



ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΔΥΤΙΚΗΣ ΑΤΤΙΚΗΣ

ΣΧΟΛΗ ΕΦΑΡΜΟΣΜΕΝΩΝ ΤΕΧΝΩΝ ΚΑΙ ΠΟΛΙΤΙΣΜΟΥ
ΤΜΗΜΑ ΓΡΑΦΙΣΤΙΚΗΣ ΚΑΙ ΟΠΤΙΚΗΣ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ

Πτυχιακή εργασία

Θέμα: Διαφημιστική καμπάνια για το ξενοδοχείο

POROS IMAGE (πρώην **ΧΕΝΙΑ**)

Όνομα φοιτητή

Κουτροβίδης Νικόλαος, 18674091

Επιβλέπων καθηγητής

Κυριακόπουλος Κωνσταντίνος

ΑΘΗΝΑ ΙΟΥΛΙΟΣ 2022



UNIVERSITY OF WEST ATTICA

FACULTY OF APPLIED ARTS AND CULTURE
DEPARTMENT OF GRAPHIC DESIGN AND VISUAL
COMMUNICATION

Thesis

Advertising campaign for the hotel
POROS IMAGE(ex XENIA)

Student:

Koutrouvidis Nikolaos, 18674091

Supervising Professor:

Kyriakopoulos Konstantinos

ATHENS JULY 2022

ΔΗΛΩΣΗ ΣΥΓΓΡΑΦΕΑ ΠΤΥΧΙΑΚΗΣ/ΔΙΠΛΩΜΑΤΙΚΗΣ ΕΡΓΑΣΙΑΣ

Ο/η κάτωθι υπογεγραμμένος/η Κουτρουβίδης Νικόλαος του Παναγιώτη , με αριθμό μητρώου 18674091 φοιτητής/τρια του Πανεπιστημίου Δυτικής Αττικής της Σχολής Εφαρμοσμένων Τεχνών και Πολιτισμού του Τμήματος Γραφιστικής και Οπτικής Επικοινωνίας, δηλώνω υπεύθυνα ότι:

«Είμαι συγγραφέας αυτής της πτυχιακής/διπλωματικής εργασίας και ότι κάθε βοήθεια την οποία είχα για την προετοιμασία της είναι πλήρως αναγνωρισμένη και αναφέρεται στην εργασία. Επίσης, οι όποιες πηγές από τις οποίες έκανα χρήση δεδομένων, ιδεών ή λέξεων, είτε ακριβώς είτε παραφρασμένες, αναφέρονται στο σύνολό τους, με πλήρη αναφορά στους συγγραφείς, τον εκδοτικό οίκο ή το περιοδικό, συμπεριλαμβανομένων και των πηγών που ενδεχομένως χρησιμοποιήθηκαν από το διαδίκτυο. Επίσης, βεβαιώνω ότι αυτή η εργασία έχει συγγραφεί από μένα αποκλειστικά και αποτελεί προϊόν πνευματικής ιδιοκτησίας τόσο δικής μου, όσο και του Ιδρύματος.

Παράβαση της ανωτέρω ακαδημαϊκής μου ευθύνης αποτελεί ουσιώδη λόγο για την ανάκληση του πτυχίου μου».

Ο/Η Δηλών/ούσα



Η πτυχιακή εργασία εξετάστηκε επιτυχώς από την κάτωθι Εξεταστική Επιτροπή

	Όνοματεπώνυμο	Ψηφιακή υπογραφή
	Κυριακόπουλος Κωνσταντίνος	
	Παπαδομανωλάκη Μαρία	
	Δεβετζή Ιωάννα	

ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ

ΠΕΡΙΛΗΨΗ	6
ΛΕΞΕΙΣ ΚΛΕΙΔΙΑ	6
ABSTRACT	7
KEY WORDS	7
ΜΕΘΟΔΟΛΟΓΙΑ-ΔΟΜΗ ΕΡΓΑΣΙΑΣ	8
ΠΡΟΛΟΓΟΣ	8
A. ΘΕΩΡΗΤΙΚΟ ΜΕΡΟΣ	9
1.Ο τουρισμός στην Ελλάδα	9
2. Το πρόγραμμα ΞΕΝΙΑ	11
3. Η αρχιτεκτονική των ΞΕΝΙΑ	14
4. Τα ξενοδοχεία σήμερα	17
<i>4.1 Τα ξενοδοχεία που «επιβίωσαν»</i>	18
<i>4.2 Τα ξενοδοχεία που άλλαξαν λειτουργία</i>	20
<i>4.3 Τα ξενοδοχεία που εγκαταλείφθηκαν</i>	21
<i>4.4 Τα ξενοδοχεία που κατεδαφίστηκαν</i>	23
5. Οι υπεύθυνοι αρχιτέκτονες του ΞΕΝΙΑ	25
<i>5.1 Χαράλαμπος Σφαέλλος</i>	25
<i>5.2 Άρης Κωνσταντινίδης</i>	27
6. Μοντερνισμός	31
<i>6.1 Bauhaus</i>	33

<i>6.2 Το Bauhaus στη Βαϊμάρη</i>	35
<i>6.3 Το Bauhaus στο Ντεσσάου</i>	38
<i>6.4 Τα τελευταία χρόνια</i>	40
<i>6.6 Η κληρονομιά του Bauhaus</i>	41
<i>6.7 Το Bauhaus στην Ελλάδα</i>	43
7.Το ΞΕΝΙΑ Πόρου/ Poros Image Hotel	47
B. ΠΡΑΚΤΙΚΟ ΜΕΡΟΣ	51
8. Το λογότυπο	51
9. Έντυπα	54
10. Motion Graphics	68
11. Web Design (UI/UX)	70
Γ. ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ- ΑΝΑΣΤΟΣΧΑΣΜΟΣ	72
Δ. ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ	74

ΠΕΡΙΛΗΨΗ

Η παρούσα πτυχιακή εργασία παρουσιάζει τον λειτουργικό σχεδιασμό της εταιρικής ταυτότητας και διαφημιστικής καμπάνιας της «εταιρείας» με τον διακριτικό τίτλο *Poros Image Hotel*. Αποτελεί, σε πρώτο στάδιο, μία έρευνα των ιστορικών δεδομένων που διαμόρφωσαν το τουριστικό στοιχείο στην Ελλάδα, από την αρχή του, μέχρι σήμερα. Θα δούμε την πορεία του πρωτοποριακού προγράμματος ΞΕΝΙΑ, από την δημιουργία του ως την παρακμή, καθώς και τους παράγοντες που συντέλεσαν σε αυτό. Παρουσιάζεται το όραμα των μοντερνιστών σχεδιαστών του Bauhaus, της Γερμανίας, με τους συνακόλουθους σε Ελλάδα και λοιπή Ευρώπη. Η εργασία εστιάζει πιο ειδικά, στο θέμα μας που είναι το πρώην ξενοδοχείο ΞΕΝΙΑ του Πόρου, η εικόνα του σήμερα και πώς εμείς θα συμβάλλουμε, ώστε να επικεροποιήσουμε το όραμα του μεγάλου αρχιτέκτονα Άρη Κωνσταντινίδη. Παρουσιάζονται οι εφαρμογές σε όλο το φάσμα του γραφικού σχεδιασμού, αποτυπώνοντας τα απαιτούμενα στοιχεία σε έντυπα όπως αφίσες, κάρτες και συσκευασίες, σε βίντεο- πολυμεσικές εφαρμογές και WebDesign επηρεασμένα από τα πρότυπα του μοντέρνου σχεδιασμού.

ΛΕΞΕΙΣ ΚΛΕΙΔΙΑ

Τουρισμός, Ε.Ο.Τ., Πρόγραμμα ΞΕΝΙΑ, Αρχιτεκτονική, Άρης Κωνσταντινίδης, Μοντερνισμός, Bauhaus, Walter Gropius, Τέχνη- Τεχνολογία, Λειτουργία, Απλότητα, Δεσποτόπουλος, Κατζουράκης- Κάραμποτ, Πόρος, Φωτογραφία, Τυπογραφία, Λογότυπο, Έντυπο, Βίντεο, Διάδραση, Διαδίκτυο.

ABSTRACT

This thesis presents the functional design of the corporate identity and advertising campaign of the "company" with the distinctive title Poros Image Hotel. It is, in the first stage, an investigation of the historical data that shaped the tourist element in Greece, from its beginning until today. We will see the course of the pioneering program XENIA, from its creation to its decline, as well as the factors that contributed to its succession. The vision of the modernist designers of the Bauhaus, Germany, with the corollaries in Greece and other Europe, is presented. The work focuses more specifically on our theme, which is the former hotel XENIA of Poros, the image of today and how we will contribute to overtaking the vision of the great architect Aris Konstantinidis. The applications in the whole spectrum of graphic design are presented, capturing the required data in print such as posters, cards and packaging, in video- multimedia applications

KEYWORDS

Tourism, E.O.T., XENIA Program, Architecture, Aris Konstantinidis, Modernism, Bauhaus, Walter Gropius, Art-Technology, Operation, Simplicity, Despotopoulos, Katzourakis-Karabot, Poros, Photography, Typography, Logo, Print, Video, Interaction, Internet

ΜΕΘΟΔΟΛΟΓΙΑ-ΔΟΜΗ ΕΡΓΑΣΙΑΣ

Για την εκπόνηση αυτής της εργασίας ξεκινήσαμε την ερευνητική μελέτη στον τομέα του τουρισμού στην Ελλάδα και πιο συγκεκριμένα στο πρόγραμμα ΞΕΝΙΑ. Μελετήσαμε τα ιστορικά δεδομένα, την εξέλιξή του και τους υπεύθυνους για αυτό το έργο. Στην συνέχεια εμβαθύναμε στο Bauhaus, που εκτός από ένα τεράστιο καλλιτεχνικό κίνημα είναι και η πηγή έμπνευσης όσον αφορά την αρχιτεκτονική του προγράμματος. Με αυτόν τον τρόπο μπορούσαμε να ξεκινήσουμε τον επανασχεδιασμό της ταυτότητας του ξενοδοχείου του πόρου και να δημιουργήσουμε την διαφημιστική καμπάνια για αυτό, η οποία αποτελείται από έντυπα, πολυμεσικές εφαρμογές και μία ιστοσελίδα

ΠΡΟΛΟΓΟΣ

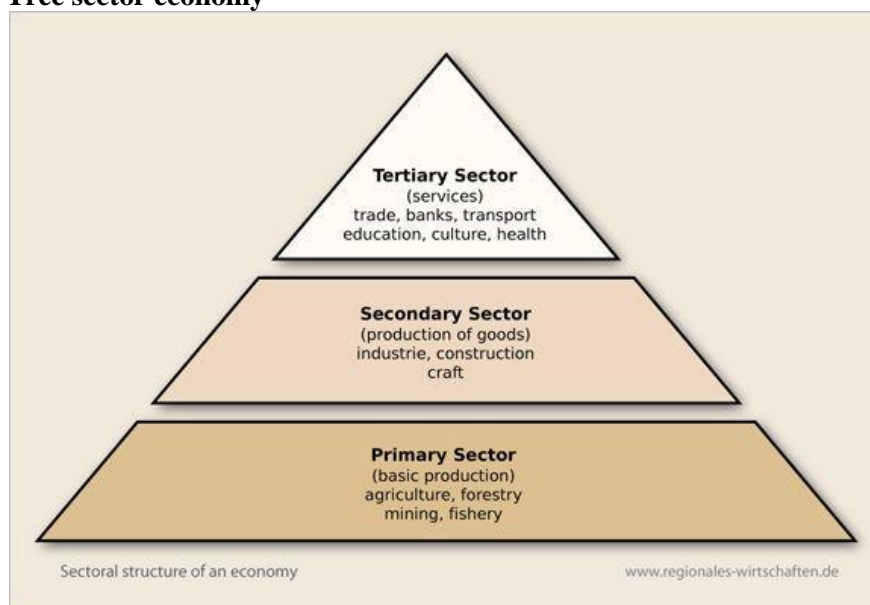
Ο λόγος που επιλέχθηκε το θέμα αυτό είναι η φιλοσοφία του σχεδιασμού του προγράμματος ΞΕΝΙΑ. Συγκεκριμένα το ξενοδοχείο του Πόρου είναι ένα από τα κτήρια που εντάσσονται στην κατηγορία Bauhaus και διασώζονται μέχρι σήμερα. Εκτός από τον ιστορικό τους χαρακτήρα, το κτήριο πέρασε από μοντέρνες ανακαινίσεις, χωρίς όμως να χάσει την ταυτότητα του μοντερνισμού και της λειτουργίας. Αυτό ακριβώς που θέλουμε να πετύχουμε μέσω της έρευνας και του τελικού σχεδιασμού.

A. ΘΕΩΡΗΤΙΚΟ ΜΕΡΟΣ

1. Ο τουρισμός στην Ελλάδα

Στην μακροοικονομία παρατηρείται πως η οικονομία ενός κράτους μπορεί να εξαρτάται από πολλούς διαφορετικούς παράγοντες. Ανάλογα με αυτούς μπορούμε να κατατάξουμε την οικονομία σε τρεις διαφορετικούς τομείς. Η πρωτοεμφανιζόμενη και επικρατέστερη μορφή εισοδήματος στην ιστορία του ανθρώπινου πολιτισμού ήταν η παραγωγή των πρώτων υλών (Kjeldsen-Kragh, Søren, 2007). Εργασίες όπως η κτηνοτροφία, η γεωργία, η αλιεία, και εξαγωγή ορυκτών πόρων, ανήκουν σε αυτόν τον πρωτογενή τομέα. Πλέον οι χώρες που βασίζονται σε αυτόν, αποτελούν υποανάπτυκτα κράτη, όπως αυτά της υποσαχάριας Αφρική (Sub-Saharan Africa, 2018). Ο δευτερογενής τομέας αποτελεί την εξέλιξη του πρωτογενούς και περιλαμβάνει την επεξεργασία των πρώτων υλών με αποτέλεσμα την δημιουργία αγαθών προς πώληση, εμφανίστηκε επίσης νωρίς αλλά αναπτύχθηκε ιδιαίτερα κατά την Βιομηχανική Επανάσταση με την είσοδο της βιομηχανίας και βιοτεχνίας στην παραγωγική διαδικασία. Παραδείγματα είναι η μηχανική, η κλωστοϋφαντουργία και η χειροτεχνία (Bhasin, 2019). Ο τρίτος και τελευταίος τομέας, ο τριτογενής αποτελείται από αυτό που ονομάζουμε άυλα αγαθά, δηλαδή τις υπηρεσίες. Οι υπηρεσίες αυτές μπορεί να αφορούν την διασκέδαση, το εμπόριο, την ασφάλεια ακόμα και τα τραπεζικά συστήματα (Hayes, 2022).

Tree sector economy



Ανακτήθηκε από : <https://www.pinterest.nz/pin/360006563962767156/>

Η Ελλάδα αποτελεί μία από τις χώρες όπου στα μέσα του 20ού αιώνα κατάφερε να ξεφύγει από την μεμονωμένα έσοδα που προσέφερε ο πρωτογενής και δευτερογενής τομέας παραγωγής. Ο εξευρωπαϊσμός και παγκοσμιοποίηση που άρχισε να εμφανίζεται αύξησε τις δυνατότητες των χωρών για εναλλακτικές πηγές εσόδων. Το εύκρατο κλίμα, η Μεσογειακή κουλτούρα και παράδοση, τα μαγευτικά τοπία αλλά και η πλούσια ιστορία αποτελούν μερικούς από τους λόγους, που η Ελλάδα βασίζεται άρρηκτα στον τομέα του τουρισμού για την οικονομική της σταθερότητα. Εδώ και πολλά χρόνια, τα νησιά του Ιονίου και Αιγαίου, οι παραλίες της ηπειρωτικής Ελλάδας και οι αρχαιολογικοί χώροι, φιλοξενούν τουρίστες από όλο τον κόσμο κατά την καλοκαιρινή αλλά και χειμερινή περίοδο. Χιλιάδες νέοι και νέες απασχολούνται στον τομέα της εστίασης, της διασκέδασης γενικότερα των τουριστικών. Το ερώτημα είναι πως μία λαβωμένη οικονομικά χώρα, η οποία μόλις βγήκε από ένα τριακονταετές μαρτύριο συνεχών πολέμων, κατάφερε να βρει διαφυγή, εκμεταλλευόμενη τα εδάφη της με διαφορετικό τρόπο, μέσω του τριτογενούς τομέα.

Με το τέλος του Β΄ Παγκοσμίου Πολέμου, η Ελλάδα παρέμενε μία από τις χώρες όπου τα συμφέροντα τους θα έπρεπε να μοιραστούν στις μεγάλες δυνάμεις που επικράτησαν των ναζιστικών δυνάμεων. Η διαμάχη του ψυχρού πολέμου ανάμεσα στις δύο οικονομικά ισχυρότερες δυνάμεις της εποχής, Ηνωμένες Πολιτείες και Σοβιετική Ένωση, δημιούργησε στην αμερικανική κυβέρνηση, τον φόβο πως οι χώρες της Ευρώπης, αποδυναμωμένες από τον πόλεμο, θα προσηλυτίζονταν πιο εύκολα στον κομμουνισμό (The Truman Doctrine's Significance, 2022). Η χρεωκοπημένη πλέον Βρετανία δήλωσε στους Αμερικανούς πως δεν θα μπορούσε να ασκεί πλέον επιρροή στην Ελλάδα, φέρνοντας έτσι το προσκήνιο το δόγμα Τρούμαν (The Truman Doctrine, 2010), την στήριξη δηλαδή των ΗΠΑ στο κράτος της Ελλάδας με σκοπό την αποφυγή της Σοβιετικής επέκτασης στη Μεσόγειο.

Με το σχέδιο Μάρσαλ το δόγμα έγινε πράξη (The Marshall Plan, 2017). Συγκεκριμένα, ξεκίνησε μία εκστρατεία οικονομικής ενίσχυσης των Ευρωπαϊκών συμμαχικών χωρών από του Αμερικανούς. Το Ελληνικό κράτος από το 1915 είχε ιδρύσει τον Ελληνικό Οργανισμό Τουρισμού καθώς είχε οραματιστεί την εκμετάλλευση των εδαφών της μέσω αυτού. Οι εξωτερικές και εσωτερικές πολιτικές διενέξεις που έλαβαν μέρος στο πρώτο μισό το 20^{ου} αιώνα, βέβαια ανέβαλλαν αυτά τα σχέδια. Οι αμερικανοί, οι οποίοι βρισκόντουσαν επίσης σε κατάσταση

ανοικοδόμησης, δεν άργησαν να συνειδητοποιήσουν πως η Ελλάδα θα πρέπει να στοχεύσει στον τομέα του τουρισμού.



Harry Truman

Ανακτήθηκε από: <https://www.trumanlibrary.gov/documents/marshall-plan>

George C. Marshall

<https://www.archives.gov/exhibits/featured->

2. Το πρόγραμμα ΞΕΝΙΑ

Η μακροχρόνια απόσβεση κεφαλαίων για την κτήση καταλύματος στην Ελλάδα, απομάκρυνε τους ιδιώτες από το να επενδύσουν και να εκμεταλλευτούντα εδάφη της Ελλάδας γεγονός συντέλεσε την δημιουργία διάφορων τουριστικών προγραμμάτων με πρωτοβουλία του δημόσιου τομέα (Μουσά, 2012). Ένα από τα πιο γνωστά και μεγάλα προγράμματα είναι αυτό των ξενοδοχειακών μονάδων ΞΕΝΙΑ. Το πρόγραμμα ΞΕΝΙΑ, αποτελούσε μια πρωτοπόρα κίνηση, χρηματοδοτούμενη από την αμερικανική κυβέρνηση που απώτερο σκοπό είχε να δημιουργήσει ταυτότητα στη χώρα εδραιώνοντας τη θέση της Ελλάδας στον παγκόσμιο χάρτη τουρισμού, αλλά και να βρεθεί η παράμετρος για την ανάπτυξη της οικονομίας (Μουσά, 2012). Πρακτικά πρόκειται για την κτήση και εκμετάλλευση πάνω από 70 ξενοδοχειακών μονάδων, καταλυμάτων και άλλων συνοδευτικών χώρων όπως πλαζ και τουριστικά περίπτερα σε όλη την Ελλάδα. Πηγή έμπνευσης για το πρόγραμμα αυτό υπήρξε η αντίστοιχη σειρά ξενοδοχειακών μονάδων Paradores στην Ισπανία (Κατσιγιάννης, 2017), με σημαντική διαφορά πως οι Ισπανοί ανοικοδομούσαν ήδη υπάρχοντα, πολλές φορές ιστορικά, κτήρια που στο παρελθόν λειτουργούσαν ως μοναστήρια ή κάστρα. Το όνομα του προγράμματος, ΞΕΝΙΑ, προέρχεται από το « Ξένιος Ζεύς», ένα από τα προσωνύμια του θεού Δία από την αρχαιότητα, προστάτη των ξένων και ορόσημο της φιλοξενίας, από μια εποχή όπου η φιλοξενία θεωρούνταν ύψιστη αρετή (Μουσά, 2012).

