτε άλλη φορά. Υπήρχε διάχυτη η ψευδαίσθηση ευτυχίας και ενός ακμαίου ελληνικού πολιτισμού.

Ένα άλλο γεγονός που απέκρυπταν οι αφίσες είναι η καταστροφή του φυσικού περιβάλλοντος μέσω από αμφιβόλου ποιότητας τουριστικών κτισμάτων. Οι αφίσες προέβαλλαν παραδοσιακά σπίτια και ιδιυλλιακές ακρογυαλίες, ενώ στην πραγματικότητα οι ακτές καταπατούνταν από παράταιρα και μεγάλης κλίμακας Ξενοδοχεία ή άλλα τουριστικά κτίρια. Η ελληνική αρχιτεκτονική οδηγούνταν σε παρακμή μέσω της μνημειακής αρχιτεκτονικής που προσπαθούσε να επιβάλλει η δικτατορία. Τα αποτελέσματα της αρχιτεκτονικής αυτής ομοιομορφίας τα παρατηρούμε μέχρι σήμερα σε μεγάλα αστικά κέντρα της χώρας, αλλά και σε μικρότερες πόλεις που έχασαν τον χαρακτήρα τους.

Αρκετό ενδιαφέρον παρουσιάζει κίνηση μερίδας πολιτών στην Σουδία που αντιτίθονταν, στην παραπλάνηση αυτή, με τουριστικό μποϊκοτάζ. Έτσι η Σουηδική Επιτροπή για την αποκατάσταση της Δημοκρατίας στην Ελλάδα, σε μια από της ενέργειές της για το πέσιμο της χούντας, κήρυξε προσωρινό τουριστικό μποϊκοτάζ προς την Ελλάδα από την 1 Ιούλη 1967. Φυλλάδια όπως «Χαρούμενες διακοπές», «ΣΤΗΡΙΞΕ ΤΟΝ ΕΛΛΗΝΙΚΟ ΛΑΟ, ΜΗΝ ΤΑΞΙΔΕΥΕΙΣ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ» προτείνοντας σαν τόπους προορισμού, σε όσους αποφασίσουν



Εικ.125: «Ποιος ήλιος λάμπει πάνω από την Ελλάδα.»



να επισκεφθούν την Ελλάδα, τα νησιά Γυάρο και Λέρο, πληροφορώντας για βασανιστήρια στη Μπουμπουλίνα, αποτρέπουν κάθε άνθρωπο που αντιτίθεται στη βία να ταξιδεύσει στην Ελλάδα.

Συνεπώς, διαπιστώνουμε πως ο τουρισμός χρησιμοποιεί την πόλη ως αντικείμενο προς πώληση. Τα τουριστικά γραφεία προσφέρουν με τον πιο ωραιопоιημένο τρόπο τα πακέτα τους. Οι τουρίστες από τις μεγαλουπόλεις της Ευρώπης αλλά και της Ασίας αναζητούν να βρουν στην Ελλάδα «σύντομες πακεταρισμένες δόσεις **«εξωτισμού»**. Ονειρεύονται την ομορφιά μιας τροπικής παραλίας και κέφι σε ένα κλαμπ μέχρι πρωίας σε συνδυασμό με κάποια στοιχεία της ιστορίας.

Αγνοούν πλήρως την πραγματικότητα του ίδιου του τόπου, τις παράξενες μυρωδιές, το καυσαέριο, τη φτώχεια, η οποία πολλές φορές προσφέρει άσχημες εμπειρίες και επηρεάζει αρνητικά την προσωρινή τους διαμονή στη χώρα μας.

Στον ελληνικό χώρο από το 50 και μετά καθιερώνονται διάφορα πρότυπα ελληνικότητας που διαδίδονται στο εξωτερικό και χαρακτηρίζουν την κοινωνική ζωή και τον πολιτισμό της υποτιθέμενης τοπικής πραγματικότητας. Σε αυτό συνετέλεσαν διάφορες ταινίες όπως *Zorba the Greek* προωθώντας στερεότυπες εικόνες όπως το τζατζίκι, το σουβλάκι, ο μουσακάς, οι παππούδες, το καφενείο, τα μουλάρια, τα μικρά άσπρα σπιτάκια με τα γεράνια και τις στάμνες, τους ευγενικούς και χαμογελαστούς ντόπιους. Ο χώρος περιγράφεται με μια νοσταλγία. Η αλήθεια περιθωριοποιείται και προβάλλεται εν τέλει μια ρομαντική εικόνα που έχει την αφετηρία σε μια περασμένη πραγματικότητα αλλά δεν έχει στην ουσία καμία σχέση με το σήμερα. Πολύ συχνά χρησιμοποιούνται και αρχιτεκτονικά στερεότυπα της Ελλάδας, και κατά κύριο λόγο των Αιγαίοπελαγίτικων νησιών, όπως είναι τα γραφικά σοκάκια, με τα παραδοσιακά άσπρα σπίτια και τα μικρά εκκλησάκια, τα οποία δημιουργούν το κατάλληλο σκηνικό για έναν τουρίστα.

