

Σχεδιασμός σουβενίρ με έμπνευση τη διακοσμητική τέχνη της ελληνικής αρχαιότητας και αξιοποίηση της τεχνικής του κεντήματος. Ο ρόλος του σουβενίρ στη διατήρηση της πολιτιστικής κληρονομιάς.

ΔΙΠΛΩΜΑΤΙΚΗ ΕΡΓΑΣΙΑ
ΜΑΡΙΑΛΕΝΑ ΠΑΠΑΔΗΜΗΤΡΙΟΥ
DPSD08057

ΤΡΙΜΕΛΗΣ ΕΠΙΤΡΟΠΗ
ΠΑΠΑΝΙΚΟΣ ΠΑΡΑΣΚΕΥΑΣ
ΛΕΟΝΤΑΚΙΑΝΑΚΟΥ ΕΙΡΗΝΗ
ΟΙΚΟΝΟΜΙΔΟΥ ΦΛΩΡΕΝΤΙΑ



ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΑΙΓΑΙΟΥ

ΤΜΗΜΑ ΜΗΧΑΝΙΚΩΝ ΣΧΕΔΙΑΣΗΣ ΠΡΟΪΟΝΤΩΝ ΚΑΙ ΣΥΣΤΗΜΑΤΩΝ
ΣΥΡΟΣ, 2022

Δηλώνω υπεύθυνα ότι η διπλωματική εργασία είναι εξ' ολοκλήρου δικό μου έργο και κανένα μέρος της δεν είναι αντιγραμμένο από έντυπες ή ηλεκτρονικές πηγές, μετάφραση από ξενόγλωσσες πηγές και αναπαραγωγή από εργασίες άλλων ερευνητών ή φοιτητών. Όπου έχω βασιστεί σε ιδέες ή κείμενα άλλων, έχω προσπαθήσει με όλες μου τις δυνάμεις να το προσδιορίσω σαφώς μέσα από την καλή χρήση αναφορών ακολουθώντας την ακαδημαϊκή δεοντολογία.

Πίνακας περιεχομένων

Εισαγωγή	4
Στόχος	4
Δομή εργασίας	4
α. Το σουβενίρ.....	5
α.1 Ορισμός σουβενίρ.....	5
α.2 Ιστορική αναδρομή	6
Συνοπτική ιστορία σουβενίρ	6
α.3 Η πολιτισμική διάσταση του σουβενίρ.....	7
α.4 Το σουβενίρ ως ενθύμιο	8
α.5 Ζητήματα σχεδίασης σουβενίρ.....	9
Σχεδιαστικές προκλήσεις	9
Η αυθεντικότητα στη σχεδίαση σουβενίρ – Η σχέση με τον καταναλωτή	11
Τι είναι όμως αυθεντικό;.....	12
Πως μεταφράζεται το αυθεντικό μέσα από τη σχεδίαση; Τι είναι χειροτέχνημα;.....	13
Προδιαγραφές σουβενίρ.....	15
Συμπεράσματα	15
β. Αρχαιοελληνική τέχνη	16
β.1 Ιστορική αναδρομή – Αρχαιοελληνική τέχνη.....	16
β.2 Διακοσμητική τέχνη (Ornamental art)	18
Κατηγοριοποίηση διακοσμητικών με βάση το στυλ και άλλα χαρακτηριστικά	18
Βασικές διακοσμητικές αρχές	19
Αρχαιοελληνική διακοσμητική τέχνη.....	20
β.3 Αρχαιοελληνική τέχνη στο σύγχρονο design	31
Σπουδαιότητα αρχαιοελληνικής τέχνης.....	31
Η θέση της διακοσμητικής τέχνης στην αρχαιοελληνική τέχνη	33
Σημασία της αρχαιότητας για την πολιτιστική ταυτότητα της Ελλάδας του σήμερα	33
Συμπεράσματα	36
γ. Κέντημα	37
γ.1 Ορισμός-Ιστορία	37
γ.2 Είδη-στυλ κεντήματος	37
γ.3 Υλικά- εργαλεία- μέθοδος	44
γ.4 Βελονιές.....	45
γ.5 Το κέντημα στο σύγχρονο design	47
Συμπεράσματα	49
δ. Σχεδιαστική πρόταση (visualization).....	50