Το αρχικό λογότυπο του προγράμματος ΞΕΝΙΑ

ΞΕΝΙΑ
HOTEL

Ανακτήθηκε από:

<https://el.m.wikipedia.org/wiki/%CE%91%CF%81%CF%87%CE%B5%CE%AF%CE%BF:Xenia-logo-1.jpg>

Αν και το πρόγραμμα ξεκίνησε το 1951 η επωνυμία ΞΕΝΙΑ φαίνεται στα χαρτιά περίπου το 1958, ο Κατσιγιάννης αναφέρει πως εμφανίστηκε πρώτη φορά το 1960 στα εγκαίνια του Motel Μεσολογγίου, ενώ η Μούσα στην έκθεση της αναφέρει πως στα πρακτικά της ΕΟΤ η επωνυμία εμφανίζεται από το 1958. Αυτό συμβαίνει καθώς κάθε ξενοδοχείο είχε την δικιά του ξεχωριστή επωνυμία, η οποία ακολουθούσε παρόμοιο μοτίβο και αποτελούνταν συνήθως από κάποιο όνομα θεότητας, μύθου ή διαφορετικά από κάποιο τοπόσημο της περιοχής που βρισκόταν. Το πρόγραμμα χωρίζεται σε δύο φάσεις. Η πρώτη φάση (1951-1957) χαρακτηρίζεται ως πρώιμη, και ξεκίνησε με την δημιουργία των πρώτων τεσσάρων μονάδων σε επιλεγμένα μέρη με βάση την προϋπάρχουσα επισημότητα αλλά και το ιστορικό προφίλ. Έτσι επιλέχθηκαν οι Δελφοί, η Μύκονος, το Ναύπλιο και η Καστοριά, η οποία απορρίφτηκε αργότερα από τους Αμερικανούς. Προϊστάμενος της πρώτης φάσης επιλέχθηκε ο αρχιτέκτων Χαράλαμπος Σφαέλλος. Γύρω από τον Σφαέλλο στελεχώθηκαν έμπειροι και διακεκριμένοι μηχανικοί και αρχιτέκτονες, στους οποίους επιτράπηκε η παράλληλη ενασχόληση με ιδιωτικά έργα ώστε να αποκλειστεί η πιθανότητα απομάκρυνσης από το πρόγραμμα όσο το δυνατόν περισσότερο.

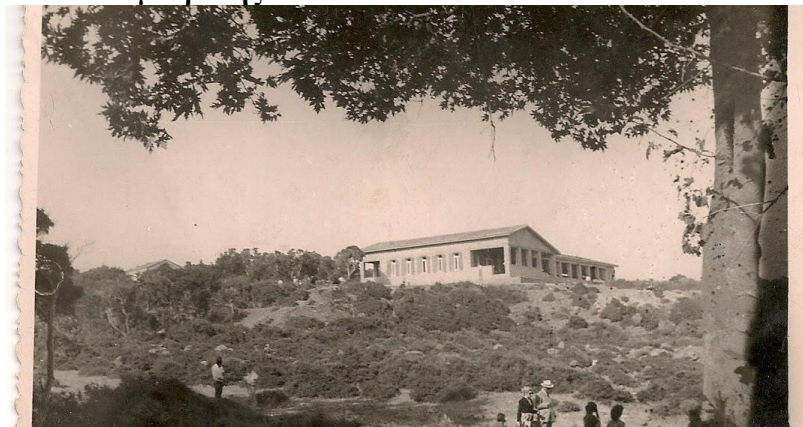


ΞΕΝΙΑ Δελφών

Ανακτήθηκε από: https://www.roomingreece.com/product_info.php/delfoi-rooms-874-xenia-hotel-xenodoxeio-p-874

Η πρώτη φάση ολοκληρώθηκε το 1957 και συμπεριέλαβε την δημιουργία των μονάδων Σαμοθράκης, Ύδρας, Οσίου Λουκά, Μετεώρων, συνοριακός σταθμός Ευζώνων, αλλά και την δημιουργία περιπτέρων σε Επίδαυρο, Μυκήνες, Παλαιά Κόρινθο, Αιδηψό, Λίνδο και Κέρκυρα. Υπό κατασκευή τέθηκαν οι μονάδες στο Ναύπλιο και Δελφούς, όπως και οι νέες μονάδες σε Πύλο, Αργοστόλι, Θάσο, Πάρο, Σκύρο, Ζάκυνθο και Τσαγκαράδα. Η όψιμη φάση βρίσκει έναρξη το 1975 όπου τη θέση του προϊστάμενου της ΕΟΤ παίρνει ο αρχιτέκτων Άρης Κωνσταντινίδης και τελειώνει έπειτα από δέκα χρόνια, το 1967. Σειρά παίρνουν τα ξενοδοχεία και Motel σε Επίδαυρο, Άνδρο, Λάρισα, Ηγουμενίτσα, Πόρο, Καλαμπάκα, Ηράκλειο Κρήτης, Ολυμπία και Χαλκιδική. Επιπλέον διεξάγονται μελέτες για Ξενία σε Ξενία Χίου, Σπάρτης, Σαμοθράκης, Μεσολογγίου, Ακροναυπλίας και Χανίων αλλά και μελέτες για ορισμένες παραλλαγές στον σχεδιασμό όπως στο ξενοδοχείο της Άνδρου (Μουστά, 2012).

ΞΕΝΙΑ Σαμοθράκης



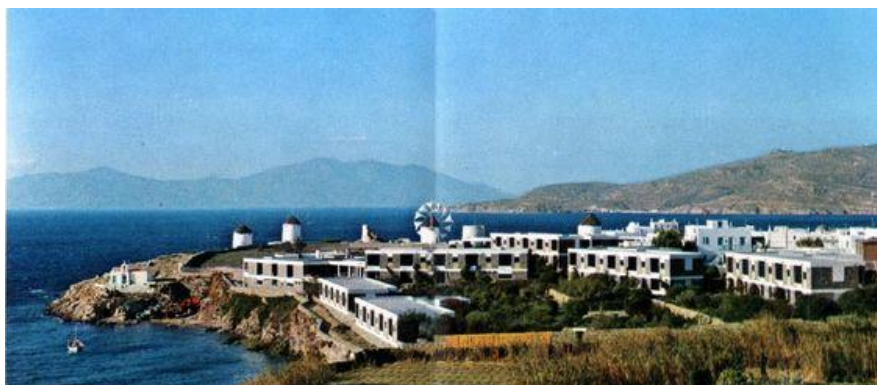
Ανακτήθηκε από: http://tangelonias.blogspot.com/2011/03/1958_16.html

3. Η αρχιτεκτονική των ΞΕΝΙΑ

Βλέπουμε λοιπόν πως το πρόγραμμα ΞΕΝΙΑ, ήταν πολύ καλά οργανωμένο καθώς διαθέτετε ένα μελετημένο πλάνο. Τα πρόσωπα όπου το στελέχωναν τον Οργανισμό Τουρισμού, ήταν άλλοτε αρκετά πεπειραμένοι ή απλά επαγγελματίες, που δεν θα άφηναν αυτή την επενδυτική ευκαιρία να φύγει. Για την καλύτερη κατανόηση της οπτικής των υπευθύνων, θα ήταν πρέπον να μελετήσουμε σε μεγαλύτερο βάθος το ποιον κάθε μονάδα. Τα οικοπέδα αγοράζονταν από το κράτος είτε διατίθενται μέσω δωρεών, πάντοτε όμως μελετούνταν όσο το δυνατόν εκτενέστερα ώστε να πληρούν τις προϋποθέσεις που είχαν θέσει, οι ίδιοι οι αρχιτέκτονες ως γνώμονα.

Όπως αναφέρετε και στο παράρτημα της Κυρίας Μούσα το design ξεκινούσε από την επιλογή του οικοπέδου στο οποίο θα χτιστεί το κάθε ξενοδοχείο. Πιο συγκεκριμένα οι παράγοντες οι οποίοι θα έκριναν την καταλληλότητα του χώρου ήταν τρεις. Αρχικά εξεταζόντουσαν οι τοπικές συνθήκες κάθε περιοχής, όπως για παράδειγμα το κλίμα, τον προσανατολισμό του εκάστοτε οικοπέδου ή την υφή που παρουσίαζε το έδαφος. Στην συνέχεια μελετούνταν η παραδοσιακή αρχιτεκτονική των λοιπών κτηρίων της περιοχής, με απώτερο σκοπό η εικόνα του νέου κτηρίου να μην φαίνεται ξένη ανάμεσα στα παραδοσιακά κτίσματα. Τέλος θα έπρεπε ο χώρος να υποστηρίξει το επιλεγμένο τουριστικό μοντέλο όπου ο Οργανισμός είχε επιλέξει, ώστε να ικανοποιεί τις τουριστικές ανάγκες της χώρας αλλά και να συντελέσει σε μία ενιαία τουριστική πολιτική (Κυριακόπουλος 2016). Σύμφωνα με τον ίδιο τον Κωνσταντινίδη η επιλογή

του οικοπέδου ήταν ένα από τα πιο δύσκολα μέρη κατά την κατασκευή, το οποίο οικοπέδο θα έπρεπε κάθε φορά να εξυπηρετεί τον σκοπό του (Μουστά, 2012).

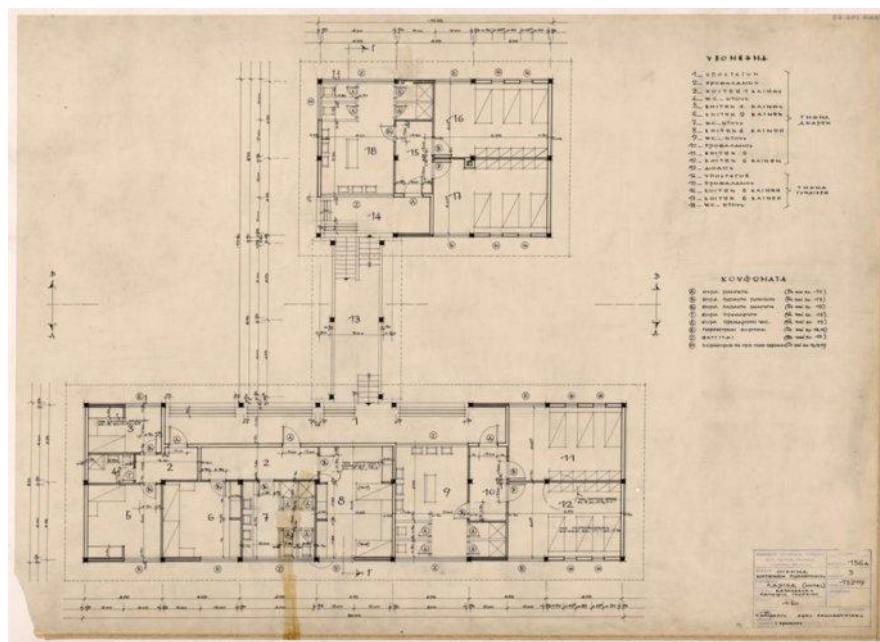


ΞΕΝΙΑ Μυκόνου

Ανακτήθηκε από : <https://www.lifo.gr/culture/design/h-anodos-kai-i-ptosi-ton-xenodoheion-xenia>

Εκτός από την ένταξη του κτηρίου στην εικόνα της περιοχής όσον αφορά την αρχιτεκτονική θα πρέπει να εντάσσεται αρμονικά στο τοπίο. *Άσε με να δω τον τρόπο που χτίζεις και θα καταλάβω ποιος είσαι, όχι το τελικό αποτέλεσμα, όχι κάτι κλειστό και μη προσιτό, αλλά έναν χώρο όπου το μέσα με το έξω θα ενώνονται αρμονικά. Ο εσωτερικός χώρος βγαίνει στον εξωτερικό και ο εσωτερικός διεισδύει στον εσωτερικό, όλοι μας συμμετέχουμε για τον ίδιο σκοπό* (βρέθηκε στο Georgiadou, Frangou, Marnellos, 2014). Με βάση τα παραπάνω χαρακτηριστικά, κάθε κτήριο ξενιαξεχωριστά εντάσσεται σε μία κοινή ταυτότητα καθιστώντας το ίδιο το κτίσμα τοπόσημο της περιοχής. Η οριζόντια προβολή με το χαμηλό ύψος των κτηρίων με έναν ή δύο ορόφους συνήθως, ορίζουν το κτήριο σε ανθρώπινη κλίμακα. Η χρήση των υλικών κατά την κατασκευή όπως το σκέτο τσιμέντο και τα διάφορα μέταλλα αποτελούν έναν αρμονικό συνδυασμό μοντέρνας και παραδοσιακής αρχιτεκτονικής που δένει σαν εικόνα με την περιοχή. Ο προσανατολισμός της ξενοδοχειακής μονάδας αποσκοπεί στην εκμετάλλευση του φωτός που προβάλλει ο ήλιος όπως για παράδειγμα ο φυσικός κλιματισμός των χώρων (Georgiadou, Frangou, Marnellos, 2014). Αξιοσημείωτη είναι επίσης η τοποθέτηση των χώρων στις κατόψεις κάθε κτηρίου. Με ένα σύστημα πτερύγων οι αρχιτέκτονες χωρίζουν τους χώρους σε ιδιωτικούς και δημόσιους έτσι ώστε οι πελάτες να βρίσκουν ηρεμία στο κατάλυμα. Οι δημόσιοι χώροι είχαν πολύ μεγάλη έκταση καθώς δεν απευθύνονταν μόνο στους ενοικιαστές αλλά και επισκέπτες που δεν διανυκτέρευαν, ντόπιους και τουρίστες. Στόχος ήταν στους χώρους αυτούς, να έρχονταν σε επαφή ταξιδιώτες και κάτοικοι

της περιοχής ώστε να έχουν την ευκαιρία οι μεν να μάθουν για την τοποθεσία και οι δε για τα xenia (Κωνσταντινίδης 1981).



Μοτέλ Λάρισα, Κάτοψη ισογείου

Ανακτήθηκε από:

https://www.benaki.org/index.php?option=com_collectionitems&view=collectionitem&id=147681&Itemid=&lang=el

Οι υπεύθυνοι αρχιτέκτονες κάθε κτηρίου δεν ήταν μόνο υπεύθυνοι για την εξωτερική αρχιτεκτονική αλλά και για την εσωτερική, την διακόσμηση (Κυριακόπουλος 2016). Όταν μιλάμε για διακόσμηση, αναφερόμαστε στη διαμόρφωση των εσωτερικών χώρων, τα έπιπλα και τα διακοσμητικά. Τα έπιπλα ήταν όλα σχεδιασμένα στα πρότυπα του εξωτερικού σχεδιασμού. Ένα δίκλινο δωμάτιο περιλάμβανε δύο ανατομικά κρεβάτια με τα ανάλογα κομοδίνα, ένα έπιπλο συνοδευόμενο από σκαμπό μπροστά από το οποίο βρισκόταν ένας μεγάλος καθρέπτης. Μία ντουλάπα ήταν πάντοτε τοποθετημένη για την αποθήκευση αποσκευών και λοιπόν αντικειμένων. Προς την μπαλκονόπορτα επίσης βρισκόταν ένα μικρό τραπέζακι με μία πολυθρόνα, που αποσκοπούσε στη χαλάρωση των επισκεπτών. Ο σχεδιασμός τους αποτελεί μια μοντερνιστική και σχετικά μινιμαλιστική απόδοση διακόσμησης, εμπνευσμένη από τα ευρωπαϊκά πρότυπα όπως η πολυθρόνα Barcelona του L. Mies Van der Rohe (1929), τα υλικά που χρησιμοποιούνται είναι μέταλλο, ξύλο, δέρμα και άλλα υφάσματα. Όλα τα αντικείμενα παρουσιάζουν μία γεωμετρική μορφή. Διακοσμητικά μοτίβα υπάρχουν ελάχιστα, με τέτοιο τρόπο όπου εν τέλει πλαισιώνουν και αυτά το αφαιρετικό αυτό στυλ. Επιπλέον παρατηρούντο διακοσμητικά αντικείμενα όπως πίνακες ή διάφορα γλυπτά έργα επιλεγμένα, πάλι, από τον ίδιο τον αρχιτέκτονα (Κυριακόπουλος, 2016). Τα χρώματα που χρησιμοποιούνται έχουν οπτικό βάρος και συντελούν σε όλους τους παραπάνω σκοπούς, ο Κωνσταντινίδης ονομάζει την παλέτα grounds και συμπεριλαμβάνει σε αυτή, κίτρινη ώχρα, κόκκινο τερακότας, μπλε του ουρανού άσπρο του γύψου και ίντιγκο μπλε. Τα χρώματα αυτά δένουν με το τοπίο, τον ουρανό, τα υλικά και την αίσθηση την εισχώρησης των χώρων (Georgiadou, Frangou, Marnellos, 2014). Σε κάθε κτήριο υπεύθυνος για την διακόσμηση ήταν ο εκάστοτε αρχιτέκτων με αποτέλεσμα ο σχεδιασμός να μην είναι ποτέ ακριβώς ίδιος. Παρόλα αυτά ο επαγγελματισμός τους και η μελέτη οδήγησαν στην δημιουργία μίας ενιαίας ταυτότητας στον Ελληνικό Τουρισμό.



Ξενία Παλιουρίου Χαλκιδικής.

Ανακτήθηκε από: <https://www.lifo.gr/culture/design/h-anodos-kai-i-ptosi-ton-xenodoheion-xenia>

4. Τα ξενοδοχεία σήμερα

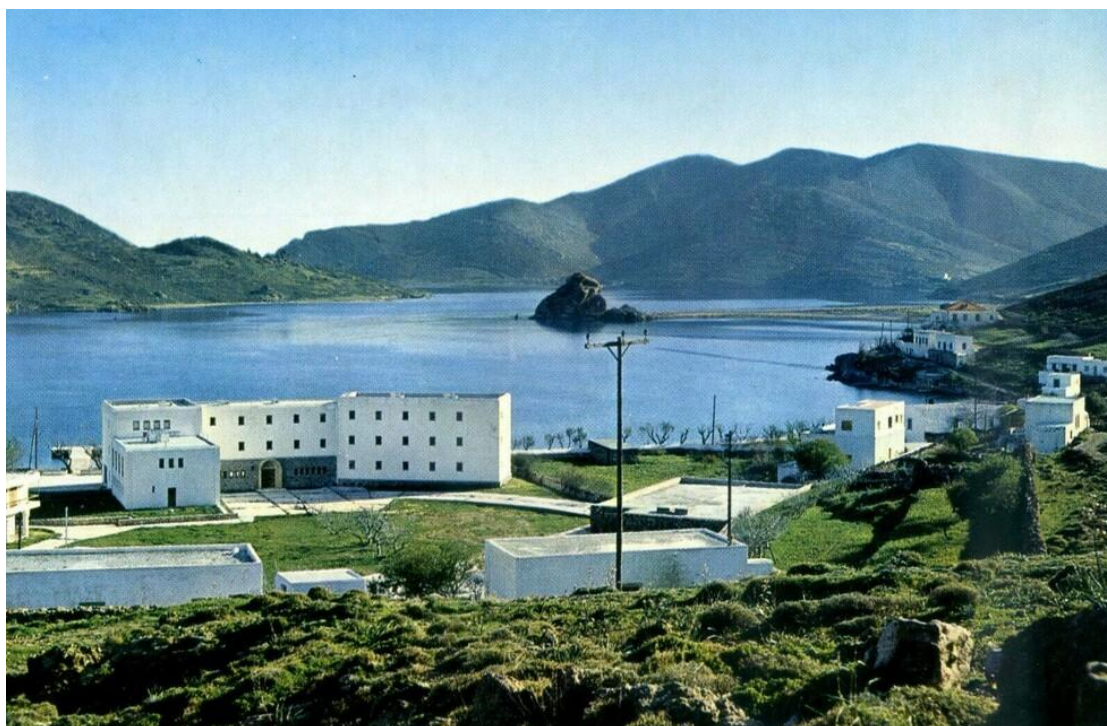
Η κατασκευή του προγράμματος xenia πρακτικά τελείωσε το 1967 έκτοτε όλες οι ξενοδοχειακές μονάδες, μοτέλ, πλαζ κλπ λειτουργούσαν την θερινή σεζόν για πολλά χρόνια. Με το πέρασμα αυτών των χρόνων η Ελλάδα εδραιώθηκε στο παγκόσμιο στάτους του τουρισμού, έτσι δειλά-δειλά οι αξίες που πρέσβευαν τα ξενοδοχεία άρχισαν να χάνονται. Πλέον δεν χρειαζόταν να προσελκύσουμε επισκέπτες αλλά να ικανοποιήσουμε όσους περισσότερους γίνεται όσον το δυνατόν πιο γρήγορα, αυτό που αργότερα ονομάστηκε μαζικός τουρισμός (Georgiadou, Frangou and Marnellos, 2014). Το φαινόμενο αυτό δεν ήταν φυσικά πρωτοφανές. Στην δυτική Ευρώπη και Αμερική, όπου οι κοινωνικοπολιτικές εξελίξεις επηρεάζουν όλο τον κόσμο, στα τέλη της δεκαετίας του '60 άρχισε να εμφανίζεται μία δυσφορία απέναντι στον μοντερνισμό και τον μινιμαλισμό που είχε διαπρέψει. Η λιτότητα στον σχεδιασμό προκάλεσε κορεσμό σε γραφικούς σχεδιαστές, αρχιτέκτονες αλλά και στους καταναλωτές Το νέο κύμα που εμφανίστηκε ονομάστηκε μεταμοντερνισμός και βάση είχε την επαναποδόμηση της γραφιστικής και την σημασία της αισθητικής (Φραγκόπουλος, 2006). Στο κείμενο του αμερικανού αρχιτέκτονα, Robert Venturi, «Μαθαίνοντας από το Λας Βέγκας», διαβάζουμε πως το γεγονός αυτό, όπως και κάθε κίνημα, δεν είναι καθόλου τυχαίο. Η τεχνολογική ανάπτυξη μετά τα μέσα του 20ού αιώνα προκάλεσε μια εξαιρετικά εύκολη μεταβίβαση πληροφορίας καθώς και μείωση των αποστάσεων, άλλοτε έμμεσα (τηλέφωνο, τηλεόραση) άλλοτε άμεσα (μεγάλοι

αυτοκινητόδρομοι και διαθέσιμα μέσα μεταφοράς). Η ταχύτατη αυτή μεταφορά πληροφοριών μπορεί να πει κανείς πως κράτησε τους ανθρώπους σε εγρήγορση και άλλοτε σε σύγχυση. Έτσι δεν θα μπορούσε μια απλή και λιτή πληροφορία να τους τραβήξει την προσοχή. Ο μεταμοντερνισμός στηρίχθηκε στην ένταση, στο φανταχτερό και το μέγεθος. Σε συνδυασμό με την έξαρση του καπιταλισμού, μία υπερκαταναλωτική μανία ξέσπασε και έδεσε ιδανικά με το νέο αυτό κίνημα, ικανοποιώντας ταχύτατα τις ορέξεις κάθε καταναλωτή (Φραγκόπουλος, 2006). Στην Ελλάδα οι οικονομικές και τεχνολογικές εξελίξεις έκαναν την εμφάνιση τους στις αρχές της δεκαετίας του 80. Σαφώς, λοιπόν, θα μπορούσε κανείς να συμπεράνει πως ο μεταμοντερνισμός όπου ακολούθησε αλλά και η ανάλογη στάση των καταναλωτών αποτέλεσαν σε μεγάλο βαθμό την αλλαγή και στον τουριστικό τομέα.

