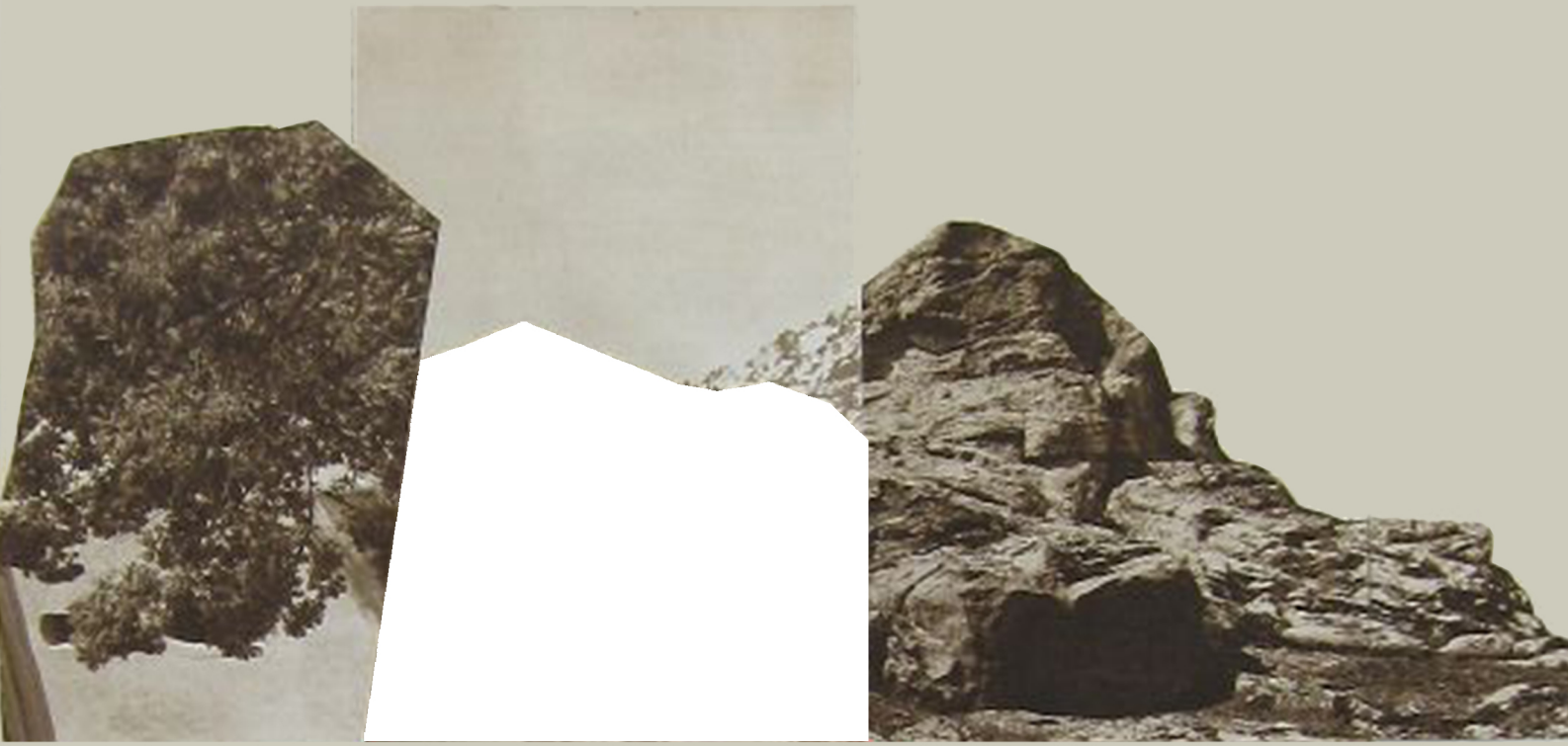


ΤΩΝ: ΚΑΡΑΜΠΟΥΖΗ ΕΥΑΓΓΕΛΙΑ
ΛΙΑΚΟΥ ΓΕΩΡΓΙΑ

ΕΠΙΒΛΕΠΩΝ: ΣΚΟΥΤΕΛΗΣ ΝΙΚΟΣ

εν-τόπια ατοπήματα

αναζητώντας
το ελληνικό αποτύπωμα στις
τουριστικές διαδρομές

επιβλέπων καθηγητής: Σκουτέλης Νικόλαος

γλωσσική επιμέλεια: Λιάκου Ευαγγελία

Πολυτεχνείο Κρήτης

Σχολή Αρχιτεκτόνων Μηχανικών

Χανιά 2015

εν-τόπια ατοπήματα

αναζητώντας το ελληνικό αποτύπωμα
στις τουριστικές διαδρομές

Καραμπούζη Ευαγγελία

Λιάκου Γεωργία

ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ

ΠΡΟΛΟΓΟΣ 8

ΕΙΣΑΓΩΓΗ 12

ΒΑΣΙΚΕΣ ΕΝΝΟΙΕΣ

Το πνεύμα του τόπ(ι)ου 16

ΕΝ ΑΡΧΗ΄ΗΝ ... ΤΟ ΤΑΞΙΔΙ

Η μετάλλαξη του «ταξιδιού» 22

Σύγχρονοι «τουρίστες» και Τυπολογία 29

«Σκηνοθετημένη αυθεντικότητα» 35

Η βιομηχανία της απόδρασης 39

«GREECE...the Gods live here»,

ΤΑ ΝΟΗΜΑΤΑ ΠΙΣΩ ΑΠΟ ΤΙΣ ΕΛΛΗΝΙΚΕΣ ΚΑΡΤ ΠΟΣΤΑΛ **46**

Some sun... ..... **53**

...some sea... ..... **54**

...some ruins **57**

Live your myth in Greece και η αρχιτεκτονική
του τουριστικού τοπίου **63**

ΠΕΡΙ ΕΛΛΗΝΙΚΟΤΗΤΑΣ, οι τρεις προσεγγίσεις του τοπίου **68**

Οπτική προσέγγιση **75**

Πολιτισμική προσέγγιση **85**

Αισθητηριακή προσέγγιση **91**

ΠΕΡΙ ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΩΝ **98**

ΠΗΓΕΣ **112**

ΠΡΟΛΟΓΟΣ

Για να καταλήξουμε στο θέμα της παρούσας εργασίας, περάσαμε από διάφορα στάδια μελέτης και έρευνας,με τον όρο τοπίο ως βασικό εργαλείο επέμβασης, αναζητώντας ένα θέμα όχι απλά επίκαιρο, αλλά ταυτόχρονα ενδιαφέρον και παραγωγικό. Μετά από σκέψη, συνειδητοποιήσαμε ότι ένα θέμα που χρήζει και απολαμβάνει αυξάνουσας προσοχής είναι ο τουρισμός, και πιο συγκεκριμένα πώς το ελληνικό τοπίο αλληλεπιδρά, χαρακτηρίζεται και μεταλλάσσεται, ιδωμένο μέσα από το πρίσμα της τουριστικής κίνησης και βιομηχανίας. Πέραν από τις αιτίες της έρευνάς μας, που σχετίζονται με τον προβληματισμό μας για την αρχιτεκτονική του τουριστικού τοπίου, οι αφορμές για την παραγωγή μιας εργασίας με επίκεντρο το προαναφερθέν ζήτημα ήταν τόσο η οικονομική κρίση, όσο και η παρουσία της Ελλάδας στην Μπιενάλε της Βενετίας για το έτος 2014.[1]

Αν ανατρέξουμε στα οικονομικά δεδομένα της χώρας μας και στις βιομηχανίες όπου στηρίζεται το οικονομικό της οικοδόμημα, θα βρούμε πέρα από τον πρωτογενή και δευτερογενή τομέα παραγωγής, έναν ενεργό και δραστήριο τριτογενή τομέα, περιστρεφόμενο κυρίως – ή σχεδόν αποκλειστικά- γύρω από τον τουρισμό. Τα τελευταία χρόνια λόγω της οικονομικής ύφεσης, η ανάγκη καλύτερης αξιοποίησης της «σίγουρης» αυτής πηγής εισοδήματος οδήγησε τους ενασχολούμενους με αυτή αλλά και την Ελλάδα εν γένει να αλλάξουν τον τρόπο θέασης των πραγμάτων και να μεταβούν σε διαρθρωτικές για τον τόπο αλλαγές. Προσπαθώντας, λοιπόν, να βοηθήσουμε την οικονομική ανάκαμψη, χρειάστηκε να στηριχθούμε περισσότερο στον τουριστικό τομέα, ιδιαίτερα αν αναλογιστούμε τα σημαντικά τοπιακά, ιστορικά και πολιτισμικά στοιχεία που έχει να προσφέρει η χώρα μας. Στη διαδικασία επαναπροσδιορισμού της τουριστικής μας βιομηχανίας έπρεπε να λάβουμε υπόψη μας τα παγκόσμια τουριστικά πρότυπα, την νέα αντίληψη της έννοιας των διακοπών, τις διαφορετικές ανάγκες που προκύπτουν μέσα από την καθημερινή ζωή και φυσικά την εικόνα των ταξιδιών, όπως αυτή διαμορφώνεται μέσα από τα μέσα μαζικής ενημέρωσης.

---

[1] Το θέμα της biennale (2014) όπως το διατύπωσε ο κεντρικός επιμελητής της διοργάνωσης, ολλανδός αρχιτέκτονας ο Ρεμ Κούλχαας, με γενικό τίτλο *«Fundamentals» («Τα ουσιώδη»)*, έχει να κάνει με την αφομοίωση της νεωτερικότητας - της έννοιας του μοντέρνου - από το 1914 έως τις ημέρες μας. *«Οι συμμετοχές των χωρών θα πρέπει να αναδείξουν τη διαδικασία απώλειας, σβησίματος, κατάργησης των εθνικών αρχιτεκτονικών χαρακτηριστικών προς χάρη της υιοθέτησης μιας παγκόσμιας αρχιτεκτονικής, ενός και μοναδικού αρχιτεκτονικού λεξιλογίου. Ας μην ασχοληθούμε με την αρχιτεκτονική κατασκευή κι ας μπούμε στην ουσία της. Στα πλακάκια, στους τοίχους, στην οροφή που κάθε αρχιτέκτονας έχει κατασκευάσει, για να εξετάσουμε πώς συνέβη αυτή η αφομοίωση».* Στο άρθο *«Αρχιτεκτονική με βλέμμα στον τουρισμό: Η ιδέα πίσω από την ελληνική συμμετοχή στη Βενετία»*, Ανακτήθηκε: 22/1/2014, από www.*ta nea.gr*.

◀ 'breathing' κολάζ, Gray Wielebinski.

Σε δεύτερο χρόνο, στηριχθήκαμε στην ελληνική συμμετοχή στη Μπιενάλε της Βενετίας για το έτος 2014, η οποία σχετίζεται με τα τουριστικά τοπία και την πορεία τους μέσα στα χρόνια.

> *«Τοπία τουρισμού/Ξαναφτιάχνοντας την Ελλάδα». «Some sun, some sea, some ruins – τα βασικά υλικά του ελληνικού τουρισμού είναι εδώ και δεκαετίες απαράλλακτα, με την αυτιστική προσκόλληση στα προφανή και στις εικονογραφικές ευκολίες».*[2]

Σύμφωνα με τον Γιάννη Αίσωπο, καθηγητή και εθνικό επίτροπο της Ελλάδας στη Μπιενάλε Αρχιτεκτονικής, η κρίση αποτελεί καταλύτη όταν πρόκειται για επαναπροσδιορισμό των καταστάσεων και επαναφορά στο προσκήνιο ποιοτήτων και χαρακτηριστικών που είχαν χαθεί.

Πολλοί αρχιτέκτονες και ερευνητές έχουν στρέψει την προσοχή τους τα τελευταία χρόνια, ιδιαίτερα με την έλευση της κρίσης, στην ανάλυση του αντίκτυπου που έχει ο σύγχρονος τουρισμός στο ελληνικό τοπίο. Συνεπώς, θα πρέπει μάλλον να αναρωτηθούμε: ***ποιό θα έπρεπε να είναι και ποιό είναι τελικά το αποτύπωμα που αφήνει πίσω της η βιομηχανία του τουρισμού;***

---

[2] Γ. Αίσωπος. Από το *Live your myth in Greece*, στην Μπιενάλε της Βενετίας με το *Remaking Greece: Tourism Landscapes*. Ανακτήθηκε: 4/2/2014, από www. popaganda.gr.

ΕΙΣΑΓΩΓΗ

Πριν ξεκινήσουμε να αναλύουμε ενδελεχώς την προσέγγισή μας στο φαινομενικά γενικό θέμα που επιλέξαμε, θα επιχειρήσουμε να παραθέσουμε τον τρόπο έρευνάς μας και τα στάδια από τα οποία αποτελείται η εργασία. Έτσι, θα καταστεί ευκολότερη η κατανόηση και θα αποφευχθούν τυχόν παρερμηνείες και ασάφειες.

Αρχικά, πριν ξεκινήσουμε να καταθέτουμε και να δομούμε τις απόψεις μας, αναζητήσαμε μια πλήρη βιβλιογραφία και αρθρογραφία που συνέβαλλε σφαιρικά για την έρευνά μας. Προσπαθώντας να αποφύγουμε άτοπες γενικεύσεις και μονόπλευρες οπτικές, επεκτείναμε το γνωστικό μας πλαίσιο, μέσα από μια διεπιστημονική προσέγγιση που περιελάμβανε και μη αρχιτεκτονικά κείμενα, όπως για παράδειγμα θέματα πολιτικής σκέψης. Στη συνέχεια, αποδελτιώσαμε τα κείμενα που προσιδιάζουν καλύτερα στη θεματική μας και την προσωπική μας άποψη σχετικά και ξεκινήσαμε τη συγγραφή.

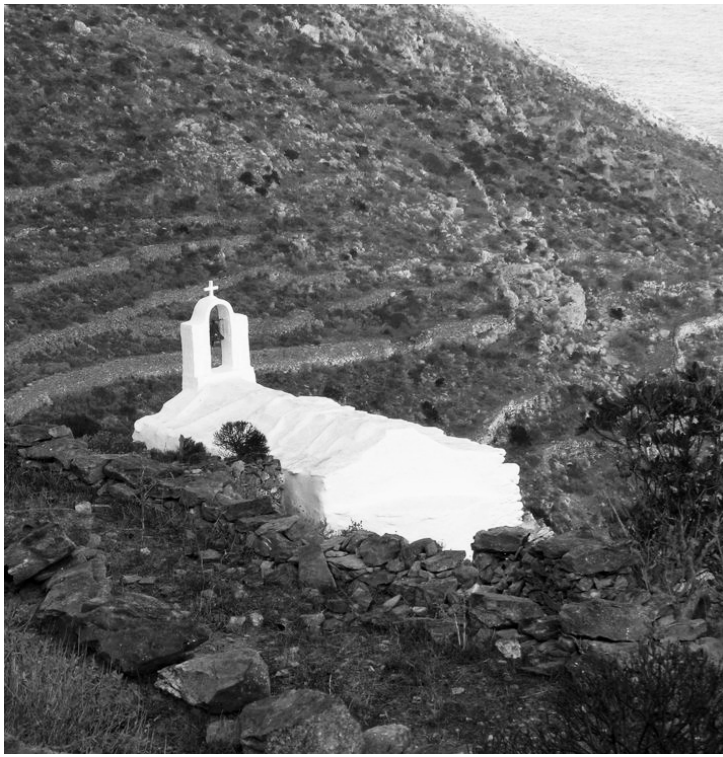
Στο πρώτο στάδιο της εργασίας, θα αναλύσουμε τον τουρισμό στο ελληνικό έδαφος και τις μεταλλάξεις που παρατηρούνται μέσα στην πάροδο του χρόνου. Θα καταλήξουμε προοδευτικά στο σημερινό τουριστικό μοτίβο και θα επικεντρωθούμε στις σχέσεις τουρισμός και τοπίο. Η κατανόηση των αιτιών είναι άλλωστε απαραίτητη προκειμένου να προκύψουν ερωτήματα και να προταθούν πιθανές κατευθύνσεις.

Έπειτα, θα επικεντρωθούμε στα αποτελέσματα που επέφεραν οι παραπάνω αιτίες, όπως είναι για παράδειγμα η εν μέρει αποσπασματική - και κατά περίπτωση επίπλαστη - εικόνα της Ελλάδας που προωθείται από τα μέσα μαζικής ενημέρωσης και κατά συνέπεια η αποσπασματική εκμετάλλευση του τοπίου.

Αναγκαία κρίνεται στη συνέχεια η αντιδιαστολή της παραπάνω κατάστασης με την ουσία του ελληνικού τοπίου όπως αυτό διαφαίνεται μέσα από την αρχιτεκτονική, τη μνήμη και παράδοση της Ελλάδας αλλά και τη λογοτεχνική της παραγωγή. Κοινώς, θα καταλήξουμε να αποκωδικοποιήσουμε την έννοια του ελληνικού χαρακτήρα του εκάστοτε τόπου.

Στοιχεία του ελληνικού τοπίου που προσδιορίζουν την έννοια της ελληνικότητας: ο ανεμόμυλος (Αμοργός), το ξωκκλήσι (ως εμβληματική παρουσία στο μοναχικό τοπίο, Νάξος).

▼



Οδηγούμενοι προς τα τελικά συμπεράσματα, καταλήγουμε στο τέταρτο και τελευταίο κεφάλαιο, όπου θα θέσουμε ερωτήματα που προέκυψαν κατά τη διάρκεια της μελέτης και θα προτείνουμε πιθανές λύσεις σε θεωρητικό και πρακτικό επίπεδο. Θα επιχειρήσουμε να ανασυνθέσουμε την έννοια του ελληνικού τουρισμού, σεβόμενοι τις ιδιομορφίες του τόπου.

«Η ανθρωπότητα δεν εκπροσωπεί μια εξέλιξη προς το καλύτερο ή το δυνατότερο ή το υψηλότερο, όπως πιστεύουν σήμερα. Η «πρόοδος» είναι απλώς μια μοντέρνα ιδέα, δηλαδή μια ψευδής ιδέα[…] η περαιτέρω ανάπτυξη δεν είναι ουδόλως, καθ' οιανδήποτε αναγκαιότητα, ανύψωση, επίταση, ενίσχυση.»[3]

[3] Φ. Νίτσε. *Ο Αντίχριστος*. Μεταφρ.: Σ. Ζήσης, Θεσσαλονίκη: Εκδόσεις Πανοπτικόν, 2010, σελ. 17.

ΒΑΣΙΚΕΣ ΕΝΝΟΙΕΣ

Σε αυτό το σημείο, αξίζει παρένθετα να παραθέσουμε τι ακριβώς εννοούμε όταν χρησιμοποιούμε την έννοια «**τόπος**». Στο βιβλίο του Schulz «Genius Loci, Το Πνεύμα του Τόπου», διαβάζουμε: «*Γενικά, ένας τόπος παρουσιάζεται ως ένα σύνολο που αναδίδει ένα χαρακτηριστικό ή «ατμόσφαιρα». Ο τόπος είναι, συνεπώς, ένα ποιοτικό, «ολικό» φαινόμενο, που δεν μπορούμε να το περιορίσουμε σε καμία από τις επιμέρους ιδιότητές του, όπως για παράδειγμα τις χωρικές σχέσεις που ενυπάρχουν σ' αυτόν, χωρίς να μας διαφύγει η συγκεκριμένη φύση του*».[4]

Το **φυσικό τοπίο** δε, ανάλογα με τις εκάστοτε τοπικές συνθήκες φέρει μια ιδιαίτερη ταυτότητα, η οποία επηρεάζει και τον τρόπο που χτίζουμε σε αυτό: «*τα κτίσματα συνδέονται περαιτέρω με το περιβάλλον τους καθώς στέκουν στο έδαφος και υψώνονται προς τον ουρανό*».[5] Με τον όρο «**φυσικός τόπος**» αναφερόμαστε σε μια σειρά από περιβαλλοντικά επίπεδα (ηπείρους, χώρες, μικρές περιοχές). *Όλοι αυτοί οι «τόποι» χαρακτηρίζονται από τις συγκεκριμένες ιδιότητες της γης και του ουρανού*.[6] Ο φυσικός τόπος έρχεται σε αντίθεση με τον ανθρωπογενή, αν και μια μελέτη του δεύτερου θα πρέπει να στηρίζεται στη μελέτη του φυσικού στοιχείου και «*θα πρέπει να θέτει τη σχέση με το φυσικό περιβάλλον ως σημείο εκκίνησης*».[7]

Αν τώρα επιχειρήσουμε να συγκεκριμενοποιήσουμε και να ορίσουμε την έννοια «**τοπίο**», θα έρθουμε αντιμέτωποι με πολλά προβλήματα, που προκύπτουν από τη δυσκολία ακριβούς ορισμού, δεδομένης της σημασιολογικής του έκτασης. Όπως επισήμανε ο George Simmel, «*το να βλέπει κανείς ως τοπίο ένα κομμάτι εδάφους, μαζί με ό,τι υπάρχει πάνω σε αυτό, σημαίνει να παρατηρεί, αυτή την φορά τη δική του πλευρά, ένα απόσπασμα της φύσης ως ενότητα, κάτι το οποίο καθίσταται εντελώς ξένο προς την έννοια της φύσης. Πρόκειται για μια εποπτεία κλεισμένη στον εαυτό της, που γίνεται αντιληπτή ως αυτάρκης ενότητα, κι ωστόσο διαπλέκεται με κάτι το οποίο εκτείνεται*

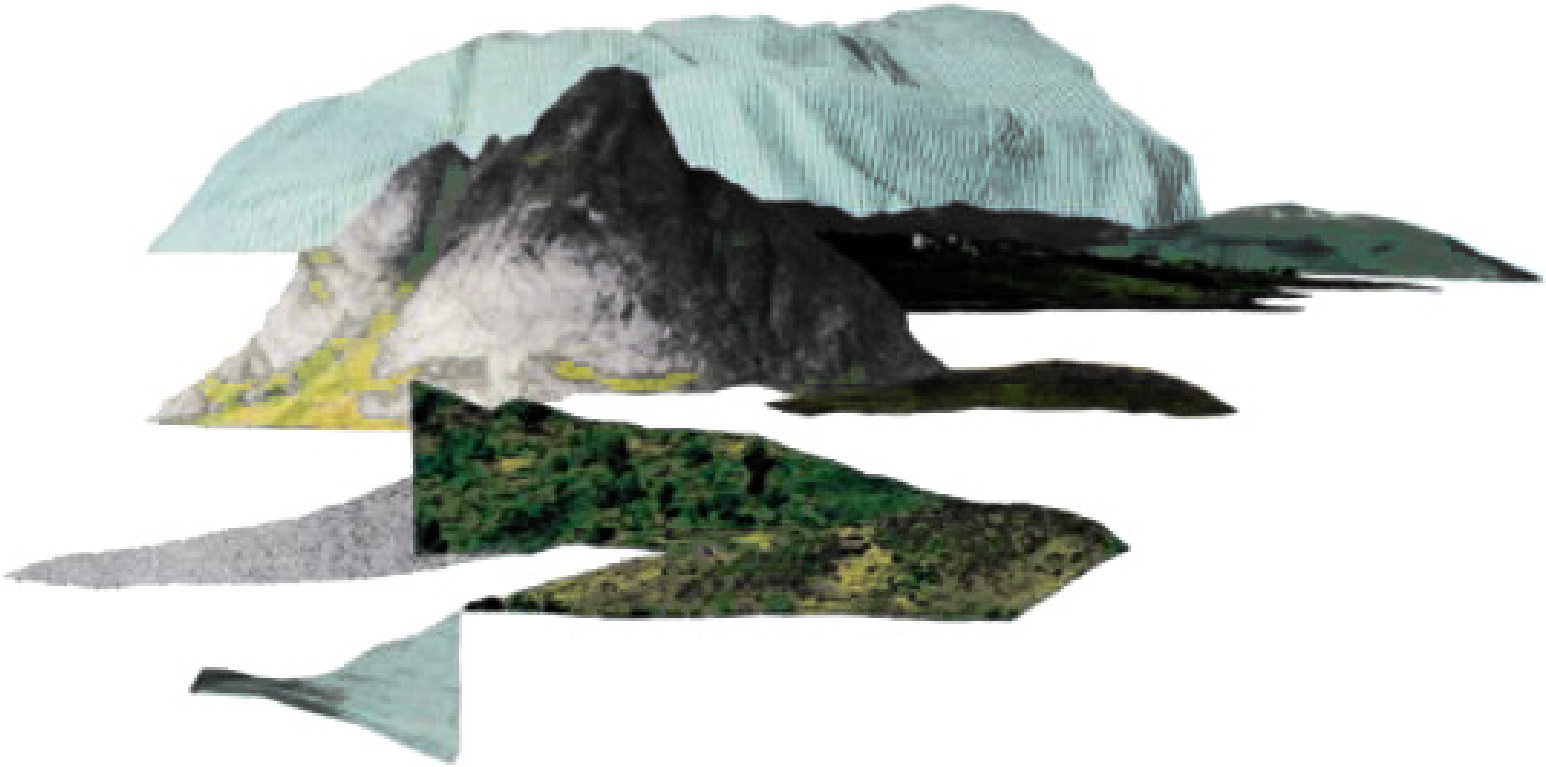
---

[4] C. Norberg-Schulz. *Genius Loci, Το Πνεύμα του Τόπου, Για μια Φαινομενολογία της Αρχιτεκτονικής*. Μεταφρ.: Μ. Φραγκόπουλος. Αθήνα: Παν/μιακές εκδόσεις ΕΜΠ, 2009, σελ.9.

[5] Ό.π., σελ. 12.

[6] Ό.π., σελ. 38.

[7] Ό.π., σελ. 56.



▲
"river systems", μέρος τριπτύχου κολάζ. Raúl Lázaro.

απείρως περισσότερο και την υπερβαίνει, περικλειόμενη σε όρια τα οποία δεν υπάρχουν για την λανθάνουσα, ετερότοπη αίσθηση του θεϊκού Ενός, του όλου της φύσης».[8] Παρόλα αυτά, στο έργο του W.J.T Mitchell «Imperial Landscape», εντοπίζεται μια αρκετά ικανοποιητική προσπάθεια ορισμού: «*το τοπίο είναι μια φυσική σκηνή διαμεσολαβημένη από πολιτισμό. Είναι μαζί χώρος σε αναπαράσταση και σε παρουσία, σημαίνον αλλά και σημαινόμενο, ένα πλαίσιο και ό,τι αυτό πλαισιώνει, πραγματικός τόπος αλλά και το είδωλό του, μια συσκευασία αλλά και το προϊόν μέσα στη συσκευασία».*[9]

Ο τουρισμός κυριαρχείται από τη θέαση, ο τουρίστας ταξιδεύει για να δει τα αξιοθέατα. Όπως ο τουρισμός οικειοποιείται το χώρο, έτσι οικειοποιείται και την όραση. Τα αξιοθέατα μπορούν να κατανοηθούν σαν οπτικές κατασκευές που καδράρουν την όραση μέσα σ' ένα ασφαλές, αγνό, οπτικό πεδίο ενώ απομακρύνουν τα κακώς κείμενα σε μια τυφλή ζώνη.[10]

---

[8] G. Simmel. *Φιλοσοφία του τοπίου*. Στο G. Simmel & J. Ritter & E. Gombrich, *Το Τοπίο*. Μεταφρ.: Γ. Σαγκριώτης, Λ. Αναγνώστου, Ν. Δασκαλοθανάσης. Αθήνα: Εκδόσεις Ποταμός 2004, σελ.13.

[9] W. J. T . Mitchell. *Imperial Landscape*. Στο W. J. T. Mitchell (ed.), *Landscape and Power*. Chicago: The University of Chicago Press, 1994, σελ.5-34.