δ.1 Brief	50
Τι;	50
Απευθυνόμενο κοινό.....	51
Σημεία πώλησης.....	51
Προσδιορισμός συγκεκριμένου χρηστικού αντικειμένου	52
δ.2 Προδιαγραφές-Απαιτήσεις-Περιορισμοί.....	52
δ.3 Τρισδιάστατος σχεδιασμός χρηστικού αντικειμένου/θήκης ηλεκτρονικής συσκευής	54
Πρόταση 1	54
Πρόταση 2	55
Πρόταση 3	57
Αξιολόγηση προτάσεων	58
Επιλογή-Λεπτομερής σχεδιασμός.....	59
Περιγραφή προϊόντος	60
Εργονομική μελέτη διαστάσεων.....	60
Τεχνικά σχέδια και όψεις αντικειμένου.....	61
Κατασκευή μακέτας σε φυσικό μέγεθος	65
Επιλογή υλικών κατασκευής.....	67
δ.4 Δισδιάστατος σχεδιασμός διακοσμητικών μοτίβων.....	67
Προσχέδια- σκίτσα	67
Χρωματική παλέτα	68
Επιλογή σχεδίου και ανάπτυξη.....	70
Μετάφραση σχεδίων σε μοτίβα για κέντημα.....	71
Εφαρμογή μοτίβων σε χρηστικό αντικείμενο.....	72
δ.5 Πρωτοτυποποίηση	73
Στάδια κατασκευής βασικής θήκης.....	73
Στάδια κατασκευής ζώνης κλεισίματος με κέντημα.....	78
Πρωτότυπο τελικού προϊόντος	81
Συμπεράσματα - Επίλογος	84
Σημεία ενδιαφέροντος για μελλοντική έρευνα	85
Βιβλιογραφία	86

Εισαγωγή

Το τουριστικό ενδιαφέρον για την Ελλάδα αποτελεί μια σταθερά και ο τουρισμός κατέχει σημαντικό τμήμα της οικονομικής δραστηριότητας της χώρας. Το σουβενίρ ως προϊόν της τουριστικής δραστηριότητας παρουσιάζει ιδιαίτερο ενδιαφέρον στο σχεδιασμό του. Ολοένα και περισσότεροι σχεδιαστές αναλαμβάνουν την υλοποίηση τέτοιων αντικειμένων, προσδίδοντας τη σύγχρονη ματιά τους στον τρόπο που το προσεγγίζουν και ενισχύοντας έτσι την πολιτιστική αξία του. Κεντρικό σημείο ενδιαφέροντος για τον ελληνικό τουρισμό, αποτελούν η αρχαιοελληνική ιστορία, η τέχνη και η αρχιτεκτονική, με αποτέλεσμα τα σουβενίρ, που είναι ιδιαίτερα δημοφιλή στο καταναλωτικό κοινό, να εκπροσωπούν αυτό το μέρος της ελληνικής κουλτούρας.

Στόχος

Μέσα από το συλλογισμό της παρούσας εργασίας, σκοπός είναι η κατανόηση της λειτουργίας του σουβενίρ ως αντικείμενο, η σύνδεση του με τον καταναλωτή και ο σχεδιασμός του, ώστε να αποτελεί ενθύμιο εμπνευσμένο από την ελληνική αρχαιότητα.

Με τη βοήθεια του σχεδιασμού, ένα χρηστικό αντικείμενο προσεγγίζεται από τη σκοπιά της ενίσχυσης της σημασίας/νοήματος του ως σουβενίρ, ώστε να λειτουργεί ως συναισθηματικός σύνδεσμος του χρήστη με την ταξιδιωτική του εμπειρία ή την επίσκεψή του σε ένα τόπο. Σκοπός είναι η επίτευξη της μεταφοράς των αναμνήσεων του ταξιδιού σε ένα υλικό αντικείμενο και η διατήρηση της σύνδεσης του χρήστη με το σημείο που αποκτήθηκε.

Συγκεκριμένα διερευνάται το πως συναντάται στο σχεδιασμό, το σύγχρονο με το ιστορικό και πως παραδοσιακά και πολιτισμικά στοιχεία ενσωματώνονται σε σύγχρονα αντικείμενα τα οποία λειτουργούν ως ενθύμια.

Δομή εργασίας

Το πρώτο σκέλος της εργασίας περιλαμβάνει τα κεφάλαια α, β, γ και αποτελεί τη βιβλιογραφική έρευνα για τις θεμέλιες έννοιες της εργασίας.