4.1 Τα ξενοδοχεία που «επιβίωσαν»

Όσον αφορά το πρόγραμμα xenia, κάποιες ξενοδοχειακές μονάδες κατάφεραν να προσαρμοστούν, ενώ άλλες είχαν άδοξο τέλος. Οι μονάδες κατάφεραν να επιβιώσουν με τον έναν ή τον άλλο τρόπο, σταμάτησαν βέβαια να αποτελούν μέρος του δημοσίου τομέα, καθώς εξαγοράστηκαν από διάφορους ιδιώτες ή επενδυτικές εταιρείες (Μουσιά, 2019). Ας δούμε με γεωγραφική προτεραιότητα τις μονάδες που άλλαξαν επωνυμία, αλλά διατήρησαν την λειτουργία τους ως ξενοδοχεία. Στην Ανατολική Μακεδονία και Θράκη επιβίωσαν τα ξενοδοχεία Δράμας και Ξάνθης, τα οποία λειτουργούν ως Xenia Drama Hotel και Elisso Xenia Hotel Du Nord. Στην Κεντρική Μακεδονία σε Σέρρες και Ουρανούπολη με τις ονομασίες Ξενία Philippos Xenia Hotel και Xenia Ouranoupoli. Στη Θεσσαλία τα ξενοδοχεία αυτά βρίσκονται σε Λάρισα, Βόλο, Πορταριά και Σκιάθο. Πλέον λειτουργούν με τις επωνυμίες, Larissa Imperial, Domotel Xenia Volos, Xenia Palace Portaria,. Το κατάλυμα της Σκιάθου σταμάτησε να λειτουργεί το 2000 και εξαγοράστηκε το 2018 από ιδιωτική εταιρεία όπου και επαναλειτούργησε ως Elivi Skiathos (ΤΑΙΠΕΔ. 2018). Στην περιοχή της Δυτικής Ελλάδας τα xeniaβρίσκονται σε Μεσολόγγι, Ανδρίτσαινα και στα Λουτρά Κυλλήνης. Σήμερα μπορεί κανείς να τα βρει ως Hotel Theoxenia, Ξενοδοχείο Θεοξενία, Grecotel Pina Palms& Aqua Park. Δελφοί, Αράχωβα και Σκύρος φιλοξενούν τα Delphi Palace Hotel, Santa Marina Arachova και Hydroussa Hotel στην Στερεά Ελλάδα. Το ξενοδοχείο του Πόρου ως Porow Image Hotel, του Σουνίου και του Λαγονησίου ως Cape Sounio Grecotel Exclusive Resort και Grand Resort Lagonissi. Στην Περιφέρεια Πελοποννήσου το Ξενία Ναυπλίου (I) "Αμφιτρύων"

φιλοξενεί επισκέπτες ως Amphitryon Hotel, το Nafplia Palace, ως Nafplia Palace Hotel & Villas, το Μοτέλ Ξενία Καλαμάτας ως Filoxenia Kalamata, το Ξενία Μεθώνης ως Methoni Beach Hotel και το Ξενία Πύλου "Νέστωρ", ως Romanos Beach Villas by Xenia Resorts. Τέλος σε Ιόνιο και Αιγαίο το Ξενία Λευκάδας επαναλειτουργεί ως Ionion Star Hotel, το Ξενία Μυκόνου, ως Mykonos Theoxenia, το Ξενοδοχείο Λητώ Μυκόνου, ως Leto Hotel, το Ξενία Σίφνου ως Platys Gialos Akti Hotel Sifnos, το Ξενία στην Κω, ως Kos Aktis Art Hotel και τέλος το Ξενία Πάτμου, ως Patmos Aktis Suites & Spa.



Το κατάλυμα της Πάτμου το 1960

Ανακτήθηκε από: <https://www.lifo.gr/culture/design/h-anodos-kai-i-ptosi-ton-xenodoheion-xenia>



Το Patmos Aktis Suites & Spa

Ανακτήθηκε από: <http://patmos-aktis-suites-spa.patmos.top-hotels-gr.com/el/>

4.2 Τα ξενοδοχεία που άλλαξαν λειτουργία

Στην επόμενη φάση βλέπουμε τις μονάδες που λειτούργησαν μεν αλλά όχι ως ξενοδοχεία. Οι χώροι αυτοί έμειναν στο δημόσιο και χρησιμοποιήθηκαν αναλόγως. Το Μοτέλ Ξενία Ηγουμενίτσας παραχωρήθηκε στο ΤΕΙ Ηπείρου και χρησιμοποιείται για ακαδημαϊκές δραστηριότητες. Το Μοτέλ Ξενία Ολυμπίας (I) λειτουργεί ως δημαρχείο στην Ολυμπία. Στο Μοτέλ Ξενία Ολυμπίας (II), φιλοξενούνται τα τμήματα Καθαριότητας και Πολιτικής Προστασίας του δήμου, καθώς και το Πυροσβεστικό Σώμα. Το Ξενία Ζακύνθου "Ανθέων" χρησιμοποιείται επίσης από τον Δήμο ως γραφείο σχολικών επιτροπών. Στη Μυτιλήνη το Ξενία έχει επίσης παραχωρηθεί στο Πανεπιστήμιο Αιγαίου και χρησιμοποιείται από το Τμήμα Περιβάλλοντος. Στο Νότιο Αιγαίο το Ξενία Πάρου από το 2004 είναι πλέον γνωστό "Σπίτι της Λογοτεχνίας". Τέλος στην Κρήτη, το Ξενία Ρεθύμνου παραχωρήθηκε επίσης στο τοπικό πανεπιστήμιο και φιλοξενεί την φοιτητική εστία του Πανεπιστημίου Κρήτης.



Το ΞΕΝΙΑ Ηγουμενίτσας



Το συγκρότημα σήμερα στη δικαιοδοσία του ΤΕΙ Ηπείρου

Ανακτήθηκαν από :

https://www.igoumenitsamuseum.gr/images/text_files/124769496659c66e1a50f5b1.64021250.pdf

4.3 Τα ξενοδοχεία που εγκαταλείφθηκαν

Στην επόμενη κατηγορία ανήκουν οι ξενοδοχειακές μονάδες χενία, όπου με το πέρασμα του χρόνου αναστάλθηκε η λειτουργία τους, αλλά παρέμειναν εγκαταλελειμμένα και ξεχασμένα, πρεσβεύοντας το φάντασμα μιας παλιάς τους δόξας. Κάποια από τα παρακάτω κτήρια, βέβαια, αναμένεται να ανοικοδομηθούν και να χρησιμοποιηθούν, από διάφορους επενδυτές ή το δημόσιο, καθώς αυτή τη στιγμή γίνονται μελέτες από τους ανάλογους φορείς. Στην περιφέρεια Ανατολικής Μακεδονίας και Θράκης σταμάτησαν να λειτουργούν τα Ξενία Θάσου, Σαμοθράκης

και Κομοτηνής. Στην Κεντρική Μακεδονία τα Ξενία Έδεσσας, Μοτέλ Ξενία Πλαταμόνα. Για το Μοτέλ Ξενία Παλιουρίου γίνεται μελέτη αυτή τη στιγμή και προγραμματίζεται να λειτουργήσει από τον όμιλο Σαββίδη. Στην περιοχή της Δυτικής Μακεδονίας το Ξενία Κοζάνης, Ξενία Καστοριάς, Ξενία Φλώρινας διέκοψαν την λειτουργία τους. Το τελευταίο αναμένεται να ανακαινιστεί και να αξιοποιηθεί ως Casino, από τον όμιλο Τόττη. Στην Θεσσαλία το Μοτέλ Ξενία Καλαμπάκας, το Ξενία Τσαγκαράδας βρίσκονται εγκαταλελειμμένα, ενώ το Ξενία Σκοπέλου θα λειτουργήσει ως δημαρχείο. Στην Περιφέρεια Ηπείρου το Ξενία στην Άρτα αναμένεται να λειτουργήσει ως πολιτιστικός χώρος έπειτα από ανακαίνιση, με την ολοκλήρωση του διαγωνισμού που προκηρύχθηκε από τον δήμο.

Στην έκταση της περιφέρειας Δυτικής Ελλάδος το Ξενία Καλεντζίου παραμένει ανεκμετάλλευτο. Αντιθέτως, το Ξενία Ναυπάκτου «Ευδοκία», αναμένει επίσης τα αποτελέσματα ενός ανάλογου διαγωνισμού για ανακαίνιση, με σκοπό να λειτουργήσει σαν πολιτιστικός χώρος. Τα Ξενία Υπάτης, το Ξενοδοχειακό συγκρότημα Πλατύστομου, το Ξενία Καρπενησίου, αποτελούν τις παρατημένες μονάδες στην Στερεά Ελλάδα. Οι Σπέτσες είναι η μοναδική περιοχή στην περιφέρεια Αττικής που έχει παραμεληθεί το xenia της. Στην Πελοπόννησο το Ξενία Ακροναυπλίας (II), το Μοτέλ Ξενία Βυτίνας και το Ξενία Καστανιάς δεν λειτουργούν. Επίσης το Ξενία της Σπάρτης δεν λειτουργεί, αλλά προγραμματίζεται να επαναλειτουργήσει ως κέντρο πολιτιστικών, τουριστικών και διοικητικών δραστηριοτήτων, μετά από διαγωνισμό του δήμου. Στην Περιφέρεια Ιονίου το Ξενία Κεφαλονιάς "Αίνος" είναι το μοναδικό κλειστό. Στο Αιγαίο η Χίος, η Άνδρος και η Κύθνος, φιλοξενούν τις ανεκμετάλλευτες μονάδες, όπως και η Σάμος όπου μέχρι πρότινος είχε την ίδια μοίρα, αλλά επίσης αναμένει αποτέλεσμα από έναν αντίστοιχο διαγωνισμό με απώτερο σκοπό να λειτουργήσει ως επιστημονικό κέντρο. Τέλος στην Κρήτη το Μοτέλ Ξενία Καρτερού παραμένει εγκαταλελειμμένο.



Το ΞΕΝΙΑ Καρτερού

Ανακτήθηκε από: <https://www.lifo.gr/arxeio/20-fotografies-ap-motel-xenia-paralia-karteroy-irakleio-kritis>

4.4 Τα ξενοδοχεία που κατεδαφίστηκαν

Στην τελευταία κατηγορία θα δούμε τα χενιάπου δεν κατάφεραν να εκπληρώσουν τις προσδοκίες τους και κατεδαφίστηκαν, με σκοπό να δημιουργηθεί κάποιο έφορο έργο στη θέση τους. Στην Περιφέρεια Ηπείρου το Ξενία Ιωαννίνων γκρεμίστηκε και στη θέση του κατασκευάστηκε το ξενοδοχείο Grand Serai, ιδιοκτησίας του ομίλου Μήτση. Στο Ιόνιοτο Ξενία Κέρκυρας κατεδαφίστηκε, ώστε στη θέση του να οικοδομηθεί το ξενοδοχείο Corfu Holiday Palace, από ιδιώτη, έπειτα από εξαγορά του οικοπέδου από τον ΕΟΤ. Στην περιφέρεια της Κρήτης το Ξενία Ηρακλείου αντικαταστάθηκε εξολοκλήρου από μία παιδική χαρά που αποτελεί κομμάτι της ανάπλασης στο παραλιακό μέτωπο της πόλης του Ηρακλείου, ενώ το Ξενία Χανίων κατεδαφίστηκε με σκοπό την ανάδειξη των Δυτικών Οχυρώσεων.



Το ΧΕΝΙΑ Ιωαννίνων τη δεκαετία του '80

Ανακτήθηκε από : <https://typos-i.gr/article/3enia-o-polemos-gia-ta-motel-toy-60>



Η κατεδάφιση του ΧΕΝΙΑ Ιωαννίνων

Ανακτήθηκε από: <https://www.tanea.gr/2005/06/10/greece/oi-mpoylntozes-stamatisan-stin-ayli-toy-ksenia/>

5. Οι υπεύθυνοι αρχιτέκτονες του ΞΕΝΙΑ

Ασχέτως με την μοίρα που έμελε να συναντήσει το πρόγραμμα, δεν μπορούμε παρά να αναγνωρίσουμε την μεγάλη προσφορά του. Είδαμε την διαμόρφωση της Ελληνικής τουριστικής ταυτότητας και πως το xenia, έβαλε το λιθαράκι του. Αξιοσημείωτη όμως είναι και η προσφορά στην εγχώρια αρχιτεκτονική. «Δείξε μου το πώς χτίζεις και θα σου πω ποιος είσαι», είχε πει ο Άρης Κωνσταντινίδης, υπεύθυνος του προγράμματος κατά την δεύτερη περίοδο (Georgiadou, Frangou and Marnellos, 2014). Μέσα από τη φράση αυτή, βλέπουμε πως το ποιόν του αρχιτέκτονα, επηρεάζει τον σχεδιασμό και την λειτουργία ενός κτηρίου.

5.1 Χαράλαμπος Σφαέλλος

Έτσι λοιπόν, για να κατανοήσουμε καλύτερα την υπόσταση των ξενοδοχείων από αρχιτεκτονικής ματιάς, καλό θα ήταν να αναφερθούμε στη διαμόρφωση, των προσωπικοτήτων, που βρίσκονται πίσω από το μεγαλοπρεπές αυτό έργο. Επειδή οι άνθρωποι που εργάστηκαν γύρω από αυτό είναι πάμπολλοι, από νέους αρχιτέκτονες έως διακοσμητές και ηλεκτρολόγους, θα επικεντρωθούμε στους δύο υπεύθυνους αρχιτέκτονες της ΕΟΤ, που είχαν και το αρχικό όραμα, τον Χαράλαμπο Σφαέλλο και τον Άρη Κωνσταντινίδη. Ο Χαράλαμπος Σφαέλλος γεννήθηκε στην περιοχή της Αλεξάνδρειας το 1914, όπου και έζησε τα πρώτα χρόνια της ζωής του. Φοίτησε στην αρχιτεκτονική σχολή του Εθνικού Μετσόβιου Πολυτεχνείου, μαθητεύοντας κοντά σε σπουδαίες προσωπικότητες της αρχιτεκτονικής όπως ο Αναστάσιος Ορλάνδος και ο Δημήτριος Πικιώνης. Το 1935 σε ηλικία 21 ετών, αποφοιτά από το πολυτεχνείο και αρχίζει την καριέρα του ως ελεύθερος επαγγελματίας. Έχοντας δει τον κόσμο με άλλο μάτι πλέον συνειδητοποιεί, πως υπάρχουν πολλά παραπάνω πράγματα στον κόσμο για να μάθει, ειδικά στο νεαρό της ηλικίας του.

Έτσι, παίρνει την ώριμη απόφαση να διακόψει τις εργασιακές του υποχρεώσεις με σκοπό να συνεχίσει τις σπουδές του, εντρυφώντας στον τομέα της αρχιτεκτονικής. Το 1945 μεταφέρετε στην πόλη του Παρισιού, όπου εκμεταλλευόμενος την υποτροφία που του δίνεται από την Γαλλική Κυβέρνηση, σπουδάζει στο τμήμα Ιστορίας της Τέχνης και Αισθητικής Ινστιτούτο Τέχνης και Πολεοδομίας της Σορβόνης. Το ταλέντο του αλλά και η σκληρή δουλειά, τον ωθούν στην αποφοίτηση τρία χρόνια

μετά αλλά και την ανακήρυξη του το 1949 ως διδάκτορα της Τέχνης και Επιστήμης του Πανεπιστημίου του Παρισιού. Τη χρονιά 1952 πραγματοποιείται η έκδοση της διατριβής του *"Le Fonctionnalism edans l'architecture contemporaine"* από το Centre National de la Recherche Scientifique στο Παρίσι, ενώ την ίδια περίοδο εργάζεται πλάι στις σπουδαίες προσωπικότητες, Λε Κορμπυζιέ και Marcel Lods. Επιστρέφοντας στην Ελλάδα, επιτελεί ως Διευθυντής της Τεχνικής Υπηρεσίας του Εθνικού Οργανισμού Τουρισμού, από το 1950 έως και το 1958. Εκεί, επιμελείται και επιβλέπει την ανέγερση των πρώτων μονάδων xenia.



Ο Χαράλαμπος Σφαέλλος

Ανακτήθηκε από:

https://www.benaki.org/index.php?option=com_collections&view=creator&id=127&collectionId=23&lang=el

Ως δικά του έργα αναφέρονται τα Ξενία Καστοριάς 1952-53 (σε συνεργασία με την Μ. Ζαγορησίου), το Ξενία Αργοστολίου 1955, το Ξενία Θάσου 1955, το Ξενία Κερκύρας στη θέση Κανόνι 1955-58 και 1963-64, το Ξενία Τσαγκαράδας 1955 και 1964-65 και το Ξενία Υπάτης 1956. Από το 1967 διδάσκει στο Παρίσι, στην Αρχιτεκτονική Σχολή, όπου και ανακηρύχτηκε ως διδάκτωρ. Έξι χρόνια μετά, συνειδητοποιεί πως θέλει να προσφέρει περισσότερα μέσω της αρχιτεκτονικής, έτσι διατηρώντας τα διδακτικά του καθήκοντα επιστρέφει στην Ελλάδα και αναλαμβάνει την θέση του Γενικού Γραμματέα στο Υπουργείο Οικισμού και Δημοσίων Έργων. Ταυτόχρονα κατέχει την θέση συμβούλου στον Οργανισμό Ηνωμένων Εθνών για θέματα που αφορούν την τουριστική ανάπτυξη 15 χωρών στην περιφέρεια της Δυτικής Αφρικής, ενώ δεν σταματά να εργάζεται και ως ελεύθερος επαγγελματίας. Διακόπτει την ενασχόληση του με την διδασκαλία το 1988. Πεθαίνει τον Νοέμβριο του 2004 στην Ελλάδα. Στα έργα του συμπεριλαμβάνονται τα ξενοδοχεία "Ασπράκη"

στη Ρόδο, (1958-69 και 1972), "Ιβίσκος" στη Ρόδο, (1953-59 και 1963) , "Δελφίνι" στη Ρόδο, (1954-59 και 1962), "Ιξιάς" στη Ρόδο (1961-62) το Ξενοδοχείο "Miramare" στη Ρόδο, (1958-60), το "Miramare" στα Μωραίτικα Κέρκυρας, (1962), οι εγκαταστάσεις παραθερισμού στο Μουντί της Αίγινας, (1963), το ξενοδοχειακό συγκρότημα στο Μελόι Πάτμου, (1968), τα ενοικιαζόμενα διαμερίσματα στα Βλυχά Καλάθου της Ρόδου (1970), ο χώρος αναψυχής στο Δαφνί, (1965), το ξενοδοχείο στην Κυλλήνη (1960), το συγκρότημα παραθεριστικών οικιών στην Αμφιτρίτη στο Μαύρο Λιθάρι Αναβύσσου (1972), η Τεχνική Σχολή Αγρινίου, (1967), η αναμόρφωση εσωτερικών χώρων της Τράπεζας American Express στο Σύνταγμα, (1960), το υποκατάστημα Εθνικής Τράπεζας στη Νέα Ιωνία, (1970) και τέλος το ξενοδοχείο "Nouadhiboy" στη Μαυριτανία, 1971 (ΑΡΧΕΙΑ ΝΕΟΕΛΛΗΝΙΚΗΣ ΑΡΧΙΤΕΚΤΟΝΙΚΗΣ | Σφαέλλος Χαράλαμπος)

5.2 Άρης Κωνσταντινίδης

Ο δεύτερος αρχιτέκτονας Άρης Κωνσταντινίδης υπήρξε, όπως και ο προαναφερθείσας, ένας από τους σχεδιαστές στην Ελλάδα που επηρεάστηκαν από τον μοντερνισμό. Γεννήθηκε στην πρωτεύουσα, Αθήνα, στις 4 Μαρτίου του 1913. Παρότι μεγάλωσε στην Ελλάδα, η αγάπη του για την αρχιτεκτονική τον ώθησε να σπουδάσει στο Μόναχο της Γερμανίας, στο Τεχνικό Πανεπιστήμιο από όπου και αποφοίτησε το 1936 (ΑΡΧΕΙΑ ΝΕΟΕΛΛΗΝΙΚΗΣ ΑΡΧΙΤΕΚΤΟΝΙΚΗΣ | Κωνσταντινίδης Άρης). Όπως αναφέρεται στο αφιέρωμα του, Στο Παρασκήνιο, «*ΜΕ ΕΡΓΟΔΟΤΗ ΤΗ ΖΩΗ, ΑΡΗΣ ΚΩΝΣΤΑΝΤΙΝΙΔΗΣ*», (2001), στο ταξίδι αυτό προς τα γερμανικά εδάφη, έμαθε πολλά πράγματα, πιο πολλά που θα μπορούσε να είχε μάθει εδώ, σε αυτή την άποψη, δεν συντέλεσε μόνο η εκπαίδευση, αλλά και η δυνατότητα, των ταξιδιών που προσέφεραν στον Κωνσταντινίδη το προτέρημα της παρατήρησης ιστορικών αλλά μοντέρνων/σύγχρονων έργων από κοντά.