Όλα αυτά τα στερεότυπα, και ειδικά αυτά που αναφέρονται στο χώρο και στην σκηνική διαμόρφωσή του συναντώνται ιδιαίτερα έντονα στις πιο τουριστικές περιοχές και ειδικά στις Κυκλάδες, που για τους ξένους συμπυκνώνουν όλα τα θετικά στοιχεία και όλη την ομορφιά της Ελλάδας, και ο Ε.Ο.Τ. τα χρησιμοποιεί κατά κόρον για να προωθήσει την εικόνα της. Γύρω από τις Κυκλάδες έχει στηθεί μια ολόκληρη σκηνογραφία του χώρου, που σύμφωνα με τα διαφημιστικά φυλλάδια αποτελεί την πιο αγνή και κοντά στην παράδοση εικόνα των νησιών, και αναπαράγεται σε ταινίες, με βόλτες στα στενά σοκάκια, λευκούς αυλόγυρους εκκλησιών, το μπλε της θάλασσας και φυσικά με τα κάτασπρα σπιτάκια αραδιασμένα στις πλαγιές των βράχων.

Αναφέρονται όμως σε πραγματικά στοιχεία, και έχουν κάποια σχέση όντως με τις παραδόσεις των τόπων αυτών;

Αυτό που συμβαίνει είναι ένας διάλογος της ιστορίας με κλισέ και επιβεβλημένες καταστάσεις, οι οποίες παγιώθηκαν μέσα στα χρόνια, και οι οποίες πέρασαν σαν πραγματικές παραδόσεις. Συγκεκριμένα το θέμα των λευκών σπιτιών με τα δώματα αποτελεί πρότυπο «αιγαιοπελαγίτικου στιλ» σε διάφορες αναπαραστάσεις ακόμα και στο εξωτερικό, όπως είδαμε πριν με το παράδειγμα του οικιστικού συνόλου “Santorini – A piece of Greece” στο νησί Ras Al Khaimah κοντά στο Dubai. Όμως ούτε το Αιγαίο δεν παρουσίαζε ποτέ τέτοια ομοιομορφία στις μορφές των οικισμών του, αλλά ούτε καν οι Κυκλάδες στο σύνολό τους αποτελούν ένα ομοιογενές σύνολο. Νησιά όπως η Άνδρος παρουσιάζουν τελείως διαφορετική εικόνα από την Μύκονο ή την Σαντορίνη, ενώ παίζει σημαντικό ρόλο και το ανάγλυφο της περιοχής, καθώς αλλιώς αναπτύσσονται οικισμοί στις βραχώδεις και ορεινές περιοχές των πιο μικρών σε έκταση νησιών και αλλιώς στα πιο εύφορα, με περισσότερες πεδιάδες μεγάλα νησιά. Ενδιαφέρον είναι το πώς αυτά τα στερεότυπα χρησιμοποιούνται από τους Έλληνες προκειμένου όχι μόνο να προσελκύσουν ξένους αλλά και να απευθυνθούν στην Ελληνική αγορά.

Όσον αφορά στο **άσπρο χρώμα**, κατά καιρούς έχει επιλεχθεί από διαφορετικούς φορείς και έχει λάβει διάφορες σημασίες, της αγνότητας, της πνευματικότητας και της καθαρότητας, και έχει συνδεθεί πολύ έντονα για διάφορους λόγους με την έννοια της ελληνικότητας, εκτός από τα άσπρα νησιώτικα σπιτάκια της νεοελληνικής παράδοσης και με την λευκότητα των μαρμάρων των αρχαίων μνημείων (και ας ήταν ο Παρθενώνας χρωματισμένος και όχι λευκός). Το ενδιαφέρον που έδειξε ο Le Corbusier για την αρχιτεκτονική των Κυκλάδων έδωσε την αφορμή σε πολλούς αρχιτέκτονες στην Ελλάδα να μιμηθούν τις παραδοσιακές αυτές μορφές.

Όμως ήταν πάντα λευκά τα κυκλαδίτικα σπίτια; Τα σπίτια στα νησιά στις αρχές του αιώνα διατηρούσαν την καστρική τους μορφή, μέσα στα όρια του οικισμού, με την

ιστορία των υλικών που χρησιμοποιήθηκαν και με τον τρόπο που χτίστηκε.<sup>1</sup> Το ασβέστωμα ως τακτική υπήρχε από τον Μεσαίωνα με στόχο να απολυμαίνονται τα σπίτια, και ακολουθήθηκε σε πολλές περιοχές της Ευρώπης. Στην Ελλάδα, αυτή η συνήθεια επί Μεταξά έγινε υποχρεωτική με την επίβλεψη χωροφύλακα, με πρόταση της υγειονομικής υπηρεσίας. Κατά την δεκαετία του '50 η διαφήμιση των νησιών έγινε ένας βασικός άξονας της τουριστικής πολιτικής, με εικόνες τα νησιωτικά σπίτια πλούσιων αστών που φρόντιζαν για την εικόνα που θα «έβγαζαν» προς τα έξω. Επί χούντας, το άσπρισμα των σπιτιών στις Κυκλάδες έγινε υποχρεωτικό, σε μια λογική ομογενοποίησης και ομοιομορφίας. Γαλάζιο και Λευκό, τα χρώματα της εθνικής υπερηφάνειας, μεταφράστηκαν και μέχρι τώρα αντιστοιχούν στις εικόνες της τουριστικής υπερηφάνειας των τουριστικών φυλλαδίων.