[10] Ε. Τσιγαρίδα. *Το αυθεντικό-οι μύθοι και οι αλήθειες της τουριστικής αρχιτεκτονικής- Άρης Κωνσταντινίδης και ΕΟΤ*. Στο συνέδριο με θέμα: *Πολιτιστικό περιβάλλον και τουρισμός: ο ρόλος του αρχιτέκτονα*, 20-23/9/2001: Καβάλα.

Εν αρχή ήν ... το ταξίδι

«Ο ταξιδιώτης βλέπει ό, τι βλέπει,
ενώ ο τουρίστας βλέπει ό, τι έχει έρθει να δει.»

G. Chesterton, βρετανός συγγραφέας, 1874-1936.

Η μετάλλαξη του «ταξιδιού»…

Ο τουρισμός μετά το ΄50 είναι μια συνηθισμένη δραστηριότητα και αποτελεί αναπόσπαστο τμήμα της καθημερινής ζωής και πραγματικότητας στα πλαίσια μιας παγκοσμιοποιημένης κοινωνίας. Όπως και σε κάθε άλλο τομέα, έτσι και στον τουρισμό παρατηρούνται αλλαγές και μεταλλάξεις μέσα στα χρόνια, με νέα είδη ταξιδιωτών να εμφανίζονται και άλλα να παρακμάζουν. Έτσι, σήμερα μπορούμε να καταλήξουμε με κάποια ασφάλεια στο συμπέρασμα ότι το κυρίαρχο είδος τουριστικής κίνησης είναι ο μαζικός τουρισμός.

Πώς όμως έφτασε ο τουρισμός να λάβει το μέγεθος μιας σχεδόν μεταναστευτικής κίνησης όπου ορδές ανθρώπων κινούνται σωρηδόν προς μια κατεύθυνση; Η Sylvie Zavatta στον πρόλογο μιας συλλογής κειμένων με τίτλο *Back to the front: Tourisms of War*, υποστηρίζει ότι *ο τουρισμός είναι ένα μαζικό φαινόμενο του 20ου αιώνα που συνιστά μεγαλύτερη μετακίνηση ανθρώπων απ' ότι ο Β΄ Παγκόσμιος Πόλεμος*. Έτσι εξηγείται κα η εντατική μελέτη του φαινομένου τόσο από οικονομολόγους, όσο και από πολεοδόμους και αρχιτέκτονες: αντιπροσωπεύει μια θεμελιώδη ομάδα συμφερόντων που καμία επικράτεια δεν μπορεί οικονομικά να την παραβλέψει.[11]

Ανατρέχοντας τώρα στην ιστορία, θα δούμε ότι οι άνθρωποι ταξίδευαν ανέκαθεν ωθούμενοι από αναγκαιότητες, πρωτίστως βιολογικές αλλά και οικονομικές: για τις πρωτόγονες νομαδικές κοινωνίες, η συνεχής μετακίνηση από τόπο σε τόπο γινόταν για λόγους επιβίωσης (ανεύρεση τροφής, ασφαλέστερη κατοικία, ευνοϊκότερες κλιματολογικές συνθήκες κ.λπ.), ενώ κίνητρο των αρχαίων λαών για τις πολεμικές εκστρατείες δεν ήταν φυσικά η ευχαρίστηση που προσφέρει το ταξίδι, αλλά η εδαφική επέκταση και η λαφυραγωγία. Ακόμα και οι εξερευνητές και κατακτητές της Λατινικής Αμερικής και άλλων ηπείρων του 15ου και 16ου αιώνα δεν είχαν ως σκοπό τόσο την ικανοποίηση «προσωπικών πόθων», όσο την επιδίωξη χειροπιαστών αποτελεσμάτων, αφού οι ίδιοι αποτελούσαν «εργαλεία» της πολιτικής των χωρών τους.[12] Οι πρώτοι που με δική τους απόφαση ξεκίνησαν για τα ξένα ήταν έμποροι, όμως εκτός από εμπορικούς και οικονομικούς λόγους, λόγοι μορφωτικοί ενίσχυσαν καθοριστικά

---

[11] S. Zavatta. Στο Diller E. & Scofidio R. (ed.). *Back to the front: Tourisms of War*. F.R.A.C. Basse Normandie, France: Princeton, Architectural Press, 1994.

[12] H. M. Enzensberger. *Πολτική και πολιτισμός*, 2000. Όπως αναφέρεται στο: Χ. Μπονάρου, *Οπτικός πολιτισμός και τουρισμός*, Αθήνα : Εκδόσεις Παπαζήση, 2012, σελ. 17.

▲ Απόβαση το 1778 του Τζέιμς Κουκ στα νησιά της Χαβάης. Ο Τζέιμς Κουκ (1728 – 1779) ήταν Άγγλος εξερευνητής, θαλασσοπόρος, χαρτογράφος και καπετάνιος του βρετανικού βασιλικού ναυτικού. Ο Κουκ έκανε τρία εξερευνητικά ταξίδια για λογαριασμό της Μεγάλης Βρετανίας και έπλευσε δύο φορές τον γύρο του κόσμου.

την ανάγκη επαφών μεταξύ ανθρώπων του αρχαίου κόσμου και συνέβαλλαν στην πραγματοποίηση ταξιδιών. Εξίσου ισχυρό υπήρξε και το κίνητρο για ταξίδια θρησκευτικού σκοπού, που συγκαταλέγονται ουσιαστικά μεταξύ των πρώτων ταξιδιών αναψυχής (επισκέπτες στην Αίγυπτο).[13]

Σημαντικό κεφάλαιο στην ιστορία του τουρισμού, αποτέλεσαν τα ταξίδια των άγγλων, κυρίως, αριστοκρατών κατά τον 16° αιώνα, που πήραν την ονομασία «*Grand Tour*»,[14] έθιμο κατά το οποίο έστελναν οι πλούσιοι αριστοκράτες τους γιούς τους στην Ευρώπη για να ολοκληρώσουν τη μόρφωσή τους και να διευρύνουν τον ορίζοντα των γνώσεών τους.[15] Το Grand Tour αποτέλεσε ουσιαστικά την πρώτη συστηματική ανάπτυξη τουριστικών ταξιδιών της ανερχόμενης μεσαίας τάξης της εποχής με τη μορφή της περιήγησης, που πλέον είχε αναχθεί σε πολιτιστική και μορφωτική διαδικασία.[16]

Γενικά στην Ευρώπη και προοδευτικά και στην Ελλάδα αυτό που ονομάζουμε «τουρισμός» ξεκίνησε αμέσως μετά τους Βαλκανικούς Πολέμους το 1914 και συνεχίστηκε μέχρι και το 1924,[17] με τη μορφή περιηγήσεων για ερευνητικούς σκοπούς. Είναι γεγονός πως εκείνη την περίοδο ο μόνος τρόπος ανταλλαγής

---

[13] L.E. Hudman & D.E. Hawkins. *Film tourism and destination marketing: The case of Captain Corelli's Mandolin*, 2006. Όπως αναφέρεται στο Χ. Μπονάρου, *Οπτικός πολιτισμός και τουρισμός*, Αθήνα : Εκδόσεις Παπαζήση, 2012, σελ. 17.

[14] *« Από τον δέκατο έβδομο αιώνα, το Grand Tour («Μεγάλη Περιήγηση» ή «Μεγάλος Γύρος») ήταν ένα απαραίτητο ταξίδι που πραγματοποιούσαν οι ανήκοντες στις ανώτερες τάξεις, ακολουθώντας ένα προκαθορισμένο δρομολόγιο για να γνωρίσουν τα μνημεία της αρχαιότητας και να επισκεφθούν αρχαίες τοποθεσίες της Ευρώπης. Το ταξίδι αυτό ήταν ένα στάδιο εκπαιδευτικής μύησης που παρείχε στους ταξιδιώτες-επισκέπτες τη δυνατότητα να δουν από κοντά συγκεκριμένα έργα τέχνης, να ακούσουν διαφορετική μουσική και να περιηγηθούν στα ερείπια της κλασικής περιόδου. Το Grand Tour συνεχίστηκε κατά τον δέκατο όγδοο αιώνα, όταν διευρύνθηκε ως σκοπός χάρη στην ανάπτυξη νέων, ταχύτερων και φθηνότερων μέσων μεταφοράς, σηματοδοτώντας τελικά την αφετηρία του σύγχρονου τουρισμού. Παρότι η Ελλάδα δεν ήταν μέρος του αρχικού Grand Tour, συμπεριλήφθηκε στο δρομολόγιο των περισσότερων ταξιδιωτών από το τέλος του δέκατου ογδόου αιώνα και μετά».* Από την έκθεση *:The last grand tour, σύγχρονοι περιηγητές της Ελλάδας*. Μουσείο Κυκλαδικής Τέχνης.15/04-10/10/2014.

[15] B. Porges. «The Grand Tour: Travel as an Educational Device». Όπως αναφέρεται στο Π. Τσάρτας, Κοινωνικές και οικονομικές επιπτώσεις της τουριστικής ανάπτυξης στο Νομό Κυκλάδων και ιδιαίτερα στα νησιά Ίος και Σέριφος κατά την περίοδο 1950-1980. Αθήνα: εθνικό κέντρο κοινωνικών ερευνών, 1989, σελ. 22.

[16] Π. Τσάρτας. *Τουρίστες, ταξίδια, τόποι: Κοινωνιολογικές προσεγγίσεις για τον τουρισμό*. Αθήνα: Εκδόσεις Εξάντας, 1996, σελ.15.

[17] Ζ. Κοτιώνης. *Η τρέλα του τόπου, Αρχιτεκτονική στο Ελληνικό Τοπίο*. Αθήνα: Εκδόσεις Εκκρεμές, 2004.

ιδεών και απόψεων ήταν τα ταξίδια, γεγονός που εντάθηκε με την ανάπτυξη του εμπορίου όπως παρατηρείται και τα επόμενα χρόνια. Πριν την οικονομική ύφεση που ξεκίνησε το 1929 στην Αμερική και επηρέασε και τη χώρα μας στις αρχές της δεκαετίας του ’30, υπήρχαν ακόμα και πολλοί προσκυνητές που περιηγούνταν για θρησκευτικούς λόγους.

Στη συνέχεια, παρατηρείται μια τουριστική έκρηξη μετά το Δεύτερο Παγκόσμιο Πόλεμο, τη δεκαετία του ’50, όπου γίνονται εμφανή τα πρώτα ψήγματα μαζικής τουριστικής κίνησης. Τις δεκαετίες ’50 και ’60 η Ελλάδα είναι πρώτη επιλογή για τους τουρίστες όλου του κόσμου. Η χώρα μας, δεν έχει ακόμα επηρεασθεί από το «δυτικό» πολιτισμό και όλοι οι ξένοι την προτιμούν για την παρθενικότητα του τοπίου και την απλότητα και τον αυθορμητισμό των κατοίκων της. Την ίδια εποχή, το Χόλιγουντ έχοντας εξαντλήσει τη μυθοπλαστική του ικανότητα, στρέφεται προς την Ευρώπη και επειδή έχουν προηγηθεί οι τουριστικές επισκέψεις, διαπιστώνει ότι το Ελληνικό τοπίο διακρίνεται για την ποικιλία των μορφών του, την καθαρότητα και τη φωτεινότητά του και έρχεται με προτάσεις για γυρίσματα ταινιών.[18]

[18] Χαρακτηριστικά παραδείγματα ταινιών εκείνης της εποχής είναι: «Ο Χριστός ξανασταυρώνεται» (1956), «Το παιδί και το δελφίνι» (1957), «Ποτέ την Κυριακή» (1960), «ο λέων της Σπάρτης» (1962) και «Αλέξης Ζορμπάς» (1964). Αυτές οι ταινίες θα αποτελέσουν τους καλύτερους διαφημιστές της Ελλάδας και έμμεσα συμβάλλουν στη δημιουργία θέσεων εργασίας και στην αύξηση του τουριστικού ρεύματος.

XENIA HOTELS GREECE

◀ *Τα κτίρια αυτά συνέχισαν με επιτυχία την αρχιτεκτονική του μοντέρνου, σε άλλη κλίμακα πλέον και με προδιαγραφές που κατέστησαν τον ελληνικό τουρισμό ανταγωνιστικό σε διεθνές επίπεδο.*

Μέσα σε μια δεκαετία όμως το σκηνικό άλλαξε δραματικά, καθώς στα χρόνια που ακολούθησαν μέχρι και το 1967 συνέρρεε μεγάλος αριθμός τουριστών στην Ελλάδα, πολύ μεγαλύτερος απ' ότι στο παρελθόν. Αυτό σταδιακά οδήγησε στα χρόνια του '60 στην πρώτη καμπάνια του ΕΟΤ και τη δημιουργία των τουριστικών καταλυμάτων ονόματι «ΞΕΝΙΑΣ» για να στεγαστούν οι εισερχόμενοι ταξιδιώτες.[19] Στις τρεις περίπου δεκαετίες που ακολούθησαν (1967-1991) έγινε πλέον εμφανές ότι ο μαζικός τουρισμός ήταν το μέλλον της γενικότερης τουριστικής κίνησης και ξεκίνησε η καλπάζουσα –και συχνά άκριτη- ανοικοδόμηση, η κατασκευή μεγάλων ξενοδοχειακών μονάδων και προοδευτικά η ανάπτυξη τομέων άγνωστων για την άλλοτε Ελλάδα, όπως είναι το management, marketing και η εκπαίδευση του προσωπικού και των εργαζομένων στη βιομηχανία του τουρισμού.

Τα ταξίδια και ο τουρισμός, όπως αναφέρει χαρακτηριστικά η Χριστίνα Μπονάρου, αντιπροσωπεύουν σήμερα την τρίτη κατά σειρά δαπάνη των νοικοκυριών, μετά τη διατροφή και τη στέγαση, ενώ η τουριστική βιομηχανία ως κλάδος εξαγωγών φαίνεται πως ξεπερνά σε οικονομικά μεγέθη ακόμα και τις εξαγωγές πετρελαίου, φαγητού ή αυτοκινήτων.[20]

---

[19] Β. Κολώνας. Τουριστικές εγκαταστάσεις στην Ελλάδα (1950-1974): *«Το πρόγραμμα των κρατικών ΞΕΝΙΑ προαναγγέλλει μια σειρά ξενοδοχειακών εγκαταστάσεων και μαζί με τα συντελούμενα έργα υποδομής και την αξιοποίηση των αρχαιολογικών χώρων μεταφέρουν την εικόνα της χώρας σε όλον τον κόσμο. ...Ο ΕΟΤ κτίζει από τις αρχές της δεκαετίας του 1950 μια σειρά σύγχρονων και λειτουργικών ξενοδοχείων, τα γνωστά ΞΕΝΙΑ, μονάδες μικρής συνήθως δυναμικότητας με υψηλό βαθμό εξυπηρετήσεων. Το 1960 αρχίζει το 1ο πενταετές πρόγραμμα τουριστικής ανάπτυξης της χώρας. Τα κτίρια αυτά - κρατικά Ξενία, τα τουριστικά περίπτερα, τα μοτέλ - συνέχισαν με επιτυχία την αρχιτεκτονική του μοντέρνου, σε άλλη κλίμακα πλέον και με προδιαγραφές που κατέστησαν τον ελληνικό τουρισμό ανταγωνιστικό σε διεθνές επίπεδο*. Τα Ξενία φέρουν την υπογραφή γνωστών Ελλήνων αρχιτεκτόνων όπως τον Δ. Πικιώνη, Ι. Τριανταφυλλίδη, Γ. Νικολετόπουλο, Φ. Βώκο, Κ. Σταμάτη, Κ. Κραντονέλλη, Δ. Ζήβα, Σφαέλλο και φυσικά τον Α. Κωνσταντινίδη κ.α.».

[20] Χ. Μπονάρου, Οπτικός πολιτισμός και τουρισμός, Αθήνα : Εκδόσεις Παπαζήση, 2012, σελ. 34.

«ο ταξιδιώτης ήταν ενεργητικός. Αναζητούσε περιπέτεια, εμπειρίες….
Ο τουρίστας είναι παθητικός. Περιμένει να του έρθουν τα ενδιαφέροντα. Πάει για να δει τα αξιοθέατα»

D. J. Boorstin, αμερικανός ιστορικός, 1914-2004.

Σύγχρονοι «τουρίστες» και Τυπολογία

Υπάρχουν διαβαθμίσεις στο βαθμό που ένας τουρίστας αναζητά το καινούριο στους τόπους περιήγησής του και είναι διατεθειμένος να απομακρυνθεί πραγματικά από τον γνώριμο τρόπο ζωής του έστω και λίγο.

Κατά την V. Smith, οι διάφοροι τύποι τουρίστα μπορούν να ταξινομηθούν, με βάση τον τρόπο επίσκεψης και συμμετοχής στον εκάστοτε τόπο, ως εξής: *1/* Τον τουρίστα-εξερευνητή, *2/* Τον ελίτ τουρίστα, *3/* Τον εκκεντρικό τουρίστα, *4/* Τον μεμονωμένο τουρίστα, *5/* Τους ιδιοσυγκρασιακούς τουρίστες (αρχικό στάδιο του μαζικού τουρισμού αφού οι τουρίστες παρεκκλίνουν ενίοτε από τις οργανωμένες περιοδείες και θέλουν να βιώσουν την τοπική), *6/* Το μαζικό τουρισμό (οι τουρίστες ταξιδεύουν σε ομάδες, αλλά απαιτούν τις ανέσεις που έχουν στον τόπο μόνιμης κατοικίας τους), *7/* Τους τουρίστες ναυλωμένων πτήσεων (η πιο οργανωμένη μορφή μαζικού τουρισμού, αφού ο τουρίστας ταυτίζεται με το γκρουπ και παύει να λειτουργεί ως αυτόνομη προσωπικότητα). Όπως σημειώνει στην ανάλυσή της η Valerie Smith οι πρώτοι τέσσερις τύποι τουρισμού δεν επηρεάζουν αρνητικά τον τοπικό πολιτισμό αφού οι τουρίστες συνήθως ταξιδεύουν μόνοι ή σε μικρές ομάδες, ενδιαφέρονται να «ανακαλύψουν» τις ιδιαιτερότητες του τοπικού πολιτισμού και προσαρμόζονται εύκολα στα πρότυπά του. Αντίθετα οι τρείς τελευταίοι τύποι τουρισμού επηρεάζουν αρνητικά τον τοπικό πολιτισμό. Όσο ο τουρισμό γίνεται μαζικότερος οι ομάδες τουριστών ή τα οργανωμένα γκρουπ δεν ενδιαφέρονται ιδιαίτερα για τον τοπικό πολιτισμό και περιμένουν (ή απαιτούν) να βρουν ανέσεις δυτικού τύπου.[21]

---

[21] V. Smith (ed.). *Hosts and Guests*, 1977. Όπως αναφέρεται στο: Π. Τσάρτας, *Κοινωνικές και οικονομικές επιπτώσεις της τουριστικής ανάπτυξης στο Νομό Κυκλάδων και ιδιαίτερα στα νησιά Ίος και Σέριφος κατά την περίοδο 1950-1980*. Αθήνα: εθνικό κέντρο κοινωνικών ερευνών, 1989, σελ. 48.

▲ *"Cushicle and Suitaloon", Archigram, Milan Triennale 1967.*

Το είδος του τουρισμού που κυριάρχησε κατά τις τελευταίες δεκαετίες ήταν ο μαζικός τουρισμός, με στόχο την αναψυχή και την αλλαγή της καθημερινότητας. Τα χαρακτηριστικά των τουριστών αυτών είναι ότι κινούνται μαζικά και οργανωμένα, περνούν το μεγαλύτερο διάστημα των διακοπών τους μέσα σε έναν τουριστικό μικρόκοσμο που έχει δημιουργηθεί γι' αυτούς, αποτελούμενο από ξενοδοχεία, εστιατόρια και ποικίλους χώρους αναψυχής. Οι χώροι αυτοί κατασκευάζονται συχνά δίπλα σε αρχιτεκτονικά μνημεία, ιστορικούς τόπους ή και ιδιαίτερα φυσικά τοπία, κοινώς δίπλα από μέρη-σήματα κατατεθέντα του πολιτισμού, με αποτέλεσμα ο επισκέπτης να μην βλέπει τις πραγματικές γειτονιές της πόλης, πέρα από ένα μικρό ποσοστό που ξεφεύγει ακόμα και κατά τύχη.[22]

Συνεπώς, το μεγαλύτερο ποσοστό τουριστών που φθάνουν στη χώρα μας είναι οι λεγόμενοι τουρίστες των ξενοδοχείων και «του πακέτου». Μεταφέρονται από την άνεση του αεροπλάνου, στην άνεση του ξενοδοχείου, στην πολυτέλεια εμπορικών κέντρων και «διασκεδάζουν» περιορισμένοι μέσα σε ένα κουκούλι, χωρίς να νιώθουν πραγματικά την αξία του τόπου και του τοπίου που έχουν επισκεφθεί.[23] Είναι άλλωστε χαρακτηριστικό το παράδειγμα εκείνων που κάνουν μπάνιο σε μεγάλες, υπερπολυτελείς πισίνες που βρίσκονται δίπλα σε μια πανέμορφη ελληνική ακτή.

Ο Γιάννης Σχίζας περιέγραψε πολύ εύστοχα τον «σύγχρονο» τουρίστα με τη φράση «*πηγαίνειν οπουδήποτε παντοιοτρόπως*».[24] Πρόκειται για το μηδενισμό των αποστάσεων που έχει διευκολύνει την μετακίνηση των πληθυσμών από το ένα μέρος στο άλλο. Τα μέσα μαζικής μεταφοράς κάνουν πια πανεύκολο το κάποτε αδύνατο, με αποτέλεσμα να αυξάνεται και η τουριστική κίνηση.

---

[22] J. Ockman, & S. Frausto (ed.). *Architourism, authentic/esxapist/exotic/spectacular*. Prestel Verlag, Munich-Berlin-London-New York and The Trustees of Columbia University, New York city, 2005, σελ. 28.

[23] Ό.π., σελ. 31.

[24] Γ. Σχίζας. *Μια φύση αφύσικη*. Ανακτήθηκε: 26/3/2007, από www.greekarchitects.gr.

Υπάρχουν βέβαια και άλλα είδη τουριστών που απαντώνται σε μικρότερη μορφή, όπως είναι οι Ρώσοι ή οι Κινέζοι που προσπαθώντας να «εξημερώσουν» το ανοίκειο επιδίδονται σε προσπάθειες ανοικοδόμησης κατοικιών στην Κρήτη ή αγοράς οικοπέδων στην Ελλάδα γενικά. Σε ένα ακόμα μικρότερο ποσοστό απαντώνται οι λεγόμενοι «ταξιδιώτες», άνθρωποι που επισκέπτονται τη χώρα και προσιδιάζουν μάλλον στους παλιούς περιηγητές: ταξιδεύουν για να γνωρίζουν τον τόπο, τα ιδιαίτερα χαρακτηριστικά, τα ήθη και τα έθιμα, σεβόμενοι το τοπίο και έχουν ως βασικό τους στόχο τη γνώση και την ανταλλαγή ιδεών. Χαρακτηριστικό παράδειγμα περιηγητή της σύγχρονης εποχής αποτελεί ο Bruce Chatwin. Από την Παταγωνία ως τη Δαχομέη, από την Ουαλία ως την Ελλάδα, από την Αυστραλία ως το Αφγανιστάν, ο Άγγλος μυθιστοριογράφος και ταξιδιωτικός συγγραφέας, ενσαρκώνει την αμετακλήτως απολεσθείσα από τον σύγχρονο πολιτισμό μας ιδέα, επιθυμία και εμμονή της φυγής, που δεν υπαγορεύεται από τον χρόνο, από τους κανόνες της τουριστικής βιομηχανίας ή τις υποχρεώσεις μιας προγραμματισμένης ζωής· είναι η φυγή που έχει στόχο της τη σωματική και ψυχική παράδοση σε μιαν άλλη φύση, σε άλλους πολιτισμούς, σε άλλους ανθρώπους, σε άλλους θεούς, σε άλλες συνήθειες, δηλαδή μια παράδοση καθολική και εξαγνιστική.[25]

[25] Ν. Μπακουνάκης. *Μια συλλογή κειμένων στα ελληνικά και η βιογραφία του στα αγγλικά ανανεώνουν το ενδιαφέρον μας για τον Μπρους Τσάτουιν, τον βρετανό συγγραφέα που ανέδειξε την ταξιδιωτική γραφή σε υψηλή τέχνη*. Ανακτήθηκε: 25/7/1999, από www.tovima.gr.

“I climbed a path and from the top looked up-stream towards Chile. I could see the river, glinting and sliding through the bone-white cliffs with strips of emerald cultivation either side. Away from the cliffs was the desert. There was no sound but the wind, whirring through thorns and whistling through dead grass, and no other sign of life but a hawk, and a black beetle easing over white stones.”

— Bruce Chatwin, In Patagonia, 1977.

"Whoever controls the Media, the Images,
Controls the Culture."

-Allen Ginsberg, Αμερικανός ποιητής, 1926-1997

Δεδομένων των παραπάνω, είναι λογικό να αναρωτιέται κανείς τι ήταν αυτό που πυροδότησε το μαζικό τουρισμό. Δεν πρόκειται για ένα μεμονωμένο γεγονός που συντελέστηκε εν μια νυκτί αλλά μια σειρά καταστάσεων που οδήγησαν στην αλλαγή της ιδέας των ταξιδιών. Πολλοί σημαντικό ρόλο φυσικά διαδραμάτισαν τα μέσα μαζικής ενημέρωσης, και δη σε συνδυασμό με την οικονομική κρίση, αλλά και η μετάλλαξη των αναγκών και του ψυχολογικού προφίλ των ίδιων των τουριστών.

Είναι ικανά τα μέσα μαζικής ενημέρωσης να διαμορφώσουν σε τέτοιο βαθμό τις ταξιδιωτικές επιλογές τόσων ανθρώπων; Η απάντηση είναι καταφατική, καθώς είναι εμφανής η επιρροή τους σε κάθε πτυχή της καθημερινής ζωής. Ο John Urry δίνει έμφαση στο γεγονός ότι οι προσδοκίες των τουριστών για τα μέρη που επιλέγουν, κατασκευάζονται και ενδυναμώνονται μέσα από μια πληθώρα μη τουριστικών πρακτικών, όπως είναι τα φιλμ, η τηλεόραση, η λογοτεχνία, τα περιοδικά, οι δίσκοι, τα βίντεο κ.λπ., με αποτέλεσμα αυτό που οι τουρίστες ονειροπολούν, φαντάζονται και προσδοκούν να είναι σε κάθε περίπτωση οι απολαύσεις που θα διαφοροποιούνται από τη ρουτίνα της καθημερινότητάς τους.[26] Αρχικά, η μαζική τουριστική κίνηση επηρεάζεται και εξαρτάται από τις διαφημίσεις, είτε είναι οπτικοακουστικές, ηλεκτρονικές ή έντυπες. Με τον όρο «οπτικοακουστικές» αναφερόμαστε στις διαφημιστικές καμπάνιες που προωθούνται κατά κύριο λόγο μέσω της τηλεόρασης, και έχουν ένα μεγάλο αντίκτυπο, καθώς συνδυάζουν τη θελκτική εικόνα με την πειστική διαφημιστική γλώσσα. Ο όρος έντυπες περιλαμβάνει όλες τις αφίσες, καρτ ποστάλ, ταξιδιωτικούς οδηγούς και διαφημίσεις προωθούμενες από τον τύπο που έχουν επίσης ιδιαίτερα μεγάλη δύναμη. Τέλος, ηλεκτρονική είναι οποιασδήποτε μορφής διαφήμιση που εντοπίζεται και διαμοιράζεται μέσω του διαδικτύου.