Μερικοί από τους προορισμούς τους υπήρξαν το Ντεσσάου, η Στουτγάρδη, αλλά και η διαχρονική σχολή-σταθμός του Bauhaus, στην οποία θα αναφερθούμε εκτενέστερα και παρακάτω. Αφού τελείωσε τις σπουδές του, επέστρεψε πίσω στην Αθήνα και εργάστηκε στην Πολεοδομική Υπηρεσία της Διοικήσεως πρωτεύουσας (1938-1942) και στο Υπουργείο Δημοσίων Έργων (1942-1950). Έπειτα εργάστηκε ως προϊστάμενος της Υπηρεσίας Μελετών του Οργανισμού Εργατικής Κατοικίας (1955-

1957) και προϊστάμενος της Υπηρεσίας Μελετών του ΕΟΤ (1958-1967), στον οποίο επέστρεψε αργότερα ως ειδικός σύμβουλος (1975-78). Επιπλέον επιτέλεσε ως επισκέπτης καθηγητής στο Πολυτεχνείο της Ζυρίχης (1968-70) και τιμήθηκε ως επίτιμος διδάκτωρ της Πολυτεχνικής Σχολής του Αριστοτελείου Πανεπιστημίου Θεσσαλονίκης ΑΠΘ και αντεπιστέλλον μέλος της Βαυαρικής Ακαδημίας Καλών Τεχνών του Μονάχου (1985). Το 1990 έλαβε το διεθνές βραβείο «Herder», από την Αυστριακή Ακαδημία. (ΑΡΧΕΙΑ ΝΕΟΕΛΛΗΝΙΚΗΣ ΑΡΧΙΤΕΚΤΟΝΙΚΗΣ | Κωνσταντινίδης Άρης).



Ο Άρης Κωνσταντινίδης

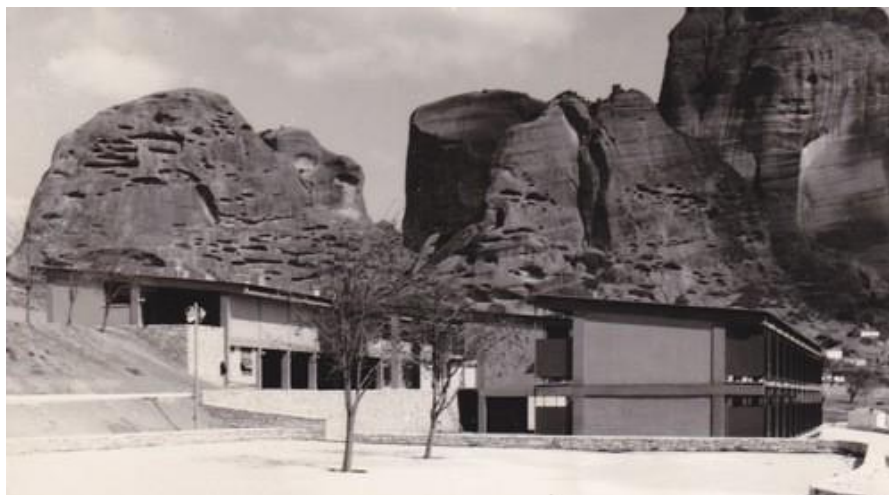
Ανακτήθηκε από: <https://www.eboulevard.gr/2018/03/19/aris-konstantinidis-o-stohastis-arhitektonas>

Ο Άρης Κωνσταντινίδης θεωρείται ο σημαντικότερος σύγχρονος Έλληνας Αρχιτέκτονας, πρωτοπόρος της ελληνικής έκφρασης του μοντέρνου κινήματος, που με το έργο και το λόγο του ενέπνευσε “σχολές” στην Ελληνική Αρχιτεκτονική (Μουσά 2009). Για κάποιον όμως, που δεν γνωρίζει τόσο καλά τον τομέα της αρχιτεκτονικής, μπορεί να καταλάβει πολλά από την προσωπικότητα του Άρη Κωνσταντινίδη. *«Επιστρέφοντας στην Ελλάδα, κατάλαβα πως όλα αυτά που είχα μάθει στη Γερμανία ήταν πράγματα χρήσιμα, όχι όμως χρησιμοποιήσιμα. Προσπάθησα να καταλάβω τι ήταν η Ελλάδα, ταξιδεύοντας στα νησιά, στις Κυκλάδες ή στην Πελοπόννησο, ανακάλυψα αυτό που λέμε ανώνυμη αρχιτεκτονική, το πώς κατασκευάζουν οι απλοί άνθρωποι τα σπίτια τους και προσπάθησα να εργαστώ και ο ίδιος στο δικό τους πνεύμα, με τα υλικά που είχα στα χέρια μου το μπετόν και το σίδερο».* (ΜΕ ΕΡΓΟΔΟΤΗ ΤΗ ΖΩΗ, ΑΡΗΣ ΚΩΝΣΤΑΝΤΙΝΙΔΗΣ, 2001) Από μία

απλή φράση βλέπουμε πως ο αρχιτέκτονας, σίγουρα είχε την κατάλληλη αντίληψη. Μέσω της μελέτης και των απλών υλικών που είχε στην διάθεσή του, σίγουρα δεν προσπάθησε να μαγέψει τα πλήθη, δεν δοκίμασε να οικοδομήσει κτήρια βγαλμένα από μια άλλη κουλτούρα και καθημερινότητα, δεν εφηύρε τον τροχό. Αντιθέτως, κράτησε την μορφή του μοντερνισμού, βάση της οποίας ήταν ένα συνονθύλευμα απλότητας και λειτουργικότητας και την έφερε στα μέτρα της μεταπολεμικής Ελλάδας. Ο δημοσιογράφος Στέλιος Παρασκευόπουλος στα πλαίσια μιας συνέντευξης με τον Κωνσταντινίδη αναφέρει πως ήταν ένας άνθρωπος διαφορετικός, ειδικά για τα δεδομένα της εποχής. Ένας άνθρωπος που θεώρησε το πέρασμα του από αυτό τον κόσμο, μία ευκαιρία, μία αποστολή να δημιουργήσουν κάτι μοναδικό, προσφέροντας, δίνοντας στο καθετί απέριττο, διαστάσεις οράματος, βλέποντας την ζωή τους ως ένα «δοχείο ζωής», όπως ονόμαζε και τα κτήρια του, για τους υπόλοιπους συνανθρώπους του. Αν δεν ήταν αρχιτέκτονας, θα μπορούσε κάλλιστα να είναι ποιητής, πεζογράφος, ζωγράφος ακόμα και δημοσιογράφος. Αποτύπωνε στο χαρτί κάθε σκέψη και προβληματισμό που αντιμετώπιζε. Μελέτησε την ελληνική φύση και την ελληνική παράδοση όσον αφορά τα κτήρια και μετασχημάτισε την δυτική αρχιτεκτονική με αυτούς τους γνώμονες. Στα κτήρια προσπάθησε να μην διαταράξει το τοπίο που τα περιέβαλε χτίζοντας κτήρια με χαμηλό ύψος.

Κατά συνέπεια μέσω μίας απλής σχεδιαστικής προσέγγισης, με την βοήθεια της καθαρής γεωμετρίας και μικρής παλέτας φυσικών χρωμάτων, κατάφερε να δημιουργήσει μια σύνδεση ανάμεσα σε εσωτερικό και εξωτερικό χώρο σε ένα οργανικό σύνολο. *«Το φως! Η Ελλάδα έχει τον ήλιο όταν βρίσκεται στο ζενίθ του. Γι' αυτό έχει κι αυτό το δυνατό φως. Ότι συμβαίνει στην Ελλάδα είναι πιο διαυγές, καθαρότερο απ' αλλού. Η Ελλάδα είναι ο πιο φυσικά ισορροπημένος τόπος.»* (Παρασκευόπουλος, 2018). Η καλύτερη δυνατή αποτύπωση των παραπάνω αρχών παρατηρείται στο πρόγραμμα xenia, όπου η ανώνυμη αρχιτεκτονική εμφανίζεται. Το πρώτο του xenia ολοκληρώνεται το 1958, στην Άνδρο και αναγνωρίζεται ως κτήριο τομή, στην μοντέρνα ελληνική αρχιτεκτονική. Έπειτα το έργο του συνεχίζει ακατάπαυστα. Σειρά είχαν τα Ξενία Μύκονος (1960) και Καλαμπάκα (1960), το Μοτέλ Ξενία Παλιούρι (1962), το Μοτέλ Ξενία Ολυμπία (1966) και το Ξενία Πόρος (1964). Χαρακτηριστικά είναι επίσης τα δημόσια έργα που ανέλαβε. Επρόκειτο για πολυκατοικίες σε εργατικές συνοικίες, στην Νέα Φιλαδέλφεια (Αθήνα), στον Άγιο Ιωάννη Ρέντη (Πειραιά), στο Ηράκλειο της Κρήτης αλλά και στην συμπρωτεύουσα

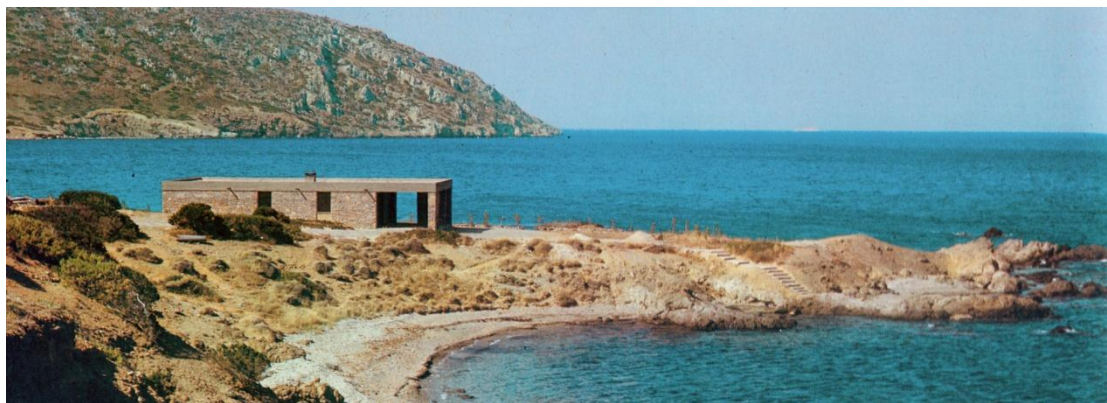
Θεσσαλονίκη (Ιωακειμίδου, 2020). «*Εργοδότης μου ήτανε η ζωή, όλοι οι άνθρωποι με τις κοινές και κύριες ανάγκες τους και όχι ο κάποιος πελάτης που θα όφειλα να ικανοποιώ τις προσωπικές του ιδιοτροπίες.*» (ΜΕ ΕΡΓΟΔΟΤΗ ΤΗ ΖΩΗ, ΑΡΗΣ ΚΩΝΣΤΑΝΤΙΝΙΔΗΣ, 2001).



ΞΕΝΙΑ Καλαμπάκας

Ανακτήθηκε από: <https://trikkipress.gr>

Στόχος ήταν η βελτίωση της καθημερινότητας των ανθρώπων. Προτεραιότητα είχαν οι εξωτερικοί χώροι ενώ το στυλ παραμένει σε γενικές γραμμές ίδιο. Όσον αφορά τον εξωτερικό σχεδιασμό παρατηρείται ξεκάθαρα μία επιρροή από το κίνημα του Bauhaus αλλά και από την αρχιτεκτονική της Σοβιετικής Ένωσης ή οποία στόχευε στην μαζική κατοίκηση (Ιωακειμίδου, 2020). Εκτός από τα παραπάνω μερικά από τα σημαντικότερα έργα του Κωνσταντινίδη ήταν το Σπίτι διακοπών στη Συκιά Κορινθίας (1951), τα αποδυτήρια ηθοποιών και ξενώνες στο χώρο του αρχαίου θεάτρου Επιδαύρου (1958-60), κατοικία στην οδό Αρχιμήδους, Αθήνα (1961), σπίτι διακοπών, Ανάβυσσος (1962), το Αρχαιολογικό Μουσείο στα Ιωάννινα (1965-1966), το Αρχαιολογικό Μουσείο, Κομοτηνή (1967), πολυκατοικία στη Φιλοθέη (1971-73) και κατοικία με εργαστήριο στην Αίγινα (1974-78) (ΑΡΧΕΙΑ ΝΕΟΕΛΛΗΝΙΚΗΣ ΑΡΧΙΤΕΚΤΟΝΙΚΗΣ | Κωνσταντινίδης Άρης). «*Δεν δεχόταν το μέτριο, μην του αναφέρεις καν τα λεφτά*» (ΜΕ ΕΡΓΟΔΟΤΗ ΤΗ ΖΩΗ, ΑΡΗΣ ΚΩΝΣΤΑΝΤΙΝΙΔΗΣ, 2001). Έφυγε από τη ζωή στην Αθήνα το 1993. (ΑΡΧΕΙΑ ΝΕΟΕΛΛΗΝΙΚΗΣ ΑΡΧΙΤΕΚΤΟΝΙΚΗΣ | Κωνσταντινίδης Άρης).



Σπίτι για διακοπές, Ανάβυσσος

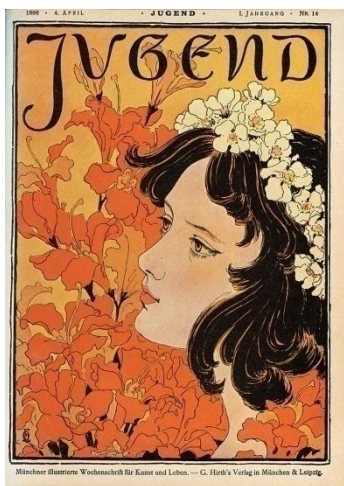
Ανακτήθηκε από : <https://www.doma.archi/index/projects/spiti-gia-diakopes>

6. Μοντερνισμός

Στο προηγούμενο κεφάλαιο παρουσιάστηκε το έργο των δύο σπουδαιότερων αρχιτεκτόνων του προγράμματος ΞΕΝΙΑ. Το διαφορετικό για τα ελληνικά δεδομένα στυλ που ακολούθησαν είναι το χαρακτηριστικό που ξεχώρισε τα κτήρια ανάμεσα στις υπόλοιπες κτηριακές μονάδες της χώρας και έκανε το ΞΕΝΙΑ αυτό που είναι. Και στις δύο περιπτώσεις αναφέραμε πως οι αρχιτέκτονες Σφαέλλος και Κωνσταντινίδης ενστερνίστηκαν τις διδαχές του μοντερνισμού. Για να κατανοήσουμε σε μεγαλύτερο βάθος την μοναδικότητα του κινήματος αυτού, ιδανικό θα ήταν να μελετήσουμε την ιστορία πίσω από αυτό. Όπως και σε κάθε καλλιτεχνικό κίνημα για να καταλάβουμε την σημασία του πρέπει να απαντήσουμε σε μία σειρά ερωτήσεων, όπως το ποιες ήταν οι συνθήκες που προκάλεσαν την γέννηση του, υπό ποιες ευδοκίμησε, με ποιον τρόπο το κατάφερε και τέλος πώς ξεπεράστηκε. Σε αυτό το σημείο λοιπόν, θα αναλύσουμε το ποιόν του μοντερνισμού, τις καλλιτεχνικές πρωτοπορίες που γέννησε αλλά και την επιρροή που άσκησε στον ελλαδικό χώρο.

Στα τέλη του 19^{ου} και αρχές 20^{ου} αιώνα ως επικρατέστερο σχεδιαστικό στυλ παρουσιαζόταν αυτό της Art Nouveau. Το κίνημα αυτό εμπνεύστηκε από τον Συμβολισμό στην τέχνη και από το Arts and Crafts, το πρώτο κίνημα που ήρθε σε αντίθεση με την υπερβολή του 19ού αιώνα σε αρχιτεκτονική, διακόσμηση και γραφικό σχεδιασμό, η οποία γεννήθηκε από την βιομηχανική επανάσταση. Η μαζικότητα στην παραγωγή και η επιδίωξη του κέρδους από τους παραγωγούς, έθεσε σε δεύτερο πλάνο την αισθητική, με αποτέλεσμα να παράγονται προϊόντα «κακογουστιάζ» και «ψευτοδουλειάζ». Η άνοδος του σοσιαλισμού ώθησε τους σχεδιαστές να υιοθετήσουν το καινούριο στυλ καθώς ερχόταν σε πλήρη αντίθεση με

το καπιταλιστικό μοντέλο παραγωγής. Βασικό χαρακτηριστικό ήταν η οργανική διακοσμητικότητα, μέσα από φυτογραφικά μοτίβα, γραμματοσειρές με καμπύλα στοιχεία, πλακάτα χρώματα και ρέουσες γραμμές- περιγράμματα. Συνολικά η ουσία βρισκόταν πίσω από έναν ιστορικισμό, ο οποίος ωθούσε τους σχεδιαστές να αναζητήσουν λύσεις, επιστρέφοντας στα μεσαιωνικά πρότυπα. Μεγαλύτερος υποστηρικτής του κινήματος υπήρξε ο αρχιτέκτονας William Morris, ο οποίος αντιτάχθηκε στην χρήση μηχανών κατά την παραγωγή, καθώς πίστευε, πως η αισθητική μπορεί να εμφανιστεί μόνο μέσα από τα χέρια του σχεδιαστή ή του τεχνίτη. Στην αρχιτεκτονική το παρακλάδι του κινήματος ονομάστηκε Art Ντεκό και συμπεριλάμβανε τις διακοσμητικές αρχές που προαναφέραμε.

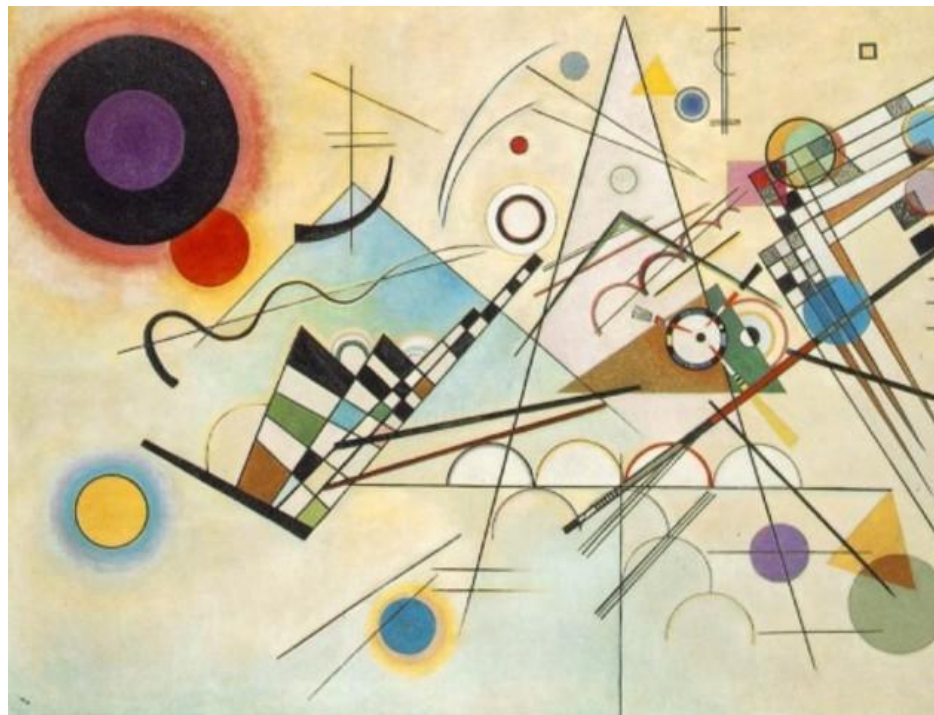


Εξώφυλλο της Jugend από τον Otto Eckmann (1896)

Παράχθηκε από: https://en.wikipedia.org/wiki/Art_Nouveau

Αν και ήρθαν σε αντίθεση με τον καπιταλισμό, τα παραπάνω κινήματα δεν σταμάτησαν να απευθύνονται στην ελίτ των Ευρωπαίων, καθιστώντας αδύνατο στον άνθρωπο της καθημερινότητας να έρθει σε επαφή με την τέχνη. Στις αρχές του 20ού αιώνα ένα πνεύμα επανάστασης και αλλαγής χαρακτηρίζει την Ευρώπη σε συνδυασμό με το ξέσπασμα του Πρώτου Παγκοσμίου Πολέμου, γεννιέται ο *Μοντερνισμός*. Το κίνημα αυτό παρατηρείται σε κάθε μορφή τέχνης, ζωγραφική αρχιτεκτονική, ποίηση, γλυπτική, μουσική ακόμα και στις επιστήμες. Η ουσία του είναι η αναθεώρηση του αυστηρού ρεαλιστικού στυλ των προηγούμενων χρόνων. Παρουσιάζονται καλλιτεχνικά κινήματα όπως αυτά του *Φονξιοναλισμού*, του *Κυβισμού* του *Φουτουρισμού*, *DeStijl* και *Νταντά*. Τα κινήματα αυτά με τη σειρά τους εμπνέουν την *Ρωσική Πρωτοπορία* (1912), ένα σύνολο ρευμάτων όπου με την βοήθεια της Οκτωβριανής επανάστασης του 1917 δημιουργείται έφορο έδαφος για την ανάπτυξη κινήματων όπως ο *Σουπερματισμός*, ο *Πουρισμός* και *Κονστρουκτιβισμός*. Πλέον η

κυρίαρχη αρχή που επικρατεί στον χώρο είναι η λειτουργικότητα υπέρ της διακοσμητικότητας. Στο επίκεντρο βρίσκεται ο άνθρωπος. Μελετούνται σε μεγαλύτερο βάθος οι λέξεις καθαυτές, τα γράμματα, και η γεωμετρία.



Σύνθεση VIII, WassilyKandinsky, 1923

Ανακτήθηκε από: <https://www.timetoast.com/timelines/780a46bd-2194-48c7-93f9-a26591d7c896>

6.1 Bauhaus

Οι αναθεωρήσεις στα κοινωνικοπολιτικά αλλά και καλλιτεχνικά φαινόμενα, ώθησαν πολλές προσωπικότητες σε πολλές δημιουργίες σε όλη την Ευρώπη. Πολλά έργα και θεωρίες εκδόθηκαν καθαυτά, όμως, ίσως το σημαντικότερο «έργο» που έπαιξε πρωταγωνιστικό ρόλο στην μοντέρνα σχεδιαστική εξέλιξη όπως την γνωρίζουμε σήμερα, θα λέγαμε πως πρόκειται περισσότερο για ένα έμμεσο έργο. Αναφερόμαστε φυσικά στην μεγαλύτερη σχολή σχεδιασμού παγκοσμίως, την σχολή του Bauhaus.