Στο α κεφάλαιο μελετάται το **σουβενίρ** στο ιστορικό, κοινωνιολογικό και εννοιολογικό του πλαίσιο, για την κατανόηση της εξέλιξης του μέσα στο χρόνο, τη σημασία του για τον καταναλωτή και τις κοινωνικές και πολιτισμικές πτυχές του. Προσδιορίζονται η σημασία του και τα κίνητρα για την απόκτηση του, οι προτιμήσεις του καταναλωτή που οδηγούν την αγοραστική του συμπεριφορά. Εντοπίζονται οι προκλήσεις και τα ενδιαφέροντα στοιχεία, που σχετίζονται με το σχεδιασμό του, και αναλύονται οι ρόλοι και απαιτήσεις που προκύπτουν από αυτούς για τον καταναλωτή.

Στο κεφάλαιο β παρατίθενται πληροφορίες για την ιστορική και αισθητική πορεία της **αρχαιοελληνικής τέχνης** και αναδεικνύονται τα χαρακτηριστικά στοιχεία της και οι διακριτοί ρυθμοί, ώστε να κατανοηθούν και να μεταφερθούν στο σύγχρονο σχεδιασμό. Η μελέτη εμβαθύνει στη διακοσμητική τέχνη της ελληνικής αρχαιότητας και τα χαρακτηριστικά σημεία της. Ερευνάται η εφαρμογή αρχαιοελληνικών στοιχείων στο σύγχρονο σχεδιασμό, σε ήδη υπάρχοντα προϊόντα. Οι πληροφορίες αυτές οδηγούν με τη σειρά τους στη σωστή απόδοση της αρχαιότητας, με καίρια χαρακτηριστικά της να συμπεριλαμβάνονται στο σχεδιασμό.

Στο κεφάλαιο γ εξετάζεται η **τεχνική του κεντήματος**, ως προς τα διαφορετικά είδη, τα διαφορετικά υλικά που χρησιμοποιούνται και οι ιδιότητες και διαφορές τους, τόσο στο αισθητικό όσο και στο λειτουργικό αποτέλεσμα. Εντοπίζονται οι περιορισμοί που θέτει η ίδια η τεχνική στη δημιουργία ενός σχεδίου και σημειώνονται περιπτώσεις όπου το κέντημα εφαρμόζεται στο σύγχρονο σχεδιασμό.

Μέσα από την ανάλυση των τριών αυτών βασικών στοιχείων, εντοπίζονται τα σημεία ενδιαφέροντος και οι ανάγκες του καταναλωτικού κοινού, καθώς και οι προσδοκίες και απαιτήσεις του, ώστε να συνδυαστούν αρμονικά και να προκύψει η σχεδίαση ενός εύστοχου και επίκαιρου αντικειμένου/σουβενίρ.

Το δεύτερο σκέλος της εργασίας περιλαμβάνει το κεφάλαιο δ το οποίο ασχολείται με τη **σχεδιαστική πρόταση** και την οπτικοποίηση των ιδεών και συμπερασμάτων που προέκυψαν από την παραπάνω έρευνα. Επίκεντρο είναι η δημιουργία ενός αντικειμένου πολιτιστικής αξίας στο σύγχρονο κόσμο με αναφορές στο ιστορικό παρελθόν της Ελλάδας, το οποίο θα ικανοποιεί το τουριστικό ενδιαφέρον. Η αισθητική και η σημειολογία εμπνέονται από την ελληνική αρχαιότητα και ως τεχνική έκφρασης και υλοποίησης χρησιμοποιείται η κεντητική.

Αρχικά ορίζεται το σχεδιαστικό brief και οι σχεδιαστικές απαιτήσεις που το συνοδεύουν. Το επόμενο βήμα είναι ο τρισδιάστατος σχεδιασμός του αντικειμένου που θα αποτελεί το σουβενίρ. Ακολουθεί ο σχεδιασμός των δισδιάστατων μοτίβων εμπνευσμένων από την αρχαιοελληνική διακοσμητική τέχνη, με σκοπό να προσδώσουν τη ζητούμενη πολιτιστική ταυτότητα στο προϊόν καθώς και τη σύνδεση του με το σημείο το οποίο αντιπροσωπεύει. Στη συνέχεια, αποτυπώνονται με την τεχνική του κεντήματος τα μοτίβα που σχεδιάστηκαν στο προηγούμενο στάδιο, πάνω στο αντικείμενο. Τέλος δημιουργείται ένα πρωτότυπο προϊόν της σχεδιαστικής πρότασης.