Η πραγματική ερώτηση όμως είναι τι ακριβώς προκαλεί η διαφήμιση στον τουρισμό και το τοπίο. Οι σημερινοί τουρίστες γνωρίζουν τα πάντα για ένα μέρος πριν καν το επισκεφτούν, καθώς έχουν πρόσβαση με όλους του τρόπους που αναφέραμε παραπάνω σε μεγάλο όγκο πληροφοριών σχετικά με κάθε προορισμό. Έτσι, η αναγνώριση ενός τοπίου υπερισχύει της πραγματικής γνώσης

---

[26] J. Urry. *The Tourist Gaze*, 2002. Όπως αναφέρεται στο: Χ. Μπονάρου, *Οπτικός πολιτισμός και τουρισμός*, Αθήνα : Εκδόσεις Παπαζήση, 2012, σελ. 36-37.

αυτού, π.χ. αναγνωρίζουν από την εικόνα το παραδοσιακό φαγητό της Ελλάδας αλλά δεν το έχουν γευτεί ποτέ. Υπάρχει μια εμφανής διάκριση ανάμεσα στη στείρα και την ουσιαστική γνώση ενός τόπου και οι εικόνες που προσφέρονται στα αδηφάγα μάτια των ταξιδιωτών οδηγούν στην ενίσχυση της πρώτης. Έπειτα, τα ειδυλλιακά τοπία που παρουσιάζονται μπορεί να απέχουν αρκετά από την πραγματικότητα, και έτσι συντελείται το εξής παράδοξο: το τοπίο προσπαθεί να μοιάσει στην κάρτ ποστάλ, και όχι η καρτ ποστάλ να απεικονίσει το τοπίο. Δημιουργείται λοιπόν μια εικόνα στην οποία το τουριστικό θέρετρο δεν είναι, παρά μια, ανάμεσα στις πολλές του, αναπαραστάσεις με μοναδικό στόχο να προσελκύσει και να διατηρήσει τους επισκέπτες του.[27]

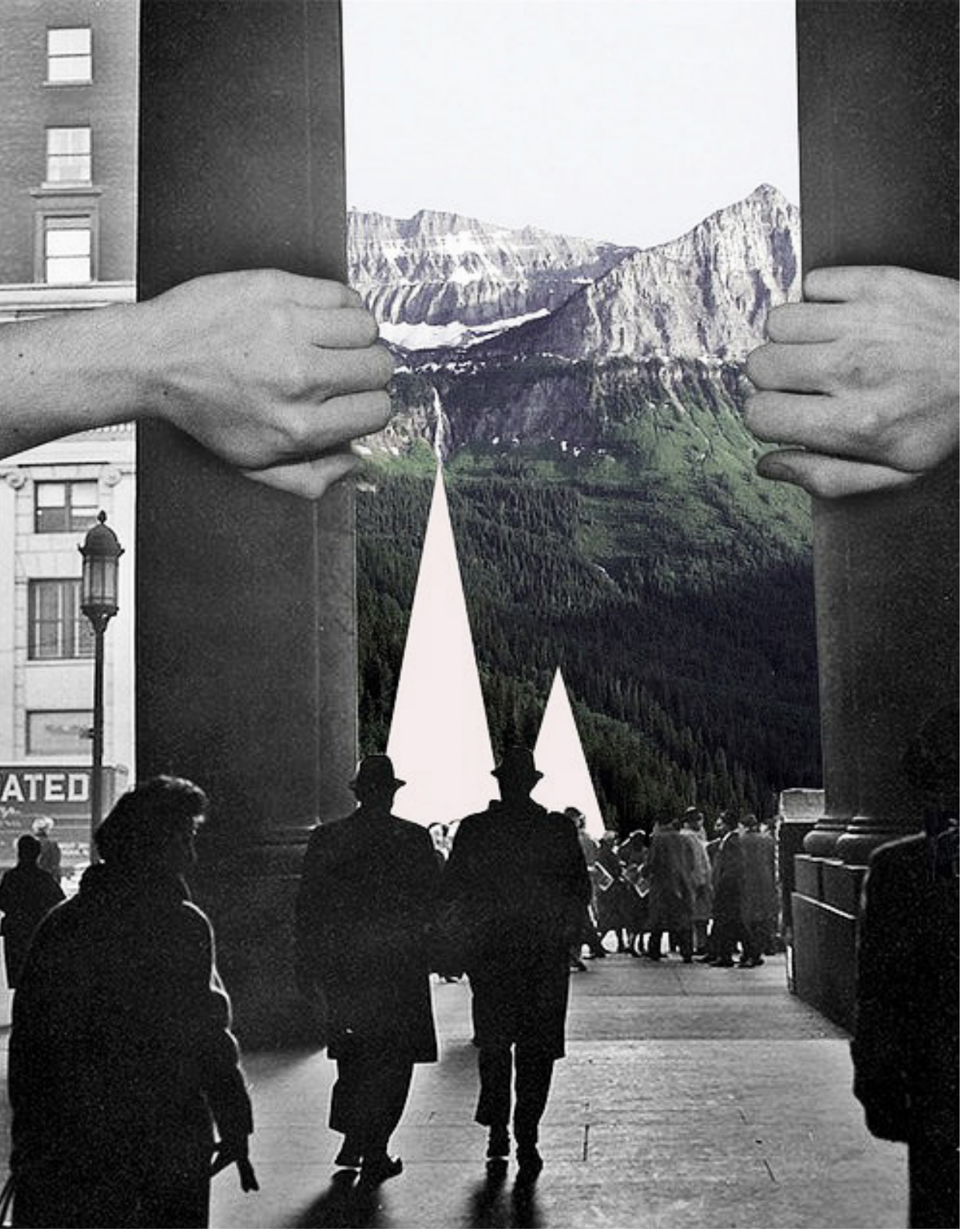
Όπως χαρακτηριστικά τονίζει ο Briavel Holcomb στην έκθεσή του "Marketing Cities for Tourism", στον τουριστικό κόσμο «*το προϊόν κινείται και όχι ο καταναλωτής. Επειδή το προϊόν πωλείται συνήθως πριν το δει ο καταναλωτής, ο ρόλος της τουριστικής διαφημιστικής εκστρατείας είναι εγγενώς πιο σημαντικός σε σχέση με το ρόλο που έχει όταν πρόκειται για μια συμβατική περίπτωση, όπου ο καταναλωτής μπορεί να δει, να ελέγξει και να συγκρίνει το προϊόν με άλλα παρόμοια in situ.*[28] *Αυτό σημαίνει ότι η απεικόνιση του τοπίου, οι εικόνες που δημιουργούνται για τις ανάγκες του μάρκετινγκ, τα ζωντανά βίντεο και η πειθήνια γλώσσα των διαφημιστικών κειμένων, όλα επιλέγονται από το διαφημιστή και πομπό και μπορούν να είναι όσο δημιουργικά θέλει ο ίδιος. Και ο επισκέπτης θα λάβει μια γερή δόση πραγματικότητας μόνο εφόσον φτάσει στον προορισμό του.*»

---

[27] Ε. Τσιγαρίδα. Το *αυθεντικό-οι μύθοι και οι αλήθειες της τουριστικής αρχιτεκτονικής- Άρης Κωνσταντινίδης και ΕΟΤ*. Στο συνέδριο με θέμα: *Πολιτιστικό περιβάλλον και τουρισμός: ο ρόλος του αρχιτέκτονα*, 20-23/9/2001: Καβάλα.

[28] B. Holcomb. Όπως αναφέρεται στο: J. Ockman, & S. Frausto (ed.). *Architourism, authentic/esxapist/exotic/spectacular*. Prestel Verlag, Munich-Berlin-London-New York and The Trustees of Columbia University, New York city, 2005, σελ. 25-26.

Οι τουριστικοί προορισμοί καλούνται να μοιάσουν στις εικόνες που απεικονίζονται σε κάρτ ποστάλ, αφίσες και κάθε είδους διαφημιστική καμπάνια. Όλα αυτά έχουν ως στόχο την προσέλκυση τουριστών με απώτερο σκοπό το κέρδος. Σε μια εποχή δημοσιονομικής κρίσης, η ανάγκη για ενίσχυση της βιομηχανίας του τουρισμού οξύνεται καθώς αποτελεί τον ακρογωνιαίο λίθο για την οικονομική ανάκαμψη. Συμπεραίνουμε, λοιπόν, ότι ακόμα και αν η κρίση αυτή καθαυτή δεν επηρεάζει άμεσα τη στάση της χώρας που υποδέχεται τους επισκέπτες, σίγουρα συνδυαστικά διαδραματίζει ένα σημαντικό ρόλο για το πώς θα αντιδράσουμε εμείς με σκοπό να αυξηθούν τα έσοδά μας από τις προσφερόμενες υπηρεσίες.


ATED

«η αισθητική έχει ταυτιστεί σχεδόν αποκλειστικά με την πολυτέλεια.» [29]

Πέρα από όλα όσα παρατέθηκαν προηγουμένως, η στάση των ίδιων των τουριστών και οι ανάγκες τους καθορίζουν αισθητά τη βιομηχανία του τουρισμού και σε δεύτερο χρόνο τη διαμόρφωση του τουριστικού τοπίου. Ο John Urry, περιγράφοντας τα χαρακτηριστικά των κοινωνικών πρακτικών που συγκροτούν αυτό που λέμε «τουρισμό», αναφέρεται μεταξύ άλλων στα εξής: *ο τουρισμός είναι μια δραστηριότητα ανάπαυλας που προϋποθέτει το αντίθετό της, δηλαδή την οριοθετημένη και οργανωμένη εργασία, ενώ ταυτόχρονα αποτελεί απόδειξη του τρόπου με τον οποίο η εργασία και η ξεκούραση οργανώνονται ως ξεχωριστές σφαίρες της κοινωνικής πρακτικής στις «μοντέρνες» κοινωνίες· συνίσταται η μετακίνηση ανθρώπων (ταξίδι) και στη διαμονή τους σε ποικίλους τόπους, μακριά από τα μέρος της μόνιμης κατοικίας και εργασίας τους, για συγκεκριμένο χρονικό διάστημα, μετά το πέρας του οποίου είναι σαφής η πρόθεση «επιστροφής».*[30]

Στις ανεπτυγμένες μεταβιομηχανικές κοινωνίες, οι γρήγοροι ρυθμοί ζωής και ο φόρτος εργασίας δημιούργησαν μια άνιση σχέση μεταξύ ελεύθερου χρόνου και χρόνου εργασίας, με το δεύτερο να υπερτερεί του πρώτου.[31] Ο Γιάννης Σχίζας σχολιάζει το ζήτημα του ελεύθερου χρόνου λέγοντας χαρακτηριστικά: *«Και ενώ οι «καλοί» της ιστορίας συνεχίζουν να αναζητούν «φυσικούς» και αφτιασίδωτους χώρους, ενώ ο τουρισμός αποβαίνει πεδίο μάχης μεταξύ «τουρισμών», στην όλη κατάσταση εμπλέκεται το μεγάλο ζήτημα του χρόνου. Ο τουρισμός θέλει ελεύθερο χρόνο και ο ελεύθερος χρόνος μειώνεται στην εποχή της νεοφιλελεύθερης απορρύθμισης».*[32]

◀ *"CITY // RETREAT", κολάζ, Ashley Joseph Edward.*

---

[29] Δ. Φιλιππίδης. *Αναζητώντας την ανώνυμη αρχιτεκτονική*. Αρχιτεκτονικά θέματα, τεύχος 6/ 1972, σελ. 67.

[30] J. Urry. *The tourist gaze*, 2002. Όπως αναφέρεται στο: Χ. Μπονάρου, *Οπτικός πολιτισμός και τουρισμός*, Αθήνα : Εκδόσεις Παπαζήση, 2012, σελ. 36.

[31] Ζ. Κοτιώνης. *Η τρέλα του τόπου, Αρχιτεκτονική στο Ελληνικό Τοπίο*. Αθήνα: Εκδόσεις Εκκρεμές, 2004, σελ.27.

[32] Γ. Σχίζας. Αναζητώντας το χαμένο τουριστικό χρόνο. Ανακτήθηκε: 5/9/2008, από www.greekarchitects.gr.

Οι άνθρωποι περνούν τον καιρό τους αναμένοντας να απολαύσουν τον περιορισμένο ελεύθερό τους χρόνο, που αν και λιγότερος πρέπει να υπερτερεί ποιοτικά του εργασιακού χρονικού πλαισίου. Κατά τον Ζ. Κοτιώνη και Φ. Γιαννίση, «ο *ηδονισμός της επιβράδυνσης, λοιπόν, θέτει σε κρίση το ανταγωνιστικό μοντέλο της δυτικής κοινωνίας, οικονομικό-πολιτικό μοντέλο της συνεχούς ανάπτυξης το οποίο επιβάλλει την αναμονή και την διάρκεια ως επιβεβλημένη απόλαυση*».[33] Οι δραστηριότητες του τουρισμού αντιπροσωπεύουν μια προσωρινή διακοπή των καθημερινών κοινωνικών διασυνδέσεων, μια αλλαγή και, με αυτόν τον τρόπο μια αίσθηση ψυχολογικής ελευθερίας. Ο προσανατολισμός του τουρίστα κυμαίνεται από το σοβαρό μέχρι και το ασήμαντο, αλλά πάντα μέσα στα πλαίσια ενός παιχνιδιού, της περιπέτειας και της αναψυχής. Αποβλέπει στην απομάκρυνσή του από το καθημερινό περιβάλλον της ρουτίνας και στην αναζήτηση καινούριων εμπειριών, που όχι μόνο θα τον ξεκουράσουν και θα ανεβάσουν το γόητρό του (image) στον κοινωνικό του κύκλο.[34] Αυτή η ανάγκη εμφανίζεται εντονότερη στις σύγχρονες δυτικές κοινωνίες με αποτέλεσμα ο άνθρωπος να αναζητάει περιοχές όπου η ζωή παραμένει πιο απλή και το περιβάλλον είναι καθαρότερο.[35]

Πιο συγκεκριμένα, ο κοινωνιολόγος MacCannell, ο οποίος αποδίδει το τουριστικό ταξίδι στην αλλοτρίωση που δημιουργούν οι καταπιεστικές συνθήκες ζωής στον ώριμο και ύστερο καπιταλισμό, θεωρεί ότι *ο τουρίστας, ακριβώς επειδή νιώθει αλλοτριωμένος από τον δικό του ρηχό και κίβδηλο κόσμο, αναζητά την αυθεντικότητα σε άλλους χώρους και χρόνους, δίνοντας έμφαση στην αναζήτηση του προ- βιομηχανικού, του εξωτικού και του πρωτόγονου. Οι «άλλοι τόποι» ταυτίζονται συχνά με «άλλους χρόνους» (όπως οι Μασάι ή η Αρχαία Ελλάδα).*[36]

---

[33] 12η Διεθνής Έκθεση Αρχιτεκτονικής-Μπιενάλε Βενετίας 2010. *Κιβωτός, Παλιοί σπόροι για νέες καλλιέργειες*. Επιτρ.-Επιμελ.: Γιαννίση Φ., Κοτιώνης Ζ. Υπουργείο Περιβάλλοντος, Ενέργειας και Κλιματικής αλλαγής, Πανεπιστημιακές εκδόσεις Θεσσαλίας, 2010, σελ.20.

[34] J. A. Jakle. Όπως αναφέρεται στο: Θ. Τερκενλή. *Το Πολιτισμικό Τοπίο*. Αθήνα: Εκδόσεις Παπαζήση, 1987, σελ.119.

[35] *Αυτό εξηγεί ως ένα βαθμό γιατί πολλοί κάτοικοι των προηγμένων χωρών διαλέγουν για Τουρισμό τις αναπτυσσόμενες Μεσογειακές χώρες ή τις εξωτικές χώρες της Ασίας και της Αφρικής που έχουν παραδσιακές κοινωνικές δομές και η φυγή από τον έντονο ρυθμό της ζωής είναι ολοκληρωτική*. Στο Π. Τσάρτας, *Κοινωνικές και οικονομικές επιπτώσεις της τουριστικής ανάπτυξης στο Νομό Κυκλάδων και ιδιαίτερα στα νησιά Ίος και Σέριφος κατά την περίοδο 1950-1980*. Αθήνα: εθνικό κέντρο κοινωνικών ερευνών, 1989, σελ. 27.

[36] D. MacCannell. *The tourist: A new theory of the leisure class*. 1976. *«Οι ιδέες του MacCannell είναι*

"Touristic Season" ▶
κολάζ, Δανάη Γκόνη.

"Στο Urban Crisis, η Αθήνα είναι αναφορά χωρικά και κοινωνικά- οι εικόνες αυτές έχουν ταυτόχρονα δύο ατμόσφαιρες, δυστοπική και διασκεδαστική."

Αν και τείνουμε να το παραβλέπουμε, η τάση για φυγή και η ανάγκη για απόδραση χαρακτηρίζει όλα τα είδη του ζωικού βασιλείου και ο άνθρωπος δεν αποτελεί καμία εξαίρεση. Όταν βρισκόμαστε υπό πίεση προσπαθούμε να βρούμε τρόπο να διαφύγουμε και έτσι καταλήγουμε να περνάμε τη ζωή μας μέσα σε «αποδραστικά όνειρα».[37] Αυτό αποδεικνύει ακόμα πιο έντονα την ανάγκη του ανθρώπου του 20ου αιώνα για αποσυμπίεση. Είναι λες και η μόνη αποτελεσματική στρατηγική για να αντιμετωπίσουμε το τρομακτικό κενό της σύγχρονης ύπαρξης είναι πλέον μιας μορφής φανταστική φυγή, βασισμένη σε παιχνίδια ρόλων και διαφορετικές θεματικές. Ένα ιδιαίτερο χαρακτηριστικό αυτής της φυγής από την καθημερινότητα είναι η προσπάθεια των σύγχρονων ταξιδευτών να ανακαλύψουν το αυθεντικό πρόσωπο του τόπου που επισκέπτονται, θέλοντας να γνωρίσουν την «κρυμμένη» πίσω πλευρά μιας περιοχής και ενός πολιτισμού, την πλευρά εκείνη που πιστεύουν ότι τους κρύβει η τουριστική βιομηχανία. Σ' αυτό το κυνήγι της αυθεντικότητας, όμως, η τουριστική βιομηχανία έχει ήδη ανταποκριθεί δημιουργώντας με διάφορους τρόπους μια ψεύτικη, «προκατασκευασμένη» αυθεντικότητα που παγιδεύει τον τουρίστα, πείθοντάς τον ότι αυτός είδε την πραγματική «πίσω πλευρά».[38]

Ένα ακόμη στοιχείο που οδηγεί τους τουρίστες να συμμετέχουν στη μαζική και ασφαλή τουριστική κίνηση είναι ο φόβος απέναντι στο «τυχαίο».[39] Παρατηρείται ότι πολλοί συχνά οι επισκέπτες αναζητούν όχι το διαφορετικό αλλά το ίδιο, πόλος έλξης μπορεί να αποτελεί κάτι που τους είναι οικείο και γνώριμο και μέσα στο οποίο αισθάνονται ασφάλεια, όπως ένα μεγάλο και πλήρως εξοπλισμένο ξενοδοχείο ή η οργάνωση του ταξιδιού από ταξιδιωτικά γραφεία. Όσον αφορά την ανοικοδόμηση, πολλές φορές πρωταγωνίστρια είναι η άνεση ακόμα και σε βάρος του παραδοσιακού, αυθεντικού ελληνικού τοπίου, ενώ δεν είναι λίγες οι ξενοδοχειακές μονάδες που προσπαθώντας να δημιουργήσουν

ανάλογες με αυτές του Jean –Jacques Rousseau για τον «άγριο ευγενή», που ζει μια «φυσική» ζωή, ελεύθερος από τους περιορισμούς της διαφθοράς του «πολιτισμού». Όπως αναφέρεται στο: Χ. Μπονάρου, *Οπτικός πολιτισμός και τουρισμός*, Αθήνα : Εκδόσεις Παπαζήση, 2012, σελ. 58.

[37] J. Ockman & S. Frausto (ed.). *Architourism, authentic/esxapist/exotic/spectacular.* Prestel Verlag, Munich-Berlin-London-New York and The Trustees of Columbia University, New York city, 2005, σελ.117.

[38] D. McCannel. *Staged Autenticity: Arrangements of Social Space in Tourist Settings*, 1973. (Όπου την έννοια της «πίσω πλευράς εμπνεύστηκε από τον Gorfman). Αναφορά στο Π. Τσάρτας, *Κοινωνικές και οικονομικές επιπτώσεις της τουριστικής ανάπτυξης στο Νομό Κυκλάδων και ιδιαίτερα στα νησιά Ίος και Σέριφος κατά την περίοδο 1950-1980*. Αθήνα: εθνικό κέντρο κοινωνικών ερευνών, 1989, σελ. 27.

[39] Γ. Σχίζας. *Αναζητώντας το χαμένο τουριστικό χρόνο*. Ανακτήθηκε: 5/9/2008, από www.greekarchitects.gr.

ένα «οικείο» ελληνικό περιβάλλον, τείνουν να χρησιμοποιούν αρχαιοελληνικά σύμβολα και μοτίβα, απλά και μόνο γιατί η Ελλάδα έχει ταυτιστεί με αυτά στο νου των επισκεπτών.

Σε κάθε περίπτωση, για έναν επισκέπτη που έχει κουραστεί από τον πλουραλισμό της καθημερινής ζωής και τους γρήγορους ρυθμούς, η άνεση μέσα από την αναζήτηση νέων εμπειριών σε απόμακρες- περιφερειακές ζώνες,[40] έρχεται πρώτη και πολλές φορές τοποθετώντας αυτό ως προτεραιότητα χάνουμε την πραγματική ουσία: **την προσφορά της αυθεντικότητας του ελληνικού χαρακτήρα.**

[40] *«Η θέση του Christaller βασίζεται στην υπόθεση ότι ο πληθυσμός των έντονα αστικοποιημένων, πυκνοκατοικημένων και βιομηχανοποιημένων περιφεριεών αναζητεί νέες εμπειρίες κατά τη διάρκεια του ελεύθερου χρόνου του σε απόμακρες- περιφερειακές ζώνες για να ξεφύγει από τα καθημερινά προβλήματα της αστικής ζωής.»*, W. Christaller, *Some Considerations of Tourism in Europe*, 1964. Όπως αναφέρεται στο: Π. Κομίλη. *Χωρική ανάλυση του τουρισμού, 20 Επιστημονικές Μελέτες*. Αθήνα: Κέντρο Προγραμματισμού και Οικονομικών Ερευνών, 1986, σελ.24.

◀ *Parallèle Exhibition, Erwan Soyer.*

"Parallèle invites audiences to discover a delicate and visual universe."

The works are hiding among the books, creating small parallel universes"

«Η «φύσις ακολουθεί» τον άνθρωπο
της αστικής εποχής.
Σαν μια βαθύτατη και δομική νοσταλγία,
«ορμέμφυτη» όσο και η ερωτική επιθυμία της επιστροφής
στη μήτρα.»[41]

[41] Γ. Σχίζας. *Η ψυχαγωγική χρήση της υπαίθρο*. Μανωλίδης Κ., Καναρέλης Θ. (Επιμ.), Η Διεκδίκηση της Υπαίθρου. Εκδόσεις Ίνδικτος, 2009, σελ. 89.

«GREECE...the Gods live here»

τα νοήματα πίσω από τις ελληνικές καρτ ποστάλ

Ποια έχει καταλήξει να είναι η πραγματική εικόνα της Ελλάδας όσον αφορά τον τουρισμό, μέσα από την προβολή της από τα μέσα μαζικής ενημέρωσης και τις διαφοροποιημένες ανάγκες του τουρίστα; Για να απαντήσουμε σε αυτή την ερώτηση και να περιγράψουμε το τουριστικό τοπίο της Ελλάδας σήμερα θα στηριχθούμε σε δύο φράσεις που χρησιμοποιήθηκαν ως διαφημιστική καμπάνια του ΕΟΤ: *«some sun, some sea, some ruins»* και το γνωστό *«Live your myth in Greece»*. Πατώντας, λοιπόν, επάνω σε αυτά τα δύο θα επιχειρήσουμε να δούμε με καθαρή ματιά την εικόνα της Ελλάδας σήμερα και την επιρροή που έχει δεχθεί το τοπίο.

Η ανάλυση μας επικεντρώνεται στα επίπεδα νοηματοδότησης των καρτ ποστάλ, προκειμένου να περάσουμε από τα «επιφανειακά» νοήματα των φωτογραφιών στην προσέγγιση βαθύτερων νοημάτων και την ερμηνεία των αναδυόμενων μύθων για το τουριστικό πρόσωπο της Ελλάδας. Η επιλογή της Ελλάδας ως προορισμού διακοπών από τους αλλοδαπούς τουρίστες γίνεται κυρίως για τη θέση της στη «ζώνη του ήλιου» και τον θαλάσσιο χαρακτήρα της, τα εντυπωσιακά φυσικά τοπία, τις τοπικές παραδόσεις, ενώ ισχυρή παραμένει η ελκυστικότητα της χώρας ως κοιτίδας του ευρωπαϊκού πολιτισμού.[42] Εύλογα αντιλαμβάνεται κανείς πως αυτά δεν θα μπορούσαν, παρά να αποτελούσαν τα κυριότερα θέματα απεικόνισης των ελληνικών καρτ ποστάλ, που πουλιούνται σχεδόν σε κάθε γωνιά της Ελλάδας και των οποίων η μελέτη μπορεί να οδηγήσει σε χρήσιμα συμπεράσματα για την τουριστική ταυτότητα της χώρας μας αλλά και για το πως βλέπουμε εμείς τη χώρα μας και κατά συνέπεια πως χτίζουμε ή πως μεταχειριζόμαστε το τοπίο μας.

---

[42] Γ. Σπιλάνης. *Τουρισμός και περιφερειακή ανάπτυξη. Η περίπτωση των νησιών του Αιγαίου*. Στο Π. Τσάρτας (επιμ.): *Τουριστική ανάπτυξη – Πολυπιστημονικές προσεγγίσεις*. Αθήνα:Εκδόσεις Εξάντας, 2000, σελ. 157.

▲ Εικόνες απο *το βίντεο, με τίτλο «Όπου και να γυρίσεις: Θεοί … Μύθοι … Ήρωες», του Εθνικού Οργανισμού Τουρισμού (ΕΟΤ) κατά το 2015, στόχος της οποίας είναι να προσελκύσει περισσότερους επισκέπτες* ...Σκηνοθεσία του Αντώνη Θεοχάρη Κιούκα και σχεδιασμός του Νίκου Σταμπολίδη (καθηγητής αρχαιολογίας στο Πανεπιστήμιο Κρήτης και διευθυντής του Μουσείου Κυκλαδικής Τέχνης στην Αθήνα).

▲

Φωτογραφία: Πάνος Κοκκινιάς

«Some sun, some sea, some ruins-τα βασικά υλικά του ελληνικού τουρισμού είναι εδώ και δεκαετίες απαράλλακτα, με μια αυτιστική προσκόλληση στα προφανή και στις εικονογραφικές ευκολίες […]. Αν σκάψει κανείς πίσω από την επιφάνεια ανακαλύπτει όχι απλώς μια πατριδογνωσία, αλλά ουσιαστικά την ανατομία της ίδιας της ταυτότητας της Ελλάδας.»[43]

[43] Γ. Αίσωπος. Από το *Live your myth in Greece,* στην Μπιενάλε της Βενετίας με το *Remaking Greece: Tourism Landscapes*, Ανακτήθηκε: 4/2/2014, από popaganda.gr.