Στην Γερμανία, η οποία είχε βιώσει με σκληρό τρόπο την ήττα του πρώτου Παγκοσμίου Πολέμου, είχε χαθεί η μεγάλη προπολεμική ιδέα, ο κόσμος έναχνε την αλλαγή, την εξέλιξη. Το 1914 στην Βαϊμάρη της Γερμανίας ο Βέλγος σχεδιαστής και διευθυντής της σχολής Τέχνης και Χειροτεχνίας Henri van de Velde, παραιτείται, ενώ την θέση του παίρνει ο αρχιτέκτων Walter Gropius. Ο διορισμός του συνεπάγεται με την πρωτοβουλία να συγχωνεύσει το τμήμα, με αυτό των Καλών Τεχνών Βαϊμάρης. Έτσι, στις 12 Απριλίου του 1919, ιδρύει την νέα σχολή Bauhaus. Το όνομα της μεταφράζεται ως το σπίτι της ανοικοδόμησης και προέρχεται από το αντίστροφο της

Γερμανικής λέξης *hausbau* που σημαίνει ανοικοδόμηση (Κυριακόπουλος, 2016). Η συγχώνευση των τμημάτων εξηγεί απόλυτα την ιδέα γύρω από το έργο της σχολής. Ο Gropius θεωρούσε πως για τον έναν ωφέλιμο σχεδιασμό, χρειάζονται τόσο οι γνώσεις του σχεδιαστή όσο και οι γνώσεις του τεχνίτη.



Walter Gropius

Ανακτήθηκε από: <https://www.bauhauskooperation.com/magazine/knowledge/walter-gropius/>

Η μελέτη των καλών αλλά και εφαρμοσμένων τεχνών. Στην διάρκεια μίας τεχνολογικής επανάστασης, το Bauhaus αγκαλιάζει της μηχανές, δείχνοντας σεβασμό πάντα στις θεωρίες των *προ-ραφαηλιτών*¹ της *Αρ Νουβω*, και τις προσαρμόζει στα μέτρα του για την παραγωγική διαδικασία, συνετά, χωρίς να ασπάζεται την μηχανοκρατία που επικρατούσε (Κυριακόπουλος, 2018). Με αυτόν τον τρόπο προσπάθησε να ενώσει τέχνη και τεχνολογία. Η τέχνη και η μηχανική δεν θα έπρεπε να είναι μεταξύ τους ξένες. Στο επίκεντρο πάντοτε παρέμενε ο άνθρωπος και η λειτουργία. «*Η φόρμα ακολουθεί την λειτουργικότητα*» (Gropius). Λόγω εσωτερικών κοινωνικοπολιτικών διενέξεων εντός της Γερμανίας, η σχολή γνώρισε τρεις διαφορετικές έδρες, οι οποίες προφανώς και με το πέρασμα των χρόνων επηρεάζουν την φύση της.

¹ Προ-ραφαηλίτες ονομάζονταν η ομάδα, κυρίως, Βρετανών καλλιτεχνών οι οποίοι θεωρούσαν πως η Ευρωπαϊκή τέχνη μετά τα μεσαιωνικά χρόνια, που άκμασαν καλλιτέχνες όπως ο Ραφαήλ, από αγνή εξελίχθηκε σε επιτηδευμένη. Ήταν οι πρώτοι που αντιτάχθηκαν της «κακογουστιάς» που έφερε η Βιομηχανική Επανάσταση καθώς έψαχναν διέξοδο σε μία «γοτθική αναβίωση». (Φραγκόπουλος, 2006)

6.2 Το Bauhaus στη Βαϊμάρη

Τα πρώτα χρόνια της σχολής, θεωρούνται τα χρόνια του οραματισμού, για μία πνευματικά ανεπτυγμένη κοινωνία (Φραγκόπουλος, 2006). Τα μαθήματα της σχολής αποτελούνται κυρίως από εργαστήρια στα οποία διδάσκει πάντα, ένας καλλιτέχνης και ένας τεχνίτης. Εκτός από αυτά οι φοιτητές εκπαιδεύονται σε ζωγραφική, γλυπτική, χειροτεχνίες αλλά και σε θεωρητικό-επιστημονικό επίπεδο. Τα υλικά που οι μαθητές επεξεργάζονται είναι διαφόρων ειδών και περιλαμβάνουν ξύλο, γυαλί και διάφορα μέταλλα. Εκπαιδεύονται σε ελεύθερο σχέδιο, το οποίο περιλαμβάνει γυμνό, ζώα, δέντρα και νεκρή φύση. Εργάζονται πάντα πάνω στη σύνθεση μέσω τυπογραφίας, κοσμημάτων, τοιχογραφιών, αρχιτεκτονική τοπίων, εσωτερικών και εξωτερικών χώρων, κήπων, σχεδιασμό επίπλων και λοιπών διακοσμητικών.



Εργαστήριο Μετάλλου, 1929

Ανακτήθηκε από: <https://www.bauhauskooperation.com/knowledge/the-bauhaus/training/workshops/>

Η θεωρητική εκπαίδευση περιλαμβάνει Ιστορία της Τέχνης, Ανατομία, Οικονομικές και Νομικές εργασιακές σχέσεις. Για τα δίδακτρα της σχολής οι φοιτητές θα έπρεπε να κατανέμουν το ποσό των 180 μάρκων ανά έτος (Κυριακόπουλος, 2016). Μία από τις σημαντικότερες προσωπικότητες της σχολής ήταν ο Johannes Itten. Ο Itten θεωρείτο από τους μαθητές μία πνευματική φιγούρα. Μέσω της χαρισματικής προσωπικότητας του και της εσωτερικής γαλήνης που έβγαζε προς τα έξω,

εισέπραττε τον θαυμασμό των μαθητών του αλλά και το μίσος των αντιπάλων του (Κυριακόπουλος, 2016). Η διδασκαλία του περιλάμβανε την μελέτη μεγάλων καλλιτεχνικών έργων με σκοπό την ανάπτυξη της αντίληψης αλλά και της συναισθηματικής διανόησης (Φραγκόπουλος, 2006).



Johannes Itten

Ανακτήθηκε από: <https://sites.google.com/site/orchitectproject/semantika-prosopa/johannes-itten>

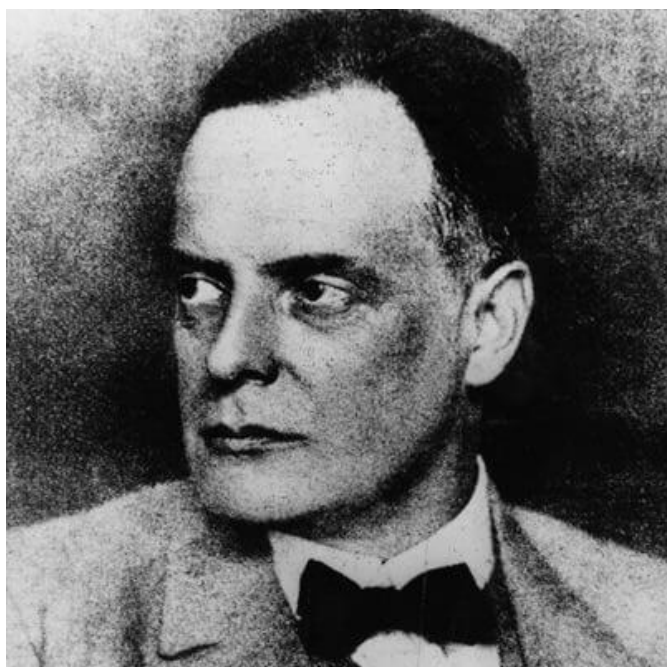
Το 1924 αποχώρησε λόγω προσωπικών διαφωνιών με τον εξελικτικό χαρακτήρα της σχολής, η οποία ξέφευγε από τον μεσαιωνισμό και κατευθυνόταν προς τον ορθολογισμό. Την θέση του πήρε ο Laszlo Moholy-Nagy. Ο Nagy όντας κονστρουκτιβιστής ασχολήθηκε με τη ζωγραφική, τη γλυπτική, την τυπογραφία, την γραφιστική και τη φωτογραφία. Μία από τις θέσεις του ήταν πως η τυπογραφία αποτελεί εργαλείο επικοινωνίας, έτσι η αναγνωσιμότητα πρέπει να κυριαρχεί. Μέσω της διαβάθμισης του βάρους, των γεωμετρικών γραμματοσειρών, των συμπληρωματικών σχημάτων και γραμμών, των χρωμάτων της αριστερής στοίχισης του κειμένου και το πλέγμα (grid) κατά την σελιδοποίηση, δημιουργούμε μία νέα γλώσσα επικοινωνίας, ελαστική και λειτουργική. Επίσης πίστευε στην σημασία της φωτογραφίας καθώς πλέον θα μπορούσε να αντικαταστήσει την εικονογράφηση και να αυξήσει την αμεσότητα στην μετάδοση της πληροφορίας. Άλλες μεγάλες προσωπικότητες που δίδαξαν ήταν ο Lyonel Feininger και ο van Doesburg, οι οποίοι γνωρίζοντας πολύ καλά το κίνημα De Stijl, κατάφεραν να το μεταδώσουν στα πεδία της τυπογραφίας και διακόσμησης. Οι καλλιτέχνες Kandinsky και Klee, δίδαξαν την μοντέρνα εικαστική τέχνη σε συνδυασμό με την ζωγραφική πρώιμων πολιτισμών. Το

1923 η πρώτη έκθεση της σχολής πραγματοποιήθηκε και προσέγγισε πάνω από 15.000 επισκέπτες καθώς και ο απόηχός της κινήθηκε σε παγκόσμιο επίπεδο.



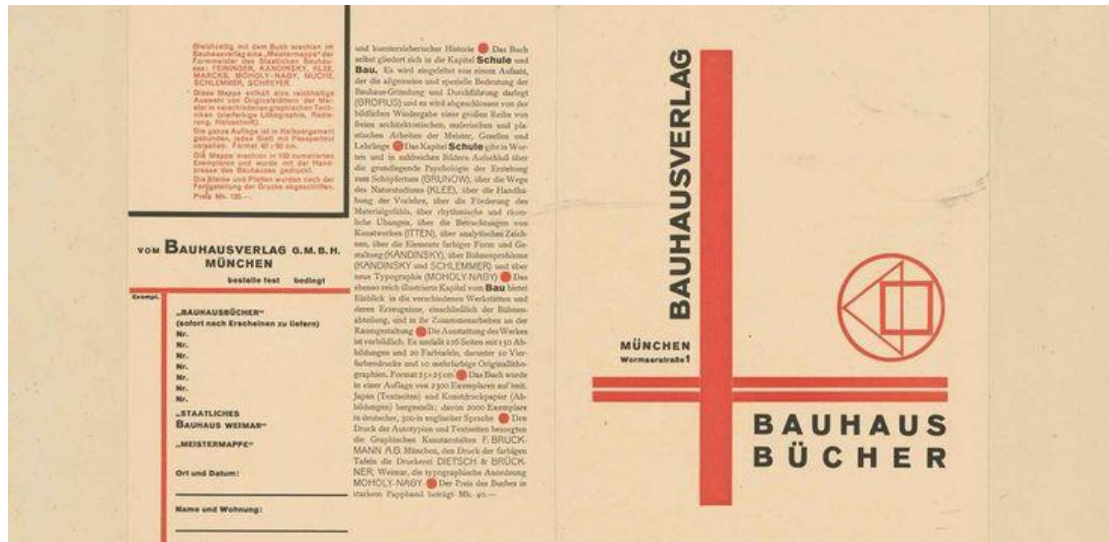
Lazlo Moholy-Nagy

Ανακτήθηκε από: <https://moholy-nagy.org/biography/>



Paul Klee

Ανακτήθηκε από: <https://www.paulklee.net/>



Η Νέα Τυπογραφία του Nagy

Ανακτήθηκε από: <https://www.typeroom.eu/article/bauhaus-100-kunstabibliothek-presents-l-szl-moholy-nagy-and-new-typography>

6.3 Το Bauhaus στον Ντεσσάου

Ένα από τα προβλήματα που αντιμετώπιζε η σχολή ήταν οι τεταμένες σχέσεις με την εθνικοσοσιαλιστική κυβέρνηση της Γερμανίας. Το ναζιστικό κόμμα του Αδόλφου Χίτλερ, πήρε την εξουσία το 1933 με αποτέλεσμα να περιορίσει αρκετά την λειτουργία του Bauhaus, μειώνοντας τις χρηματοδοτήσεις και επεμβαίνοντας σε διάφορους τομείς. Στις 25 Δεκεμβρίου του 1933 μετά από διαπραγματεύσεις με τις αρμόδιες Αρχές, η σχολή μετακόμισε στην πόλη του Ντεσσάου. Σε αυτό το νέο κεφάλαιο της σχολής η επιρροή των κινημάτων του de Stijl αλλά και του Κονστρουκτιβισμού ήταν ακόμα πιο εμφανής. Το 1936 ιδρύθηκε η Εταιρεία Bauhaus, η οποία έθετε προς πώληση τα διάφορα προϊόντα που δημιουργούνταν στη σχολή. Με αυτόν τον τρόπο η σχολή προσπάθησε να κληρονομήσει μία οικονομική ανεξαρτησία. Την ίδια χρονιά κυκλοφόρησε και το περιοδικό Bauhaus, σχεδιασμένο από τον Moholy-Nagy εμπνέοντας πολλούς σχεδιαστές ανά τον κόσμο. Ορισμένοι από τους παλιούς μαθητές, διορίστηκαν ως καθηγητές όπως ο Herbert Bayer, ο οποίος ανέλαβε το νέο τμήμα τυπογραφίας και γραφιστικής. Ο Bayer προχώρησε σε πολλές καινοτομίες όσον αφορά την τυπογραφία. Μίλησε για τις διαφορές μεταξύ κεφαλαίων και πεζών γραμμάτων για τις αντιθέσεις ανάμεσα σε μεγέθη και βάρη, για τις αποστάσεις, τις στοιχειοθετήσεις και τα συμπληρωματικά στοιχεία, όπως σχήματα και γραμμές που βοηθούν την επικοινωνία. Αξιοσημείωτες δε είναι οι δυναμικοί κάθετοι και οριζόντιοι άξονες που χρησιμοποιούσε στα σχέδια του.



Το Bauhaus στο Ντεσσάου

Ανακτήθηκε από: <https://www.bauhaus-dessau.de/en/architecture/bauhaus-building.html>



Herbert Bayer

Ανακτήθηκε από: <https://www.moma.org/artists/399>

**Tea infuser by Marianne Brandt**

Ανακτήθηκε από: <https://www.dezeen.com/2018/11/08/bauhaus-furniture-designs-chair-tables-chess-set-baby-cradle/#>

6.4 Τα τελευταία χρόνια

Ο Walter Gropius παραιτείται από την θέση του διευθυντή το 1928 για να αφοσιωθεί στην προσωπική του καριέρα ως αρχιτέκτονας. Την ίδια στιγμή οι Nagy και Beyer μετακομίζουν στο Βερολίνο για να ασχοληθούν με το graphic design. Ο Hannes Meyer διορίζεται νέος διευθυντής της σχολής το 1927, όντας υποστηρικτής του σοσιαλισμού παραιτείται όμως επίσης το 1930 λόγω διαφωνίας με τις ακροδεξιές κυβερνήσεις. Τη θέση του αναλαμβάνει ο Γερμανός αρχιτέκτονας Ludwig Mies vande Rohe. Το 1932 η σχολή αναγκάζεται να μετακομίσει ξανά, αυτή τη φορά στο Βερολίνο, όπου λειτουργεί για έναν ακόμη χρόνο και κλείνει οριστικά το 1933 έπειτα από επιδρομή της Ναζιστικής Γκεστάπο.



Wassily Chair, του Mies van De Rohe, 1929

Ανακτήθηκε από: <https://www.dezeen.com/2018/11/08/bauhaus-furniture-designs-chair-tables-chess-set-baby-cradle/#>

6.5 Η κληρονομιά του Bauhaus

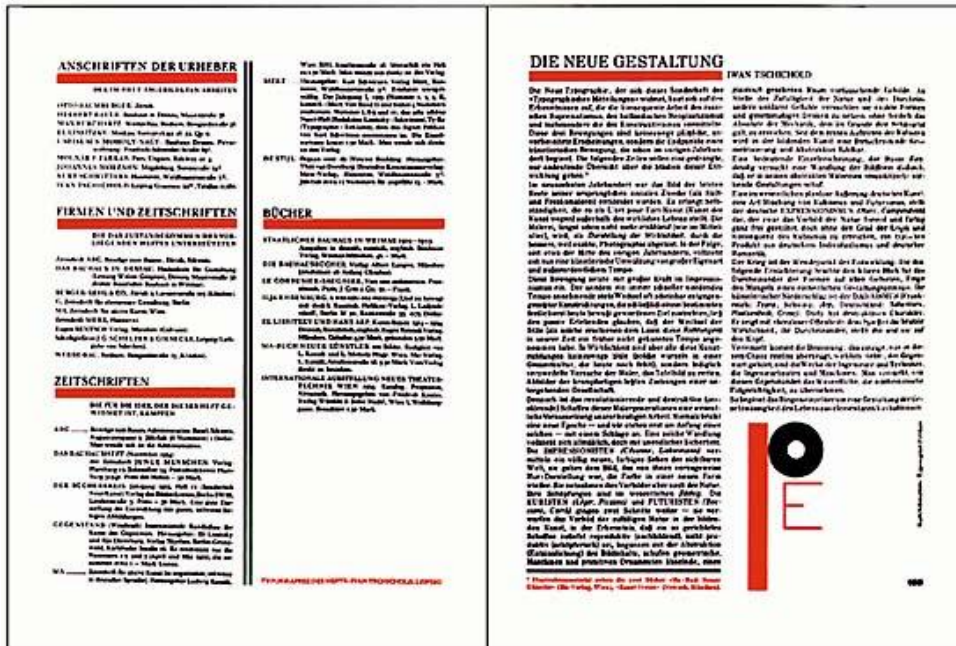
Η πρωτοποριακή σχολή του Bauhaus λειτούργησε μόνο 14 χρόνια παρόλα αυτά αποτέλεσε σταθμό σε κάθε σχεδιαστικό τομέα. Για πρώτη φορά στον 20^ο αιώνα κυριάρχησε η λειτουργία έναντι της διακοσμητικότητας. Οι διάφορες μορφές τέχνης και τεχνικής ενώθηκαν με σκοπό να βοηθήσουν τον άνθρωπο στο έπακρον. Οι κανόνες που έθεσε για τον σχεδιασμό είτε αναφερόμαστε στην αρχιτεκτονική, την διακόσμηση ή την γραφιστική, εμπνέουν πολλούς σχεδιαστές μέχρι και σήμερα. Μετά το κλείσιμο της σχολής οι Gropius, Breuer και van de Rohe μεταφέρθηκαν στην Αμερική. Οι δύο πρώτοι δίδαξαν στο Πανεπιστήμιο του Harvard. Έπειτα το Σικάγο γίνεται η πόλη που πήρε την σκυτάλη, καθώς ο Nagyiδρύει εκεί το Νέο Bauhaus, στο οποίο διδάσκει και ο Gropius, ενώ ο van de Rohe γίνεται διευθυντής στο Illinois Institute of Technology. Η Αμερική αγκάλιασε το μοντερνισμό που η ναζιστική Γερμανία απέρριψε. Η ουδέτερη πολεμικά Ελβετία επίσης παρουσιάζει μια θελκτικότητα προς το στυλ αυτό. Μερικά μόνο από τα ονόματα των μεγαλύτερων

σχεδιαστών που επηρεάστηκαν από το Bauhaus ήταν ο Ελβετός Max Bill, ο Armin Hoffman, ο Adrian Frutiger, οκαλλιτέχνης, ο Paul Rand, ο Herbert Matter, ο Eric Gill και ο Jan Tschichold ο οποίος θεωρείται μεταξύ άλλων πατέρας της Νέας Τυπογραφίας που κυριάρχησε στην Ευρώπη για τα επόμενα χρόνια.