Καταλήγοντας σημειώνονται συμπεράσματα που παρατηρήθηκαν, επισημαίνονται περιορισμοί στην παρούσα έρευνα και προτείνονται διαστάσεις στο σχεδιασμό σουβενίρ στις οποίες δεν δόθηκε έμφαση και θα μπορούσαν μελλοντικά να συμπεριληφθούν στο ερευνητικό έργο.

α. Το σουβενίρ

α.1 Ορισμός σουβενίρ

Η λέξη *souvenir* προέρχεται από το λατινικό *subvenire*, το οποίο μεταφράζεται ως *έρχομαι στο μυαλό* (*to come to mind*).

Ο τουρίστας είναι ο ταξιδιώτης του οποίου η πρόθεση είναι πάντοτε να επιστρέψει στη βάση του. Τα κίνητρα για το ταξίδι του σχετίζονται με την αποφυγή της μονοτονίας της καθημερινότητας, του άγχους ή του συνηθισμένου, ή την ανακάλυψη πολιτιστικής κληρονομιάς και της ιστορίας (Lasusa, 2007).

Ο τουρισμός, τα ταξίδια και συναφείς δραστηριότητες αναψυχής έχουν σκοπό τη διασκέδαση και τη γνωριμία με άλλες κουλτούρες και έθιμα. Ο τουρισμός είναι μια από τις μεγαλύτερες και ταχύτερα αναπτυσσόμενες βιομηχανίες στον κόσμο (Olalere, 2017). Η αγορά κάποιου ενθυμίου ή αλλιώς σουβενίρ σε κάποια τέτοια δραστηριότητα είναι συνήθης πρακτική. Οι τουρίστες διαθέτουν ένα υπολογίσιμο ποσοστό του ταξιδιωτικού προϋπολογισμού τους στην αγορά σουβενίρ (33-56% των συνολικών εξόδων για το ταξίδι) (Swanson, 2004). Η ανάγκη για την απόκτηση σουβενίρ στην τρέχουσα εποχή ενισχύεται από την ματεριαλιστική κουλτούρα των καταναλωτών (Collins-Kreiner & Zins, 2011). Τα οικονομικά οφέλη για το λιανικό εμπόριο που βρίσκεται κοντά σε σημεία τουριστικού ενδιαφέροντος από τα σουβενίρ ως αντικείμενα εμπορίας είναι σημαντικά για την ευημερία τους (Swanson, 2004). Η σχεδίαση σουβενίρ που θα έχουν απήχηση στο κοινό των σημείων αυτών, είναι λοιπόν χρήσιμη για την ενίσχυση της τοπικής οικονομίας.

Εκτός από την επίσκεψη σε τουριστικά αξιοθέατα, πολλοί τουρίστες αναζητούν σκόπιμα ευχάριστες ευκαιρίες για ψώνια ως οικεία δραστηριότητα σε ένα άγνωστο περιβάλλον

(Oialere, 2017). Η συλλογή σουβενίρ σαν πράξη, μπορεί ακόμα να βοηθήσει τον τουρίστα να διατηρήσει την προσωπική του ταυτότητα κατά τη διάρκεια του ταξιδιού, δίνοντας του ένα στόχο και ένα σκοπό τη στιγμή που βρίσκεται απομακρυσμένος από τους ρόλους της καθημερινότητας του (Lasusa, 2007). Οι προσωπικές και κοινωνικές ταυτότητες των ανθρώπων συνδέονται με τα αντικείμενα και κατ' επέκταση με αντικείμενα που αποκτώνται στο πλαίσιο του τουρισμού (Collins-Kreiner & Zins, 2011). Αν και η απόκτηση του σουβενίρ δεν είναι αυτοσκοπός της τουριστικής δραστηριότητας, αποτελεί μέρος της εμπειρίας (Singh, 2018) και είναι ένας τρόπος αναβίωσης της, αφού λήξει, ή μεταφοράς της σε κάποιο αγαπημένο πρόσωπο. Το σουβενίρ λειτουργεί ως απτός τρόπος για να αποτυπώσει κανείς τη μη συνηθισμένη εμπειρία του (Gordon, 1986). Με απλά λόγια το σουβενίρ λειτουργεί ως ενθύμιο. Επιπρόσθετα το σουβενίρ μπορεί να έχει για τον καταναλωτή το ρόλο του δώρου, της ανάμνησης, της απόδειξης της εμπειρίας του σε τρίτους. Αυτοί οι διαφορετικοί ρόλοι μπορεί να αποτελούν το κίνητρο για την αγορά (Wilkins, 2011).