Με την κυριαρχία της εικόνας στις διεθνείς επιρροές, και παρά τις αυξανόμενες σύγχρονες αντιλήψεις για προσφυγή και προστασία της φύσης, οι εύκολες και ρηχές αναπαραστάσεις του ελληνικού τοπίου έχουν κατακλείσει το μυαλό των επισκεπτών μέσα από τις τέλεια τυπωμένες εικόνες των καρτ-ποστάλ,τα ειδυλλιακά τοπία των Μ.Μ.Ε και τα τουριστικά πακέτα για αποδράσεις σε παραλίες και εξοχές.[44] Μέσα στην εξέλιξη του τουρισμού, η Ελλάδα προωθούταν από τη δεκαετία του ’50 ακόμα ως ένας ειδυλλιακός τουριστικός προορισμός, με βασικό χαρακτηριστικό του τον ήλιο και τη θάλασσα. Το ζεστό, εύκρατο κλίμα αποτελούσε όνειρο για τους λαούς της Κεντρική και Βόρειας Ευρώπης που αντιμετώπιζαν τη Μεσόγειο σαν τη Γη της Επαγγελίας. Δεν απέχει από την πραγματικότητα ότι η χώρα μας είναι ηλιόλουστη τις περισσότερες μέρες του χρόνου, συνεπώς η εικόνα που είχε δημιουργηθεί δεν ήταν ψευδής- ίσως λίγο υπερβολική όμως. Οι διακοπές στην Ελλάδα έχουν συνδυαστεί απαραίτητα με το καλοκαίρι, και πέρα από τον εσωτερικό τουρισμό δύσκολα θα δει κανείς χειμερινούς ταξιδιώτες να περιηγούνται στα ελληνικά, δύσβατα βουνά. Αντίθετα, τα καλοκαίρια η χώρα θα «βουλιάζει» από τουρίστες που έχουν έρθει να απολαύσουν το ήπιο κλίμα σε συνδυασμό με τα όμορφα παραθαλάσσια τοπία και τη μνημειακή αρχιτεκτονική, γεγονός που λειτουργεί εις βάρος των ίδιων των τόπων που τους φιλοξενούν εξ αρχής.

◀ κολάζ από προσωπικό αρχείο,

[- “Sunset coming on” - *”Advance, focus & Shoot” κολάζ του Sammy Slabbinck, 2012.]*

[44] «Φαντασμαγορικά εξωτικά τοπία, τυπωμένα σε ακριβές εκδόσεις διακοσμούν το καθιστικό του μέσου Ευρωπαίου και ταυτόχρονα αποτελούν προορισμό των διακοπών ή του μήνα του μέλιτος», Μ. Γούλα. Αναγνώσεις και προοπτικές του τοπίου στην Ελλάδα. Στο « ωραίο, φριχτό κι απέριπτο τοπίον! , Πανεπιστήμιο Θεσσαλίας- Τμήμα Αρχ. Μηχανικών, Εκδόσεις Νησίδες, 2003, σελ.18.

Από τη δεκαετία του `70, οι «καρτ ποστάλ» αρχίζουν να περιλαμβάνουν τις παράκτιες περιοχές της Ελλάδας και τα νησιά της και το μοντέλο μαζικού τουρισμού με logo «ήλιος και θάλασσα» αρχίζει να επικρατεί καθολικά.[45] Στο επίκεντρο της προσοχής είναι η εκμετάλλευση των ακτών και των νησιών με σκοπό την επίτευξη του μεγαλύτερου δυνατού κέρδους, συνεπώς δημιουργήθηκαν τερατομορφώματα που δε συνάδουν ούτε με το πνεύμα της Ελλάδας ούτε με την αισθητική του τοπίου. Ποιος άλλωστε δεν έχει δει παραλίες υπερφορτωμένες με ξαπλώστρες, απομακρυσμένες ακτές κατακλεισμένες από μαγαζιά και χώρους εστίασης ή τεράστια ξενοδοχεία χτισμένα σχεδόν πάνω στη θάλασσα; Η εγγύτητα της κατοικίας στην παραλιακή ζώνη πλήττει ευθέως το αίσθημα της ανοικτότητας του τοπίου της άνεσης και της μοναχικότητας, του «πρωτογονισμού» που ενδόμυχα προσδοκούν οι χρήστες του χώρου.[46]

Σύμφωνα με τους Κοκκώση και Τσάρτα,[47] ο ελληνικός παράκτιος χώρος διακρίνεται για την μεγάλη ποικιλία των φυσικών και πολιτισμικών χαρακτηριστικών του και αντιμετωπίζει ιδιαίτερα προβλήματα λόγω της ευαισθησίας του αλλά και των πιέσεων που υφίσταται από την άσκηση των ανθρώπινων δραστηριοτήτων (π.χ. οικιστική ανάπτυξη). Οι πολιτιστικοί πόροι καταναλώνονται με τρόπο μη αναστρέψιμο, ο χαρακτήρας και η ατμόσφαιρα του τόπου αλλοιώνονται αισθητά και όλα αυτά επειδή το τοπίο επιβαρύνεται με φορτίο που δεν μπορεί να σηκώσει.[48] Μια εικόνα από παραλίες της Ελλάδας γνωστή σε όλους μας, όπου παρατηρείται σημαντική, ακόμα και καταστροφική αλλοίωση του φυσικού τοπίου

"Το ζύγι του ελληνικού τουρισμού", κολάζ από προσωπικό αρχείο. ▶

---

[45] Σ. Κωστοπούλου. *Τουριστική ανάπτυξη στη σύγχρονη Ελλάδα, προκλήσεις και προοπτικές*. Στοιχεία για την πορεία του τουρισμού, αλλά και για το μέλλον του, παρουσίασε -επικαλούμενη και στατιστικά του ΣΕΤΕ- επίκουρη καθηγήτρια του Τμήματος Οικονομικών Επιστημών του Αριστοτελείου Πανεπιστημίου Θεσσαλονίκης (ΑΠΘ) στο συμπόσιο «Ποια Ελλάδα;», 2014. Ανακτήθηκε: 14/2/2014, από www.iefimerida.gr.

[46] Γ. Σχίζας. *Νοηματοδότηση και κατοίκηση της φύσης στη σημερινή Ελλάδα*. Μανωλίδης Κ., Καναρέλης Θ. (Επιμ.), *Η Διεκδίκηση της Υπαίθρου*. Εκδόσεις Ίνδικτος, 2009, σελ. 96.

[47] Κοκκώσης, Χ., Τσάρτας, Π. (2001). Τουρισμός *και βιώσιμη ανάπτυξη. Τουρισμός-αναψυχή*. Αθήνα: Εκδόσεις Κριτική.

[48] Ε. Μαΐστρου. *Τουριστική ανάπτυξη και πολιτιστική ταυτότητα, ο πολλαπλός ρόλος του αρχιτέκτονα*. Στο συνέδριο με θέμα: Πολιτιστικό περιβάλλον και τουρισμός: ο ρόλος του αρχιτέκτονα, 20-23 Σεπτεμβρίου, 2001: Καβάλα.

με την αυξημένη παρουσία επισκεπτών.

Καθώς η έμφαση δίνεται στους νησιώτικους και παραθαλάσσιους προορισμούς, κυρίως την περίοδο του καλοκαιριού, δεν μπορούμε παρά να επισημάνουμε τον περιορισμένο αριθμό αναπαραστάσεων της ηπειρωτικής Ελλάδας. Εικόνες φθινοπωρινών ή χειμερινών τοπίων δεν υπάρχουν, εκτός ελάχιστων εξαιρέσεων (π.χ. ένας άνθρωπος με στολή του σκι σε μια σύνθετη φωτογραφία του Ολύμπου). Με τον ίδιο τρόπο, λοιπόν, που παρατηρούμε την υπερεκμετάλλευση του παραθαλάσσιου τοπίου, θα έπρεπε να σχολιάσουμε και το αλπικό ελληνικό τοπίο, ή τα απομακρυσμένα παραδοσιακά χωριά της ηπειρωτικής Ελλάδας που παραμένουν ανεκμετάλλευτα. Αυτό επιφέρει όχι μόνο τη μονόπλευρη γνώση της χώρας μας, αλλά έχει και οικονομικές συνέπειες, όπως είναι ο άνισος καταμερισμός των εσόδων, καθώς οι περιοχές αυτές φυτοζωούν τουριστικά. Θα μπορούσε να επιτελεστεί μια αποσυμφόρηση των ελληνικών νησιών αν προωθούσαμε και τα ηπειρωτικά τμήματα της Ελλάδας, όπου μια προσεγμένη αρχιτεκτονική ματιά θα μπορούσε να δημιουργήσει καταλύματα βασισμένα στην χαρακτήρα της εκάστοτε περιοχής.

Η Ελλάδα υπήρξε ένας κατεξοχήν πολιτιστικός προορισμός, δεδομένης της ιστορίας, της φιλοσοφίας ακόμα και της μυθολογίας της που είναι γνωστές ανά τον κόσμο. Γι' αυτό η Ελλάδα ως απόγειο πολιτισμού και δημοκρατίας ιδανικοποιείται στα τουριστικά πακέτα για τον μνημειακό της πλούτο.

Μέσα από πολυάριθμες τουριστικές κάρτες μνημείων και αρχαιολογικών χώρων διαχρονικής, αλλά και άχρονης ομορφιάς, αποκομμένων από το εδώ και τώρα της σύγχρονης πραγματικότητας, που προβάλλουν από θαρρείς προαιώνια τοπία, που μέσα από τους χειρισμούς του φωτός και του χρώματος προσπαθούν να αναδειχθούν ως τόποι κοσμοϊστορικής σημασίας, η Ελλάδα απομακρύνεται από τις δυσκολίες και τις απογοητεύσεις της καθημερινότητας και μεταμορφώνεται σε πολύτιμο «ζωντανό μουσείο» («η πιο κλασσική χώρα του κόσμου», η κοιτίδα του ευρωπαϊκού πολιτισμού, η πατρίδα θεών και ηρώων).[49]

Οι πρώτες αφίσες και τα διαφημιστικά έντυπα του Γραφείου Ελληνικού Τουρισμού, με εμβληματική, πλέον, την πρώτη χρονολογημένη ασπρόμαυρη αφίσα με θέμα μια άποψη του Παρθενώνα του 1929 με την υπογραφή της Nelly's [50] καθιστούν εμφανή την πρόθεση του Ελληνικού Κράτους να προωθήσει τον αποκαλούμενο τότε «περιηγητισμό» μέσα από εξιδανικευμένες ειδυλλιακές εικόνες της Αττικής, αλλά και της ελληνικής περιφέρειας. Η γοητεία που ασκεί το παρελθόν- ειδικά το αρχαίο- είναι διάχυτη στην πλειοψηφία των τουριστικών αφισών, ειδικά όταν πρόκειται για προορισμούς με πλούσιους πολιτιστικούς πόρους (Αθήνα, Θεσσαλονίκη, Δελφοί, Ολυμπία κ.λπ.).Η μονοπώληση του ενδιαφέροντος από τα αρχαιολογικά αξιοθέατα, ειδικά στην περίπτωση της Αθήνας, έχει, πάντως, ως αποτέλεσμα τη μη αποτύπωση των αλλαγών που έχουν συντελεστεί με το πέρασμα των χρόνων στην όψη της πρωτεύουσας.

---

[49] Χ. Μπονάρου. *Οπτικός Πολιτισμός και Τουρισμός, αναπαραστάσεις της Ελλάδας στις τουριστικές καρτ ποστάλ*. Βιβλιοθήκη τουριστικων επιστημών, Αθήνα: Εκδόσεις Παπαζήση, 2012, σελ. 431.

[50] Η Έλλη Σουγιουλτζόγλου-Σεραϊδάρη (1899 - 1998) γνωστή ως Nelly's από την αγγλική υπογραφή της, υπήρξε θεματολογία πρωτοπόρος φωτογράφος με διεθνή αναγνώριση. Η Nelly's την δεκαετία του 1930 συνεργάζεται με το κράτος, στην αρχή με τον ΕΟΤ και όταν ο ΕΟΤ καταργήθηκε συνέχισε ως επίσημη φωτογράφος του νεοσυσταθέντος Υφυπουργείου Τύπου και Τουρισμού επί καθεστώτος Μεταξά. Μέσα από τα επίσημα τουριστικά έντυπα που κυκλοφόρησαν με φωτογραφίες της στο εξωτερικό, διαμορφώθηκαν οι πρώτες βάσεις-οπτικά σύμβολα της ελληνικής «τουριστικής φιλοσοφίας».

Σύμφωνα με την Σ. Κωστοπούλου, από την πρώτη μεταπολεμική περίοδο, οι αφίξεις συγκεντρώνονται αρχικά στην Αθήνα, με δέλεαρ τους πολιτιστικούς πόρους διεθνούς ενδιαφέροντος της Αττικής. Ειδυλλιακά «πλασμένοι» προορισμοί με φόντο τον βράχο της Ακρόπολης, το σύμβολο της Αρχιτεκτονικής μας, του πολιτισμού και της δημοκρατίας.[51] Η όψη του μνημείου βέβαια στην κορυφή του βράχου έχει μείνει αναλλοίωτη με τον χρόνο. Το τοπίο όμως της πόλης που το «υποδέχεται», έχει αλλάξει ριζικά, «πνίγοντάς» το από εργολαβικού τύπου πολυκατοικίες ως τους πρόποδες του βράχου. Οι ορδές των τουριστών μετατρέπουν την επίσκεψη στην Ακρόπολη, από επιμορφωτικό περίπατο στον ελληνικό πολιτισμό, σε σχιζοειδούς μορφής αξιοθέατο της αρχαιότητας. Παρόλα αυτά σε μια εικόνα τουριστικής καμπάνιας σκηνογραφείται μονάχα το μνημείο, αδιαφορώντας για την πραγματική όψη της πρωτεύουσας. Αντίστοιχα τοπία αντικρίζει κανείς σε μια επίσκεψη στο μνημείο της Κνωσού την τουριστική περίοδο του καλοκαιριού. Σε μια off-season επίσκεψη, το τοπίο μετατρέπεται σε πηγή κάλλους και γαλήνης, η αρχιτεκτονική του εναρμονίζεται με την έντονη φυσιογένεια του κρητικού- μεσογειακού τοπίου, καθιστώντας την Κνωσό ως μαγικό προορισμό και ικανοποιώντας το μάτι του επισκέπτη με εικόνες γεμάτες από ελληνική γη. Πρόκειται για την αποσπασματικότητα του τουρισμού, προβάλλεται το μνημείο αποκομμένο από τον κόσμο γύρω του, σαν να ζει πέρα από την πόλη μέσα στην οποία εντάσσεται. Στην ουσία όμως αυτό πέρα από παραπλανητικό είναι και παράλογο, καθώς δεν μπορεί να απομονωθεί το μνημειακό τοπίο από την πόλη που αναπνέει γύρω του. Όπως αναφέρει η Θεανώ Τερκενλή,[52] πέρα από τη μονομερή προβολή των μνημείων, φαίνεται ότι χάνεται και η σχέση πολιτισμού και τοπίου: «*Ίσως περισσότερο από οποιαδήποτε άλλη πολιτισμική διάσταση, το ιστορικό παρελθόν είναι εκείνο από το οποίο «τρέφεται» περισσότερο ο τουρισμός: όσο περισσότερα ιστορικά στοιχεία ,τόσο μεγαλύτερη και η δυνατότητα προσέλκυσης τουριστών.[53] Συχνά, όμως, η «ιστορική» διάσταση του τοπίου που συντηρείται δεν εκφράζει καμία συνέχεια ή δεν έχει παρά ελάχιστη σχέση με το παρελθόν που αντιπροσωπεύει. Η σχέση μεταξύ πολιτισμού και περιβάλλοντος χάνεται.*»

Συμπερασματικά, συνειδητοποιούμε ότι πολύ συχνά ο επισκέπτης έρχεται

◀ κολάζ από προσωπικό αρχείο,

[-"Athens by hills", κολάζ, 2010. Κ. Πανταζής, Μ. Ρέντζου, Β. Hughes, Α. Συμβουλίδου (ομάδα Pointsupreme), self initiated project.

- "Sport statue", κολάζ. J. Ullrich.]

---

[51] Σ. Κωστοπούλου, συμμετοχή στο επιστημονικό συμπόσιο του ΑΠΘ, με τίτλο *«Ποια Ελλάδα;»*, 2014. Ανακτήθηκε: 14/2/2014, από www.iefimerida.gr.

[52] Θ. Τερκενλή. *Το Πολιτισμικό Τοπίο, Γεωγραφικές προσεγγίσεις*. Αθήνα: Εκδόσεις Παπαζήση, 1996, σελ.119.

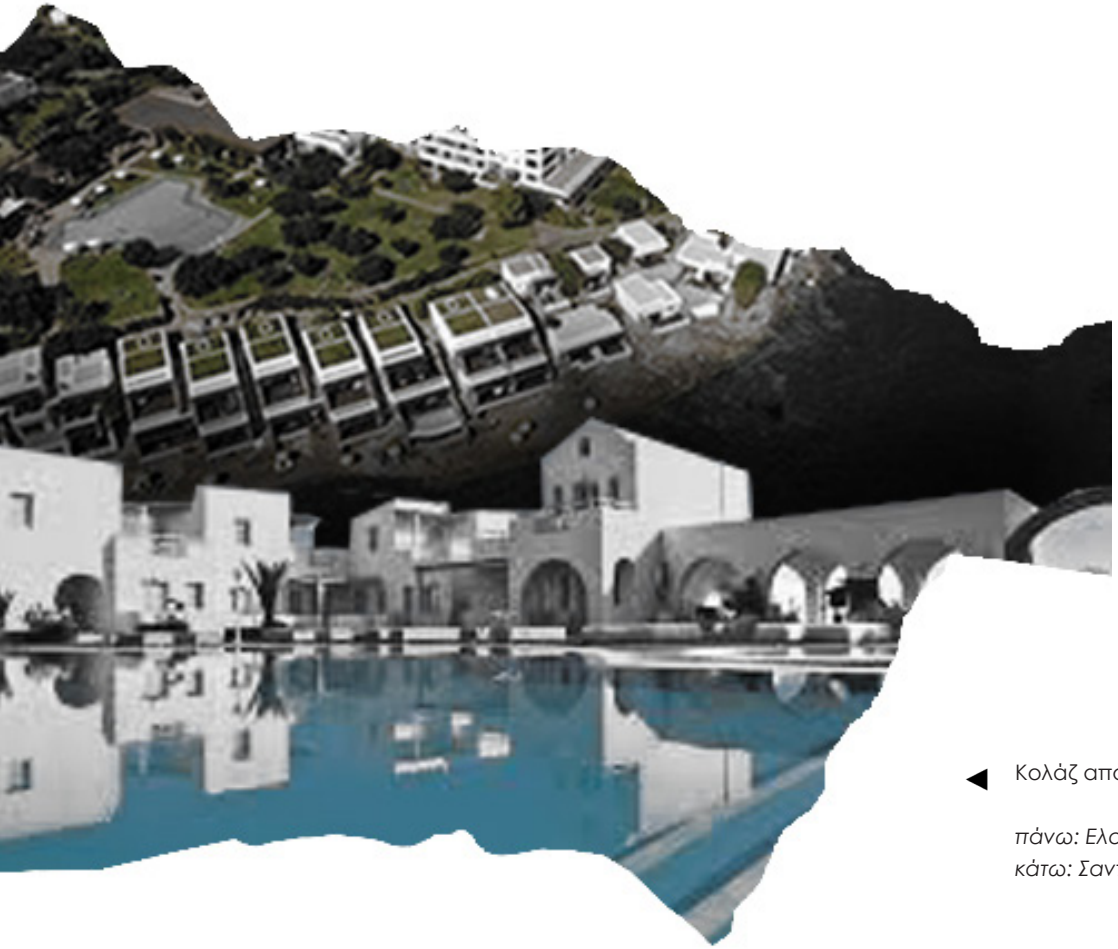
[53] Ό.π., σελ. 122.

στην Ελλάδα του Χρυσού Αιώνα του Περικλή και όχι στη σύγχρονη Ελλάδα. Ενδιαφέρεται περισσότερο για την αρχαιότητα του τόπου και την «παλαιότητα» της ελληνικής γης, γι' αυτό και επικεντρώνεται στα μνημειακά τοπία, ακόμα και αν αυτά είναι αποκομμένα από τον πολιτισμικό και περιβαλλοντικό περίγυρό τους ή ακόμα και αν η περιήγησή τους σε αυτά δεν είναι ουσιαστική αλλά στείρα και ημιτελής. Έκδηλη είναι η απουσία εικόνων της σύγχρονης Ελλάδας και μοντέρνων αστικών τοπίων, αλλά και η απόκρυψη (ή σπανιότερα αφαίρεση κατόπιν ψηφιακής επεξεργασίας) «αντιαισθητικών» στοιχείων, όπως σκουπίδια, καλώδια και στύλοι της Δ.Ε.Η, σκαλωσιές και μηχανήματα αναστύλωσης από τα μνημεία ή ακόμα και σύννεφα από τον ουρανό, νέφος κ.λπ.[54]

Το Φωτιστικό σου... ►
Αλλιώς,

ImagineTheCity,
φωτιστική εγκατάσταση,
Θεσσαλονίκη, 2010.

[54] Χ. Μπονάρου, Οπτικός πολιτισμός και τουρισμός, Αθήνα : Εκδόσεις Παπαζήση, 2012, σελ. 422.



◀ Κολάζ από προσωπικό αρχείο.

πάνω: Ελούντα, Κρήτη
κάτω: Σαντορινη

Πλέον, είναι αναμφισβήτητο ότι λίγοι τουρίστες «διαβάζουν» σήμερα την τρέχουσα πολιτισμική πραγματικότητα μέσα από τα κείμενα των φιλελληνικά προσκείμενων ταξιδιωτών–συγγραφέων. Εντούτοις, όπως φάνηκε ήδη, οι ταξιδιωτικοί οδηγοί και η φωτογραφία σε συνδυασμό με τη βιομηχανία του κινηματογράφου, αλλά και τις επίσημες τουριστικές καμπάνιες έχουν καθιερώσει στερεότυπα και συμβολικούς κώδικες αναπαράστασης –οπτικούς και κειμενικούς- που χρησιμοποιούνται κατά κόρον και αναπαράγονται διαρκώς από τα μέσα μαζικής επικοινωνίας.

«*Το τοπίο της Ελλάδας δεν είναι μόνο λίγο κρασί, λίγο θάλασσα, ωραίες γυναίκες, λίγα αρχαία. Ο τουρισμός πρέπει να έχει σχέση με τον πολιτισμό ευρύτερα και σε αυτόν εμπεριέχεται σίγουρα η αρχιτεκτονική. Η αρχιτεκτονική είναι η ταυτότητα του χώρου*».[55] Είναι γεγονός πώς η αρχιτεκτονική χαρακτηρίζει το χώρο και χαρακτηρίζεται από αυτόν. Παρόλα αυτά, παρατηρείται ότι όταν πρόκειται για ξενοδοχειακά καταλύματα, αρκετά συχνά απουσιάζει η καλαισθησία, ενώ όχι απλά δεν εντάσσονται αρμονικά στο χώρο, αλλά ταυτόχρονα τον μολύνουν κιόλας με την ασχεδίαστη και «αναίσθητη» μορφή τους και το βάρβαρο όγκο τους.[56]

Πολύ συχνά θα δούμε αρχιτεκτονήματα χτισμένα με τρόπο επίπλαστο, σα να αποτελούν σκηνικό μιας ταινίας. Όπως αναφέρει χαρακτηριστικά ο Γ. Αίσωπος,[57] «παρατηρούμε μια πορεία προς μια νεοπαραδοσιακή αρχιτεκτονική ή νεοελληνική, η οποία πολύ συχνά είναι εικονογραφική, δεν αντιλαμβάνεται δηλαδή πραγματικά τα χαρακτηριστικά ή τις χωρικές ποιότητες της παραδοσιακής αρχιτεκτονικής, αλλά χρησιμοποιεί μορφές του παραδοσιακού ώστε να χαρακτηριστεί ως παραδοσιακή. Χάνεται η διάσταση της αφομοίωσης του μοντέρνου και της δημιουργίας ενός ελληνικού ιδιώματος που να ενσωματώνει

---

[55] Γ. Αίσωπος. Από το *Live your myth in Greece*, στην Μπιενάλε της Βενετίας με το θέμα «*Remaking Greece: Tourism Landscapes*». Ανακτήθηκε: 4/2/2014, από popaganda.gr.

[56] Α. Κωνσταντινίδης. *Για την Αρχιτεκτονική, Δημοσιεύματα σε εφημερίδες, σε περιοδικά και σε βιβλία 1940-1982*. Ηράκλειο: Πανεπιστημιακές Εκδόσεις Κρήτης, 2011, σελ.122.

[57] Γ. Αίσωπος. Από το *Live your myth in Greece*, στην Μπιενάλε της Βενετίας με το θέμα «*Remaking Greece: Tourism Landscapes*». Ανακτήθηκε: 4/2/2014, από popaganda.gr.

και στοιχεία τοπικού. Η ανάδυση αυτής της αρχιτεκτονικής συνδυάστηκε και με στοιχεία φαντασμαγορίας που έχουν σχέση με το lifestyle: Μύκονος, Σαντορίνη, Κρήτη, Ρόδος. Βλέπουμε στοιχεία που μιλάνε για ένα τοπίο νεοπαραδοσιακό που αποτυπώνεται εικονογραφικά με στοιχεία σύγχρονης ευζωίας».[58] Για να καταστεί πιο κατανοητό, αρκεί να φανταστεί κανείς ένα ξενοδοχείο ή ένα αυτόνομο κατάλυμα που αν και εμφανίζει χαρακτηριστικά σύγχρονης αρχιτεκτονικής, περιλαμβάνει αλλοιωμένα απομεινάρια αρχαιοελληνικού πνεύματος. Από αυτά προκύπτει ουσιαστικά ένα μόρφωμα που εξωτουριστικά δεν απαντάται ούτε στη σύγχρονη, καθημερινή Ελλάδα, ούτε προσιδιάζει στην Αρχαία Ελλάδα του Σωκράτη και του Αριστοτέλη. Δημιουργήθηκε απλά και μόνο για τους εισερχόμενους τουρίστες, καθώς καλούμαστε να δημιουργήσουμε το τοπίο εκείνο που ο επισκέπτης περιμένει να δει, και αυτό στη συγκεκριμένη περίπτωση είναι ένα εξωπραγματικό κατασκεύασμα.

Ο Kenneth Frampton αναφέρει ότι «*ο λαϊκισμός μιμούμενος σκηνογραφικά τα περιγράμματα του κλασικού και των παραδοσιακών στυλ, και με αυτόν τον τρόπο συρρικνώνοντας τα αρχιτεκτονικά στοιχεία της κατασκευής σε μια απλή παρωδία, επιδιώκει να υπονομεύσει την ικανότητα της κοινωνίας να συνεχίσει μια σημαντική πολιτιστική παραγωγή χτισμένων μορφών*».[59] Το σίγουρο, πάντως, είναι ότι ο τουρισμός, εκτός από βιομηχανία, είναι και διαδικασία σχηματισμού συνείδησης για την ελληνική κοινωνία – και ιδίως για τη μεσαία τάξη, που χρησιμοποιώντας «τη σκηνογραφία του πραγματικού»,[60] επιδιώκει– άλλοτε συνειδητά και άλλοτε ασυνείδητα- να ανταποκριθεί, να προσαρμοστεί ή ακόμα και να ανατρέψει τα προκατασκευασμένα στερεότυπα.