Η Univers, του Adrian Frutiger

Ανακτήθηκε από: <http://www.isaacversaw.com/the-univers-of-adrian-frutiger>

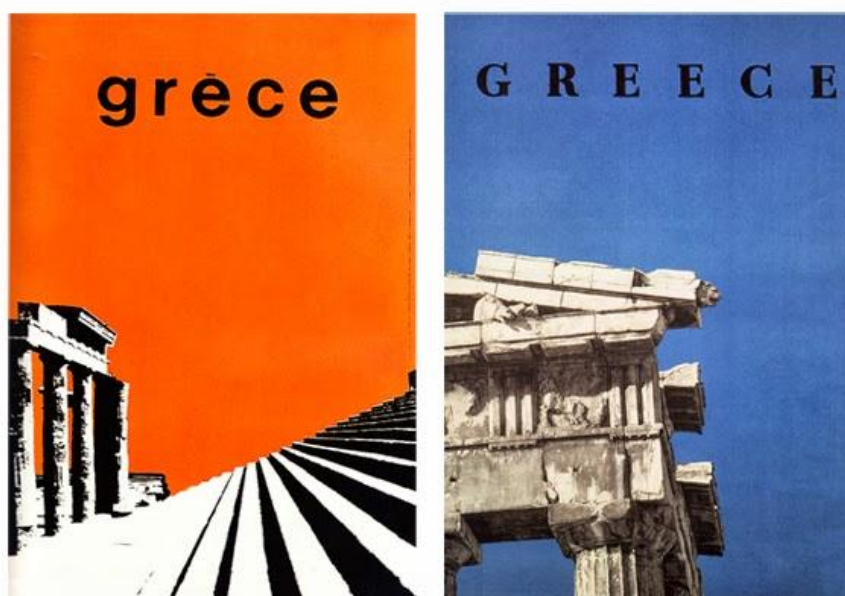


The New Typography of Jan Tschichold

Ανακτήθηκε από: <https://kingydesignhistory2012.wordpress.com/page/14/>

6.6 Το Bauhaus στην Ελλάδα

Όσο η σχολή του Bauhaus άκμαζε, η Ελλάδα πάσχιζε να λύσει τα δικά εσωτερικά και εξωτερικά προβλήματα. Κατά την ίδρυση της σχολής, η Ελλάδα συμμετέχει στον Ά Παγκόσμιο πόλεμο, ενώ έπειτα πρέπει να αντιμετωπίσει της διενέξεις με τους Τούρκους στην Μικρά Ασία. Τα επόμενα χρόνια τα γεωπολιτικάσυμφέροντα κατακλύζουν την ελληνική καθημερινότητα, μέχρις ότου να ξεσπάσει ο Δεύτερος Παγκόσμιος Πόλεμος, ενώ στη συνέχεια ο εμφύλιος πόλεμος αποδυνάμωσε αρκετά την χώρα. Παρά τις παραπάνω συγκρούσεις, η επιρροή της σχολής του Bauhaus κατάφερε να περάσει τα ελληνικά σύνορα, με στοιχεία που εμφανίζονται όμως μεταπολεμικά. Στην τυπογραφία ο Γιώργος Βακιρτζής, θεωρείται ο διάδοχος του Λωτραϊκ προπάτορα της αφίσας. Η μοναδική εξπρεσιονιστική τεχνική απεικόνισης του, σε συνδυασμό με το ελβετικό τυπογραφικό στυλ είναι τα χαρακτηριστικά που τον ξεχωρίζουν. Στην έντυπη διαφήμιση, μέσα από αφίσες, λογότυπα και καταχωρήσεις, ο Μιχάλης και Αγνή Κατζουράκη και ο Φρέντι Καραμποτ, εισάγουν ένα νέο μινιμαλιστικό «ελληνικό στυλ», με αναφορές στο ιστορικό ελληνικό παρελθόν. Ξεφεύγουν από την περιττή, λεπτομερή εικονογράφιση φέρνοντας στην Ελλάδα το concept. Πολλές από τις αφίσες τους αποτελούν προϊόντα τουριστικής διαφήμισης της χώρας μας. Πολλά μέλη της ομάδας του Μ. Κατζουράκη, μάλιστα συνεργάστηκαν με τον Εθνικό Οργανισμό τουρισμού από το 1959 και για 20 περίπου χρόνια, ως καλλιτεχνικοί σύμβουλοι.



Αφίσες των Κατζουράκη και Κάραμποτ

Ανακτήθηκε από: <http://graficnotes.blogspot.com/2013/10/design.html>

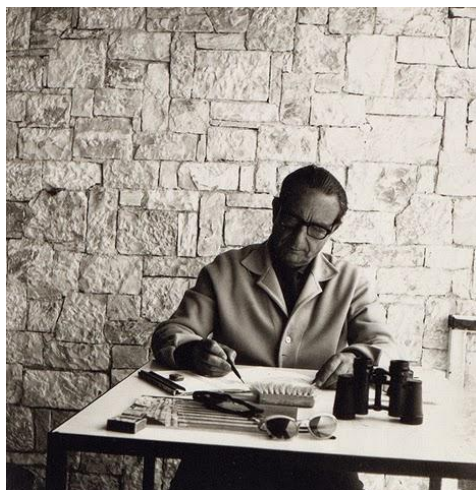
Μερικά ακόμα ονόματα της σύγχρονης γραφιστικής που επηρεάστηκαν από το Bauhaus είναι ο Δημήτρης Αρβανίτης, ο Βαγγέλης Καρατζάς και ο Κωνσταντίνος Ανδρώνης (Κυριακόπουλος, 2016). Στην αρχιτεκτονική, η Ελλάδα είχε την τιμή να «φιλοξενήσει», ένα από τα κτήρια του Walter Gropius. Αναφερόμαστε, φυσικά στην Αμερικανική πρεσβεία, στη Λεωφόρο Βασιλίσσης Σοφίας, που χτίστηκε το 1961.



Η Αμερικανική πρεσβεία

Ανακτήθηκε από: https://www.huffingtonpost.gr/entry/o-naos-toe-mpaoechaos-sten-athena_gr_5cdacc94e4b073aa0b3437d2

Ένας μεγάλος έλληνας αρχιτέκτονας, ο Ιωάννης Δεσποτόπουλος, υπήρξε ο μόνος Έλληνας που σπούδασε στην σχολή του Bauhaus. Το 1922 μεταφέρθηκε στη Βαϊμάρη μέχρι και το τέλος του 1923. Το 1928 αποφοίτησε ως αριστούχος από την Αρχιτεκτονική Σχολή του Ανοβέρου. Στην Γερμανία κατάφερε να έρθει σε άμεση επαφή με την μοντερνιστική αρχιτεκτονική. Δούλεψε δίπλα στον αρχιτέκτονα Erich Mendelsohn και συνεργάστηκε με πολλούς αποφοίτους του Bauhaus.



Ιωάννης Δεσποτόπουλος

Ανακτήθηκε από: <https://www.maxmag.gr/afieromata/ioannis-despotopoulos-o-diethnis-jan-despo/>

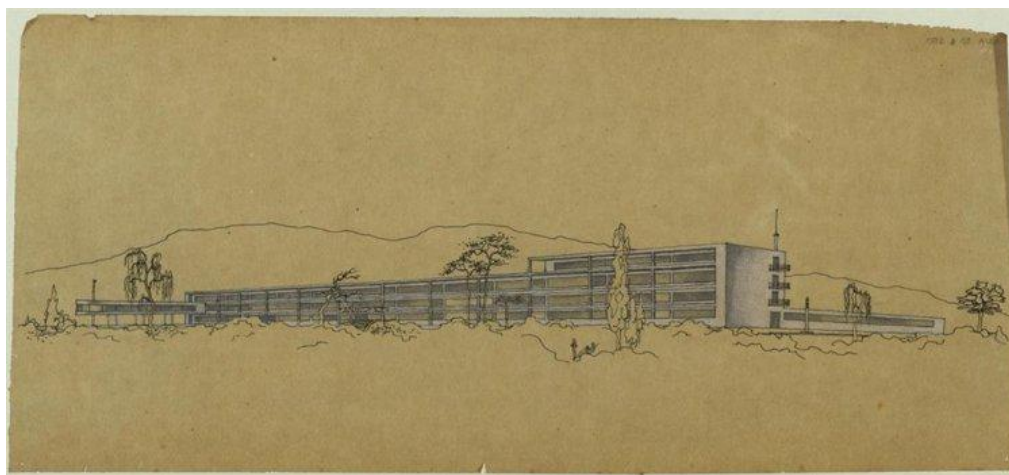
Το πιο επιβλητικό κτήριό του είναι αυτό του Ωδείου Αθηνών. Ένα γεωμετρικό κτήριο με αυστηρή ρυθμικότητα με ιδιαίτερη μελέτη πίσω από τον σχεδιασμό. Λόγο της θέσης του, περιβάλλεται από πολυσύχναστους δρόμους που προκαλούν φασαρία, παρόλα αυτά, έχει πετύχει να χρησιμοποιήσει με τέτοιο τρόπο τα υλικά αλλά και να τοποθετήσει τους χώρους έτσι ώστε να υπάρχει η τέλεια μόνωση στο εσωτερικό, ενώ ταυτόχρονα να μην περνάει ο μουσικός ήχος στο εξωτερικό του κτηρίου.



Το Ωδείο Αθηνών

Ανακτήθηκε από: <https://www.elculture.gr/blog/despotopoulos-bauhaus/>

Το 1930 όσο βρισκόταν στο Βερολίνο κλήθηκε από το Υπουργείο παιδείας ώστε να συμμετάσχει στο πρόγραμμα των «Σχολικών Κτηρίων», ένα πρόγραμμα που περιλάμβανε την κτίση πάνω από 3000 κτηριακών μονάδων ανά την ελληνική επικράτεια. Σχεδίασε επίσης το νοσοκομείο «Σωτηρία» το 1932, το σανατόριο της Τρίπολης, το 1930, το νοσοκομείο Ασβεστοχωρίου- Θεσσαλονίκης, το 1938 καθώς υλοποίησε καιδιάφορα σπουδαία έργα στο νησί καταγωγής του, τη Χίο. Το 1933 συμμετείχε στο 4^ο Διεθνές Συνέδριο Μοντέρνας Αρχιτεκτονικής, που πραγματοποιήθηκε εν πλω από τη Μασσαλία στην Ελλάδα, όπου και ενέπνευσε πολλού νέου έλληνες και μη αρχιτέκτονες. Την ίδια εποχή δημοσιεύει και διάφορα κείμενα σχετικά με το έργο του. Το πιο φημισμένο είναι η «Πολεοδομική» ένα κείμενο που εκθειάζει την μοντερνιστική ιδεολογία και θέτει τα θεμέλια για την εξέλιξη του στυλ αυτού στην Ελλάδα.



Σανατόριο Σωτηρία, αρχιτεκτονικό σχέδιο

Ανακτήθηκε από:

https://www.benaki.org/index.php?option=com_collectionitems&view=collectionitem&id=148827&Itemid=512&lang=el

Άλλες μεγάλες προσωπικότητες της μοντέρνας αρχιτεκτονικής στην Ελλάδα είναι οι Λάσκαρι και Κυριακού όπου ανέλαβαν τον σχεδιασμό των προσφυγικών πολυκατοικιών στην Λεωφ. Αλεξάνδρας, οι αρχιτέκτονες-καθηγητές Μουτσόπουλος, Φατούρος και Μυλωνάς που επιμελήθηκαν της Εθνικής Πινακοθήκης, ο Θουκιδίδης Βαλέντης με το Πολεμικό Μουσείο. Ο Τακης Ζανέτος με το Μουσείο Σύγχρονης Τέχνης.



Το Μουσείο Σύγχρονης Τέχνης

Ανακτήθηκε από: <https://el.wikipedia.org/>

Οι Λιάπης και Σκουρμπέλος με το μοναδικό κτήριο του ΟΛΠ, με την καμπυλωμένη στέγη, που χτίστηκε το 1962-1969. Ο Κων/νος Δεκαβάλλας που ασχολήθηκε με την κατασκευή πολυκατοικιών με μικρά διαμερίσματα στο Χαλάνδρι και φυσικά ο Άρης Κωνσταντινίδης με το πρόγραμμα ΞΕΝΙΑ και τις υπόλοιπες υλοποιήσεις που προαναφέραμε στο κεφάλαιο 5. Τέλος μερικά ονόματα που αξίζει να αναφέρουμε είναι αυτά των Αριστομένη Προβελέγγιου, Περικλή Σακελλάριου, Αναστασία Τζάκου, Δημήτρη Αντωνακάκη και Νίκο Βαλσαμάσκη.

7. Το ΞΕΝΙΑ Πόρου/ Poros Image Hotel

Ένα από τα κτήρια που εκπροσωπεί ιδανικά τον μοντερνισμό στον ελλαδικό χώρο είναι η ξενοδοχειακή μονάδα *Poros Image Hotel* (πρώην ΞΕΝΙΑ Πόρου), ένα φυσικά από τα έργα του Κωνσταντινίδη. Λόγω της συνεχιζόμενης λειτουργίας του ως ξενοδοχειακή μονάδα, είναι ένα κτήριο παράδειγμα του ελληνικού μοντερνισμού και της φύσης του Bauhaus, ενώ ταυτόχρονα αποτελεί διαφήμιση των παραπάνω για τους τουρίστες από το εξωτερικό, που το επισκέπτονται κάθε χρόνο. Χτίστηκε στην δεύτερη φάση του προγράμματος του ΕΟΤ την δεκαετία του '60. Όπως είδαμε και παραπάνω είναι ένα από τα κτήρια ΞΕΝΙΑ που διασώθηκαν και επαναλειτούργησαν με διαφορετική ονομασία. Σήμερα μπορεί κανείς να το αναζητήσει ως *Poros Image Hotel*. Βρίσκεται στην περιοχή του Πόρου, στο μικρό νησί του Σαρωνικού κόλπου, πολύ κοντά στην Αθήνα, και απέχει ελάχιστα από την Πελοπόννησο. Το νησί έχει πληθυσμό μόλις 4.000 κατοίκων, σύμφωνα με τα αποτελέσματα της απογραφής του

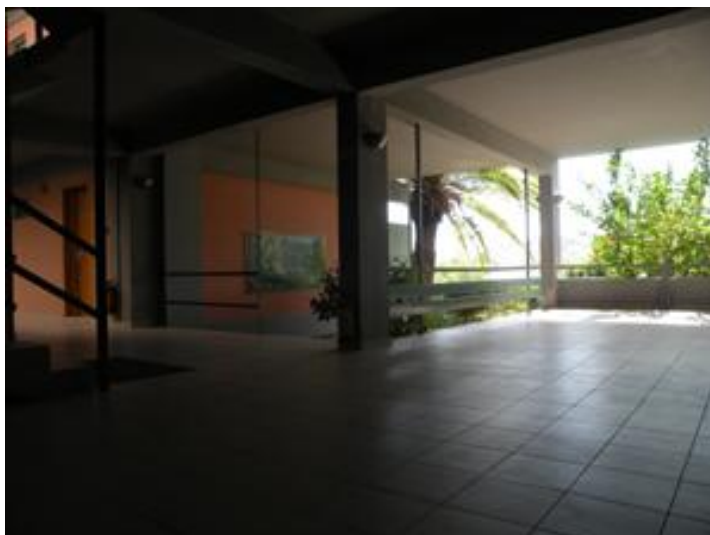
2011. Το ξενοδοχείο βρίσκεται στην περιοχή του Νεωρίου, λίγο έξω από την πόλη. Είναι χτισμένο, όμως, επάνω σε ένα μικρό ακρωτήριο με νοτιοανατολικό προσανατολισμό ώστε η πόλη να φαίνεται από εκεί. Βρίσκεται ανάμεσα στο φυσικό πράσινο του βουνού αλλά και στο γαλάζιο της θάλασσας.



Πρόσωση του ξενοδοχείου

Ανακτήθηκε από: <https://www.greekarchitects.gr/gr/>

Οι επισκέπτες κατά την είσοδο τους βλέπουν μόνο ένα μικρό μέρος του κτηρίου, καθώς σχεδιάστηκε με σκοπό να μην υπερβαίνει τον όγκο του φυσικού τοπίου από το οποίο περιβάλλεται. Το ξενοδοχείο έχει οριζόντια διάπλαση, αποτελείται από πέντε επίπεδα, -2, -1, ισόγειο, 1 και 2 και τέσσερις πτέρυγες Α, Β, Γ, Δ που εκτείνονται στα παραπάνω επίπεδα. Στο ισόγειο βρίσκεται, ο μεγάλος χώρος υποδοχής, η reception, το εστιατόριο, μπαρ, ο χώρος συνεδριάσεων και δύο μεγάλα μπαλκόνια. Τα δωμάτια από τα οποία απαρτίζεται είναι 80 σε σύνολο, όσα βρίσκονται στο ισόγειο έχουν βεράντα στον μεγάλο κήπο που περιλαμβάνει το ξενοδοχείο, ενώ όσα είναι στους πρώτους ορόφους περιέχουν μπαλκόνι με θέα τη θάλασσα και το βουνό. Όλοι οι κοινόχρηστοι χώροι είναι ευρύχωροι, υπάρχουν εξωτερικοί διάδρομοι που τους ενώνουν με αποτέλεσμα η αίσθηση της ένωσης εξωτερικού και εσωτερικού χώρου επιτυγχάνεται ακόμα .



Κοινόχρηστος χώρος του ξενοδοχείου

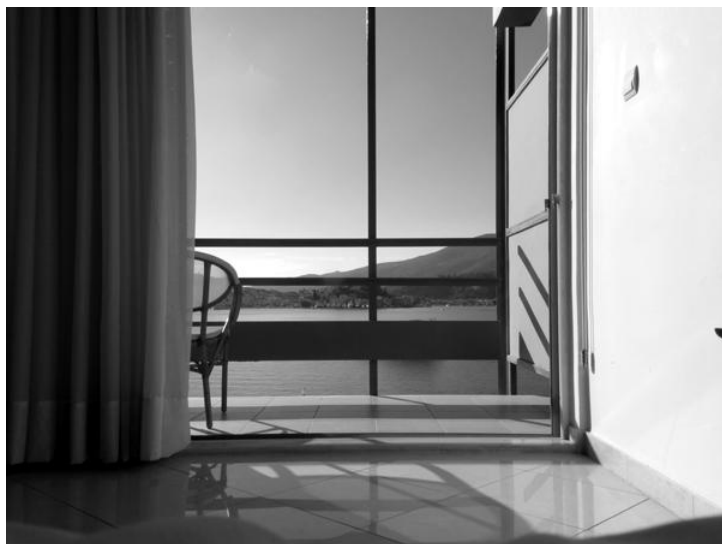
Ανακτήθηκε από: <https://www.greekarchitects.gr/gr/>

Το υλικό το οποίο μπορεί να επισημανθεί πως χρησιμοποιήθηκε περισσότερο είναι το μπετόν αλλά και το σίδηρο από το οποίο αποτελούνται πολλές κολώνες που πλαισιώνουν τους εξωτερικούς χώρους. Τα χρώματα που χρησιμοποιούνται είναι διάφορες αποχρώσεις του μπλε και του γαλάζιου που ενισχύουν την παραπάνω αίσθηση. Ο φυσικός κλιματισμός που δημιουργείται από τη μορφή του κτηρίου χαρακτηρίζεται αρκετά ανακουφιστικός ειδικά τους καλοκαιρινούς μήνες. Όλες οι όψεις του κτηρίου θα λέγαμε πως είναι αρκετά καθαρές.



Εξωτερικός χώρος του ξενοδοχείου

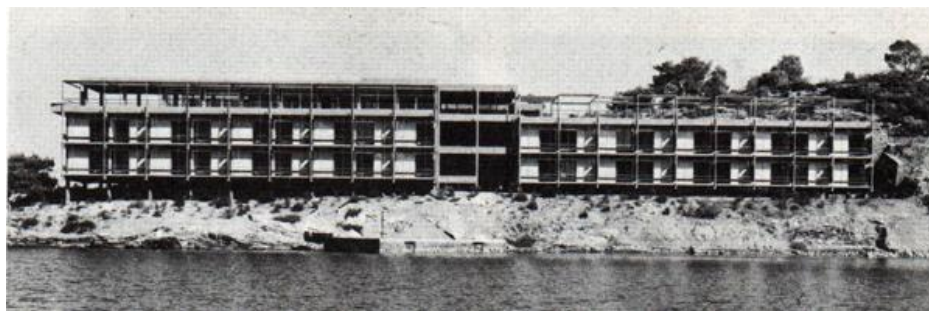
Ανακτήθηκε από: <https://www.greekarchitects.gr/gr/>



Δωμάτιο του ξενοδοχείου

Ανακτήθηκε από: <https://www.greekarchitects.gr/gr/>

Μέχρι τώρα οι εξωτερικές αυτές όψεις είναι απείραχτες, το μόνο που έχει αλλάξει με τις ανακαινίσεις είναι η διακόσμηση των εσωτερικών χώρων όπου ήταν εφικτό. Ο απώτερος σκοπός ήταν να μην χαθεί ο αρχικός χαρακτήρας που οραματίστηκε ο Κωνσταντινίδης το 1959. Το 1981 το ξενοδοχείο πέρασε από τα χέρια του δημοσίου, σε ιδιώτες και απέκτησε την ονομασία *Poros Hotel*, μέχρι να ξανά αλλάξει ιδιοκτησία, φτάνοντας στο *Poros Image Hotel* του σήμερα (Οικονόμου, 2013)



Το ξενοδοχείο τότε και σήμερα

Ανακτήθηκε από: <https://www.greekarchitects.gr/gr/>

B. ΠΡΑΚΤΙΚΟ ΜΕΡΟΣ

Σε αυτό τρομερός θα δούμε πως μπορεί να δημιουργηθεί ένας επανασχεδιασμός όσον αφορά την εταιρική ταυτότητα του πρώην ΞENIA Πόρου, πλέον γνωστό ως *Poros Image Hotel*. Βάση στον σχεδιασμό αυτό αποτελεί το πλάνο του αρχιτέκτονα Άρη Κωνσταντινίδη. Με τις κατευθυντήριες γραμμές του μοντέρνου Bauhaus σκοπός είναι να αναβαθμίσουμε, να αναγεννήσουμε το όραμα του 20ού αιώνα για έναν ιδανικό οπτικό σύνολο για τον τουρισμό. Στην προσπάθεια αυτή βασιστήκαμε στην ένωση. Η ένωση που πρέσβευε η αρχιτεκτονική του Κωνσταντινίδη αφορούσε τους εσωτερικούς και εξωτερικούς χώρους, όπως και το μοντέρνο και παραδοσιακό σχεδιασμό κτηρίων. Στον γραφιστικό σχεδιασμό η ένωση αποδίδεται σε φωτογραφίες, φόρμες, σχήματα και τυπογραφία. Μέσα από αυτήν την απόδοση προσέχουμε να παραμείνει εμφανής ο χαρακτήρας του ξενοδοχείου όπως «συστήθηκε» στο ευρύ κοινό.