Στην ουσία, η εικόνα που αναπαράγεται και απαθανατίζει το ρομαντικό αυτό παρελθόν είναι μια συρραφή στοιχείων παράδοσης, φαντασίας και επιλογών που παγιώθηκε μέσα από την αναπαραγωγή του μεταμοντέρνου λαϊκού ρυθμού με ένα είδος μοντερνιστικής, πολιτιστικής τοπικής «ουδετερότητας».<sup>2</sup>

Τίθεται λοιπόν το ερώτημα κατά πόσον αυτή η εικόνα των παραδοσιακών οικισμών είναι πραγματική. Όπως αναφέρθηκε παραπάνω, υπάρχουν σημαντικοί οικισμοί που χαρακτηρίζονται διατηρητέοι και ορισμένοι προστατευόμενοι, οι οποίοι είναι καταχωρημένοι σε καταλόγους. Σύμφωνα με τη νομοθεσία, οι περιοχές αυτές πρέπει να διατηρούνται καθώς αποτελούν την πολιτιστική κληρονομιά μας και προσφέρουν τη δυνατότητα στους τουρίστες να γνωρίσουν μια «άλλη Ελλάδα». Αυτό σημαίνει ότι τα νέα κτίρια που εντάσσονται σε αυτούς πρέπει να ακολουθούν ειδική μορφολογία, προκειμένου να μην αλλοιωθεί ο τοπικός χαρακτήρας. Φτάνουμε όμως σε σημείο υπερβολής και «η υπερβολή δυστυχώς διατηρήθηκε φέρνοντας μια σκηνογραφική επανάσταση, έναν απόλυτο μιμητισμό, ψεύτικο και το χειρότερο στείρο» όπως αναφέρει σε



*The town has no history. Signore. It was built from scratch three years ago, entirely of the tourist trade.*

1 Μιχάλης Μιχαήλς, 'Παραδοσιακό χρώμα Κυκλάδων', Cycladesnews.gr, 6 Απριλίου 2009.

2 Πόλα Μπούσιου, La biennale di Venezia: lo Mostra internazionale di architettura – Το Αιγαίο μια διάσπαρτη πόλη

συνέντευξή του ο Μ.Δώρης<sup>3</sup>

Τα καινούρια κτίσματα δομούνται με νέους σύγχρονους τρόπους, που είναι διαδεδομένοι στην χώρα μας και που δεν έχουν καμία σχέση με την παράδοση, ενώ παράλληλα καλύπτονται με μια «παραδοσιακή» επιδερμίδα, ένα κακοφτιαγμένο και βεβιασμένο μακιγιάζ. Οι μορφές δεν προκύπτουν ως απόρροια δομικών αναγκών με άμεσο αποτέλεσμα την ασυνέπεια ανάμεσα στη μορφή και τη δομή. Κτίζουν, έτσι, με μπετόν και τούβλα, σχηματίζοντας μικρά παράθυρα, όπως ορίζεται, αναγκάζοντας στη συνέχεια τους εργάτες να σοβατίζουν με μπόλικο ασβέστη και προσθέτουν διάφορα ψεύτικα «παραδοσιακά στοιχεία» ώστε να «πετύχουν» την αίσθηση του παλιού, έστω και από μακριά... Το αποτέλεσμα είναι ένα σκηνικό με κατασκευές κακής ποιότητας που χαρακτηρίζεται από αχρονικότητα. Δημιουργείται, δηλαδή, αυτό που αναφέρει ο Urry ως «μεταμοντέρνο τοπικό ιδίωμα», το οποίο είναι η αναπαράσταση του χρόνου στο στο χώρο πλαστογραφείται ώστε να παράσχει την εικόνα του αυθεντικού.<sup>4</sup>

Στα Ελληνικά νησιά δεν υπάρχει μόνον αυτή η ασυνέπεια μορφής και κατασκευής αλλά και αυτή μεταξύ κελύφους και λειτουργίας. Αυτό είναι ιδιαιτέρως έντονο στη Μύκονο, όπου οι καινούριες λειτουργίες αναψυχής καλύπτονται από ένα σκηνικό παραδοσιακό, και δεν έχουν σχέση με το παραδοσιακό ψαροχώρι που υπήρξε άλλοτε η Χώρα του νησιού. Χαρακτηριστική είναι η φράση του αρχιτέκτονα Αριστοτέλη Δημητρακόπουλου: «...στέκει μόνο του το από και άψυχο κέλυφος μαρτυρώντας περασμένες εποχές των οποίων οι δομές οργάνωσης πασιφανώς φθίνουν ή έχουν εκλείψει μαζί το τοπικό βιοτικό ιδίωμα...».<sup>5</sup>

Μέσα στο σκηνικό αυτό, που μοιάζει να έχει παραμείνει αναλλοίωτο μέσα στο χρόνο, κινούνται και συνυπάρχουν οι ντόπιοι κάτοικοι της περιοχής και οι