Τελικά, όμως, το ζήτημα- κλειδί είναι η σχέση με το τοπίο για να μπορέσει να παραχθεί μια σύγχρονη ελληνική αρχιτεκτονική. **Στόχος μας θα πρέπει να είναι να μην απομακρυνθούμε από το τοπίο και να αντιλαμβανόμαστε την αρχιτεκτονική ως μέρος ενός ευρύτερου συνόλου που περικλείει την έννοια του. Η διαμονή σε έναν τουριστικό προορισμό εμπεριέχει και άλλες πνευματικές εμπειρίες πέρα από την εικόνα και το στοιχείο του εντυπωσιασμού.**

Φωτογραφία από ▶ Σαντορίνη.

---

[58] Γ. Αίσωπος. Από το *Live your myth in Greece*, στην Μπιενάλε της Βενετίας με το «*Remaking Greece: Tourism Landscapes*». Ανακτήθηκε: 4/2/2014, από popaganda.gr.

[59] K. Frampton. Μοντέρνα *Αρχιτεκτονική, Ιστορία και Κριτική*. Μεταφρ.: Θ. Ανδρουλάκης, Μ. Παγκάλου. Αθήνα: Εκδόσεις Θεμέλιο, 2000, σελ. 260.

[60] Η. Παπαϊωάννου. *Η φωτογραφία του ελληνικού τοπίου: ιδεολογία και αισθητική, 2005*. Όπως αναφέρεται στο: Χ. Μπονάρου, *Οπτικός πολιτισμός και τουρισμός*, Αθήνα : Εκδόσεις Παπαζήση, 2012, σελ. 354.

«Θυμάμαι ότι οι αρχιτεκτονικοί ρυθμοί ήταν ιταλικοί, με μεγάλη βοήθεια από ελληνικούς, και έτσι σκεφθήκαμε πώς θα μπορούσαμε να βάλουμε τοσκανικούς, δωρικούς, ιωνικούς και κορινθιακούς κίονες […] έτσι στη θέση τους προσθέσαμε έναν «Ρυθμό Ζαχαροπλαστείου», που σκεφθήκαμε πως θα μπορούσε να θυμίζει λουκάνικα κρεμασμένα σε μια βιτρίνα, εικονογραφώντας με αυτόν τον τρόπο την πέρα των Άλπεων τοποθεσία του έργου…»[61]

[61] K. Frampton. *Μοντέρνα Αρχιτεκτονική, Ιστορία και Κριτική*. Μεταφρ.: Θ. Ανδρουλάκης, Μ. Παγκάλου. Αθήνα: Εκδόσεις Θεμέλιο, 2000, σελ. 260.

«Ίσως κάποιος πει ότι η αρχιτεκτονική κάθε εποχής προσαρμόζεται στις εκάστοτε προτεραιότητες: παλιά η φύση, σήμερα ο τουρισμός. Όμως γιατί θα πρέπει οι σημερινές ανάγκες να καλύπτονται με καρικατούρες του χθες;»[62]

Η διαμάχη μεταξύ διεθνούς και τοπικού, νέου και παραδοσιακού, αυτά τα δίπολα συνεχώς θέτουν προς εξέταση ή αναδιαπραγμάτευση το ζήτημα της ***ταυτότητας.*** *Τα κτίρια που παράγουμε και οι εικόνες που επιλέγουμε να προβάλουμε είναι εκφράσεις του ποιοι είμαστε και του τι πιστεύουμε. Τι παρουσιάζεις και τι πραγματικά είσαι, τι δείχνεις και τι πραγματικά είσαι;*

◀ κολάζ από προσωπικό αρχείο ["Still life and abstract", έκθεση, Victor Ivanovsky.]

[62] Θ. Ν. Στασινόπουλος. *Το 'δέον στύλ'*. Αναρτήθηκε: 9/9/2009, από www.greekarchitects.gr.

ΠΕΡΙ ΕΛΛΗΝΙΚΟΤΗΤΑΣ

οι τρεις προσεγγίσεις του τοπίου

«Πόσο συχνά, αλήθεια, δεν έρχεται στον τόπο μας ο ξένος ταξιδιώτης, για την αρχαία Ελλάδα και μόνο! Και πόσο συχνά δεν έχει μάτια μονάχα για την αρχαιότητα ή την παλαιότητα της ελληνικής γης …» [63]

[63] Α. Κωνσταντινίδης. *Για την Αρχιτεκτονική, Δημοσιεύματα σε εφημερίδες, σε περιοδικά και σε βιβλία 1940-1982*. Ηράκλειο :Πανεπιστημιακές Εκδόσεις Κρήτης, 2011, σελ.88.

◀ "Without", Κολάζ, Katrien De Blauwer.

Σύμφωνα με τον Γιάννη Αίσωπο, «*το **τουριστικό τοπίο** είναι πολύ πιο εστιασμένο στο να παράξει ένα συγκεκριμένο αποτέλεσμα. Το **τοπίο τουρισμού** είναι ευρύτερο, εμπεριέχει στοιχεία που έχουν γίνει για να σαγηνεύουν αλλά και υπαρκτά, απαράλλακτα στοιχεία της πόλης ή του τόπου, που συνεχίζουν τη δραστηριότητά τους ανεξάρτητα από το αν εμπεριέχονται στη διαδικασία που χαρακτηρίζουμε τουριστική*».[64] Ο παραπάνω διαχωρισμός είναι ζωτικής σημασίας στην έρευνά μας. Το τοπίο τουρισμού είναι μέρος του τόπου όπου εντάσσεται και αν και αποτελεί πόλο έλξης δεν βρίσκεται αποκομμένο από την πραγματική καθημερινή ζωή ή της δραστηριότητες των μόνιμων κατοίκων του.

Στο κεφάλαιο αυτό θα επιχειρήσουμε να αναγνώσουμε το τοπίο, εξετάζοντας ποικίλα κριτήρια, οπτικά και πολιτισμικά, με σκοπό να καταλήξουμε σε ένα γενικότερο συμπέρασμα που θα μας βοηθήσει α/ να ανα-γνωρίσουμε τι είναι ελληνικό, β/ να μάθουμε τις ποιότητες που εμπεριέχονται σε κάθε ελληνικό τοπίο και γ/ να δημιουργούμε με γνώμονα αυτές ελληνικά τοπία τουρισμού. Με τον όρο «οπτική ανάλυση»[65] εννοούμε, στηριζόμενοι στην Θεανώ Τερκενλή, την προσπάθεια ερμηνείας του περιεχομένου του τοπίου σαν σύστημα συμβολισμού των ανθρώπινων προθέσεων. Στην προσπάθεια αυτή λαμβάνουν μέρος αντικειμενικά, οπτικά κριτήρια, όπως είναι η κλίμακα, το μέτρο, τα υλικά, το φώς και το χρώμα, και ίσως και άλλα πολλά «που συνυφαίνονται μέσα από προσωπικές ιδιαιτερότητες, όπως η ποιότητα όρασης κι άλλοι βιολογικοί περιορισμοί, η φαντασία, η στοχαστική ικανότητα, το κέφι, η σχετική μόρφωση και προηγούμενη εμπειρία του παρατηρητή καθώς και πολλοί κοινωνιολογικοί παράγοντες». **Φυσικά, τα παραπάνω δεν μπορούν να τεθούν ως αντικείμενο μελέτης με τρόπο καθολικό, ακριβώς εξαιτίας της ίδιας τους της μεταβλητής και υποκειμενικής φύσης**. Όπως χαρακτηριστικά είπε και ο James Corner, η έννοια του τοπίου δεν έχει την ίδια ερμηνεία παγκοσμίως, ούτε γίνεται αντιληπτή με τον ίδιο τρόπο στους διάφορους πολιτισμούς ανά χρόνια. Η σημασία και η αξία του, μαζί με τα φυσικά και μορφολογικά χαρακτηριστικά, δεν είναι στοιχεία καθορισμένα με «απόλυτο τρόπο».[66] Όσον αφορά την πολιτισμική ανάλυση που έπεται της οπτικής, θα γίνει μια προσπάθεια ανάγνωσης του ιδιαίτερου χαρακτήρα του ελληνικού τοπίου χρησιμοποιώντας ως αντικείμενο μελέτης τα στοιχεία

---

[64] Γ. Αίσωπος. Από το *Live your myth in Greece*, στην Μπιενάλε της Βενετίας με το *«Remaking Greece: Tourism Landscapes»*. Ανακτήθηκε: 4/2/2014, από popaganda.gr.

[65] Θ. Τερκενλή. *Το Πολιτισμικό Τοπίο, Γεωγραφικές προσεγγίσεις*. Αθήνα: Εκδόσεις Παπαζήση, 1996, σελ.99.

[66] J. Corner. *The landscape idea*. Στο *Recovering Landscape, Essays in Contemporary Landscape Architecture*. James Corner (ed.), Princeton Architectural Press, Νέα Υόρκη, 1999, σελ.5.

εκείνα που απαρτίζουν το επονομαζόμενο «πολιτισμικό τοπίο»: την μνήμη και παράδοση του τόπου, τα προσωπικά και συλλογικά βιώματα των κατοίκων του, τον τρόπο ζωής και την καθημερινότητάς τους. Τέλος, θα αναγνώσουμε το τοπίο «αισθητηριακά» στηριζόμενοι στην ελληνική, λογοτεχνική παραγωγή. Όλα αυτά θα οδηγήσουν ένα βήμα εγγύτερα στην κατανόηση της έννοιας «ελληνικό πνεύμα του τόπου». Άλλωστε, μνημονεύοντας τον C.N.Schulz, *για να είναι τόπος ένας χώρος οφείλει να έχει κάποια διακριτά φυσικά ή πολιτιστικά χαρακτηριστικά.*[67]

Μιλώντας για το **ελληνικό τοπίο,** αν κοιτάξουμε πιο προσεκτικά θα δούμε ότι δεν είναι ένα αλλά πολλά τα ελληνικά τοπία [68] δεδομένης της ποικιλότητας της φύσης, οπότε ο ορισμός ενός και καθολικού genius loci της Ελλάδας είναι εγχείρημα σχεδόν ακατόρθωτο. Πέρα από ακατόρθωτο όμως, η προσπάθεια ένταξης όλων των τοπίων υπό έναν «ολικό» ορισμό θα καταργούσε αυτόματα τη διαφορετικότητά τους. Η αίσθηση που προκαλεί το κάθε τοπίο είναι μοναδική και δεν μπορεί να συγκριθεί με κάποια άλλη και γι' αυτό θα επιχειρήσουμε να εξετάσουμε τα στοιχεία που προκαλούν την αίσθηση αυτή. Σύμφωνα με τον C. Norberg-Schulz,[69] «*τα νοήματα που συλλέγονται από έναν τόπο συνιστούν*

---

[67] C. Norberg-Schulz. *Genius Loci, Το Πνεύμα του Τόπου, Για μια Φαινομενολογία της Αρχιτεκτονικής*. Μεταφρ. Φραγκόπουλος Μ. Αθήνα: Παν/μιακές εκδόσεις ΕΜΠ, 2009, σελ.9.

[68] Θ. Δοξιάδης. Ταυτότητα ή Ποικιλότητα, Το έδαφος του μελλοντικού ελληνικού τοπίου. Στο Πανεπιστήμιο Θεσσαλίας-Τμήμα Αρχ. Μηχανικών, "ωραίο, φρικτό κι απέριττο τοπίον!". Εκδόσεις Νησίδες, 2003, σελ.51-52 :

ΦΥΣΙΚΑ ΤΟΠΙΑ: α) Κωνοφόρα δάση (ελάτης κ.α.) στα βουνά, β) Δάση οξύδερκου στον Πάρνωνα, γ) Λιμνοθάλασσες, δ) Παράλια έλη, ε) Δέλτα των ποταμών στ) Παραθαλάσσια τοπία ζ) Βάλτοι, η) Λίμνες, θ) Φυλλοβόλα δάση οξιάς, βελανιδιάς, καστανιάς, ι) αλπικοί θαμνώνες, κ)αλπικά λιβάδια.

ΑΝΘΡΩΠΟΓΕΝΗ ΦΥΣΙΚΑ ΤΟΠΙΑ: α) Μακία βλάστηση, β) Φρύγανα, γ) Ανοιχτά λιβάδια.

ΠΑΡΑΔΟΣΙΑΚΑ ΑΓΡΟΤΙΚΑ ΤΟΠΙΑ:α) Σύνθετα τοπία της πεζούλας, β)Ελαιώνες, γ) Αγροί και λιβάδια, δ) Αμπελώνες, ε) Μποστάνια, στ) Αυλές των σπιτιών.

ΕΝΤΑΤΙΚΑ ΑΓΡΟΤΙΚΑ ΤΟΠΙΑ: α) Βαμβακοπαραγωγήβ) Καπνά, γ) Εντατικοί ελαιώνες.

ΑΣΤΙΚΑ ΚΑΙ ΠΕΡΙΑΣΤΙΚΑ ΤΟΠΙΑ: α) Πάρκα, β) Πλατείες, γ) Δεντροστοιχίες οδών, δ) Ιδιωτικοί κήποι σε στιλ Πικιώνη, αγγλικό, γαλλικό, ιαπωνικό, ακατανόμαστο, ε) Αστικά παραθαλάσσια τοπία, στ) Τοπία μεγάλων έργων υποδομής, ζ) Τυχαία τοπία, η) Υπολειμματικά τοπία, θ) Τοπία εγκατάλειψης, ι) Τοπία επανακατάληψης από τη φύση.

ΒΙΟΜΗΧΑΝΙΚΑ ΚΑΙ ΜΕΤΑΒΙΟΜΗΧΑΝΙΚΑ ΤΟΠΙΑ: α) Προ-βιομηχανικά τοπία, β) Βιομηχανικά τοπία, γ) Ορυχεία, δ) Λατομεία, ε) Τοπία τουριστικής ανάπτυξης.

ΤΟΠΙΑ ΣΥΝΤΗΡΗΣΗΣ: α) Αρχαιολογικοί χώροι, β) Προστατευόμενοι οικισμοί, γ) Προστατευόμενα τοπία.

[69] C. Norberg-Schulz. *Genius Loci, Το Πνεύμα του Τόπου, Για μια Φαινομενολογία της Αρχιτεκτονικής*.

το genius loci του», ενώ ο Οδυσσέας Ελύτης έχει πει χαρακτηριστικά ότι «*το τοπίο δεν είναι όπως το αντιλαμβάνονται μερικοί, κάποιο απλώς σύνολο της γης, φυτών και υδάτων, είναι η προβολή της ψυχής ενός λαού πάνω στην ύλη*».[70] Ο Heidegger αισθάνθηκε τη λεγόμενη «ελληνική ιδιοσυστασία» μόνο όταν επισκέφθηκε τη Δήλο, ενώ προηγουμένως όμως είχε επισκεφθεί την Κρήτη, την Ακρόπολη και άλλα μέρη της Ελλάδας χωρίς να καταφέρει να νιώσει ποια ήταν η ψυχή του τόπου.[71] Καταλήγουμε στο συμπέρασμα, λοιπόν, ότι ο ορισμός της ελληνικότητας είναι «προσωπική υπόθεση» και διακρίνεται από μεγάλη υποκειμενικότητα, είναι η αίσθηση που αποπνέει στον κάθε θεατή-παρατηρητή το ελληνικό τοπίο.

Κατά τον Π. Λέφα, «Το genius loci είναι παρόν στα φυσικά περιβάλλοντα καλώντας τους ανθρώπους να τα σεβαστούν – χτίζοντας με άλλο τρόπο στη Σαχάρα, με άλλον στις πεδιάδες της Πολωνίας και με άλλον στις Κυκλάδες- και είναι παρόν στα πολιτιστικά περιβάλλοντα, καλώντας τους ανθρώπους να συνειδητοποιήσουν τις ποιότητές τους- να εκτιμήσουν τα divertimenti του Μότσαρτ και τη μουσική των Σούφι.»[72]

Μεταφρ. Φραγκόπουλος Μ. Αθήνα: Παν/μιακές εκδόσεις ΕΜΠ, 2009, σελ.185.

[70] Π. Δουκέλλη. *Το ΕλληνικόΤοπίο, Μελέτες Ιστορικής Γεωγραφίας και Πρόσληψης του Τόπου*. Αθήνα: Εκδόσεις Εστία, 2005, σελ.200.

[71] Μ. Heidegger. *Διαμονές*. Μετάφρ. Γ. Φαράκλας, Αθήνα: Κριτική,1998, σελ.50-51.

[72] Π. Λέφας. *Αρχιτεκτονική και Κατοίκηση, Από τον Heidegger στον Koolhaas*. Αθήνα: Εκδόσεις Πλέθρον, 2008, σελ.165.

Περπατώντας επάνω σε τούτη τη γη, η καρδιά μας χαίρεται με την πρώτη χαρά του νηπίου την κίνησή ,ας μέσα στο χώρο της πλάσης [...].

Χαίρεται το προχώρεμα του κορμιού επάνω απ' την ανάγλυφη τούτη ταινία που είναι το έδαφος. Και το πνέυμα μας εφραίνεται από τους άπειρους συνδυασμούς των τριών διαστάσεων του Χώρου [...].

Προσπερνούμε δίπλα σε τούτο το βράχο, τον κορμό του δέντρου ή κάτω από τούτο το θύσανο της φυλλωσιάς του. Ανεβαίνουμε, κατεβαίνουμε μαζί με το έδαφος, απάνω εις τα κυρτώματά του, τους γηλόφους , τα όρη ή βαθιά μέσα στις κοιλάδες. [...][73]

[73] Δ. Πικιώνης. *Κείμενα*, Αθήνα: Μορφωτικό Ίδρυμα Εθνικής Τραπέζης, 1985.

«Η οπτική ανάλυση του τοπίου συγκροτείται βασικά από εικόνες ή σκηνές που διαδέχονται η μία την άλλη. Στην ουσία, είναι μια προσπάθεια ανεύρεσης σχέσεων μεταξύ μορφών και του πλαισίου τους, όπου απότομες ακμές ορίζουν αντικείμενα μέσα στο φόντο τους.»[74]

«Από τα χαρακτηριστικά της ελληνικής αρχιτεκτονικής μέσα στους αιώνες ήταν πάντα η ανθρώπινη κλίμακα, η ισορροπία, ο ρυθμός, η αρμονική σχέση με το περιβάλλον και γενικά η διακριτικότητα, η χάρη και η αξιοπρέπεια. Με δύο λόγια το 'μέτρο' που διέκρινε ακόμα και τα πιο ταπεινά κτίσματα».[75]

Στοιχείο του τοπίου είναι **το μέτρο, η κλίμακά του**. Ανατρέχοντας στον Π.Α. Μιχελή, «*εδώ είναι ο τόπος του μέτρου*».[76] Αν εξετάσουμε την Ελλάδα γεωγραφικά, θα δούμε ότι η σχετικά ήπια γεωμορφολογία της δε δημιουργεί ανυπέρβλητα εμπόδια στον άνθρωπο, αντίθετα του προσφέρει ένα βολικό μέρος διαβίωσης. Το ίδιο ισχύει και όσον αφορά το κλιματολογικό στάτους της Ελλάδας, που δεν παρουσιάζει ακρότητες αλλά είναι εύκρατο, ήπιο, «γλυκό» τόσο για τον επισκέπτη όσο και για τον κάτοικο, όπως άλλωστε διατυπώθηκε και στο δεύτερο κεφάλαιο. Το κοινό σημείο, σύμφωνα με τον Μιχελή, που παρουσιάζουν η «πλαστική τάση» της νησιώτικης αρχιτεκτονικής και η «γραφική τάση» της ηπειρωτικής είναι το μέτρο, διότι «*σε καμία από τις τρεις διαστάσεις δεν υπάρχει υπερβολή*». Αυτό το χαρακτηριστικό το προσδίδει στο ελληνικό τοπίο, που δεν προσφέρει την ατελείωτη απεραντοσύνη» της ερήμου αλλά ούτε και τις «ευρύχωρες πεδιάδες» της κεντρικής Ευρώπης.[77]

◀ Μητάτα Κύθηρα, Jonathan Andrew Photography.

Τελικά, αποτελεί το μέτρο πέρα από παράγοντα διαμόρφωσης ενός τοπίου και ένα τοπιακό γονιδιακό τύπωμα, μια ποιότητα σημαντική όχι μόνο για την ανάγνωση αλλά και τη χρήση του τοπίου- και συνεπώς την ανοικοδόμηση και

---

[74] Θ. Τερκενλή. *Το Πολιτισμικό Τοπίο, Γεωγραφικές προσεγγίσεις*. Αθήνα: Εκδόσεις Παπαζήση, 1996, σελ.93.

[75] Κ. Ν. Δεκαβάλλας. *Η αρχιτεκτονική του χθες και του σήμερα στην Ελλάδα*. Αρχιτεκτονικά Θέματα, Τεύχος 29, 1998 σελ. 26.

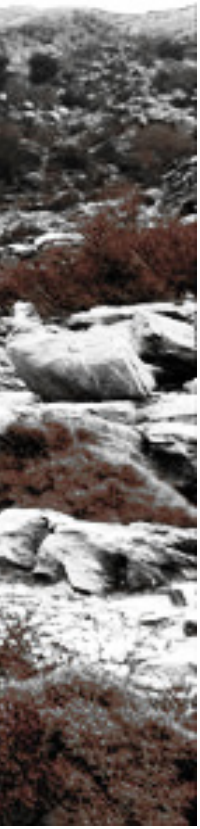
[76] Π. Α. Μιχελής. *Η αρχιτεκτονική ως τέχνη*. Αθήνα: Ίδρυμα Παναγιώτη και Έφης Μιχελή, 2002, σελ.514.

[77] *Π. Α. Μιχελής, Αισθητικά Θεωρήματα*. Ίδρυμα Παναγιώτη και Έφης Μιχελή, Αθήνα, 2006, σελ. 235-236.

▲ Μιτάτα στο Οροπέδιο Νίδας, Ψηλορείτης. Κρήτη.

δράση στα πλαίσια αυτού; Διαπερνά τελικά το μέτρο και η έννοια του όχι μόνο το τοπίο χωρικά αλλά και πολιτισμικά, δηλαδή το τοπίο και τους ανθρώπους που το κατοικούν;

Όλοι όσοι επιχείρησαν να ασχοληθούν με το ζήτημα της ελληνικότητας, συμπεριέλαβαν στην έρευνά τους και τα **υλικά**, καθώς αποτελούν πολύ σημαντικό κεφάλαιο στην γενικότερη ιστορία της αρχιτεκτονικής. Ο Π.Α. Μιχελής θεωρεί ότι «*εφόσον ο αρχιτέκτων όμως γίνει, πρωτότυπος στη μορφολογία του, αναδεικνύει με το υπάρχον υλικό το χαρακτήρα του τόπου, χωρίς να αναγκάζεται να υποδεικνύει πρωτοτυπία μεταφέροντας ξένα υλικά και μορφές που είναι άγονες στο φως και στο κλίμα της Ελλάδας. Διότι κάθε υλικό φυτρώνει κάπου, όπως το δέντρο, και όταν κτίζεται συγγενεύει με το περιβάλλον του ως σύσταση, ως χρώμα και ως υφή*».[78] Κατανοούμε, συνεπώς, ότι πέρα από τα στοιχεία που αναφέρθηκαν και θα αναφερθούν στη συνέχεια, τα υλικά που προσφέρονται σε ένα τόπο από τη φύση του και αυτά που «δένουν» αρμονικά το κτιστό με το άκτιστο τοπίο αποτελούν ένα χαρακτηριστικό που αξίζει να εντοπίζεται στο εκάστοτε τοπίο και φυσικά να λαμβάνεται υπόψη κατά την επεξεργασία αυτού. Ο Γ. Τζιρτζιλάκης σχολιάζει ότι «*η αίσθηση της ύλης αποτελεί το πρώτο στοιχείο της μορφής*».[79] Αν εξαιρέσουμε την εναρμόνιση για την οποία είναι υπεύθυνη και η χρήση των υλικών, το συγκεκριμένο χαρακτηριστικό έχει ενίοτε και συμβολική διάσταση ή κοινωνεί ένα ιδιαίτερο, κεκαλυμμένο μήνυμα γι' αυτό εξάλλου το διερευνούμε όταν αναγιγνώσκουμε τον χαρακτήρα ενός τοπίου.



[78] Π. Α. Μιχελής. *Η αρχιτεκτονική ως τέχνη*. Αθήνα: Ίδρυμα Παναγιώτη και Έφης Μιχελή, 2002, σελ.499.

[79] Γ. Τζιρτζιλάκης. *Η αρχιτεκτονική με βλέμμα στον τουρισμό*. Ανακτήθηκε: 10/4/2012, από www.tanea.gr

Μπορούμε να θεωρήσουμε το τοπίο και μέσα από μια διαφορετική σκοπιά, μέσα από **το φως και το χρώμα**. Η Θ. Τερκενλή αναφέρει ότι «το φως όμως δεν νοείται στο τοπίο χωρίς χρώμα, ένα από τα ουσιαστικότερα οπτικά χαρακτηριστικά ενός τοπίου».[80] Στην οπτική ανάλυση ενός τοπίου, ιδιαίτερα όταν αυτή δεν εμπεριέχει πλήρη ενσυνειδησία, το φως και το χρώμα διαδραματίζει σημαντικό ρόλο στην αίσθηση που θα προκληθεί στον παρατηρητή- δέκτη. Ανάλογα με τον φωτισμό και τα χρώματα που δημιουργούνται, το τοπίο μπορεί να αλλάξει δραματικά, να δημιουργήσει διαφορετικές εικόνες που ο δέκτης επεξεργάζεται επίσης διαφορετικά. Για παράδειγμα, η όψη ενός παλιού κτηρίου το δειλινό, το κάνει άλλες φορές να μοιάζει τρομακτικό ή ρομαντικό και προκαλεί έναν αντίστοιχο συναισθηματικό αντίκτυπο. «*Το χρώμα στο τοπίο συνεισφέρει στην αίσθηση ενότητας ή ποικιλότητας, αποκαλύπτει τη φύση των υλικών, καθορίζει τη μορφή των αντικειμένων, επιδρά στις οπτικές αναλογίες, τονίζει την κλίμακα, προσδίδει ή αφαιρεί αίσθηση βάρους*»,[81] διατυπώνει εμπεριστατωμένα η Θ. Τερκενλή. Φυσικά, τα δύο αυτά κριτήρια, επηρεάζονται από τους εκάστοτε κλιματικούς και περιβαλλοντικούς παράγοντες των ελληνικών τοπίων, άρα και από τη γεωμορφολογία και από τη χρονική στιγμή.

---

[80] Θ. Τερκενλή. *Το Πολιτισμικό Τοπίο, Γεωγραφικές προσεγγίσεις*. Αθήνα: Εκδόσεις Παπαζήση, 1996, σελ.105.

[81] Ό.π., σελ. 105.

«Το ελληνικό τοπίο προεκτείνει την ανταγωνιστικότητα του φωτός. Δεν υπάρχουν εδώ δάση πού να απορροφούν ακτίνες, λιβάδια πού να μαλακώνουν αντανακλάσεις. Υπάρχουν πράγματα σκληρά: βράχος, άμμος, θάλασσα, πέτρα, πού στέλνουν πίσω το φως πολλαπλασιασμένο. Έτσι το φως συγκρούεται με το τοπίο, το τοπίο με τον εαυτό του, οι σκιές με τις ανακλάσεις. Αυτή η σύγκρουση είναι το ελληνικό στοιχείο στο φως. Όπως είναι το συστατικό στοιχείο στην τραγωδία.