8. Το λογότυπο

Όντας ο κορμός της ταυτότητας μίας «εταιρείας», είναι και η πρώτη εφαρμογή. Εφόσον επιρροή για τον σχεδιασμό αποτελεί το κίνημα του Bauhaus, κατευθυνθήκαμε σε πρότυπα σχηματικά και γραμματοσειρά γεωμετρική, καθαρή, χωρίς πατούρες και ευανάγνωστη. Στο logo, το σήμα απαρτίζονται δύο ισοσκελή τρίγωνα όπου η ένωση τους δημιουργεί έναν τρίτο σε σειρά σχημάτων ρόμβο. Τα σχήματα αυτά δημιουργούν ένα “X”, συμβολισμό του XENIA που ήταν η ονομασία στον λογότυπο του '60. Τα χρώματα που παρατηρούνται είναι όλα αποχρώσεις του μπλε, χρώματα που χαρακτηρίζουν την Ελλάδα. Πιο συγκεκριμένα, το επάνω τρίγωνο (d1ebfa) συμβολίζει τον γαλανό ουρανό, το κάτω (4582c3), το μπλε της θάλασσας και ο ρόμβος (7caad2) το ίδιο το κτήριο που βρίσκεται στην ένωση μέσα στο τοπίο. Η ένωση επίσης θα μπορούσε να ερμηνευθεί ως ένωση ενός παλιού και ενός καινούργιου σχεδιασμού που οδηγεί στην ωφέλιμη αυτή νέα ταυτότητα. Το λεκτικό μέρος γράφει με μεγάλα γράμματα POROS και από κάτω IMAGE HOTEL με μικρότερα γράμματα καθώς η τοποθεσία του ξενοδοχείου είναι από τα στοιχεία που πρέπει να ευνοηθεί από το σχεδιασμό. Η γραμματοσειρά που χρησιμοποιήθηκε εδώ είναι η Century Gothic, ιδανική για τα σχεδιαστικά ζητούμενα. Το όνομα βρίσκεται στα περιθώρια του σήματος ακριβώς. Το σύμπλεγμα αυτό βρίσκεται επίσης σε ένα πολύ ελαφρύ γαλάζιο ορθογώνιο (f5fbfb), το οποίο εξυπηρετεί την διατήρηση του,

όταν τοποθετείται σε διάφορες εφαρμογές με χρώματα που μπορεί να επηρεάσουν την ορατότητα του. Το «πλαίσιο» αυτό είναι μέρος του λογοτύπου και δεν μπορεί να αφαιρεθεί σε καμία περίπτωση. Η εφαρμογή του λογοτύπου μπορεί να κυριαρχεί σε προϊόντα/αξεσουάρ που παρέχει το ίδιο το ξενοδοχείο, όπως παντόφλες, πετσέτες κ.λπ.





9. Έντυπα

Σε όλα τα έντυπα της σχεδιαστικής σειράς έχει ακολουθηθεί ένα αρκετά παρόμοιο μοτίβο με τα βασικά χαρακτηριστικά που πλαισιώνουν την ταυτότητα του ξενοδοχείου να παραμένουν. Τα στοιχεία αυτά συνήθως είναι η γραμματοσειρά, οι τοποθετήσεις, τα χρώματα, τα σχήματα, η χρήση της φωτογραφίας, το όνομα του ξενοδοχείου, οι πληροφορίες για το ξενοδοχείο, το σλόγκαν. Μεγάλη επιρροή άσκησε η δουλειά του καταξιωμένου γραφίστα Paul Renner με τις δυναμικές διαφωνίες και κάθετες φορές αλλά και την χρήση σχημάτων και γραμμών ως βοηθητικά στοιχεία της τυπογραφίας. Πρωτεύον γραφιστικό στοιχείο της σειράς, θα λέγαμε πως είναι ο λογότυπος, όπου παραμένει ίδιος και στο ίδιο σημείο και δευτερεύον το όνομα του ξενοδοχείου, όπου στα έντυπα φαίνεται να κυριαρχεί στην δεξιά πλευρά σε κάθετη φορά γυρισμένο 90 μοίρες προς τα δεξιά. Δευτερεύον γραφιστικό στοιχείο είναι τα διάφορα βοηθητικά σχήματα και γραμμές. Η ειδοποιός διαφορά μεταξύ πρωτεύοντος και δευτερεύοντος στοιχείου είναι πως το δεύτερο πρέπει να εμφανίζεται, καθώς ολοκληρώνει την ταυτότητα, αλλά παρουσιάζει την ευελιξία, πιθανώς, να αλλάζει χρώμα και μέγεθος ανάλογα την εφαρμογή. Ταυτόχρονα σεβόμενοι την παράδοση του Bauhaus προσπαθούμε να επωφεληθούμε από τον κενό χώρο, αντί να τον γεμίσουμε, σύμφωνα με την αρχή του Bauhaus «Less is more».

Κάρτα

Η επαγγελματική κάρτα αποτελεί το υπ' αριθμόν ένα διαφημιστικό μέσο, κυρίως για ξενοδοχειακές μονάδες. Διαφοροποιημένη όμως από τα περισσότερα έντυπα, καθώς τα απαραίτητα στοιχεία επικοινωνίας πρέπει να χωρέσουν σε μικρό ωφέλιμο χώρο και να παραμένει η λειτουργικότητα και ο κενός χώρος. Το μέγεθος της είναι 4,5x8,5 εκατοστά και έχει δύο όψεις. Έτσι στην πρώτη όψη τοποθετείται μόνο το λογότυπο κεντρικά. Το background παρουσιάζεται το χρώμα του πλαισίου. Στην πίσω όψη βρίσκετε μία σειρά σχημάτων που ταιριάζουν με τον λογότυπο γεωμετρικά και χρωματικά όπου στις διάφορες πλευρές τους βρίσκονται στοιχισμένες οι πληροφορίες του ξενοδοχείου. Η γραμματοσειρά που χρησιμοποιείται εδώ είναι η Roboto, μία επίσης γεωμετρική, ισοπαχής san serif γραμματοσειρά, αρκετά παρόμοια με την Futura, μια γραμματοσειρά Bauhaus. Η διεύθυνση είναι μεγαλύτερη σε μέγεθος και bold, καθώς μικρότερος είναι ο ταχυδρομικός κώδικας. Το τηλέφωνο και το email είναι light italic σε σκούρο μπλε και διαφοροποιούνται από τις υπόλοιπες

πληροφορίες. Το επαναλαμβάνεται και στην πίσω όψη, αυτή τη φορά πολύ μικρότερο στην κάτω αριστερή γωνία.



Επιστολόχαρτο

Το επιστολόχαρτο είναι επίσης ένα σημαντικό έντυπο χωρίς περαιτέρω σχεδιαστικά στοιχεία, καθώς η λειτουργία του είναι πολύ συγκεκριμένη. Το χαρτί είναι ένα ελαφρύ γαλάζιο (f5fbfb) A4 και στην πάνω δεξιά γωνία βρίσκονται δύο ορθογώνια ένα γαλάζιο(d1ebfa) και ένα μπλε (7caad2), που σηματοδοτούν το σημείο που αναγράφεται ο παραλήπτης. Κάτω αριστερά βρίσκεται το λογότυπο και δίπλα οι πληροφορίες όπως στην αφίσα. Στα δεξιά του χαρτιού βρίσκεται το όνομα του ξενοδοχείου επίσης όπως στην αφίσα, αυτή τη φορά για εργονομικούς λόγους έχει μικρότερο μέγεθος.



Αφίσες A3

Οι αφίσες είναι επίσης πολύ σημαντικές για την διαφημιστική προβολή του ξενοδοχείου. Σε όλες τις εκδοχές υπάρχει φωτογραφία του κτήριου, ξακρισμένη. Δεξιά σε κάθετη φορά βρίσκεται το όνομα του ξενοδοχείου με μπλε γράμματα (7caad2), παρμένο από τον λογότυπο. Πίσω από τη φωτογραφία υπάρχει μια γαλάζια φόρμα (4387b9) η οποία δίνει τη αίσθηση του ουρανού και βοηθάει στο έντυπο να ενωθεί η φυσική παρουσία του κτηρίου με το δυσδιάστατο γραφιστικό έντυπο. Μέσα στο ορθογώνιο βρίσκεται το σλόγκαν «Γνωρίστε την καρδιά του Μεσογειακού καλοκαιριού» με το ίδιο ελαφρύ γαλάζιο του λογοτύπου (f5fbfb), το οποίο περιγράφει και το background. Επάνω δεξιά σε περασιά με το ορθογώνιο, βρίσκονται και οι πληροφορίες που βρίσκονται στην κάρτα. Οι αναλογίες των μεγεθών και βαρών είναι η ίδια, αυτή τη φορά όμως η διεύθυνση και ο ταχυδρομικός κώδικας είναι πιο ανοιχτά γαλάζια (7caad2) ενώ το τηλέφωνο και mailπιο σκούρα (4387b9). Κάτω αριστερά στη γωνία βρίσκεται το λογότυπο. Στη δεύτερη εφαρμογή της αφίσας παρουσιάζεται ένα από τα μπαλκόνια του ξενοδοχείου στη φωτογραφία, στα δεξιά. Εκεί βρίσκεται και το όνομα αυτή τη φορά στο χρώμα του ελαφρώς γαλάζιου. Αριστερά μία σκούρα μπλε φόρμα καλύπτει το υπόλοιπο μέρος, με τις πληροφορίες να αναγράφονται επάνω αριστερά, από κάτω το σλόγκαν και στην ίδια θέση το λογότυπο.



Καταχωρήσεις

Οι καταχωρήσεις για το ξενοδοχείο αποτελούν έντυπες διαφημίσεις Α4 που θα μπορούσαν να τοποθετηθούν στην σελίδα ενός περιοδικού. Και στις δύο περιπτώσεις χρησιμοποιείται μία λήψη της πισίνας, καθώς θεωρείται πως αυτές της διαφημιστικές εφαρμογές, είναι πολύ βοηθητικό να βλέπει ο αναγνώστης μία από τις παροχές ή υπηρεσίες που παρείχε το ξενοδοχείο, με σκοπό να τραβήξει την προσοχή του πιο εύκολα. Στην πρώτη καταχώρηση παρουσιάζεται μια σύνθεση transparent φωτογραφία του ξενοδοχείου χωρίς background, όπως στην αφίσα, την θέση του ορθογωνίου αυτή τη φορά παίρνει μία δεύτερη φωτογραφία της πισίνας στα χρώματα του λογοτύπου. Οι πληροφορίες βρίσκονται σε περασιά επάνω από τη φωτογραφία. Στις ίδιες αναλογίες και θέση με το Α3 το σλόγκαν βρίσκεται μέσα στην φωτογραφία. Το όνομα του ξενοδοχείου αυτή τη φορά έχει το χρώμα του background, με σκοπό να είναι ευκρινές. Το λογότυπο βρίσκεται στην ίδια θέση κάτω αριστερά. Στην δεύτερη καταχώρηση η προσέγγιση είναι λίγο διαφορετική αλλά ίσως πιο ταιριαστή σε σαλόνι περιοδικού. Μία φωτογραφία της πισίνας καλύπτει ολόκληρη την σελίδα. Όλα τα στοιχεία είναι στο χρώμα του ελαφρύ γαλάζιου (f5fbfb), στοιχισμένα αριστερά, στις άκρες της σελίδας. Οι πληροφορίες βρίσκονται επάνω αριστερά στην γωνία και το σλόγκαν λίγο πιο χαμηλά, από τις υπόλοιπες εφαρμογές, με σκοπό να φαίνεται επάνω στα χρώματα της φωτογραφίας.



Τρίπτυχο φυλλάδιο

Το φυλλάδιο του ξενοδοχείου έχει σκοπό να ενημερώσει τους αναγνώστες και τους δέκτες γενικότερα για την λειτουργία του ξενοδοχείου. Στο εξώφυλλο βλέπουμε μία μακρινή φωτογραφία του ξενοδοχείου. Επάνω στην φωτογραφία όπως στην πρώτη καταχώρηση, βρίσκεται το σλόγκαν και δεξιά το όνομα POROS IMAGE HOTEL σε ελαφρύ γαλάζιο χρώμα (f5fbfb). Στο εσωτερικό του φυλλαδίου, βρίσκονται ανά σελίδα τρία διαφορετικά «κεφάλαια». Στην πρώτη σελίδα βρίσκεται ο μεσότιτλος «το ξενοδοχείο μας», σε μια μικρή περιγραφή που δίνει μία «πρώτη γεύση», για το τι πρόκειται να απολαύσει ο επισκέπτης. Στη δεύτερη σελίδα, βρίσκεται η «διαμονή», αφιερωμένη στην ενημέρωση περί διαμονής στο ξενοδοχείο. Η Τρίτη κατά σειρά σελίδα αναφέρεται στις παροχές του ξενοδοχείου, όπως η πισίνα, το μπαρ και η βεράντα. Στις τρεις αυτές σελίδες υπάρχουν συνοδευτικές φωτογραφίες επάνω και κάτω ανάλογα με το περιεχόμενο, με ένα γαλάζιο πλαίσιο (d1ebfa) στο πίσω μέρος. Η πρώτη και η τρίτη σελίδα είναι ελαφρώς γαλάζιες και τα κείμενα μπλε. Στην δεύτερη το background είναι μπλε και τα τυπογραφικά στοιχεία γαλάζια. Οι τίτλοι είναι εμφανώς μεγαλύτεροι από τα κείμενα, italic με ένα συνοδευτικό ορθογώνιο στα δεξιά. Στο πίσω μέρος στην πρώτη σελίδα αναγράφονται οι υπηρεσίες και οι εγκαταστάσεις με μπλε γράμματα σε δύο γαλάζια ορθογώνια. Τέλος στην τελευταία σελίδα βρίσκονται τα στοιχεία επικοινωνίας τοποθετημένα σε μία παρόμοια γεωμετρική σύνθεση με αυτή της κάρτας. Τα χρώματα της σελίδας είναι τα δύο ανοιχτά μπλε της ταυτότητας και στο επάνω μέρος βρίσκεται το λογότυπο.



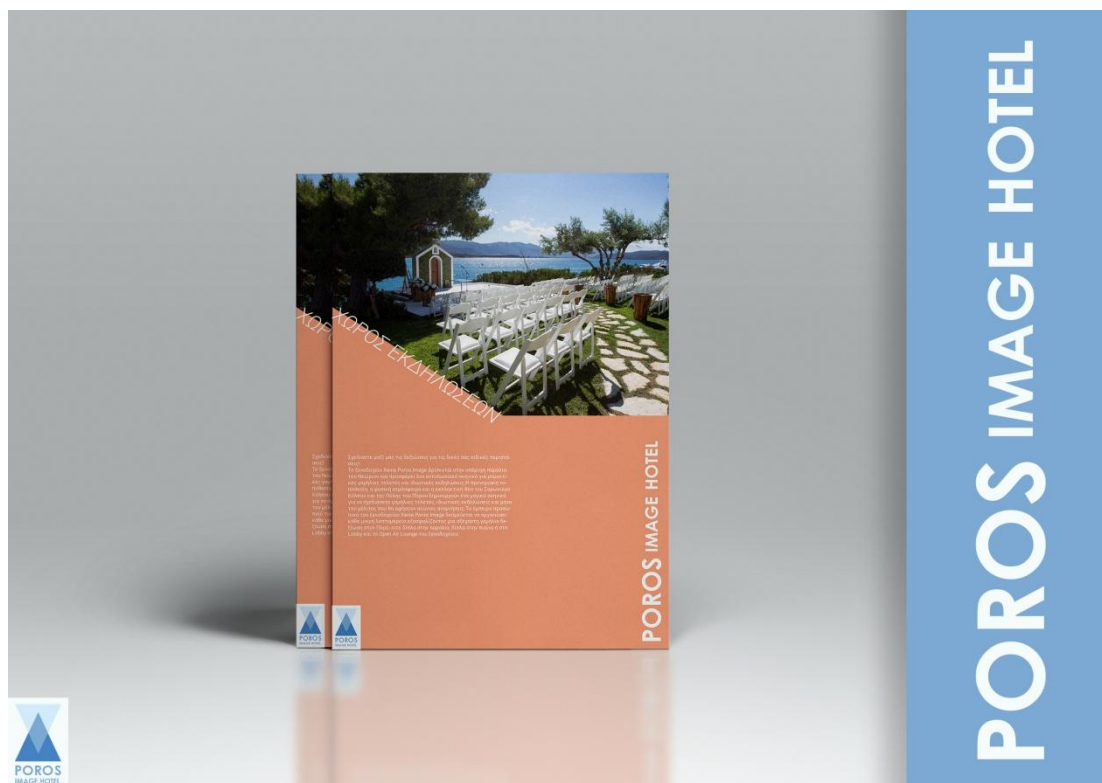


Αφίσες A4

Οι αφίσες A4 χρησιμοποιούνται εσωτερικά του ξενοδοχείου και πληροφορούν τους επισκέπτες για τους υπάρχοντες χώρους. Οι χώροι που παρουσιάζονται είναι ο συνεδριακός, το εστιατόριο, η παραλία και ο χώρος δεξιώσεων. Το μοτίβο που ακολουθούν είναι μία φωτογραφία του χώρου στο πάνω μέρος κομμένη διαγωνίως. Την υπόλοιπη αφίσα καλύπτει μία μονόχρωμη φόρμα η οποία αλλάζει ανάλογα με τον χώρο, Μπορντό για τον χώρο συνεδριάσεων (f56844), σκούρο κίτρινο (f8b535) για την παραλία, ανοιχτό καφέ για το εστιατόριο (d9882b) και σωμών για τον χώρο δεξιώσεων (f19c78). Τα χρώματα επιλέχθηκαν συμβολικά σε κάθε αφίσα ανάλογα με το περιεχόμενο, από μια παλέτα ταιριαστών χρωμάτων. Στην ένωση φωτογραφίας και φόρμας βρίσκεται σε διαγώνια φορά η ονομασία του χώρου σε μεγάλο μέγεθος (Roboto) και βάρος *thin* και *Italic*. Από κάτω αναγράφονται ορισμένες πληροφορίες σχετικά με τον χώρο, ενώ στα δεξιά βρίσκεται το όνομα σε μικρότερο μέγεθος από τα υπόλοιπα έντυπα στο ελαφρύ γαλάζιο χρώμα (f5fbfb). Κάτω αριστερά βρίσκεται και πάλι το λογότυπο.







Σακούλα

Η σακούλα δίνεται σε ορισμένα εσωτερικά *Giftstores*. Το σχέδιο είναι αρκετά απλό, αποτελείται από μία χάρτινη συσκευασία σε μέγεθος 12,5 X 26,5 εκ., διπλωμένη, στο χρώμα του λευκού. Δεξιά βρίσκεται το όνομα (f5fbfb), μέσα σε ένα μπλε πλαίσιο (7caad2), ώστε να συμβολίσει μία από τις χρήσεις της σακούλας, που είναι να καλύπτει/προστατεύει αντικείμενα. Κάτω αριστερά βρίσκεται ο λογότυπος σε μικρό μέγεθος.



Doorhanger

Τα doorhangers είναι τα καρτελάκια που τοποθετούνται στ πόμολα των δωματίων με σκοπό να ενημερώσουν το προσωπικό. Η μία πλευρά είναι ελαφρώς γαλάζια (f5fbfb), ενώ στο κάτω μέρος αναγράφονται οι λέξεις «ΠΑΡΑΚΑΛΩ/ PLEASE» σε μικρό μέγεθος, thin italic και χρώμα μπλε (7caad2), από κάτω βρίσκεται ένα πλαίσιο στο χρώμα του γαλάζιου (d1ebfa), με το κείμενο που αναφέρει «ΜΗΝ ΕΝΟΧΛΕΙΤΑΙ» σε μεγαλύτερο μέγεθος, regular, italic, σε ελληνικά και αγγλικά στο μπλε του πρώτου μηνύματος. Το χρώμα του ελαφρύ γαλάζιου είναι το κύριο, καθώς συμβολίζει την ηρεμία και γαλήνη που ζητείται ευγενικά από τους επισκέπτες. Η δεύτερη όψη καλύπτεται από το προηγούμενο μπλε, στο κάτω μέρος επαναλαμβάνεται η παράκληση, αυτή τη φορά σε ελαφρύ γαλάζιο. Το αντίστοιχο πλαίσιο έχει πάλι το χρώμα αυτό και το σημείωμα αναφέρει «ΚΑΘΑΡΙΣΤΕ ΤΟ ΔΩΜΑΤΙΟ / MAKE UP THE ROOM», στο χρώμα του μπλε. Το κυρίαρχο χρώμα εδώ είναι το μπλε, ένα χρώμα που συμβολίζει την καθαριότητα.



Αφρόλουτρο/Σαμπουάν/Σαπούνι Χεριών

Τα προϊόντα αυτά βρίσκονται στο εσωτερικό των δωματίων. Πρόκειται για προϊόντα μικρής χρήσης που διευκολύνουν τους επισκέπτες στις καθημερινές τους ανάγκες. Για την εξοικονόμηση των υλικών σχεδιάζεται μόνο η αυτοκόλλητη ετικέτα η οποία τοποθετείται επάνω στην συσκευασία. Το αφρόλουτρο και το σαμπουάν είναι αρκετά παρόμοια, βρίσκονται σε ένα οβάλ μπουκαλάκι. Η ετικέτα (5X7 εκ) έχει το χρώμα του ανοιχτού γαλάζιου. Στο μπροστινό μέρος αναγράφεται το όνομα του προϊόντος σε αγγλικά (bold) και ελληνικά (regular), σε μικρότερο μέγεθος και σε κάθετη φορά. Στο πάνω μέρος μία γαλάζια φόρμα (d0ecfb), περιγράφει την ετικέτα περίπου κατά το 1/3. Δεξιά στο κάτω μέρος βρίσκονται οι ενδείξεις της ποσότητας της ανακύκλωσης και της διάρκειας χρήσης του προϊόντος μετά το άνοιγμα της συσκευασίας. Αριστερά βρίσκεται το λογότυπο τα συστατικά και η πληροφόρηση πως το προϊόν έχει δοκιμαστεί πριν την διανομή του. Η διαφορά μεταξύ αφρόλουτρου και σαμπουάν είναι στο όνομα. Η ετικέτα του σαπουνιού βρίσκεται σε ένα πλαστικό λευκό περιτύλιγμα. Το μοτίβο είναι το ίδιο. Οι διαφορές είναι στο μέγεθος όπου είναι 3x5 εκατοστά, ενώ το όνομα βρίσκεται αριστερά και το λογότυπο στην άκρη.