3 Μ. Δωρής, 'Με τον Μιχάλη Δωρή', Άνθρωπος + Χώρος, ελληνικό αρχιτεκτονικό περιοδικό, Εκδόσεις Καραγκούνη

4 Urry, κείμενο Πόλας Μπούσιου, La biennale di Venezia: lo Mostra internazionale di architettura – Το Αιγαίο μια διάσπαρτη πόλη

5 Α. Δημητρακόπουλος, «Από Genius Loci σε Genius Mickey», Αφιέρωμα Medialand-Disneyland, περ. Αρχιτέκτονες, τευχ. 40 –περίοδος Β΄, Ιούλιος –Αύγουστος 2003, σελ.63.

τουρίστες. Χαρακτηριστικές είναι οι παρατηρήσεις που έκανε ο αρχιτέκτων πολεοδόμος Αριστείδης Ρωμανός για την κοινότητα και το κέλυφος πριν και μετά την τουριστική εισβολή. Όσον αφορά στο κέλυφος, ο χώρος μετατρέπεται σε σκηνικό, η μορφή σε εικόνα και ο αρχιτεκτονικός χαρακτήρας σε διακοσμητικό χαρακτήρα.

F.Roche «...τα νησιά των Κυκλάδων κλείνονται στο παρελθόν, στην τεχνητή αυθεντικότητα, όπου οι νησιώτες μετατράπηκαν στους σπιτονοικοκύρηδες ενός ζωολογικού πάρκου για τουρίστες...».





**Εικ.126:** *Cloud gate: Anish Kapoor*



**Εικ.127:** *I.M Pei, «πυραμίδα» είσοδος στο μουσείο του Λούβρου. Χιλιάδες τουρίστες το επισκέπτονται στο Παρίσι.*

Η έννοια της Αγεωγραφικότητας είναι ένα δεύτερο χαρακτηριστικό, εκτός από την «σκηνογραφία», που εντοπίζουμε μελετώντας τα εκθεσιακά περίπτερα, αλλά και «παραδοσιακά» χωριά- θεματικά πάρκα. Χρησιμοποιώντας την κινηματογραφική λογική του μοντάζ, επιμέρους εικόνες – σκηνικά παρατάσσονται σε σειρά και δημιουργούν ένα μωσαϊκό εμπειριών. Στα ελληνικά εκθεσιακά περίπτερα αυτές οι συρραφές ασύνδετων πραγμάτων (αρχαίοι κίονες, βυζαντινοί τρούλοι, διακοσμητικές μορφές από την λαϊκή παράδοση κλπ) δεν έχουν σχέση με την τοπική φυσική και πολιτιστική γεωγραφία, ενώ ο χώρος που παράγεται μέσα από αυτή την διαδικασία θα μπορούσε να τοποθετηθεί σε οποιοδήποτε μέρος, καθώς δεν προκύπτει από τοπικούς παράγοντες και χαρακτηριστικά. Έτσι, έχουμε ένα αρχαιοελληνικό ναό στην Οζάκα ή σε κάποια άλλη χώρα, εδικομένως στεγασμένο και σε κάποιο κλειστό χώρο σαν κι αυτούς που στέγαζαν τις EXPOs.

Αντίστοιχα και τα «παραδοσιακά χωριά» πρόκειται για ένα χώρο χωρίς την φυσική επίδραση του χρόνου στην διαμόρφωση τους, ένα χώρο πολύ κοντά, από μια άποψη, στην πόλη «χωρίς μνήμες, στρώματα και ιστορικά κέντρα, που αποτελεί μια χαρακτηριστική ουτοπία του μοντερνισμού»<sup>6</sup>, αλλά συγκεκριμένο θέμα. Ο επισκέπτης κινείται σε ένα καλοστημένο σκηνικό καταναλώνοντας στερεότυπες εικόνες. Ο χώρος ακινητοποιείται και παίρνει μια συγκεκριμένη ταυτότητα ενώ ο τουρίστας ανάγεται σε συλλέκτη εικόνων χάνοντας τον χαρακτήρα του. Ποζάρει μπροστά από προσχεδιασμένα και κατασκευασμένα σκηνικά, τα οποία έχουν επιλεγεί εκ των προτέρων ως προορισμοί, χωρίς όμως να δίνει ζωή σε αυτά. Είναι ένα απλό εξάρτημα. Η κατανάλωση έχει αντικαταστήσει την εμπειρία.<sup>7</sup>

6 .Θ. Μουτσόπουλος, 'Χάος και Τάξη: η πολεοδομία ως διαδικασία μοντάζ', όπως δημοσιεύθηκε στο Megacities: από την πραγματική στη φανταστική πόλη, Μάιος 2000.

7 Joan O:man, Salomon Frausto, eds. Architourism: Authentic, Escapist, Exotic, Spectacular. Munich: Prestel Verlag, 2005, σελ.91.