Υπάρχουν πέντε διαφορετικά **είδη σουβενίρ** σύμφωνα με την Gordon (1986). (1) Η εικονογραφημένη απεικόνιση (pictorial image), όπως είναι μια κάρτα/φωτογραφία, (2) το σουβενίρ «piece-of-the-rock», το οποίο είναι κάποιο φυσικό υλικό από το φυσικό περιβάλλον (πχ. ένα κοχύλι), (3) η συμβολική μικρογραφία (symbolic shorthand), όπως μια μινιατούρα ενός ορόσημου, (4) τα αντικείμενα τα οποία δεν έχουν κάποιο σχετικό νόημα, αλλά φέρουν σημάδι πάνω τους, όπως ένα καπέλο με το όνομα μιας πόλης (5) και τέλος το τοπικό προϊόν, όπως είναι το τοπικό φαγητό ή κάποια τοπική χειροτεχνία (Gordon, 1986). Μια δεύτερη κατηγοριοποίηση στα σουβενίρ από την Swanson (2004), τα ξεχωρίζει με βάση τον τρόπο παραγωγής τους. Έτσι προκύπτουν δύο κατηγορίες, τα σουβενίρ μαζικής παραγωγής και τα χειροποίητα. Τα σουβενίρ μαζικής παραγωγής είναι συνήθως πιο οικονομικά και έχουν μια σταθερότητα στην ποιότητα τους. Τα χειροποίητα είναι ακριβότερα, έχουν διαφορές μεταξύ τους και αυτό τα κάνει μοναδικά (Zulaikha & Brereton, 2011).

Από τη σκοπιά του πωλητή το εμπόρευμα των σουβενίρ θα πρέπει να ικανοποιεί τις επιθυμίες του καταναλωτικού κοινού και ταυτόχρονα να έχει την επιθυμητή οικονομική απόδοση (Rupe & Kunz, 1998). Το εμπόριο σουβενίρ μπορεί να καλύπτεται από λιανοπωλητές δώρων, αντικών, φαγητού, ειδών ένδυσης και αξεσουάρ και γκαλερί τέχνης, μαζί με γενικές επιχειρήσεις λιανικού εμπορίου (Swanson, 2004).

Είναι λοιπόν σαφές, ότι υπάρχουν δύο διαφορετικοί τρόποι να προσεγγίσει κανείς το σουβενίρ. Ο πρώτος είναι από τη σκοπιά του τουρισμού, των στρατηγικών μάρκετινγκ, την συμπεριφορά του καταναλωτή και την εμπειρία των αγορών. Εδώ το σουβενίρ αντιμετωπίζεται ως οικονομικό φαινόμενο, το οποίο συνδέεται με την ανάπτυξη, την τοπική παραγωγή και την ενίσχυση της τοπικής οικονομίας. Η δεύτερη προσέγγιση είναι από τη σκοπιά του σουβενίρ ως προϊόν πολιτισμού ή τοπικό προϊόν. Σε αυτήν την περίπτωση το σουβενίρ φέρει κωδικοποιημένα αισθητικά, συμβολικά και τελετουργικά στοιχεία, τα οποία και μεταδίδει σε αυτόν που ανήκει. Έτσι το σουβενίρ λειτουργεί ως φορέας μηνύματος, το οποίο μετατρέπει σε μια κοινωνική εμπειρία.

α.2 Ιστορική αναδρομή

Συνοπτική ιστορία σουβενίρ

Το πρώτο σουβενίρ πιστεύεται πως ήταν κεχριμπαρένιες χάντρες από τη Σκανδιναβία και φαίνεται να εμφανίζεται τον 10^ο αι. π.Χ. στην Ιρλανδία (Holiday Inn, 2015).

Η μορφή του τουρισμού με την ύπαρξη του τουριστικού οδηγού, του αξιοθέατου και των σουβενίρ υπάρχει ολοκληρωμένη από την εποχή της αρχαίας Ρώμης (8ος αι. π.Χ. με 5ος αι.