10. Motion Graphics

Banners

Τα banner αποτελούν μια καθαρά διαφημιστική διαδικτυακή καμπάνια. Πιο συγκεκριμένα πρόκειται για βίντεο μικρής διάρκειας που επαναλαμβάνονται αφού τελειώσουν. Συνήθως τοποθετούνται σε κάποια ιστοσελίδα. Το πρώτο banner έχει μέγεθος 1360X350 pixels, οριζόντιο και διάρκεια 10 δευτερόλεπτα. Σε ένα ελαφρώς γαλάζιο φόντο αναδεικνύεται από κάτω προς τα πάνω με τη χρήση μάσκας το κτήριο του ξενοδοχείου στα δεξιά του banner χωρίς background. Ένα μπλε ορθογώνιο (4387b9) επιμηκώνεται από αριστερά προς τα δεξιά, το οποίο εμφανίζει στο πέρασμα του το σλόγκαν, όπως παρουσιάζεται την αφίσα Α3 και στην καταχώρηση. Μετά από 3 δευτερόλεπτα προβολής το ορθογώνιο και το κτήριο κατεβαίνουν, «βγαίνοντας» εκτός του banner, αφήνοντας μόνο το background. Τέλος σε ένα μικρό animation, τα δύο τρίγωνα του λογοτύπου εμφανίζονται από πάνω και από κάτω αντίστοιχα, κατευθύνονται προς το ίδιο σημείο όπου ενώνονται και στην ένωση τους σχηματίζεται ο κεντρικός ρόμβος, ολοκληρώνοντας το σήμα. Το όνομα του λογοτύπου εμφανίζεται στην συνέχεια από πάνω προς τα κάτω με τη χρήση μάσκας, ενώ ταυτόχρονα με τον ίδιο τρόπο εμφανίζονται το τηλέφωνο και η ιστοσελίδα, αριστερά και δεξιά, σε μπλε χρώμα (7caad2), σε μορφή thin italic. Μια παραλλαγή του banner αυτού παρουσιάζει το κτήριο να μπαίνει στο πλάνο, χωρίς μάσκα, κάνοντας το βίντεο πιο ζωντανό.

Το δεύτερο σε σειρά banner, έχει μέγεθος 350X1000 και διάρκεια 12 δευτερόλεπτα. Στο ίδιο κενό φόντο εμφανίζεται μια φωτογραφία της πισίνας από κάτω προς τα πάνω με τη χρήση μάσκας, εμφανίζοντας πάλι το σλόγκαν. Μετά από κάποια δευτερόλεπτα η φωτογραφία εξαφανίζεται αντιστρόφως καθώς ακολουθεί το ίδιο animation με το λογότυπο και τις πληροφορίες, αυτή τη φορά από κάτω.

1. <https://youtu.be/pMpf2dmpKnM>

1.2 <https://youtu.be/Zg9qTqOSK5Y>

3. <https://youtube.com/shorts/ZxnMOfdnv8w>

Video

Το βίντεο αποτελεί ένα διαφημιστικό προϊόν προοριζόμενο είτε για τηλεοπτικούς δέκτες είτε για κάποια διαδικτυακή σελίδα. Το μέγεθος είναι 1920X1800 pixels και διαρκεί 28 δεύτερα. Το θέμα του διαφημιστικού είναι συγκεκριμένα τα διάφορα watersports που μπορούν να πραγματοποιηθούν στην ιδιωτική παραλία του ξενοδοχείου. Ξεκινώντας εμφανίζεται μία σκηνή jetski. Στα τρία δεύτερα η σκηνή αλλάζει μέσω ενός γαλάζιου ορθογωνίου που διαπερνά το πλάνο. Στο βίντεο είναι πιο δύσκολο να προσεγγίσουμε τα δεδομένα με τον τρόπο που λειτουργήσαμε στα έντυπα. Έτσι επιλέγουμε να κρατήσουμε την τυπογραφία στα ίδια πλαίσια και να στηριχθούμε στην κίνηση των αντικειμένων όπως είδαμε και στα banner παραπάνω. Σε αυτή την περίπτωση, θέλουμε να διαφημίσουμε την δράση, έτσι το βίντεο πρέπει να είναι γρήγορο, πολύχρωμο, ζωντανό. Για το μουσικό χαλί τοποθετήθηκε ένα ροκ ανεβαστικό soundtrack, που ταιριάζει με αυτή τη δραστηριότητα. Για να ισορροπήσουμε αυτά τα στοιχεία, επιλέγουμε βίντεο που ταιριάζουν μεταξύ τους χρωματικά αλλά και τεχνικά ώστε να μην καταλήξουμε σε κάτι κουραστικό. Εμπνευσμένοι από την τυπογραφία του Bauhaus χρησιμοποιούμε γραμμές, που μέσω της κίνησής τους τραβάνε την προσοχή του ακροατή/θεατή και τον βοηθάνε να κατανοήσει τα μηνύματα με μεγαλύτερη ευκολία. Στη δεύτερη «σκηνή» μία γαλάζια γραμμή μπαίνει στο πλάνο και με τον τερματισμό της κίνησής της εκκινεί την εμφάνιση της τυπογραφίας με τη χρήση μάσκας. Το πρώτο μήνυμα αποτελεί μία ερώτηση προς τους ακροατές: «*Σου αρέσει η δράση;*», σε χρώμα ελαφρύ γαλάζιο, (thin Italic), ώστε να αποκτήσουμε μεγαλύτερη διάδραση. Με το πέρασμα της ερώτησης μετά από λίγα δευτερόλεπτα εμφανίζεται μία κινούμενη γραμμή που με τον ίδιο τρόπο εκκινεί την εμφάνιση του σλόγκαν. Αφού το δεύτερο μήνυμα εξαφανιστεί, εμφανίζεται το τρίτο και τελευταίο «*Ζήσε την συναρπαστική εμπειρία των Watersports*». Η σκηνή αλλάζει με τον ίδιο τρόπο, όπως η πρώτη, μόνο που το ορθογώνιο έχει μπλε χρώμα. Στην τρίτη σκηνή πλέον, ένα τελευταίο βίντεο jetski παίζει για κάποια δεύτερα, ενώ ένα ελαφρύ γαλάζιο ορθογώνιο ανεβαίνει καθ' όλη την περίμετρο της οθόνης μέχρις ότου να την κάλυψη ολοκληρωτικά. Μόλις ολοκληρωθεί αυτό, το animation του λογοτύπου εμφανίζεται, καθώς η μουσική κάνει fadeout μέχρι το τέλος.

<https://youtu.be/fBYKSzz9buY>

11. WebDesign(UI/UX)

Ιστοσελίδα

Η ιστοσελίδα του ξενοδοχείου, πρέπει να ευθυγραμμίζεται σαφώς την ταυτότητά του. Ταυτόχρονα πρέπει να ενημερώνει τον επισκέπτη της σελίδας σχετικά με τις υπηρεσίες/παροχές του ξενοδοχείου και να είναι ξεκάθαρο ως προς την διάδραση. Στην πρώτη σελίδα εμφανίζεται ένα *animation* φωτογραφιών του ξενοδοχείου. Στο πάνω μέρος βρίσκονται οι διαφορετικές επιλογές/σελίδες, σε χρώμα ελαφρύ γαλάζιο (F6FBFC), regular. Οι σελίδες αυτές είναι η αρχική σελίδα, η διαμονή, οι παροχές, το εστιατόριο & μπαρ, η περιοχή και η επικοινωνία. Με το πέρασμα του κέρσορα το εμφανίζεται ένα ελαφρύ γαλάζιο ορθογώνιο και το χρώμα των τίτλων γίνεται μπλε (7BA9D3). Με αυτό τον τρόπο κινείται περισσότερο η προσοχή του επισκέπτη. Με την επιλογή του μεταφερόμαστε στην ανάλογη σελίδα. Στο κάτω μέρος βρίσκονται οι εξής επιλογές: ΑΦΙΞΗ, ΑΝΑΧΩΡΗΣΗ, ΑΤΟΜΑ, ΚΑΝΤΕ ΚΡΑΤΗΣΗ, μέσα σε ένα γραμμικό ορθογώνιο με ένα συνοδευτικό γραμμικό εικονίδιο, όλα σε χρώμα ελαφρύ γαλάζιο. Μόλις ο κέρσορας περάσει το εκάστοτε κουμπί επιμηκύνεται από αριστερά και δεξιά. Στα πρώτα τρία με την επιλογή τους εμφανίζεται ο ανάλογος πίνακας επιλογής. Δεξιά της οθόνης βρίσκεται το όνομα του ξενοδοχείου σε μεγάλο μέγεθος. Και ελαφρύ γαλάζιο χρώμα. Ο λογότυπος βρίσκεται κεντρικά στο πάνω μέρος. Σκρολάροντας προς τα κάτω βλέπουμε μία οθόνη να καλωσορίζει τους επισκέπτες με το αντίστοιχο μήνυμα. Δίπλα από κάθε τίτλο βρίσκεται ένα γαλάζιο ορθογώνιο (d1ebfa), όπως ακριβώς στο τρίπτυχο, το οποίο στην περίπτωση αυτή καλύπτει την λέξη πόρος για να δώσει μεγαλύτερη έμφαση και ένταση.

Από κάτω βρίσκονται μερικές ενδεικτικές πληροφορίες για το ξενοδοχείο και ένα κουμπί (δείτε περισσότερα όπως αυτά στο κάτω μέρος της πρώτης), το οποίο μας κατευθύνει στην σελίδα «Η ΠΕΡΙΟΧΗ». Όπως και σε αυτή, σε κάθε οθόνη υπάρχουν αντίστοιχες φωτογραφίες οι οποίες μεγαλώνουν σε μέγεθος με το πέρασμα του κέρσορα. Όλα τα κείμενα είναι regular σκούρο μπλε, ενώ οι σελίδες ελαφρώς γαλάζιες, εκτός από τρίτη οθόνη σε σειρά. Από κάτω υπάρχει η τρίτη αυτή οθόνη της

διαμονής, στο ίδιο μοτίβο με την προηγούμενη μόνο που το χρώμα της από ελαφρύ γαλάζιο μετατρέπεται σε μπλε (4481C3) και τα κείμενα ελαφρώς γαλάζια.

Στην συνέχεια παρουσιάζονται κάποιες φωτογραφίες που αλλάζουν με το πάτημα των αντίστοιχων τριγωνικών μπλε κουπιών αριστερά και δεξιά. Τέλος, στην αρχική σελίδα, βρίσκεται το σλόγκαν όπως στην υπόλοιπη ταυτότητα, αλλά σε μπλε χρώμα, δεξιά υπάρχει ένα γραμμικό τρίγωνο το οποίο ε το πάτημα του μας μεταφέρει στην πρώτη οθόνη. Έπειτα, από κάτω αναφέρονται τα στοιχεία επικοινωνίας σε ελαφρύ γαλάζιο, μέσα σε ένα μπλε ορθογώνιο, ενώ δεξιά βρίσκεται μια εικόνα του ξενοδοχείου. Στις υπόλοιπες σελίδες βρίσκεται η πρώτη οθόνη της αρχικής σελίδας μόνο που η φωτογραφία είναι μια και αντιπροσωπευτική, ενώ το ύψος της είναι μικρότερο. Από κάτω βρίσκεται ο τίτλος της σελίδας με μεγάλα μπλε γράμματα και το γαλάζιο ορθογώνιο. Αναφέρονται λίγα λόγια και κάποιες επιπλέον πληροφορίες. Για παράδειγμα στην διαμονή αναγράφονται όλα τα δωμάτια που μπορεί να διαμείνει ένας πιθανός επισκέπτης. Οι υπότιτλοι, όπως αυτός, καλύπτονται πλήρως από το ορθογώνιο και έχουν σαφώς μικρότερο μέγεθος. Στις εγκαταστάσεις σε αυτό το μοτίβο αναγράφονται οι υπηρεσίες και εγκαταστάσεις, ενώ στην σελίδα επικοινωνία, ο χάρτης. Στο κάτω μέρος κάθε σελίδας εκτός από της επικοινωνίας αναγράφονται τα στοιχεία όπως στην αρχική σελίδα.

<https://youtu.be/ug5aDzen5Qk>

<https://xd.adobe.com/view/c1441b09-e966-46bb-b8ab-d8bd34a7232c-9417/>

Γ. ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ- ΑΝΑΣΤΟΧΑΣΜΟΣ

Η πολυσέλιδη αυτή εργασία, η οποία αποτελείται από δύο μέρη, το θεωρητικό και το πρακτικό, εμβαθύνει τόσο ερευνητικά όσο και σχεδιαστικά, όχι μόνο στην προσέγγιση της εταιρικής ταυτότητας αλλά και την σημασία της έρευνας. Το σχεδιαστικό μέρος είναι το προφανές όσον αφορά τον γραφικό σχεδιασμό. Πίσω από την πράξη όμως πάντα κρύβεται η θεωρία ακόμη και σε ένα τόσο δημιουργικό κλάδο. Βλέπουμε πόσο μεγάλη σημασία έχει η ιστορία και με ποιον τρόπο, χρησιμοποιώντας την ως οδηγό, με εργαλείο να σύγχρονα μέσα και τεχνικές, μπορούμε να φτάσουμε σε ένα αποτέλεσμα ικανοποιητικό, βάσιμο και πάνω από όλα λειτουργικό. Η ιστορία μας δίδαξε πως η λειτουργία είναι ο ανώτερος κανόνας που εμείς ως σχεδιαστές πρέπει να υπακούμε είτε αναφερόμαστε σε Bauhaus, Art Νουβό ή μεταμοντερνισμό, το μόνο που διαφέρει είναι η λειτουργία που επιζητούμε σαν πομποί αλλά και ως δέκτες. Μέσω της έρευνας βλέπουμε πόση σημασία έχουν ορισμένα πράγματα, που ενίοτε μπορεί να τα θεωρούμε δεδομένα. Ο τουρισμός είναι μία έννοια πολυφορεμένη στην χώρα μας, πόσοι ξέρουν όμως την πορεία του; Την γέννηση του, τις ακμάζουσες και παρακμιακές περιόδους; Το όραμα ορισμένων ανθρώπων κρύβεται πίσω από κάθε δημιουργία στην ανθρώπινη ιστορία. Ίσως με μία πιο σφαιρική αντίληψη των πραγμάτων τα έργα που δημιουργήθηκαν με κόπο να μην θεωρούνταν απλά ένα καταναλωτικό προϊόν, να μην εγκαταλείπονταν, να μην «γκρεμίζονταν». Στην συγκεκριμένη εργασία βλέπουμε πως με σωστή κρίση πλέον, βρίσκοντας πάτημα στο όραμα αυτό, πάντα με σεβασμό, μπορούμε να δώσουμε ζωή σε κάθε έργο του παρελθόντος. Το παρελθόν άλλωστε βρίσκεται μπροστά μας.

Στο σχεδιαστικό κομμάτι μαθαίνουμε πόσο σημαντικές είναι ορισμένες αρχές. Ένα ολοκληρωμένο έργο δεν είναι αυτό που δεν χρειάζεται να προσθέσεις, αλλά αυτό που δεν χρειάζεται να αφαιρέσεις κάποιο στοιχείο. Έτσι εκμεταλλευόμαστε την λιτότητα στην πληροφορία, χωρίς να φλυαρούμε. Η διατήρηση της ταυτότητας είναι επίσης πολύ σημαντική στα μάτια του αναγνώστη. Εμείς οι ίδιοι, θέτουμε κανόνες που πρέπει να ακολουθούμε και να μην ξεφεύγουμε από τις παρορμητικές μας επιθυμίες, να μεγαλουργήσουμε. Με αυτόν τον τρόπο, εκπαιδεύουμε και τους αναγνώστες να ακολουθήσουν το οπτικό μονοπάτι που σχεδιάζουμε, με απώτερο στόχο να δελεάσουμε και να ενημερώσουμε, χωρίς να «παγιδεύσουμε» τους δέκτες. Το χρέος

μας είναι μεγάλο, έτσι κι εμείς πρέπει να αναλάβουμε τις ευθύνες μας, σε αυτόν τον κόσμο της επικοινωνίας, για το καλύτερο δυνατό αποτέλεσμα.

Δ. ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

Ελληνόγλωσση

1. ΑΡΧΕΙΑ ΝΕΟΕΛΛΗΝΙΚΗΣ ΑΡΧΙΤΕΚΤΟΝΙΚΗΣ| Άρης Κωνσταντινίδης, Μουσείο Μπενάκη. Ανακτήθηκε 12 Μαΐου 2022 από:
https://www.benaki.org/index.php?option=com_collections&view=creator&id=552&collectionId=23&lang=el
2. ΑΡΧΕΙΑ ΝΕΟΕΛΛΗΝΙΚΗΣ ΑΡΧΙΤΕΚΤΟΝΙΚΗΣ| Χαράλαμπος Σφαέλλος, Μουσείο Μπενάκη. Ανακτήθηκε 12 Μαΐου 2022 από:
https://www.benaki.org/index.php?option=com_collections&view=creator&id=127&collectionId=23&lang=el
3. [Ιωακείμίδου](#) , Χ. (2020). *Το έργο του Άρη Κωνσταντινίδη στην Αρχιτεκτονική* .Ανακτήθηκε 12 Μαΐου 2022 από
:<https://www.maxmag.gr/design/architektoniki/to-ergo-toy-ari-konstantinidisti-architektoniki/>
4. Καρακάσης, Α.(2001). ΑΡΗΣ ΚΩΝΣΤΑΝΤΙΝΙΔΗΣ - ΜΕ ΕΡΓΟΔΟΤΗ ΤΗ ΖΩΗ, [Τηλεοπτική Μετάδοση], Προσκήνιο, ΕΡΤ.
5. Κατσιγιάννης, Κ. Χρ. (2017). Ελληνικός Οργανισμός Τουρισμού ταξίδι στο χρόνο, Αθήνα: Γ ραφικές Τέχνες Μητρόπολις ΑΕ
6. Κυριακόπουλος, Κ. (2016). Το κίνημα του Bauhaus και οι επιρροές του στην σύγχρονη οπτική επικοινωνία, Αθήνα : ΚαλαυρίαΜουσά, Μ.(2019). Η Αρχιτεκτονική των Ξενία | ΑΡΧΙΤΕΚΤΟΝΙΚΕΣ ΜΑΤΙΕΣ. Ανακτήθηκε 17 Απριλίου 2022 από :<https://www.greekarchitects.gr>
7. Μουσά, Μ. (2012). Πρόγραμμα Ξενία: Ονομασίες, μελέτες + κατασκευές, τυπολογία και κατάλογοι έργων,Μεταπολεμικός Μοντερνισμός Αρχιτεκτονική, Πολιτική και Τουρισμός στην Ελλάδα 1950-1965, Αθήνα: Εθνικό Μετσόβιο Πολυτεχνείο. Ανακτήθηκε από: <https://www.academia.edu>
8. Οικονόμου, Μ.(2013). Οδοιπορικό στο πρώην Ξενία Πόρου | ΑΡΧΙΤΕΚΤΟΝΙΚΕΣ ΜΑΤΙΕΣ. Ανακτήθηκε 19 Απριλίου 2022 από
:<https://www.greekarchitects.gr>
9. Παρασκευόπουλος, Σ. (2018). *Άρης Κωνσταντινίδης: Ο στοχαστής αρχιτέκτονας*, Ανακτήθηκε 12 Μαΐου 2022 από

[:https://www.eboulevard.gr/2018/03/19/aris-konstantinidis-o-stochastis-arhitektonas](https://www.eboulevard.gr/2018/03/19/aris-konstantinidis-o-stochastis-arhitektonas)

10. Φραγκόπουλος, Μ.(2006). ΕΙΣΑΓΩΓΗ ΣΤΗΝ ΙΣΤΟΡΙΑ ΚΑΙ ΤΗΝ ΘΕΩΡΑ ΤΟΥ GRAPHICDESIGN>μία μικρή ανθολογία, Αθήνα: future

Ξενοδοχία

11. ["Agriculture, forestry, and fishing, value added \(% of GDP\) | Sub-Saharan Africa". World Bank Open Data. 2018. Ανακτήθηκε 28 Μαΐου 2022 από :](https://data.worldbank.org/indicator/NV.AGR.TOTL.ZS?locations=ZG)
<https://data.worldbank.org/indicator/NV.AGR.TOTL.ZS?locations=ZG>
12. Bhasin, H. (2018).["Secondary Industry: Meaning, Types, Characteristics, and Examples". Ανακτήθηκε 28 Μαρτίου 2022 από :](https://www.marketing91.com/?s=Secondary+Industry%3A+Meaning%2C+Types%2C+Characteristics%2C+and+Examples)
<https://www.marketing91.com/?s=Secondary+Industry%3A+Meaning%2C+Types%2C+Characteristics%2C+and+Examples>
13. Georgiadou, Z., Frangou, D., Marnelos D.(2014) *XENIA HOTELS IN GREECE: REJECTION OR RE-USE? A HOLISTIC APPROACH*, 4TH International Conference on Tourism & Hospitality Management, Athens, Greece, Ανακτήθηκε από: <https://www.academia.edu>
14. Hayes, A. (2022). *Tertiary Industry*. Ανακτήθηκε 28 Μαρτίου 2022 από :
<https://www.investopedia.com/terms/t/tertiaryindustry.asp>
15. Kjeldsen-Kragh, S.(2007) *"The role of agriculture in economic development: the lessons of history"*. Copenhagen Business School Press DK
16. "Special Message to the Congress on Greece and Turkey: The Truman Doctrine." Truman Library Public Papers, 12 March 1947. Ανακτήθηκε 28 Μαΐου 2022 από : <https://www.trumanlibrary.gov/library/public-papers/56/special-message-congress-greece-and-turkey-truman-doctrine>
17. *The Marshall Plan (2017)*. Ανακτήθηκε 28 Μαΐου 2022 από :
<https://www.archives.gov/exhibits/featured-documents/marshall-plan>
18. "The Truman Doctrine's Significance" History on the Net
© 2000-2022, Ανακτήθηκε 28 Μαρτίου 2022 από :
<https://www.historyonthenet.com/truman-doctrine-significance>