Τέλος εκτός από την αγεωγραφικότητα που εντοπίζουμε στα εκθεσιακά περίπτερα και την αχρονικότητα στους «παραδοσιακούς οικισμούς», παρατηρούμε έντονα στις τουριστικές αφίσες την ένοια της αποσπασματικότητας ή αλλιώς singularity. Οι αφίσες προβάλλουν ένα μνημείο αρχιτεκτονικής (πχ Παρθενώνας) και το έχουν αναγάγει σε σύμβολο της πόλης, χωρίς η αρχιτεκτονική του να ταυτίζεται με το σύνολο της πόλης. Ο παραθενώνας δεν είναι αντιπροσωπευτικό δείγμα αρχιτεκτονική της αθήνας ή αντίστοιχα το Guggenheim στο Bilbao δεν αντιπροσωπεύει την αρχιτεκτονική της πόλης ή η πυραμίδα στο Λούβρο δεν ταυτίζεται με την υπόλοιπη αρχιτεκτονική της πόλη. Όλα τα παραπάνω λειτουργούν σαν σύμβολα για μία πόλη. Αντιμετωπίζονται σαν καθαρές μορφές, ξεκομμένες από την λειτουργία τους. Όλοι αναγνωρίζουν τον Παρθενώνα, αλλά λίγοι ξέρουν την λειτουργία του, την Ιστορία του, κλπ. Οι τουρίστες ξέρουν να αναγνωρίζουν, παρά να τα γνωρίζουν σε βάθος, παρόλη την πληθώρα πληροφοριών που υπάρχει σε οδηγούς και βιβλία. Η αναγνώριση φαίνεται να είναι πιο σημαντική από την γνώση.<sup>8</sup>

Γενικά οι διαφημιζόμενες εικόνες αποτελούν πρότυπα τα οποία οι τουρίστες περιμένουν να «υλοποιηθούν» έτσι όπως προεικονίζονται, να επιβεβαιώσουν τον κανόνα, και χαίρονται όταν συμβεί το γεγονός ακριβώς όπως τους έχουν υποσχεθεί. Ο ίδιος ο τουρίστας είναι αναπόσπαστο τμήμα αυτού του θεάματος καθώς πρέπει να συμμετάσχει και αυτός για να ολοκληρωθεί. Γίνεται κατανοητό ότι πρόκειται για ένα παράδειγμα κατοίκησης του χώρου ως εικόνας<sup>9</sup>, μια ουτοπία δηλαδή, καθώς στην ουσία οι επισκέπτες δεν βιώνουν τον χώρο και την κοινωνική ζωή μέσα σε αυτόν, ο οποίος είναι απλώς το σκηνικό που περιβάλλει το θέαμα.

Όπως αναφέρει ο Θ. Μουτσόπουλος «...ο σημερινός τουρίστας μοιάζει πιο πολύ με ανυπόμονο πελάτη ταβέρνας...ανυπομονεί να του σερβιριστεί γρήγορα το



**Εικ.128:** *Falling Water, Frank Lloyd Wright.*



**Εικ.129:** *Η φωτογραφία είναι αναπόσπαστο μέρος του Archi-tourism. Αποδεικτικό επίσκεψης.*

8 Οπ. , ARCHITOURISM,σελ.91.

9 Σ. Σταυρίδης, 'Από το χώρο της εικόνας στο χώρο εικόνα', σελ. 136-149, 'Προς την πόλη σκηνή: η πόλη σκηνή και η ουτοπία', σελ. 367-374, Από την πόλη οθόνη στην πόλη σκηνή, Ελληνικά Γράμματα, Αθήνα 2002.

00

4

B

I

B

n

I

O

Г

P

A

Φ

I

A

Ελληνική Βιβλιογραφία

- 1) Θεοδώρα Σγάρτσου , Διπλωματική Εργασία –“Ματιές στην Ελλάδα μέσα από τις τουριστικές αφίσες”-Πάντειο Πανεπιστήμιο –ΠΜΣ “Ψυχολογία & ΜΜΕ”-Ακ.Έτος 2009
- 2) Άγγελος Προκοπίου, βιβλίο «Ιστορία της Τέχνης 1750-1950» ,εκδ. Μ.Πεχλιβανίδης&Σια Α.Ε.
- 3) Δ.Φιλιππίδη , Νεολληνική Αρχιτεκτονική, κεφ6ο «Οι ατέρμονες δρόμοι (1930-1940) ,εκδ. Μέλισσα .
- 4) Αιμιλία Αθανασίου , Μεταπολεμικός μοντερνισμός : αρχιτεκτονική, πολιτική και τουρισμός στην Ελλάδα, 1950-1965 : τελική έκθεση, εκδ.ΕΜΠ
- 5) Δ.Μωρέτης (1956) «Η Υπηρεσία Εκθέσεων» ,σ.14. Αρχείο Μωρέτη, ΕΛΙΑ.
- 6) Υπουργείο Τουριστική Ανάπτυξης –Ελληνικό Οργανισμό Τουρισμού (2007) , «ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΑΦΙΣΑ-Ένα ταξίδι στο Χρόνο μέσα από την Τέχνη»,Αθήνα
- 7) Φρέντυ Κάραμποτ , Μιχάλης & Αγνή Κατζουράκη , «DesignΔιαδρομές» , Αθήνα , Ελληνικό , Λογοτεχνικό και Ιστορικό Αρχείο –Μουσείο Μπενάκη
- 8) David Watkin , Ιστορία της Δυτικής Αρχιτεκτονικής , εκδ. Μορφωτικό Ίδρυμα Εθνικής Τραπέζης
- 8) Άρης Κωνσταντινίδης , βιβλίο «Η Αρχιτεκτονική της Αρχιτεκτονικής» Ημερολογιακά σημειώματα(1937-1990), εκδ. Πανεπιστημιακές Εκδόσεις Κρήτης, 2011, σ.21.