Μπορούμε πια να μιλήσουμε για ένα τραγικό φως.»[82]

κολάζ, Architectural Review ▶

[82] Ν. Δήμου. *Το φως των Ελλήνων*. Αθήνα: Μουσείο Μπενάκη, 2009.

Η **μεταβλητότητα** ενός τοπίου είναι ένα ακόμα στοιχείο που θα πρέπει να διερευνηθεί για να κατανοήσουμε το χαρακτήρα ενός τοπίου γενικά και την ελληνικότητά του ειδικά. «*Η μεταβλητότητα ενός τοπίου προσδίδει στο χαρακτήρα του ιστορικό βάθος με τον προσδιορισμό του περάσματος του χρόνου, μέσα από το οποίο ένα τοπίο εμφανίζεται σαν το σκηνικό ενός χωρικού γεγονότος ή μιας σειράς γεγονότων*».[83] Σύμφωνα με τον Lynch, η χρονικές πληροφορίες που εντοπίζονται μέσα στο τοπίο μπορούν να διαχωριστούν σε α/ επεισοδιακές επαναλήψεις (π.χ. ημερήσιες μεταβολές φωτός, ώρες αιχμής στους δρόμους μιας πόλης) και β/ προοδευτικές και αμετάκλητες αλλαγές (π.χ. παλαίωση, τα σημάδια γονότων του παρελθόντος).[84] Το τοπίο μέσα από αυτές τις χρονικές πληροφορίες αποκτά ένα πολύ ιδιαίτερο χαρακτήρα, κάτι που το διαφοροποιεί από τα υπόλοιπα, ενώ το εμπλουτίζει με κίνηση και χρονικούς ρυθμούς. *Εδώ διαφαίνεται έντονα το πώς μπορούν οι ανθρώπινες δραστηριότητες να συσχετιστούν με την ανάλυση του τοπίου μέσα από το στοιχείο της μεταβλητότητας*. Ένα παράδειγμα μεταβλητότητας στο φυσικό τοπίο μπορεί να είναι οι εποχιακές μεταβολές της βλάστησης ή τα κλιματικά αποτυπώματα που παρατηρούνται στα φυσικά περιβάλλοντα.

Μέσα από την προσεκτική και έγγεια παρατήρηση εκ μέρους του θεατή-ερευνητή, από την ενσυνείδητη **ανάλυση των λεπτομερειών**, δηλαδή την παρατήρηση του τοπίου σε μεγαλύτερο βάθος, μπορούμε να συνθέσουμε πληροφορίες για το τοπίο που να μας ενημερώσουν για την ταυτότητά του. Διαβάζουμε και πάλι στο βιβλίο της Θ. Τερκενλή, «Το πολιτισμικό τοπίο: γεωγραφικές προσεγγίσεις», ότι *η ανάγνωση αυτή των λεπτομερειών μπορεί να είναι και αποτέλεσμα αυθόρμητης εξοικείωσης με το εκάστοτε τοπίο, και έτσι συλλέγουμε πολύτιμες πληροφορίες για το τοπίο*. Παράδειγμα μελέτης των λεπτομερειών θα μπορούσε να αποτελέσει η ανάγνωση των «επίπλων του δρόμου», της πλακόστρωσης ή εδαφοκάλυψης και της βλάστησης του τοπίου.[85]

---

[83] Ό.π., σελ. 106.

[84] Ό.π., σελ. 106.

[85] Ό.π., σελ. 101.

Στη συνέχεια και καταλήγοντας, δεν μπορούμε να παραβλέψουμε τη σημασία που παρουσιάζει το **στυλ ή ο ρυθμός του τοπίου,** στοιχεία που προκύπτουν από την παραπάνω μελέτη των λεπτομερειών. Ο ρυθμός συνίσταται στην «*εμφανή, χαρακτηριστική διευθέτηση των πραγμάτων στο τοπίο που ενσωματώνει κάποια καθορισμένα και συγκεκριμένα σχήματα*».[86] Θα πρέπει εδώ να αναφερθεί ότι το κάθε τοπίο μπορεί να παρουσιάσει αισθητική ευαισθησία- «αισθητική τρωτότητα» σύμφωνα με την Τερκενλή- ανάλογα τις καταστάσεις που «βιώνει» και τις καταστρεπτικές συνέπειες που μπορεί να επιφέρουν η άκριτη σχεδιαστική επέμβαση ή η τουριστική ανάπτυξη που διαφέρει από περιοχή σε περιοχή και από πολιτισμική ομάδα σε πολιτισμική ομάδα.[87]

[86] Ό.π., σελ. 101.

[87] Ό.π., σελ. 101.

Να φθάσεις να εκτιμάς την αξία του κάθε τόπου, και την τοπο-λογία και την τοπιο-γραφία.[88]

◀ Τα καντούνια στην παλιά Πόλη της Κέρκυρας.

[88] Α. Τομπάζης. *Γράμμα σ'ένα νέο αρχιτέκτονα*. Αθήνα: Εκδόσεις Libro, 2007, σελ.105.

(...) Και ό,τι έφτανε ίσια απ' την Ευρώπη εφάνταζε και λαμποκοπούσε, ό,τι εντόπιο ήταν περιφρονημένο… Το μόνο που θέλησαν να κρατήσουν ελληνικό, και αυτό όμως όχι νεοελληνικό, ήταν οι τύποι, η φάτσα, η εξωτερική μορφή… Και αρμένιζε η Ελλάδα όλη καταίσα κατά κάποιον αρχαιόμορφο και ξενότροπο μαϊμουδισμό, που έκαμε το ελληνικό μυαλό να παραδέρνη σε μια λιμνοθάλασσα από ιδέες παλιές και νέες» , Ίωνας Δραγούμης.[89]

[89] Ό.π., σελ. 91-92.

Πολιτισμική προσέγγιση

«Υπάρχει η ανάγκη να κοιτάξουμε πίσω για να δούμε μπροστά»[90]

Προσπαθώντας να αντιληφθούμε τι προκαλεί την αίσθηση της ελληνικότητας εν γένει δεν αρκεί να βασιστούμε στα οπτικά κριτήρια που διατυπώθηκαν προηγουμένως. Η οπτική εξέταση δεν είναι ικανή κατά μόνας να μας οδηγήσει στην ολοκληρωμένη ανάγνωση ενός τοπίου: «*Κάθε ανθρωπογενές τοπίο περιέχει πολλά νοήματα και μηνύματα όσο κοινότυπο κι αν φαίνεται το τοπίο αυτό από την πρώτη όψη, κι άρα μπορεί αν «διαβαστεί» όπως διαβάζεται ένα βιβλίο, διότι αποτελεί την ασυναίσθητη αυτοβιογραφία μας ή την αυτοβιογραφία του πολιτισμού μας*».[91] Καλούμαστε, λοιπόν, να αναφερθούμε και στη μνήμη και την παράδοση, τα προσωπικά και συλλογικά βιώματα του λαού, τον τρόπο ζωής και την καθημερινότητά του. Λαμβάνοντας ως δεδομένη την αλλαγή των αξιών και συνηθειών μας μέσα στο χρόνο, καθώς οι καταστάσεις εξελίσσονται και σημειώνεται τεχνολογική πρόοδος που επηρεάζει κάθε τομέα της ζωής μας, θα πρέπει να επιχειρούμε να βρίσκουμε το χαρακτήρα του τοπίου εξετάζοντας τα προαναφερθέντα στοιχεία μέσα στην εκάστοτε χρονική στιγμή. Είναι αυτά τα στοιχεία βάσει των οποίων θα είμαστε καλύτερα σε θέση να κατανοήσουμε αν κάτι προσιδιάζει στο ελληνικό πνεύμα ή όχι.

Στην ανάλυση του τοπίου, η μνήμη και η παράδοση της κοινωνίας που το περιβάλλει, έννοιες άρρηκτα συνδεδεμένες τελικά με την **ιστορία**, μπορούν να μας δώσουν πληθώρα πληροφοριών. Σύμφωνα με το ιστορικό αξίωμα του Pierce Lewis, «*η γνώση της ιστορικής συγκρότησης και εξέλιξης ενός τοπίου διαφωτίζει ανεκτίμητα τον παρατηρητή […]*».[92] Αν μη τι άλλο, η ιστορία ενός τόπου και το αποτύπωμά που αφήνει στο κτιστό και άκτιστο τοπίο μαρτυρούν το πνεύμα του. «*Η ιστορία του τόπου επιλαμβάνεται της ιστορικότητας μιας μικρο-*

◀ *What Lies Outside The Borders Of Vintage Photos*, Lauren King.

---

[90] 2η Διεθνής Έκθεση *Αρχιτεκτονικής-Μπιενάλε Βενετίας 2010. Κιβωτός, Παλιοί σπόροι για νέες καλλιέργειες*. Επιτρ.-Επιμελ.: Γιαννίση Φ., Κοτιώνης Ζ. Υπουργείο Περιβάλλοντος, Ενέργειας και Κλιματικής αλλαγής, Πανεπιστημιακές εκδόσεις Θεσσαλίας, 2010, σελ.20.

[91] Θ. Τερκενλή. *Το Πολιτισμικό Τοπίο, Γεωγραφικές προσεγγίσεις*. Αθήνα: Εκδόσεις Παπαζήση, 1996, σελ.111.

[92] Ό.π., σελ. 114.

*περιοχής, έτσι όπως αυτή εκφέρεται από τα διάφορα φυσικά και ανθρωπογενή στοιχεία που συνθέτουν την συγκεκριμένη περιοχή, επομένως, το τ**οπίο δεν είναι παρά οι εγγραφές του χρόνου πάνω στον χώρο***».[93] Αν παρατηρήσουμε ένα ελληνικό νησιώτικο τοπίο, π.χ.την παλαιά πόλη των Χανίων, κατανοούμε ότι τα ιστορικά δρώμενα ευθύνονται σχεδόν ολοκληρωτικά και για τη δομή της αλλά και για την εικόνα που έχει δημιουργηθεί, άρα σε δεύτερο χρόνο και για την αίσθηση που προκαλείται στον παρατηρητή. Τα στενά, λαβυρινθώδη σοκάκια και οι ψηλές, πυκνοκτισμένες κατοικίες μαρτυρούν την προσπάθεια προστασίας των κατοίκων από τους ξένους εισβολείς ή πειρατές. Οι μεγάλες πολιτισμικές μεταμορφώσεις συνήθως προκύπτουν όχι σταδιακά αλλά μέσα από δραματικές ιστορικές αλλαγές ή ξαφνικά γεγονότα (πολέμους, οικονομική ύφεση, μεγάλες ανακαλύψεις), που επιφορτίζουν το τοπίο με νέα χαρακτηριστικά, μια νέα όψη. Μέσα από κάθε τέτοια μεταμόρφωση, το τοπίο καταλήγει να συμπεριλαμβάνει περισσότερα δεδομένα απ' ότι προηγουμένως, δεδομένα που δεν είναι δυνατό να αποκωδικοποιηθούν μέσα στο σημερινό τοπίο με τις παρούσες συνθήκες[94]. Ο Π. Ν. Δουκέλλης εισάγει τη σημασία του ανθρώπινου παράγοντα στη μελέτη της ιστορίας και συνεπώς στην επιρροή που αυτή ασκεί στο τοπίο: «*Τα τοπία και η ιστορία τους είναι συνάρτηση μιας ατίθασης παραμέτρου που είναι το ανθρώπινο βλέμμα. Του βλέμματος των πρωταγωνιστών της υπό εξέταση ιστορικής περιόδου, αλλά και του βλέμματος του σημερινού ερευνητή, ικανού να διακρίνει τις μικρολεπτομέρειες ενός τοπίου που φέρουν το βάρος της ιστορικής μνήμης. Η ιστορία του τοπίου, ίσως, να προϋποθέτει μια ιστορία, αλλά και μια τεχνική του βλέμματος*».[95]

Όσον αφορά την έννοια «**παράδοση**» ο Τζόρτζιο Γκράσι διατυπώνει πως *δε σημαίνει επανάληψη αυτού που υπήρξε, αντίθετα, σημαίνει πραγματικότητα αυτού που έχει διάρκεια*.[96] Πρόκειται για ένα διφορούμενο όρο που μπορεί να γίνει αντιληπτός και ως η παράδοση του τοπίου, η αρχιτεκτονική μας

---

[93] Π. Δουκέλλης. *Το Ελληνικό Τοπίο, Μελέτες Ιστορικής Γεωγραφίας και Πρόσληψης του Τόπου*. Αθήνα: Εκδόσεις Εστία, 2005, σελ.16.

[94] Θ. Τερκενλή. *Το Πολιτισμικό Τοπίο, Γεωγραφικές προσεγγίσεις*. Αθήνα: Εκδόσεις Παπαζήση, 1996, σελ.114.

[95] Π. Δουκέλλης. *Το Ελληνικό Τοπίο, Μελέτες Ιστορικής Γεωγραφίας και Πρόσληψης του Τόπου*. Αθήνα: Εκδόσεις Εστία, 2005, σελ.29.

[96] G. Grassi. *Κείμενα για την Αρχιτεκτονική*. Επιλ.– Μετάφρ.- Επίμ.: Κ. Πατέστος, Αθήνα: Εκδόσεις Καστανιώτη: 1998, σελ.173.

κληρονομιά αλλά και ως τα ήθη και τα έθιμα μιας κοινωνικής ομάδας, δηλαδή να αναλυθεί σε μια κοινωνικοπολιτισμική διάσταση. Πιο συγκεκριμένα, όταν μιλάμε για παράδοση και αρχιτεκτονική, ο Γ. Κιουρτσάκης μας δίνει ένα είδος ορισμού που μας βοηθά να κατανοήσουμε πλήρως το πώς τα ανθρώπινα σύνολα που διαμένουν σε ένα τόπο μπορούν να καθορίσουν τη φυσική και τεχνητή διαρρύθμισή του: «…*ότι καθιερώνεται ως παράδοση είναι μονάχα εκείνο που άρεσε στην ευρύτερη κοινότητα, εκείνο που συγκράτησε η συλλογική μνήμη και επομένως, ενέκρινε η ομάδα*».[97] Συμπερασματικά, η παραδόσεις μιας κοινωνικής ομάδας μπορούν να δημιουργήσουν μια αρχιτεκτονική και τοπιακή παράδοση, η οποία αν μελετηθεί μπορεί να μας δώσει πολύτιμα στοιχεία για το πνεύμα ενός τόπου.

Όμως, εκτός από τις καλλιτεχνικές ερμηνευτικές προσεγγίσεις ενός τόπου και τις οπτικές αναλύσεις του, ας μην ξεχνάμε την ουσία. «*Οι κοινωνίες οικειοποιούνται έναν τόπο με βάση τον τρόπο με τον οποίο τον ερμηνεύουν και τον αξιολογούν και ταυτόχρονα ο ίδιος ο τόπος ερμηνεύεται και αξιολογείται από τους ίδιους τους ανθρώπους με βάση τη χρήση που του επιφυλάσσουν*»,[98] υποστηρίζει ο Π. Ν. Δουκέλλης. Ο **τρόπος ζωής και οι συνήθειες των κατοίκων** ενός τόπου καθορίζουν τον τρόπο χρήσης αυτού και των δυνατοτήτων του, συμπέρασμα που εύκολα εντοπίζεται αν κάνουμε μια σύντομη χρονική ανασκόπηση. Ο Λ. Παπαδόπουλος αναφέρει: « *Στο λήμμα «culture» των «Keywords», ο Raymond Williams υπενθυμίζει πως η σημασία της λέξης «κουλτούρα», από καλλιέργεια της γης έφτασε να δηλώνει την καλλιέργεια του νου, τον πολιτισμό – κάποτε την ίδια την κοινωνία. Αυτή η σημασιολογική μετάπτωση της λέξης περιγράφει με πυκνό τρόπο την ανεπαίσθητη απομάκρυνση της κοινωνίας από το πεδίο του φυσικού της καθορισμού- το διαχωρισμό της κουλτούρας από τη φύση*».[99] Συνεπώς, με την πάροδο του καιρού η αλλαγή της χρήσης της γλώσσας ήρθε να σηματοδοτήσει μια αλλαγή στις συνήθειες και την καθημερινή ζωή του λαού. Αυτό περιγράφει επακριβώς το στοιχείο της μετάλλαξης που σχολιάσαμε νωρίτερα. Η βασική ασχολία των ανθρώπων σταμάτησε να περιστρέφεται γύρω από τη γεωργία, ενώ ταυτόχρονα και ο τόπος διαβίωσής τους απομακρυνόταν από τη

---

[97] Γ. Κιουρτσάκης. *Το πρόβλημα της παράδοσης*. Αθήνα: Εκδόσεις Νεφέλη, 2003, σελ.22.

[98] Π. Δουκέλλης. *Το Ελληνικό Τοπίο, Μελέτες Ιστορικής Γεωγραφίας και Πρόσληψης του Τόπου*. Αθήνα: Εκδόσεις Εστία, 2005, σελ.16.

[99] Λ. Παπαδόπουλος. *«Εδώ ας σταθώ, κι ας δω κ' εγώ την φύσι λίγο»*. Μανωλίδης Κ., Καναρέλης Θ. (Επιμ.), Η Διεκδίκηση της Υπαίθρου. Εκδόσεις Ίνδικτος, 2009, σελ.161.

φύση. Η αστικοποίηση μικρότερων περιοχών και η βιομηχανοποίηση που επήλθε επηρέασε όπως ήταν φυσικό και αναμενόμενο τις συνήθειες των κατοίκων, και τον τρόπο που αντιμετώπιζαν το τοπίο. Με διαφορετικές ανάγκες, κατέληξαν να εκμεταλλεύονται το φυσικό τοπίο με ποικίλους νέους τρόπους, και ταυτόχρονα να δημιουργούν ένα καινούργιο, «σύγχρονο» κτιστό τοπίο.

Η Ελλάδα λόγω της στρατηγικής, γεωγραφικής της θέσης υπήρξε κέντρο του εμπορίου, σκηνικό μαχών και πολέμων, λίκνο του πολιτισμού και χώρος δράσης και επιρροής, δυτικών και ανατολικών κοινωνιών. Το γεωγραφικό αξίωμα του Pierce Lewis, επιβεβαιώνει τη σημασία της γεωγραφικής θέσης ενός τοπίου όταν αναλύουμε το χαρακτήρα του: «*η ανάγνωση των στοιχείων του πολιτισμικού τοπίου δεν έχει νόημα εκτός του γεωγραφικού (δηλαδή χωρικού) τους πλαισίου, το οποίο σε ένα μεγάλο βαθμό υπαγορεύει και μορφοποιεί όχι μόνο στοιχεία αλλά και τις συγκεκριμένες δραστηριότητες που εκτυλίσσονται στο τοπίο αυτό*».[100] Το γεωγραφικό στοιχείο μπορεί να αναφέρθηκε και προηγουμένως ως οπτικό κριτήριο ανάλυσης, αλλά εδώ χρησιμοποιείται ώστε να κατανοήσουμε τελικά πώς διαμορφώνονται από αυτό, όπως και από τα ιστορικά γεγονότα, τα προσωπικά και συλλογικά βιώματα. Τα συλλογικά βιώματα έχουν εμποτιστεί από άλλες κουλτούρες, από τους πρόσφυγες που ήρθαν από τη Μικρά Ασία μετά την καταστροφή του 1922, από τους ξένους κατακτητές- Οθωμανούς, Φράγκους, Βενετούς κλπ-, από τους συνεργαζόμενους εμπορικά πολιτισμούς. Το ελληνικό πνεύμα και ο πολιτισμός μέσα στα χρόνια έπαψε να ταυτίζεται με το αμιγώς αρχαιοελληνικό μας προφίλ, αντίθετα ο πολιτισμός μας αναμείχθηκε με διαφορετικά πολιτισμικά στοιχεία, όπως συνεχίζει να γίνεται και σήμερα στα πλαίσια μιας παγκοσμιοποιημένης κοινωνίας, με την εισροή του μοντέρνου. Τα όρια ανάμεσα στα συλλογικά βιώματα, τη μνήμη, την παράδοση και την ιστορία είναι λεπτά και είναι δύσκολο κανείς να ξεχωρίσει πλήρως τις έννοιες. Παρόλα αυτά, κάθε μια φέρει κάποιες αποχρώσεις που τη διαχωρίζουν από τις άλλες, και καμία δεν είναι περισσότερο ή λιγότερο σημαντική από όλες τις υπόλοιπες όσον αφορά την πολιτισμική της αξία στην ταυτότητα του τόπου. Αντιθέτως, τα προσωπικά βιώματα είναι το στοιχείο αυτό που προσδίδει στην ανάγνωση του τοπίου πλήρη υποκειμενικότητα καθώς καλεί τον παρατηρητή να «δει» το τοπίο μέσα από ένα προσωπικό πρίσμα.

---

[100] Θ. Τερκενλή. *Το Πολιτισμικό Τοπίο, Γεωγραφικές προσεγγίσεις*. Αθήνα: Εκδόσεις Παπαζήση, 1996, σελ.114.

▲

-Θεσσαλονίκη, Μεγάλη Βόλβη, 27/1/2005

-καλύβα βοσκού. Βόρεια Εύβοια, Κήρινθος, 16/8/2005

[Γ.Τριανταφύλλου, αρχέτυπα*]

«Να θυμάσαι ότι δεν αρκεί να σε συνεπαίρνει μόνο η εικονογραφική αξία του παρελθόντος αλλά να μαθαίνεις και το γιατί του καθετί. Αυτό και διδακτικό είναι και μεγάλη ικανοποίηση».[101]

[101] Α. Τομπάζης. *Γράμμα σ'ένα νέο αρχιτέκτονα*. Αθήνα: Εκδόσεις Libro, 2007, σελ.100.

Αισθητηριακή προσέγγιση

«αυτός ο κόσμος, ο μικρός, ο μέγας…»[102]

◀ Φολέγανδρος, τοπίο.

Στην πολιτισμική ανάλυση ενός τοπίου, είναι αναγκαία και η εξερεύνηση των μορφών τέχνης αυτού. Στοχεύοντας όμως όχι μόνο σε μια πολιτισμική ή οπτική ανάγνωση, εμείς θα στηριχθούμε στη **λογοτεχνική παραγωγή της Ελλάδας, η οποία δεν προσφέρει απευθείας τοπιακές εικόνες, αλλά δημιουργεί μια αίσθηση δίνοντας το περιθώριο της υποκειμενικότητας στο δέκτη.** Προσπαθώντας να περιγράψουμε τις ποιότητες εκείνες του ελληνικού τοπίου και πολιτισμού που πιστεύουμε ότι δεν καταγράφονται βάσει αντικειμενικών κριτηρίων, εισάγαμε την αισθητηριακή ανάλυση για την οποία αρωγός θα σταθεί η λογοτεχνία. Χρησιμοποιήσαμε κείμενα με τόπο δράσης διαφορετικά ελληνικά τοπία (βουνό, παραθαλάσσιος οικισμός, αστικό τοπίο της πρωτεύουσας), ώστε να εντοπίσουμε πώς μεταδίδεται η ελληνικότητα ακόμα και με την περιγραφή διαφορετικών περιοχών. Θεωρήσαμε ότι ο Άγγελος Τερζάκης- τα έργα του οποίου χρησιμοποιήθηκαν κατά βάση- και η ατμοσφαιρική του γραφή δίνουν μια ξεκάθαρη εικόνα της κατάστασης που επικρατούσε τότε τόσο στην επαρχία όσο και στην πρωτεύουσα ενώ ταυτόχρονα μπορούν να μας κοινωνήσουν κάτι αμιγώς ελληνικό, αίσθηση που δεν προκαλείται από τα συγγράμματα ξένων λογοτεχνών. Φυσικά θα δούμε την ελληνικότητα υπό αυτό το πρίσμα, προσπαθώντας ταυτόχρονα να αντιληφθούμε πώς επηρεάζει την εικόνα που δημιουργεί για την Ελλάδα ένας ξένος επισκέπτης.

Καταρχήν, σε όλα τα έργα του Τερζάκη που διαδραματίζονται στην ελληνική ύπαιθρο, αντιμετωπίζουμε παρόμοια εικόνα όσον αφορά το τοπίο. Περιγράφεται βουκολικά ενώ το βασικό στοιχείο του είναι η έντονη επαφή των κατοίκων με τη φύση που καθορίζει τη ζωή τους και διαγράφει τις συνήθειές τους. Είναι πολύ σημαντικό να κατανοήσουμε ότι αν και για τον ελληνικό πολιτισμό- και κατά συνέπεια για τους Έλληνες- η εικόνα αυτή είναι κάτι το φυσικά προκύπτον, η οπτική γωνία ενός ξένου παρατηρητή ή επισκέπτη διαφοροποιείται πλήρως. Στην ελληνική ύπαιθρο η φύση είναι η άρχουσα δύναμη, οργιάζει και δρα χωρίς έλεγχο ή περιορισμό ερχόμενη σε πλήρη αντίθεση με το παράδειγμα

[102] Ο. Ελύτης. *Αξιον Εστί.* Στο Ζ. Κοτιώνης. *Η τρέλα του τόπου, Αρχιτεκτονική στο Ελληνικό Τοπίο*. Αθήνα: Εκδόσεις Εκκρεμές, 2004.

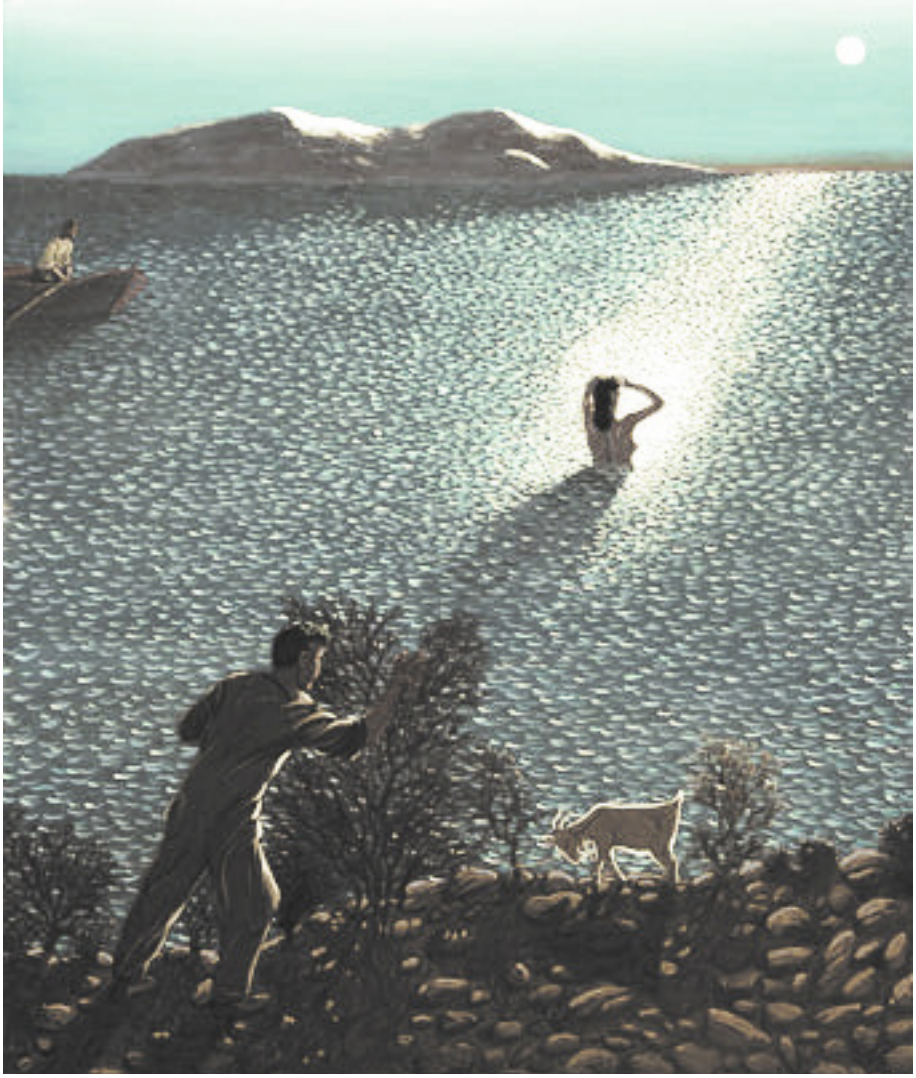
του αστικού τοπίου, όπου το εξημερωμένο φυσικό στοιχείο υπακούει στην ανθρώπινη θέληση. Η ζωή των κατοίκων της ελληνικής υπαίθρου, μέσα από τις περιγραφές του Τερζάκη αλλά και άλλων Ελλήνων λογοτεχνών, όπως είναι ο Βιζυηνός και ο Παπαδιαμάντης, περιορίζεται από το χιόνι ή τη φουσκοθαλασσιά και έτσι ο άνθρωπος στέκει αδύναμος μπροστά στην κυριαρχούσα αυτή ισχύ. Δε χρειάζεται πολλή σκέψη, βέβαια, για να οδηγηθούμε ασφαλώς στο συμπέρασμα ότι τα ίδια φυσικά στοιχεία εμφανίζονται και στην ύπαιθρο της Αγγλίας ή της Ιταλίας, άρα η παραπάνω περιγραφή δεν απομονώνει το ελληνικό τοπίο ούτε του προσδίδει μοναδικότητα. Παρόλα αυτά, στην παρούσα φάση, θα επιχειρήσουμε να εξετάσουμε πώς περιγράφεται αυτό που ονομάζουμε ελληνικό τοπίο, αστικό ή μη, μέσα από την λογοτεχνική παραγωγή της χώρας μας και ύστερα θα προσπαθήσουμε να φανταστούμε πώς αυτή η περιγραφή σχετίζεται, διαμορφώνει ή παραλλάσσει την ιδέα ενός ξένου παρατηρητή για το τοπίο αυτό.