9) Αγγελική Χσιρτωνίδου , «ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΠΑΡΑΔΟΣΙΑΚΗ ΑΡΧΙΤΕΚΤΟΝΙΚΗ-ΚΥΚΛΑΔΕΣ» , κεφ. Άνδρος ,εκδ.ΜΕΛΙΣΣΑ.

10) Δ,Βασιλειάδης , «Μύκονος-Ύδρα –Πάτμος», Νέα Εστία , 82 1967, σ.46-48 , λεπτομερής παραλληλισμός του λιμανιού και της πόλης με τα μέρη του αρχαίου θεάτρου.

11) D.Jesson , άρθρο «Η δυναμική του χώρου στα ελληνικά παράλια χωριά», Θέματα Χώρου +Τεχνών ,τ.8/1977.

12) Χρυσαιγή Αρναούτογλου , βιβλίο «ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΠΑΡΑΔΟΣΙΑΚΗ ΑΡΧΙΤΕΚΤΟΝΙΚΗ-ΣΠΟΡΑΔΕΣ-ΕΠΤΑΝΗΣΑ-ΑΝ.ΑΙΓΑΙΟ» , κεφ. Σκύρος ,εκδ.ΜΕΛΙΣΣΑ.

13) Α-Α.Κύρτσης (2006) Κωσταντίνος Δοξιάδης , Κείμενα –Σχέδια –Οικισμοί ,εκδ.Αθήνα:Ίκαρος

14) Ε.Φεσσά Εμμανουήλ ,2001, Δοκίμια για τη Νέα Ελληνική Αρχιτεκτονική,εκδ. Ίδρυμα Ιωάννου Φ.Κωστοπούλου,

15) Δ. Και Α.Μωρέτης (1946) Τεχνική Οργάνωσις Εκθέσεων , μέρος 2<sup>ο</sup> , τευχ.Στ',κεφ. XXII,

16) Αλεξάνδρα Μωρέτη , «Παγκόσμιες και διεθνείς εκθέσεις» ,στον κατάλογο της έκθεσης για το έργο των Δ&Α. Μωρέτη στο πλαίσιο των εκδηλώσεων Σεπτεμβρίου της Τέχνης 2002 του Δήμου Φιλοθέης,εκδ:ΟΠΤΙΜΑ '92.

17) Ανδρέας Γιακουμακάτος , βιβλίο « Ιστορία της Ελληνικής αρχιτεκτονική 20<sup>ος</sup> αιώνας», 2009, εκδ.ΝΕΦΕΛΗ.

18) «Greece», ;Έκδοση της Υπηρεσίας Εκθέσεων του υπουργείου Εμπορίου, εικονογράφηση από τον Σπ.Βασιλείου. Αθήνα:1954.

19) Αφροδίτη Αγοροπουλου-Μπιρμπιλή , βιβλίο «Ελληνική Παραδοσιακή Αρχιτεκτονική – Ανατολικό Αιγαίο –Σποράδες –Επτάνησα» , εκδ. ΜΕΛΙΣΣΑ

20) Τμήμα Παραδοσιακών Οικισμών ΕΟΤ, “Διατήρηση και ανάπτυξη παραδοσιακών οικισμών □ το πρόγραμμα του ΕΟΤ (1975□1992)”, έκδοση ΕΟΤ, Αθήνα, 1991.

21) Μ.Αδάμη κ.ά., “ Διατύπωση μεθοδολογικού προτύπου για την αναβίωση των παραδοσιακών οικισμών”, ΕΜΠ-τμήμα Αρχιτεκτόνων τομέας Ι αρχιτεκτονικού σχεδιασμού-σπουδαστήριο αρχιτεκτονικών συνθέσεων, Αθήνα, 1987

22) 2) Le Corbusier, Κείμενα για την Ελλάδα, εκδ. Άγρα, 1987

23) .Θ. Μουτσόπουλος, ‘Χάος και Τάξη: η πολεοδομία ως διαδικασία μοντάζ’, όπως δημοσιεύθηκε στο Megacities: από την πραγματική στη φανταστική πόλη, Μάιος 2000.

24) Σ. Σταυρίδης, ‘Από το χώρο της εικόνας στο χώρο εικόνα’, σελ. 136-149, ‘Προς την πόλη σκηνή: η πόλη σκηνή και η ουτοπία’, σελ. 367-374, Από την πόλη οθόνη στην πόλη σκηνή, Ελληνικά Γράμματα, Αθήνα 2002.