Μιλώντας, λοιπόν, για την ελληνική ύπαιθρο, οι λογοτέχνες μας, τόσο με τα ποιήματα όσο και με τις πρόζες τους έχουν περιγράψει γλαφυρότατα το τοπίο αυτό. Το ίδιο το τοπίο έχει γίνει η αιτία για τη συγγραφή των λογοτεχνημάτων αυτών, χαρακτηριστικό φυσικά του ρεύματος του ρομαντισμού που επηρέασε μετά την επέλασή του από την κεντρική Ευρώπη και τη χώρα μας. Το τοπίο αυτό άλλοτε εμφανίζεται άγριο και αδάμαστο, με τον άνθρωπο να στέκει εμπρός του με δέος και άλλοτε περιβάλλει τους κατοίκους και παρατηρητές του με αγάπη, προσφέροντας γαλήνη και ηρεμία. Πιο συγκεκριμένα, στο Γαμήλιο Εμβατήριο, που χρησιμοποιήθηκε σαν πρώτο δείγμα της έρευνάς μας, αντιλαμβανόμαστε το τοπίο κυρίως ως ένα τροχοπέδη, ένα εμπόδιο στη ζωή των ανθρώπων. Ουκ ολίγες φορές, κατηγορείται η φύση που περιβάλλει την οικογένεια για τα δεινά της, για τις κόρες που έμειναν ανύπαντρες, για το γιο που έφυγε στη Λόντρα,[103] για τις οικονομικές δυσχέρειες. Στο ίδιο όμως το έργο, λιγότερο εμφανώς, παρουσιάζεται και μια επαρχία με αρετές, με ήθος, μια επαρχία που προσφέρει ποιότητα ζωής μακριά από της φλεγμονές των μεγάλων αστικών κέντρων. Είναι αξιοσημείωτη και η εμπλοκή του θρησκευτικού στοιχείου στα λογοτεχνήματα με χώρο δράσης την ελληνική επαρχία. Προβάλλεται έντονα μέσα από τις συχνές αναφορές στο Θεό, στη δύναμή του, από τις περιγραφές των εσωτερικών χώρων όπου υπάρχουν σχεδόν πάντα αντικείμενα θρησκευτικής λατρείας και αφοσίωσης, την Κυριακάτικη Λειτουργία και τις απαγορευμένες προγαμιαίες σχέσεις.

---

[103] Α. Τερζάκης. *Θέατρο: Γαμήλιο Εμβατήριο, Θεοφανώ, Θωμάς ο δίψυχος*. Αθήνα: Εκδόσεις Βιβλιοπωλείον της Εστίας, 1971.

"Όνειρο στο κύμα", ▶
Δημήτρης Μοράρος.



«[...] ανάμεσα εις τους βράχους, όπου εσχημάτιζε χιλίους γλαφυρούς κολπίσκους
και αγκαλίτσες το κύμα, *όπου αλλού εκυρτώνοντο οι βράχοι εις προβλήτας και*
αλλού εκοιλαίνοντο εις σπήλαια·
και ανάμεσα εις τους τόσους ελιγμούς και δαιδάλους του νερού, το οποίον εισεχώρει
μορμυρίζον, χορεύον με άτακτους φλοίσβους και αφρούς,
όμοιον με το βρέφος το ψελλίζον, που αναπηδά εις το λίκνόν του
και λαχταρεί να σηκωθή και να
χορεύση εις την χείρα της μητρός που το έψαυσε[...]»,
Α. Παπαδιαμάντης. *Όνειρο στο Κύμα και άλλα διηγήματα*

Όλα αποδεικνύουν ότι ο όρος «τοπίο» όταν αναφερόμαστε στην ύπαιθρο, δεν είναι ένας στείρος όρος που μπορεί να συνοψιστεί αυθαίρετα σε λίγες γραμμές. Σέρνει μαζί του τα ήθη και τα έθιμα των ανθρώπων που το κατοικούν και το περπατούν μέρα τη μέρα. Το τοπίο αυτό χαρακτηρίζεται από το πολιτισμικό τοπίο που αναπτύσσεται μέσα του. Από τους πρωταγωνιστές του Εμβατηρίου χρησιμοποιείται η λέξη «τόπος»[104] με μια πολύ διαφορετική χροιά. Είναι ο τόπος τους, το σπίτι τους, η οικογένειά τους. Αυτός ο όρος όταν χρησιμοποιείται στα διηγήματα και μυθιστορήματα της ελληνικής λογοτεχνίας συνήθως αναφέρεται σε ένα επαρχιακό μέρος, μακριά από την πόλη, που ταλαιπωρεί τους ανθρώπους του αλλά ταυτόχρονα τους κρατά εκεί αφοσιωμένους, να προσπαθούν κάθε μέρα και σκληρότερα.

Αυτό που είναι αρκετά σημαντικό, όταν επιχειρούμε να προσεγγίσουμε την έννοια του τόπου και τη διαπολιτισμική του διάσταση, είναι η θεωρία της οπτικοποίησης. Ας υποθέσουμε ότι ένας ξένος διαβάζει ένα λογοτεχνικό κείμενο με έντονες περιγραφές της ελληνικής υπαίθρου, παραδείγματος χάριν την περιγραφή της θάλασσας στο «Όνειρο στο Κύμα» του Αλέξανδρου Παπαδιαμάντη.[105] Κατά την ανάγνωση θα μαγευτεί από τη λυρικότητα και γλαφυρότητα των περιγραφών, αλλά μη έχοντας επισκεφθεί την Ελλάδα, θα αδυνατεί να συσχετιστεί με την έννοια του τοπίου όπως θα του προσφερθεί στο γραπτό. Τους όρους θάλασσα και ακρογιαλιά θα τους μεταφράσει στο μυαλό του αυτομάτως οπτικοποιώντας κάτι που τελικά θα απέχει παρασάγγας από την πραγματική εικόνα. Η ελληνική θάλασσα δεν έχει σχέση με τις θάλασσες της Βόρειας Ιρλανδίας ούτε τις αχανείς παραλίες της Καλιφόρνια. Συνεχίζοντας οι περιγραφές όμως η αυτόματα δημιουργημένη εικόνα θα υποχωρήσει, δίνοντας τη θέση της σε μια άλλη, που πάλι δε θα είναι ακριβής αλλά θα είναι σίγουρα πιο κοντά στην αλήθεια. Όταν ο ξένος αυτός επισκεφθεί τελικά τα ελληνικά

---

[104] Α. Παπαδιαμάντης. *Όνειρο στο Κύμα και άλλα διηγήματα*. Αθήνα: Εκδόσεις Βιβλιοπωλείον της Εστίας, 1999, σελ.21.

[105] *«Μίαν εσπέραν, καθώς είχα κατεβάσει τα γίδια μου κάτω εις τον αιγιαλόν, ανάμεσα εις τους βράχους, όπου εσχημάτιζε χιλίους γλαφυρούς κολπίσκους και αγκαλίτσες το κύμα, όπου αλλού εκυρτώνοντο οι βράχοι εις προβλήτας και αλλού εκοιλαίνοντο εις σπήλαια· και ανάμεσα εις τους τόσους ελιγμούς και δαιδάλους του νερού, το οποίον εισεχώρει μορμυρίζον, χορεύον με άτακτους φλοίσβους και αφρούς, όμοιον με το βρέφος το ψελλίζον, που αναπηδά εις το λίκνόν του και λαχταρεί να σηκωθή και να χορεύση εις την χείρα της μητρός που το έψαυσε — καθώς είχα κατεβάσει, λέγω, τα γίδια μου διά ν' "αρμυρίσουν" εις την θάλασσαν, όπως συχνά εσυνήθιζα, είδα την ακρογιαλιάν που ήτον μεγάλη χαρά και μαγεία, και την "ελιμπίστηκα", κ' ελαχτάρησα να πέσω να κολυμβήσω. Ήτον τον Αύγουστον μήνα.»*. Α. Παπαδιαμάντης. *Όνειρο στο Κύμα και άλλα διηγήματα*. Αθήνα: Εκδόσεις Βιβλιοπωλείον της Εστίας, 1999, σελ.21.

νησιά του Αιγαίου θα καταχωρήσει μέσα του την εικόνα που η λογοτεχνία επιχείρησε να φτιάξει. Αυτό είναι ακριβώς η αίσθηση της ελληνικότητας, το πνεύμα του τόπου που περιγραφόμενο λογοτεχνικά προσφέρεται στον αναγνώστη-Έλληνα ή ξένο. Συμπεραίνουμε λοιπόν ότι η λογοτεχνική παραγωγή χρησιμεύει και υποβοηθά την έννοια του τοπίου διττά: πρώτον, προάγοντας το ίδιο το τοπίο, εξάπτοντας τη φαντασία και την περιέργεια και δεύτερον οδηγώντας τελικά τον αναγνώστη στο να διαφοροποιήσει και να κατηγοριοποιήσει καλύτερα αυτό που εννοούμε με τον όρο Ελλάδα. Μέσα από μια ιστορία θα μάθει και σχεδόν θα βιώσει καταστάσεις της ελληνικής κοινωνίας, μάρτυρας των οποίων δε θα μπορούσε να γίνει δια ζώσης με μια του επίσκεψη, και έτσι θα εντάξει πληρέστερα την έννοια του τοπίου στο μυαλό του.

Φυσικά, αν και η Ελλάδα δεν υπήρξε ποτέ και ούτε είναι χώρα με βαριά βιομηχανία και μεγάλα αστικά κέντρα, το αστικό τοπίο και οι πόλεις, κυρίως η Αθήνα, έχουν αποτελέσει ενδιαφέροντες τόπους δράσης ηρώων αρκετών διηγημάτων, όπως της Μενεξεδένιας Πολιτείας [106] του Άγγελου Τερζάκη. Η πόλη καλείται συχνά πολιτεία με έναν μελαγχολικό και νοσταλγικό τόνο, καθώς η πόλη στην ελληνική λογοτεχνία παραπέμπει στη μοναχικότητα και τη βιοπάλη, μια βιοπάλη πολύ διαφορετική από αυτή της επαρχίας. Αξίζει αν αναφερθεί ότι ο κάθε αναγνώστης αντιλαμβάνεται τις υφές και τα λεπτά, αχνά χρώματα ανάμεσα από τις λέξεις διαφορετικά και τα επεξεργάζεται επίσης διαφορετικά από κάποιον άλλο αναγνώστη. Έτσι και με τους συγγραφείς· η Αθήνα του Τερζάκη είναι μελαγχολική και μενεξεδένια ενώ η Αθήνα του Ρίτσου είναι κόκκινη, μαχόμενη, με ροζιασμένα χέρια.[107] Αυτό μας οδηγεί στο συμπέρασμα ότι **η ελληνικότητα του τοπίου όποιο και αν είναι αυτό, εξαρτάται από τους μηχανισμούς λήψης και επεξεργασίας των μηνυμάτων από τον αναγνώστη και ότι το κάθε τοπίο μπορεί να έχει πολλά στοιχεία που να δημιουργούν την αίσθηση της ελληνικής αυθεντικότητας ακόμα και αν αυτά είναι αντιμαχόμενα**. Όλα αυτά έρχονται προς επίρρωσιν της άποψης που διατυπώθηκε παραπάνω σχετικά με την υποκειμενικότητα του όρου «ελληνικό genius loci». Παρόλα αυτά και πέρα από την αδυναμία μας να θεσπίσουμε ένα καθολικό και αδιάσειστο «νόμο», τα συγκείμενα και τα περιβάλλοντα έχουν πάντα μεγάλη σημασία· γιατί αν κάτι είναι απαραίτητο για την αίσθηση της ελληνικότητας, αυτό είναι η αρμονία.

---

[106] Α. Τερζάκης. *Μενεξεδένια Πολιτεία*. Αθήνα: Εκδόσεις. Βιβλιοπωλείον της Εστιας, 2011.

[107] Γ. Ρίτσος. Σονάτα του Σεληνόφωτος. Αθήνα: Εκδόσεις Κέδρος, 1997.

Γιατί όμως χρησιμοποιούμε τη λογοτεχνία κι όχι τον κινηματογράφο ή τη ζωγραφική; *Ο λόγος είναι ότι δε θέλαμε να χρησιμοποιήσουμε ως βάση μια μορφή τέχνης που προσφέρει απευθείας μια εικόνα του ελληνικού τοπίου, αστικού ή φυσικού. Στόχος μας είναι να εντοπίσουμε την αίσθηση του ελληνικού πνεύματος χωρίς να ταυτίσουμε την εικόνα του τότε με το τώρα, αλλά να αφήσουμε το περιθώριο στο δέκτη να αποκωδικοποιήσει την έννοια με τον τρόπο του. Ο επισκέπτης ή ο δέκτης θα αποφύγει έτσι να «πέσει στην παγίδα» των μέσων μαζικής ενημέρωσης: προσφέροντάς του φωτογραφικά μορφολογικά στοιχεία που μπορεί να μην αντιστοιχούν στη σύγχρονη Ελλάδα, καταλήγουμε με τη σειρά μας να προσπαθούμε να δημιουργήσουμε μια εικόνα όπως είπαμε παραπάνω ανάλογη των προσδοκιών των τουριστών, χωρίς να λαμβάνουμε υπόψη την αρμονία σε σχέση με τα περιβάλλοντα στοιχεία. Αν όμως, παρακάμψουμε τις εικόνες και δώσουμε έμφαση απλά στην αίσθηση της ελληνικότητας, θα μπορέσουμε σε δεύτερο χρόνο να φτιάξουμε μια τουριστική Ελλάδα που θα εντάσσεται όμορφα και θα αποπνέει αυτό για το οποίο την επισκέπτεται κανείς: το καθάριο, αυθεντικό ελληνικό genius loci.*

◀ «Βάρκα», Νίκος Χατζηκυριάκος-Γκίκας,

ΠΕΡΙ ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΩΝ

Γη αργία.

▼

Για να καταλήξει κάποιος ερευνητής σε συμπεράσματα, να προτείνει λύσεις, να παραθέσει τους προβληματισμούς του, πρέπει να έχει προηγηθεί μια ενδελεχής μελέτη και περιγραφή του φαινομένου και των αιτιών του. Έχοντας περιγράψει ήδη το ελληνικό τουριστικό τοπίο της εποχής μας, έχοντας παραθέσει τις αιτίες τόσο της μερικώς διαστρεβλωμένης προβολής της τουριστικής Ελλάδας όσο και της διαμόρφωσης της ανάλογα με τα πρότυπα που δημιουργούνται, έχοντας προσεγγίσει την έννοια του τοπίου οπτικά, πολιτισμικά και αισθητηριακά, κριτήρια που βοηθούν στον εντοπισμό του πνεύματος του εκάστοτε τόπου, καταλήγουμε στο εξής ερώτημα: **Πώς μπορούμε να εκμεταλλευτούμε τα οικονομικά και πολιτισμικά οφέλη του τουρισμού, με σοφία, σεβόμενοι τον τόπο, χωρίς να τον επιβαρύνουμε αλλά ούτε να τον αφήνουμε να φυτοζωεί;**

Είναι όμως το πρόβλημα μονοδιάστατο; Πώς πρέπει να το προσεγγίσουμε για να καταλήξουμε να παράγουμε- και να προάγουμε- ένα τοπίο τουρισμού και όχι ένα τουριστικό τοπίο; Ο Άρης Κωνσταντινίδης παραθέτει: «*Το πρόβλημα είναι και οικονομικό και κοινωνικό και οργανωτικό, ίσως και πολιτιστικό. Είναι, όμως, στην ουσία του, το πρόβλημα του «τουρισμού», πάλι πρόβλημα της ζωής μας, της μορφής της ζωής μας και της μορφής του τοπίου μας και της ιστορικής μας κληρονομιάς. Γιατί αν δεν σεβαστούμε εμείς το τοπίο μας, την ιστορική μας παράδοση, την ομορφιά της γης μας, τον εαυτό μας, πως θα «φιλοξενούμε» ξένους, έστω και «τουρίστες», που έρχονται στον τόπο μας για την ομορφιά του, για τα μνημεία του, για τη ιστορία του; […] Κι ως πότε θα έρχονται στην «Ελλάδα», όταν κάποια μέρα θα διαπιστώσουν ότι «Ελλάδα» δε υπάρχει πια, γιατί για χάρη τους (!) χαλάσαμε τα τοπία και τα μνημεία και την ομορφιά, που αυτοί τόσο ποθούσαν να γνωρίσουν και να ζήσουν στο πλευρό της. […] Και θα μείνουμε τότε μόνοι, έρημοι και άγνωστοι με το τοπίο μας και την ποιότητά μας χαλασμένα και παραμορφωμένα, χωρίς ψυχή και χωρίς ομορφιά ούτε μέσα μας, με ρημαγμένα τα μνημεία μας και τελικά πιο φτωχοί παρά ποτέ, χωρίς ψωμί, χωρίς νερό και με παραμορφωμένα τα κορμιά μας από κάποιες παλιές καλοφαγίες*».[108]

---

[108] Α. Κωνσταντινίδης. *Για την Αρχιτεκτονική, Δημοσιεύματα σε εφημερίδες, σε περιοδικά και σε βιβλία 1940-1982*. Ηράκλειο :Πανεπιστημιακές Εκδόσεις Κρήτης, 2011, σελ.226.

Ήδη από τις δεκαετίες του ’50 και του ’60, τοπία που συνδύαζαν την εξαιρετική φυσική ομορφιά με την Ιστορία και την αναψυχή επιλέχτηκαν για την κατασκευή παραθαλάσσιων ξενοδοχείων, θέρετρων και οργανωμένων ακτών που θα προσέφεραν τις απαραίτητες υποδομές για την επερχόμενη μαζική εισροή τουριστών. Η αρχιτεκτονική αυτή δεν υποτάσσεται στις προϋπάρχουσες πολιτισμικές και μορφικές δεσμεύσεις του παραδοσιακού αλλά υιοθετεί τη μοντέρνα αρχιτεκτονική γλώσσα. Στις δεκαετίες που ακολούθησαν, η διεθνής ανάπτυξη του τομέα της προστασίας κτιρίων και συνόλων και ο ερχομός της μετανεωτερικότητας οδήγησαν στην επιβολή μορφολογικών κανόνων που περιόρισαν την σχεδιαστική ελευθερία. Η αφομοίωση της νέας συνθήκης επέτρεψε και οδήγησε στην, σε μεγάλο βαθμό, εικονογραφική αναδιατύπωση του τοπικού και του παραδοσιακού ως «νεο-παραδοσιακό» ή «νεο-ελληνικό» ενδυναμώνοντας την τοπικιστική ταυτότητα. Στη διάρκεια της πρόσφατης δεκαετίας της ευημερίας, πολλαπλά στοιχεία του διεθνούς (μινιμαλιστικού) lifestyle και της κουλτούρας της ευεξίας ενσωματώθηκαν στο σχεδιασμό του εσωτερικού, του οποίου ο ρόλος κατέστη κυρίαρχος, επισκιάζοντας το εξωτερικό του κτιρίου άρα και την ένταξη στο τοπίο. Οι δύο αυτές κυρίαρχες τάσεις που επικράτησαν, το international style και το «νεο-παραδοσιακό», όπως χαρακτηριστικά αναφέρει ο Παναγιώτης Κονδύλης, θέτουν σε κίνηση ένα διπλό υπεραναπληρωματικό μηχανισμό: τον πιθηκισμό ως προσπάθεια να υποκαταστήσεις με επιφάσεις ό, τι δεν κατέχεις στην ουσία και την παραδοσιολατρία ως αντιστάθμισμα του πιθηκισμού. Απ’ αυτή την άποψη, ο πτωχοπροδρομικός ελληνοκεντρισμός και ο κοσμοπολιτικός πιθηκισμός αποτελούν μεγέθη συμμετρικά και συναφή, όσο κι αν φαινομενικά εκπροσωπούν δύο κόσμους εχθρικούς μεταξύ τους.[109]

Τώρα πια, στην εποχή της κρίσης, η φαντασμαγορία ξεθωριάζει δίνοντας τη θέση της σε μια πιο «νηφάλια» και «πρωταρχική» διαβίωση βασισμένη συχνά στις αναζητήσεις της αειφορίας και του περιβαλλοντικού αποτυπώματος. Τα κατασκευασμένα τοπία του τουρισμού αποτελούν μια συνεχή διαπραγμάτευση ανάμεσα στο τοπικό και το παγκόσμιο, μια καταγραφή της κυρίαρχης αντίληψης για την εκάστοτε διαμορφούμενη ταυτότητά μας στα πλαίσια μιας ολοένα πιο παγκοσμιοποιημένης κουλτούρας.[110]

---

[109] Π. Κονδύλης. *Η προφητεία του Κονδύλη*. Ανακτήθηκε: 10/8/2012, από www.dw.de/

[110] Γ. Αίσωπος. *14η Διεθνής Έκθεση Αρχιτεκτονικής – La Biennale di Venezia. Ανακτήθηκε: 23/5/2014, από blog.visitgreece.gr/.*

Το πρώτο βήμα, και πιο σημαντικό είναι να ανοίξουμε τα μάτια μας και να ελέγξουμε αν το τοπίο διατηρεί παρά τις παρεμβάσεις μας τις βασικές του ποιότητες και αξίες, αν υπάρχει σε κάθε έργο μας η πολύτιμη αρμονία με τα περιβάλλοντα στοιχεία. Θα πρέπει να ελέγχουμε πέρα από τη σχέση του τοπίου με τον φυσικό του περίγυρο και την ίδια την υπόσταση του κτίσματος, αν η λειτουργικότητά του και η αισθητική του εντάσσονται αρμονικά στο χώρο.

Για να καταφέρουμε όχι μόνο να εντοπίζουμε τις ποιότητες και τις τοπιακές αρετές, αλλά και να συμμορφωνόμαστε αρχιτεκτονικά με αυτές, σημαντικό ρόλο διαδραματίζει η παιδεία. Είναι πρόβλημα αυτογνωσίας και καλλιέργειας, για να κατανοήσουμε τον κόσμο γύρω μας πρέπει να κατανοήσουμε τον κόσμο μέσα μας. Η παραγωγική διδασκαλία των κριτηρίων που αναφέρθηκαν στην πολιτισμική ανάλυση που προηγήθηκε (βλέπε κεφ. Πολιτισμική ανάλυση του τοπίου) μέσα από τη γνώση της ιστορίας, της παράδοσης (αποφεύγοντας κάθε μορφής παρελθοντολαγνεία και εθνικισμό φυσικά) θα μας δώσουν την ικανότητα καταρχάς να σκεφτόμαστε και να κρίνουμε σωστά τη σχέση του κτιστού με το άκτιστο, να αναλύουμε το Stimmung του τοπίου, δηλαδή τον ψυχικό του τόνο, «*το ενιαίο εκείνο στοιχείο το οποίο σε μια διάρκεια ή στο παρόν χρωματίζει το σύνολο των μεμονωμένων ψυχικών του περιεχομένων*».[111] Σύμφωνα και πάλι με τον Άρη Κωνσταντινίδη, «*παιδεία και αγωγή χρειάζεται, για όλα και για όλους. Γιατί το καλό θα βγει από μέσα μας – αν ποτέ βγει – και μόνον από μας τους ίδιους κι όταν αφήσουμε κατά μέρος τα επιτήδεια τεχνάσματα, το έξυπνο πνεύμα, την προχειρότητα και εκείνα τα «έτσι θέλω», τα «δε βαριέσαι», τα «έχει ο θεός»…*».[112]

---

[111] G. Simmel. *Φιλοσοφία του τοπίου*. Στο G. Simmel & J. Ritter & E. Gombrich. *Το Τοπίο*. Μεταφρ. Σαγκριώτης Γ, Αναγνώστου Λ., Δασκαλοθανάσης Ν. Αθήνα: Εκδόσεις Ποταμός 2004, σελ.25.

[112] Α. Κωνσταντινίδης. *Για την Αρχιτεκτονική, Δημοσιεύματα σε εφημερίδες, σε περιοδικά και σε βιβλία 1940-1982*. Ηράκλειο :Πανεπιστημιακές Εκδόσεις Κρήτης, 2011, σελ.230-231.

▲
Τα λιθόστρωτα των λόφων Ακρόπολης Φιλοπάππου, Δ. Πικιώνης, 1954-1958.

Θα χρειαστεί **συλλογική προσπάθεια και όχι μεμονωμένες κινήσεις.** Θα πρέπει όλοι να ενδιαφερόμαστε για την επίτευξη του ίδιου στόχου, να κατακτήσουμε τις ποιότητες του τόπου μας, να έρθουμε ξανά σε επαφή με τον αληθινό εαυτό μας. Έτσι, ανακαλύπτοντας εκ νέου ή γνωρίζοντας για πρώτη φορά τις αξίες της χώρας μας, θα μπορέσουμε να εκμεταλλευτούμε ανεκμετάλλευτα ελληνικά τοπία, να δημιουργήσουμε αρχιτεκτονήματα αρμονικά συσχετιζόμενα με το τοπίο τους, και τελικά αυτό θα επηρεάσει τον τουρισμό μας: μπορεί ποσοτικά να μην είναι ίδιος, αλλά θα είναι καλύτερος ποιοτικά. «*Δεν χρειάζονται μόνο στεγνοί προγραμματισμοί και ψυχρά οργανωτικά σχέδια, που δεν έχουν καμίαν αξία, όταν απουσιάζει μια βαθειά σκέψη, μια βαθειά πίστη, ένα αληθινό πνεύμα, που να τοποθετεί το τουριστικό πρόβλημα μέσα σε ένα γενικό σχήμα, σε ένα γενικό σχέδιο για την επιβίωση του τόπου*»[113]. Μην παρεξηγηθούμε, βέβαια· ο μαζικός τουρισμός στον οποίο αναφερόμαστε δεν είναι το μόνο είδος τουρισμού που απαντάται στην Ελλάδα, αυτό προαναφέρθηκε άλλωστε, αλλά είναι η κυριαρχούσα μορφή του, και γι' αυτό τον θέτουμε στο επίκεντρο.

*«μια εικόνα του περιβάλλοντος, ένα γενικό νοητικό απείκασμα του εξωτερικού φυσικού κόσμου . . . η εικόνα αυτή είναι προϊόν τόσο της άμεσης αντίληψης, όσο και αναμνήσεων παρελθούσας εμπειρίας και χρησιμεύει στο **να ερμηνεύει την πληροφορία και να καθοδηγεί τη δράση** . . . μια καλή εικόνα του περιβάλλοντος δίνει στον κάτοχό της μια σημαντική αίσθηση συναισθηματικής ασφάλειας».[114] Σε αυτό το πλαίσιο είναι προφανής ανάγκη ανάγκη να να διαμορφώνονται χώροι, να κατασκευάζονται κτίσματα που βοηθούν τον «προσανατολισμό». Για να το επιτύχουν τα κτίσματα έπρεπε να είναι αναγνωρίσιμα, να έχουν μια ταυτότητα, χαρακτήρα.*[115]

---

[113] Α. Κωνσταντινίδης. *Για την Αρχιτεκτονική, Δημοσιεύματα σε εφημερίδες, σε περιοδικά και σε βιβλία 1940-1982*. Ηράκλειο :Πανεπιστημιακές Εκδόσεις Κρήτης, 2011, σελ.230.

[114] K. Lynch. *The image of the city*. England: MIT Press, Cambridge , Mass. & London, 1960, σελ. 4.

[115] Π. Λέφας. *Αρχιτεκτονική και κατοίκηση, από τον Heidegger στον Koolhaas*. Εκδόσεις Πλέθρον, Αθήνα, 2008, σελ.161.

Συμπερασματικά, θέλοντας να δημιουργήσουμε ένα τουρισμό περιβαλλοντικά υπεύθυνο, θα πρέπει να βασιστούμε σε μερικές προϋποθέσεις, όπως τις διατύπωσε η Θ. Τερκενλή[116]: ***Μόρφωση,*** που πρέπει να ξεκινάει με την ψυχική και συναισθηματική επένδυση στο περιβάλλον, στον τόπο μας, το οποίο συχνά εκλαμβάνεται ως δεδομένο. Εξάλλου η ιδέα του τουρισμού κάπως έτσι άρχισε, σαν πολύτιμη εκπαιδευτική ενασχόληση με τεράστια συνεισφορά στη γεωγραφική ανακάλυψη του κόσμου και της ανθρώπινης ταυτότητας. Η ***συντήρηση του φυσικού τοπίου και περιβάλλοντος*** αντιπροσωπεύει ένα μεγάλο μέρος του κόστους της επιχείρησης του τουρισμού. Αυτή είναι μια μοναδικότητα του τουρισμού ως προσοδοφόρας επιχείρησης που απαιτεί χρηματική επένδυση στη βιωσιμότητα του περιβάλλοντος. Τα μακροπρόθεσμα οικονομικά οφέλη από την επιχείρηση αυτή δικαιολογούν την επένδυση στο φυσικό τοπίο και είναι πολλές φορές μεγαλύτερα σε χρηματική αξία κι από την καθαρά οικονομίστικη διαχείριση των τοπίων αυτών (Hough 1990). ***Ηθική της περιβαλλοντικής συντήρησης και πνευματικές/ψυχικές αξίες***. Τέτοιες αντιλήψεις έχουν αρχίσει να αντικαθιστούν την εγωκεντρική, εκμεταλλευτική τουριστική ή άλλη συμπεριφορά, επαναπροσανατολίζοντας τον δυτικό άνθρωπο στη στενή, ψυχική, συναισθηματική και πνευματιστική σχέση των προβιομηχανικών μας προγόνων με τη φύση, μέσα από τα επιμέρους πολιτισμικά τους συστήματα. ***Έλεγχος και σχεδιασμός***. Η μικρή κλίμακα του τοπίου αναψυχής και το μεγάλο ποσοστό ελέγχου της τοπικής κοινωνίας επάνω στη χρήση του φαίνεται να αποτελούν τους σπουδαιότερους παράγοντες επιτυχίας στο σχεδιασμό του τοπίου (Jakle 1992). Περιορισμένη κλίμακα τουριστικών μονάδων, εξοικονόμηση ενέργειας, περιορισμοί στους αριθμούς των επισκεπτών και μακρόπνοη αξιολόγηση και διευθέτηση των τουριστικών προτεραιοτήτων από τους ίδιους τους κατοίκους του τουριστικού τοπίου δημιουργούν θετικές συνθήκες αειφορίας για τον τουρισμό.

---

[116] Θ. Τερκενλή. *Το Πολιτισμικό Τοπίο, Γεωγραφικές προσεγγίσεις*. Αθήνα: Εκδόσεις Παπαζήση, 1996, σελ.125-126.

Ωστόσο, *το πρώτο στάδιο στην προσπάθεια μείωσης και ελέγχου των βλαβερών συνεπειών που επιφέρει ο τουρισμός, είναι και παραμένει η κατανόηση του εντόπιου τρόπου ζωής και σκέψης και ολοκληρώνεται όταν το τοπίο αναλυθεί βάσει της πολιτισμικής ομάδας που το κατοικεί.*[117] Το βαθύτερο πρόβλημα έγκειται στην **αδυναμία κατανόησης, από πρωτίστως εμάς τους Έλληνες, του τουριστικού τοπίου ως αναπόσπαστο τμήμα του ευρύτερου περιβάλλοντος και κατά συνέπεια στην έλλειψη συναισθηματικής επένδυσης στον κάθε τόπο.**

[117] Θ. Τερκενλή. *Το Πολιτισμικό Τοπίο, Γεωγραφικές προσεγγίσεις*. Αθήνα: Εκδόσεις Παπαζήση, 1996, σελ.122.

◀ *Dry cleaning,*
Ευγενία Λώλη,
κολάζ.

*«**υπερνικώντας** την εύκολον μίμησιν και την έξιν*
των συμβατικών λύσεων που επεκράτησαν μέχρι τούδε
εις όλους τους τόπους,
*να συλλάβομεν εν **πνευματικόν και βαθύτατα ανθρώπινον***
***περιεχόμενον** του τουρισμού,*

***αντάξιον του τόπου μας**...»* .[118]

[118] Δ. Πικιώνης. «Εισήγησις της Αισθητικής Επιτροπής της Γ.Γ. Τουρισμού επί των αρχών επί των οποίων πρέπει να βασισθούν τα νομοθετικά μέτρα προασπίσεως της Αισθητικής της Χώρας εις τας Τουριστικάς Ζώνας», Κείμενα. Αθήνα: Μορφωτικό Ίδρυμα Εθνικής Τραπέζης, Αθήνα., 1985, σελ.142.

ΠΗΓΕΣ

βιβλιογραφικές αναφορές

1. Chatwin, B. (2013). Στην Παταγωνία(In Patagonia). Εκδόσεις Χατζηνικολή, Αθήνα.
2. Corner, J. (1999). *Recovering Landscape, Essays in Contemporary Architecture*. Princeton Architectural Press, New York.
3. Diller, E. & Scofidio. R. (1994). *Back to the Front: Tourisms in War*. ed. Diller & Scofidio, F.R.A.C. Basse Normandie, Princeton Architectural Press, France.
4. Δήμου Ν. (2009). *Το φως των Ελλήνων*. Μουσείο Μπενάκη,Αθήνα.
5. Δουκέλλης, Π. (2005). *Το Ελληνικό Τοπίο, Μελέτες Ιστορικής Γεωγραφίας και Πρόσληψης του Τόπο*. Εκδόσεις Εστία, Αθήνα.
6. Ελύτης, Ο. (2001). Άξιον Εστί. Εκδόσεις Ίκαρος, Αθήνα.
7. Frampton, K. (2000). *Μοντέρνα Αρχιτεκτονική, Ιστορία και Κριτική*. Μεταφρ.: Θ. Ανδρουλάκης, Μ. Παγκάλου. Εκδόσεις Θεμέλιο, Αθήνα.
8. Grassi, G. (1998). *Κείμενα για την Αρχιτεκτονική*. Επιλ.– Μετάφρ.- Επίμ.: Κ. Πατέστος. Εκδόσεις Καστανιώτη, Αθήνα.
9. Heidegger M. (2008). Κτίζειν, Κατοικείν, Σκέπτεσθαι. Μεταφρ.: Γ. Ξηροπαϊδης. Εκδόσεις Πλέθρον, Αθήνα.
10. Κιουρτσάκης, Γ. (2003). *Το πρόβλημα της παράδοσης*. Εκδόσεις Νεφέλη, Αθήνα.
11. Κοκκώσης, Χ. & Τσάρτας, Π. (2001). *Τουρισμός και βιώσιμη ανάπτυξη. Τουρισμός-αναψυχή*. Εκδόσεις Κριτική, Αθήνα.
12. Κομίλη, Π.. (1986). *Χωρική ανάλυση του τουρισμού, 20 Επιστημονικές Μελέτες*. Κέντρο Προγραμματισμού και Οικονομικών Ερευνών, Αθήνα.
13. Κοσμόπουλος, Π. (2007). Περιβαλλοντικός Σχεδιασμός. University Studio Press, Θεσσαλονίκη.
14. Κοτιώνης, Ζ. (2004). *Η τρέλα του τόπου, Αρχιτεκτονική στο Ελληνικό Τοπίο*. Εκδόσεις Εκκρεμές, Αθήνα.
15. Κωνσταντινίδης, Α. (2011). *Για την Αρχιτεκτονική, Δημοσιεύματα σε εφημερίδες, σε περιοδικά και σε βιβλία 1940-1982*. Πανεπιστημιακές Εκδόσεις Κρήτης, Ηράκλειο.

16. Λέφας, Π., Siebel W., Binde J. (2003). Αύριο οι πόλεις. Εκδόσις Πλέθρον, Αθήνα.

17. Λέφας, Π. (2008). *Αρχιτεκτονική και Κατοίκηση, Από τον Heidegger στον Koolhaas*. Εκδόσεις Πλέθρον, Αθήνα.

18. Lynch, K. (1960). *The image of the city*. MIT Press, Cambridge, Mass. & London, England.

19. Mitchell, W. J. T. (1994). *Landscape and Power*. The University of Chicago Press, Chicago.

20. Μιχελής, Π. Α. (2002). *Η αρχιτεκτονική ως τέχνη*. Ίδρυμα Παναγιώτη και Έφης Μιχελή, Αθήνα.

21. Μιχελής, Π. Α. (2006). *Αισθητικά Θεωρήματα*. Ίδρυμα Παναγιώτη και Έφης Μιχελή, Αθήνα.

22. Μπονάρου Χ. (2012). Οπτικός Πολιτισμός και Τουρισμός,Αναπαραστάσεις της Ελλάδας στις τουριστικές καρτ ποσταλ.Βιβλιοθήκη τουριστικών επιστημών. Εκδόσεις Παπαζήση, Αθήνα.

23. Νίτσε, Φ. (2010). *Ο Αντίχριστος*. Μεταφρ: Ζήσης Σ. Εκδόσεις Πανοπτικόν, Θεσσαλονίκη.

24. Norberg-Schulz, C. (2009). *Genius Loci, Το Πνεύμα του Τόπου, Για μια Φαινομενολογία της Αρχιτεκτονικής*. Μεταφρ. Φραγκόπουλος Μ. Παν/μιακές εκδόσεις ΕΜΠ, Αθήνα.

25. Ockman, J. & Frausto, S.(ed.) (2005). *Architourism,authentic/esxapist/exotic/spectacular*. Prestel Verlag, Munich-Berlin-London-New York and The Trustees of Columbia University, New York city.

26. Παπαδιαμάντης Α. (1993). *Όνειρο στο Κύμα, η νεοελληνική λογοτεχνία εικονογραφημένη*. Εκδόσεις Κέδρος, Αθήνα.

27. Πικιώνης, Δ. (1985). Κείμενα. Εκδόσεις Μορφωτικό Ίδρυμα Εθνικής Τραπέζης, Αθήνα.

28. Ρίτσος, Γ. (1997). Η σονάτα του σεληνόφωτος. Εκδόσεις Κέδρος, Αθήνα.

29. Simmel G. & Ritter J. & Gombrich E. (2004). *Το Τοπίο*. Μεταφρ. Γ. Σαγκριώτης, Λ. Αναγνώστου,Ν. Δασκαλοθανάσης. Εκδόσεις Ποταμός, Αθήνα.

30. Τερζάκης, Α. (1971). *Θέατρο: Γαμήλιο Εμβατήριο, Θεοφανώ, Θωμάς ο δίψυχος*. Εκδόσεις Βιβλιοπωλείον της Εστίας, Αθήνα.

31. Τερζάκης, Α. (2011). *Μενεξεδένια Πολιτεία*. Εκδόσεις. Βιβλιοπωλείον της Εστιας, Αθήνα.

32. Τερκενλή, Θ. (1996). *Το Πολιτισμικό Τοπίο, Γεωγραφικές προσεγγίσεις*. Εκδόσεις Παπαζήση, Αθήνα.

33. Τομπάζης Α. (2007). *Γράμμα σ'ένα νέο αρχιτέκτονα*. Εκδόσεις Libro, Αθήνα.

34. Τουρνικώτης Π.(2006). Η Αρχιτεκτονική στη Σύγχρονη Εποχή. Εκδόσεις Futura, Αθήνα.

35. Τσάρτας, Π. (1989). *Κοινωνικές και οικονομικές επιπτώσεις της τουριστικής ανάπτυξης στο Νομό Κυκλάδων και ιδιαίτερα στα νησιά Ίος και Σέριφος κατά την περίοδο 1950-1980*. Εθνικό κέντρο κοινωνικών ερευνών, Αθήνα.

36. Τσάρτας, Π. (1996). *Τουρίστες, ταξίδια, τόποι: Κοινωνιολογικές προσεγγίσεις για τον τουρισμό*. Εκδόσεις Εξάντας, Αθήνα.

37. Συλλογικό Έργο: *Η Διεκδίκηση της Υπαίθρου, Φύση και κοινωνικές πρακτικές στη σύγχρονη Ελλάδα (2009). Επιμελ.: Κ.* Μανωλίδης, Θ. Καναρέλης.Συνέκδοση Πανεπιστήμιο Θεσσαλίας-Τμήμα Αρχ. Μηχανικών. Εκδόσεις Ίνδικτος, Αθήνα.

38. Συλλογικό Έργο: *Κιβωτός, Παλιοί σπόροι για νέες καλλιέργειες. 12η Διεθνής Έκθεση Αρχιτεκτονικής-Μπιενάλε Βενετίας 2010* (2010). Επιτρ.-Επιμελ.: Γιαννίση Φ., Κοτιώνης Ζ. Πανεπιστημιακές εκδόσεις Θεσσαλίας, Βόλος.

39. Συλλογικό Έργο: *"ωραίο, φρικτό κι απέριττο τοπίον!", Οργανώσεις και προοπτικές του τοπίου στην Ελλάδα* (2003). Συνέκδοση Πανεπιστήμιο Θεσσαλίας-Τμήμα Αρχ. Μηχανικών. Εκδόσεις Νησίδες, Θεσσαλονίκη.

40. Συλλογικό Έργο: *Τουριστική ανάπτυξη – Πολυπιστημονικές προσεγγίσεις (2000)*. Επιμελ.: Π. Τσάρτας. Εκδόσεις Εξάντας, Αθήνα.

41. Συλλογικό Έργο: *Χώρος, πόλη και Εξουσία στη νεωτερικότητα, Κοινωνικές επιστήμες* (2010). Μεταφρ.-Επιμελ.: Η. Γεωργαντάς, Θ. Γκιούρας. Εκδόσεις Σαββάλας, Ίδρυμα Σάκη Καραγιωργά, Αθήνα.

περιοδικά

- Αρχιτεκτονικά θέματα. (1972)/ τεύχος 6 : Δ. Φιλιππίδης. *Αναζητώντας την ανώνυμη αρχιτεκτονική*.
- Αρχιτεκτονικά Θέματα. (1998)/ τεύχος 29: Κ. Ν. Δεκαβάλλας. *Η αρχιτεκτονική του χθες και του σήμερα στην Ελλάδα*.

ερευνητικές εργασίες

- Γκοτσοπούλου Γ. (2012). *Το νέο έδαφος?*. Πανεπιστήμιο Πατρών.
- Καψάλη Μ. & Ποτηριάδη Ι. (2009-2010). *Διαδρομές στο τοπίο, με αναφορά στο έργο του Πικιώνη*. Ε.Μ.Π.
- Κουμούτσος Σ. & Σαλάτας Μ. (2012). *Φύση, αρχιτεκτονική &δηλητήριο, ένα λογικό πείραμα*. Ε.Μ.Π.
- Παπαδάκη Α. & Τσαπάκη Έ. (2010). *Νεοελληνική αρχιτεκτονική και ταυτότητα, το ζήτημα της ελληνικότητας*. Πανεπιστήμιο Ξάνθης.

διπλωματικές εργασίες

- Επιφανίου Μ. (2009). *από την [κατά]στροφή στην [ανά]δυση, ο ρόλος της συνθήκης του ενδιάμεσου, ως ρυθμιστή των μεταβολών των δομικών σχέσεων φύσης-πολιτισμού στα τοπία καταστροφής*. Διατμητικό πρόγραμμα Μεταπτυχιακών σπουδών,Ε.Μ.Π.

συνέδρια

- *Πολιτιστικό περιβάλλον και τουρισμός: ο ρόλος του αρχιτέκτονα – Cultural environment and tourism: the role of the architect* (20-23 Σεπτεμβρίου, 2001: Καβάλα)

ηλεκτρονικές πηγές

- Γ. Τζιρτζιλάκης. Η αρχιτεκτονική με βλέμμα στον τουρισμό,
  <http://www.tanea.gr/news/culture/article/5076718/arxitek-tonkh-me-blemma-ston-toyrismo/>
  Ανακτήθηκε: 10/4/2012

- Γ. Αίσωπος. Από το Live your myth in Greece, στην Μπιενάλε της Βενετίας με το Remaking Greece: Tourism Landscapes,
  <http://popaganda.gr/giannis-esopos-apo-live-myth-greece-stin-bienale-tis-venetias-remaking-greece-tourism-landscapes/>
  Ανακτήθηκε: 4/2/2014

- ΑΠΟ ΤΗΝ ΑΚΡΟΠΟΛΗ ΣΤΟ «ΗΛΙΟΣ ΚΑΙ ΘΑΛΑΣΣΑ»,Πως η Ελλάδα από τους 33.000 επισκέπτες έφθασε στα 18 εκατ : Μια αναλυτική ματιά στον τουρισμό από το 1950,
  <http://www.iefimerida.gr>
  Ανακτήθηκε: 14/2/2014

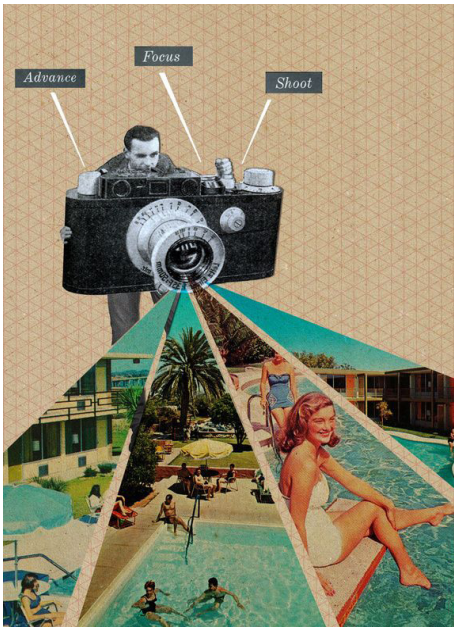
- Γ. Σχίζας. Μια φύση αφύσικη,
  <http://www.greekarchitects.gr>
  Ανακτήθηκε: 26/3/2007

- Γ. Σ. Μοσκόβου. Η προφητεία του Κονδύλη,
  <http://www.dw.de/>
  Ανακτήθηκε: 10/8/2012

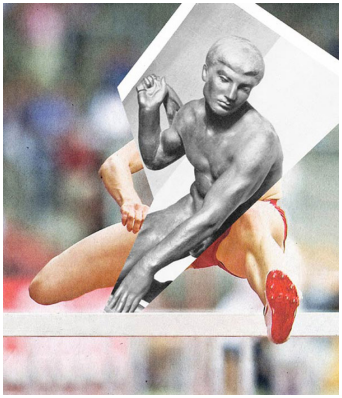
πηγές φωτογραφιών

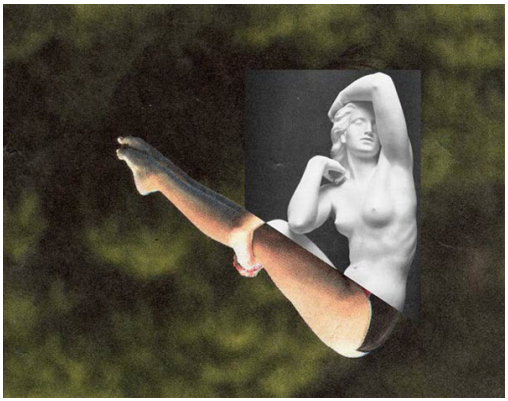
- σελ.10 : http://www.graywielebinski.com/Early-Collage-Work
- σελ.14 : http://aegiali.gr/%CF%84%CE%B1-%CE%BC%CE%BF%CE%BD%CE%B-F%CF%80%CE%AC%CF%84%CE%B9%CE%B1-%CF%84%CE%B7%CF%82-%CE%B1%CE%B-C%CE%BF%CF%81%CE%B3%CE%BF%CF%8D/ , http://apeiranthos-naxos.blogspot.gr/p/blog-page.html
- σελ.18 : http://www.thejealouscurator.com/blog/2013/06/10/im-jealous-of-raul-lazaro/
- σελ.23 : http://en.wikipedia.org/wiki/James_Cook
- σελ.26 : http://www.parallaximag.gr/reportage/toyristikes-egka-tastaseis-stin-ellada-1950-1974
- σελ.30 : http://www.archigram.net/projects_pages/cuishicle_4.html
- σελ.34 : https://www.pinterest.com/pin/211598882463426535/
- σελ.38 : http://ashleyjosephedwards.co.uk/_/p9.html
- σελ.41 : http://theartfoundation.metamatic.gr/GR/Portfolio_Artist/358/Urban_Crisis_Resort/
- σελ.44 : http://www.frameweb.com/news/parallele-exhibition
- σελ.49 : https://www.youtube.com/watch?v=5L0jzJTm9ug
- σελ.50 : http://blog.visitgreece.gr/el/14%CE%B7-%CE%B4%CE%B9%CE%B5%CE%B8%CE%BD%CE%AE%CF%82-%CE%AD%CE%BA%CE%B8%CE%B5%CF%83%CE%B7-%CE%B1%CF%81%CF%87%CE%B9%CF%84%CE%B5%CE%BA%CF%84%CE%BF%CE%BD%CE%B9%CE%BA%CE%AE%CF%82-la-biennale-di-v/

- σελ.52 : κολάζ από προσωπικό αρχείο. Πρωτότυπο: “Sunset coming on” (2012), “Advance, focus & shoot” (2012), κολάζ, Sammy Slabbinck [http://sammyslabbinck.tumblr.com/].

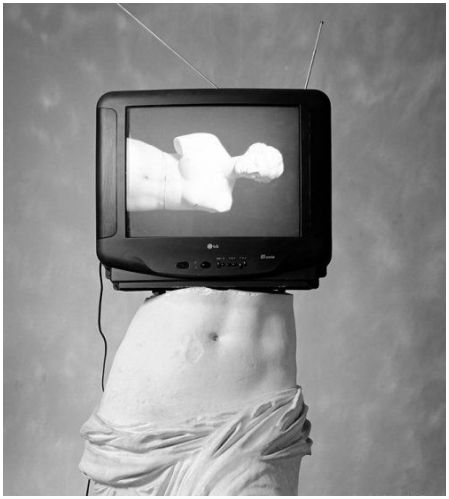


- σελ.55 : κολάζ από προσωπικό αρχείο.
- σελ.58 : κολάζ από προσωπικό αρχείο.
  Πρωτότυπο: “Athens By Hills” (2010), κολάζ, PointSupreme [http://www.pointsupreme.com/content/urban/athens-by-hills.html].





- σελ.61 : http://www.beforelight.gr/
- σελ.62 : κολάζ από προσωπικό αρχείο.
- σελ.65 : http://www.greekarchitects.gr/gr/%CE%B1%CE%BB%CF%86%CE%B1%CE%B4%CE%B9%CE%AD%CF%82/%CF%84%CE%BF-%CE%B4%CE%AD%CE%BF%CE%BD-%CF%83%CF%84%CF%85%CE%BB-id2062
- σελ.66 : κολάζ από προσωπικό αρχείο. Πρωτότυπο: “Still life and abstract”, έκθεση, Victor Ivanovsky [http://www.2001photo.com/en/photography/gallery-1.html?dir=1&photo=#prettyPhoto]



- σελ.70 : http://vygieblog.com/2013/07/17/elsewhere/41bb24b22a9a-28ec0de234bec0f4649e/

- σελ.74 : http://www.kithera.gr/kythira/villages/mitata/
- σελ.76 : http://www.haniotika-nea.gr/75266-odoiporia-sta-uakin-thia-kai-ston-psiloreiti/
- σελ.79 : http://www.architectural-review.com/folio/fo-lio/8630232.article#
- σελ.82 : https://gr.pinterest.com/pin/376261743837484895/ [photo by: Antonio Andreatta], https://gr.pinterest.com/pin/507569820479965712/ [photo by: Mike Blythe]
- σελ.84 : http://beautifuldecay.com/2014/07/30/lauren-king-draws-lies-outside-borders-vintage-photos/
- σελ.89 : http://www.garch.gr/?p=331 , http://triantafylloug.blogspot.gr/2010/08/1_30.html
- σελ.90 : http://www.panoramio.com/photo/58334668
- σελ.93 : https://logomnimon.wordpress.com/2011/12/16/%CE%B4%CE%B9%CE%B1%CE%B2%CE%AC%CE%B6%CE%BF%CE%BD%CF%84%CE%B1%CF%82-%CF%84%CE%BF-%CF%8C%CE%BD%CE%B5%CE%B9%CF%81%CE%BF-%CF%83%CF%84%-CE%BF-%CE%BA%CF%8D%CE%BC%CE%B1/
- σελ.96 : http://eugenialoli.tumblr.com/post/66685080811/dry-cleaning-by-eugenia-loli-gallery-shop
- σελ.100 : http://www.greekarchitects.gr/gr/%CE%B3%CE%B1%CE%B9%CE%B1%CF%82-%CE%B1%CE%BD%CE%B1%CE%B3%CE%BD%CF%89%CF%83%CE%B-C%CE%B1/%CE%B2%CE%B9%CF%89%CE%BC%CE%B1%CF%84%CE%B1-%CF%84%CE%B7%CF%82-%CF%85%CF%80%CE%B1%CE%B9%CE%B8%CF%81%CE%B-F%CF%85-%CE%B1%CE%BB%CE%BB%CE%BF%CF%84%CE%B9%CE%BD%CE%B1-id3747
- σελ.104 : http://anaghrapho.blogspot.gr/2013/04/blog-post.html
- σελ.108 : http://eugenialoli.tumblr.com/post/66685080811/dry-cleaning-by-eugenia-loli-gallery-shop