25) Θ. Μουτσόπουλος, «Sea, Sex and Sun:Για μια τουριστική ανθρωπολογία του Αιγαίου» La biennale di Venezia: lo Mostra internazionale di architettura – Το Αιγαίο μια διάσπαρτη πόλη.

26) Χρυσαιγή Αρναούτογλου , «ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΠΑΡΑΔΟΣΙΑΚΗ ΑΡΧΙΤΕΚΤΟΝΗ-ΠΕΛΟΠΟΝΝΗΣΟΣ Α΄» , κεφ. Ύδρα,εκδ.ΜΕΛΙΣΣΑ.

### Ξένη Βιβλιογραφία

1)Joan O:man, Salomon Frausto, eds. Architourism: Authentic, Escapist, Exotic, Spectacular. Munich: Prestel Verlag,2005,

2) P.Yannas (2004) “GREECE” , στο B.van Ruler & D.Vercic Public relations and communication management in Europe , εκδ. Berlin , Mouton De Grutier .

3) riavel Holcomb , “Marketing cities for tourism”,από το βιβλίο The Tourist City, Dennis R.Judd, New Haven: Yale University Press, 1999,

4) Michael Sorkin, See you in Disneyland, Variations on a theme Park, 1992.

## Διαδίκτυο

1) Prof.D.Medina Lasansky, Architourism Exhibition ,March 2012 <http://rmc.library.cornell.edu/Architourism/index.html>.

2) Peter Michael Levins , “Mediating Exploration: Missionary and the Imaging of Indigenous Cultures” ,exhibition ARCHITOURISM , Cornell University ,March 2012 <http://rmc.library.cornell.edu/Architourism/exhibition/Mediating%20Early%20Modern%20Exploration/index.html>.

3) U+A architectural magazine ,”If they build it , you will come, <http://www.usefulandagreeable.com/architourism.shtml>

4) Δημήτρης Γκρίνιας , άρθρο « Η Ελλάδα μέσα από τις αφίσες του ΕΟΤ», [http://noksi-graphic-design.blogspot.gr/2013/07/blog-post\\_5583.html](http://noksi-graphic-design.blogspot.gr/2013/07/blog-post_5583.html)

5) Α.Σαπουνάκη-Δρακάκη & Μ.Α Τζόγια-Μοάτσου(2012) «Ελληνικά περίπτερα του ΕΟΤ (1950-1967): Εργαλεία για τη διεθνή προβολή της Ελλάδας», [www.citybranding.gr/2012/04/1950-1967-1.html](http://www.citybranding.gr/2012/04/1950-1967-1.html).

6) Δημ.Σισιλιάνος, άρθρο αφιέρωμα «Η ΕΛΛΑΣ ΕΙΣ ΤΑΣ ΔΙΕΘΝΕΙΣ ΕΚΘΕΣΕΙΣ ΤΟΥ ΕΞΩΤΕΡΙΚΟΥ», Τεχνικά Χρονικά, Ιούλιος 1955, τεύχος 85, σ.27

7) [http://odysseus.culture.gr/h/2/gh251.jsp?obj\\_id=13401](http://odysseus.culture.gr/h/2/gh251.jsp?obj_id=13401)

8) [http://odysseus.culture.gr/h/2/gh251.jsp?obj\\_id=13401](http://odysseus.culture.gr/h/2/gh251.jsp?obj_id=13401)

9) <http://www.rodiki.gr/article.php?id=30653&catid=1&subcatid=37> ,Αγαπητού Ξάνθη , άρθρο «Όταν η αφίσα του ΕΟΤ γίνεται κομμάτι της αρχιτεκτονικής» , 12/04/2010

10) Εμπρός ,φύλλο 19/4/1953

11) Τον Ιούνιον η ανέγεις του ξενοδοχείου “Χίλτον” εις τας Αθήνας» , Το Βήμα, Παρασκευή,4,Απριλίου 1958.

13) Β.Κολώνας , « Η ελληνική πόλη και η αρχιτεκτονική στις ταινίες του ελληνικού κινηματογράφου το '50 και το '60» Αρχιτέκτονες, τευχ.35-περίοδος Β, Σεπτέμβριος/Οκτώβριος 2002

14) Άρθρο: «Η Ιστορία του φεστιβάλ Αθηνών και Επιδαύρου», <http://www.greekfestival.gr/gr/article13-h-istoria.htm>

16) Χρίστος Ιακωβίδης, βιβλίο « Νεοελληνική Αρχιτεκτονική και Αστική Ιδεολογία» ,1982 , εκδ.Δωδώνη.

17) Παρασκευή Μποζινέκη-Διδώνη , «Παραδοσιακοί οικισμοί και τουριστική ανάπτυξη το πρόγραμμα του ΕΟΤ 1975-1995 ,το παράδειγμα της Οιάς στη Σαντορίνη», [http://library.tee.gr/digital/books\\_notee/book\\_59509/book\\_59509\\_bozineki.pdf](http://library.tee.gr/digital/books_notee/book_59509/book_59509_bozineki.pdf)

Κωσταντίνος Κατσιγιάννης, «Η συμβολή του ΕΟΤ στην Αρχιτεκτονική των τουριστικών εγκαταστάσεων» ,[http://library.tee.gr/digital/books\\_notee/book\\_59509/book\\_59509\\_katsigiannis.pdf](http://library.tee.gr/digital/books_notee/book_59509/book_59509_katsigiannis.pdf)

### Περιοδικά-Εφημερίδες

1)Τεχνικά Χρονικά ,Ιούλιος 1955 , τεύχος 85 , σ.28 ,άρθρο αφιέρωμα «Η ΕΛΛΑΣ ΕΙΣ ΤΑΣ ΔΙΕΘΝΕΙΣ ΕΚΘΕΣΕΙΣ ΤΟΥ ΕΞΩΤΕΡΙΚΟΥ» , συγγραφέας Δ.Μωρέτης.

2) Τεχνικά Χρονικά 126-7/1937 ,232-8

3) Α Γ.Σημαιοφορίδση και Γ.Τζιρτζιλάκης ,φι Αφιέρωμα “Ο Le Corbusier και η Ελλάδα”, ΑΡΧΙΤΕΚΤΟΝΙΚΑ ΘΕΜΑΤΑ 21/1987,

4) Wayne Attoe , University of Wisconsin-Milwaukee, άρθρο «Σκηνογραφικές πόλεις και ζωντανά θεάματα. Μια θεώρηση της αρχιτεκτονικής και του τουρισμού», περιοδικό Αρχιτεκτονικά Θέματα ,9/1975,τ.44.



5) Άρης Κωνσταντινίδης ,Το έργο της υπηρεσίας μελετών του Ελληνικού Οργανισμού Τουρισμού ,Αρχιτεκτονικά Θέματα τεύχος 1/1967,σ.124

6) Χ.Α.Σφαέλου ,περιοδικό Αρχιτεκτονική ,άρθρο του, «ΑΡΧΙΤΕΚΤΟΝΙΚΗ ΚΑΙ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ», τευχος 1958 .

7) Με δύο λόγια» ,περιοδικο Ξενία,Περίοδος Β΄,Τομ.Ζ ,Τευχ.,]. 40,Νοέμβριος 1950 ,

8)«Αι προτάσεις ξένου ομίλου δι'ανέργεσιν τουριστικού ξενοδοχείου εις Αθήνας», Ελευθερία ,13/10/1955 ,

9) Τεχνικά Χρονικά ,Ιούλιος 1955 , τεύχος 85 ,,άρθρο αφιέρωμα «Η ΕΛΛΑΣ ΕΙΣ ΤΑΣ ΔΙΕΘΝΕΙΣ ΕΚΘΕΣΕΙΣ ΤΟΥ ΕΞΩΤΕΡΙΚΟΥ» , συγγραφέας Δ.Μωρέτης

10) Α.Ιωαννίδης , εφημερίδα «Ναυτεμπορική» ,φ.25-4-55.

11) Εχρη 1967” Το ελληνικό περίπτερο,περιοδικό Αρχιτεκτονική Αυγ. - Σεπτ. 1967 έτ. 11ον, τεύχ. 64

12) Π.Σακελλάριος- Ιπ.Παπαηλιόπουλος , “Το ελληνικό περίπτερο στην έκθεση της Οζάκα” , Αρχιτεκτονική,Νο.80 , 1970 , σ.46, όπου δημοσιεύονται φωτογραφίες και σχέδια , καθώς και μιλια θεωρητική θεμελίωση της αρχιτεκτονικής ιδέας.

13) Δ.Πορφύριος ,”Η μοντέρνα αρχιτεκτονική στην Ελλάδα 1950-75” ,Θέματα Χώρου+Τεχνών 10/1979,

14) Πολυξένη Μάντζου, «It’s a small world after all», περιοδικό Αρχιτέκτονες, τ.40,2003,σελ.71.

15) Γ.Τσαλουχίδης,“Παραδοσιακό χωριό στη Κέρκυρα” , Καθημερινή ,17.6.1977

16) Άρης Κωνσταντινίδης, «Αρχιτεκτονική και Παράδοση- με αναφορά στο πρόγραμμα του ΕΟΤ για τους παραδοσιακούς οικισμούς», περ.ΑΡΧΙΤΕΚΤΟΝΙΚΑ ΘΕΜΑΤΑ, Τ.41,1977, σ.301.

17) Α.Δημητρακόπουλος, «Από Genius Loci σε Genius Mickey», Αφιέρωμα Medialand-

Disneyland, περ. Αρχιτέκτονες, τευχ. 40 –περίοδος Β΄, Ιούλιος –Αύγουστος 2003 ,σελ.63.  
18)Μιχ. Πολίτη (υπ. Εξωτερικών), άρθρο στο Ελεύθερον Βήμα, 19-6-1939, με σχόλια για το ελληνικό περίπτερο στην έκθεση στη Νέα Υόρκη.

19) Γ.Π.Λάββας ,άρθρο « Η Αρχιτεκτονική των επαναστάσεων και των δικτατοριών . Μορφολογία της ελπίδας και της ανάμνησης» , ΑΡΧΙΤΕΚΤΟΝΙΚΑ ΘΕΜΑΤΑ ,9/1975 ,τ.44,