μ.Χ.) (Goeldner, Ritchie & McIntosh, 2000). Έλληνες συγγραφείς αναφέρονται σε πωλητές σουβενίρ γύρω από περιβόητα σημεία που επισκέπτονταν κανείς συχνά (Nyffenegger & Steffen, 2010). Η εξέλιξη του τουρισμού προχωράει, σύμφωνα με την Lasusa (2007), με τον μεσαιωνικό προσκυνητή, ο οποίος έκανε πεζοπορία σε όλη την Ευρώπη ανακαλύπτοντας σημεία θρησκευτικού ενδιαφέροντος (5ος με 15ος αι.). Μάλιστα τον 6^ο αι., προσκυνητές αφαιρούσαν κομμάτια από κτήρια και αγάλματα θρησκευτικού ενδιαφέροντος για να μεταφέρουν στο σπίτι τους τις θαυματουργές τους δυνάμεις. Για να αποφευχθεί η καταστροφή των σημείων αυτών, οι εκκλησίες ξεκίνησαν να διαθέτουν φιαλίδια με αγιασμό για να αντικατασταθεί αυτή η συνήθεια ως ένα είδος σουβενίρ. Το 15^ο αι. για τη διευκόλυνση της παραγωγής τα φιαλίδια αντικαταστάθηκαν από κονκάρδες που παράγονταν μαζικά (Holiday Inn, 2015). Ακολουθούν το 17^ο και 18^ο αι. οι άνδρες που έκαναν το Grand Tour στην Ευρώπη, σε μια αναζήτηση την τέχνης και του πολιτισμού, φέρνοντας στην επιστροφή τους μινιατούρες αντίγραφα των σημείων που επισκέφτηκαν, έργα τέχνης και είδη ένδυσης (Paraskevaïdis & Andriotis, 2015). Ένα σημείο σταθμός για το εμπόριο σουβενίρ εντοπίζεται στη βικτοριανή εποχή (19^{ος} αι.), όταν σημειώθηκε ανάπτυξη στον τουρισμό και αναπτύχθηκε η αλληλεπίδραση μεταξύ παραγωγού και καταναλωτή (Olalere, 2017). Έτσι ξεκίνησε ο σχεδιασμός σουβενίρ με στόχο την ικανοποίηση των προσδοκιών του καταναλωτή. Στις ΗΠΑ παράγονταν χιλιάδες διαφορετικά κουτάλια που εκπροσωπούσαν διαφορετικές τοποθεσίες, ανθρώπους ή ιστορικά γεγονότα, με σκοπό τη λειτουργία τους ως σουβενίρ, τα οποία μέχρι και σήμερα αποτελούν αντικείμενα συλλογών (Holiday Inn, 2015). Η εξέλιξη της τεχνολογίας και οι σιδηρόδρομοι του 19^{ου} αι. έκαναν τη μετακίνηση προσιτή στο μέσο άνθρωπο. Με τον Thomas Cook ξεκινά και η έννοια του τουρισμού, όπως την γνωρίζουμε σήμερα. Η βιομηχανική επανάσταση έδωσε το ξεκίνημα στην μαζική παραγωγή αντικειμένων, συμπεριλαμβανομένων και των σουβενίρ. Ωστόσο, από το τέλος του Β' Παγκοσμίου Πολέμου φαίνεται ότι ο τουρισμός αναπτύχθηκε ταχύτερα στο δυτικό κόσμο, με περισσότερο κόσμο από ποτέ να ταξιδεύει σε αναζήτηση αναψυχής και πολιτισμού. Σε αυτό συνέβαλε σημαντικά η οικονομική ανάπτυξη της μεσαίας τάξης, η οποία πια ξεκίνησε να έχει ιδιόκτητα μεταφορικά μέσα και να έχει τη δυνατότητα να αξιοποιήσει εμπορικές πτήσεις (Lasusa, 2007). Ως συνέπεια η ανάγκη για σουβενίρ μαζικής παραγωγής σε σχέση με τα έργα τέχνης και χειροποίητα αντικείμενα εντείνεται.

Στη σύγχρονη εποχή συναντά κανείς πληθώρα σουβενίρ στην αγορά, τα οποία κατασκευάζονται μαζικά. Τα περισσότερα πια βασίζονται σε μια κοινή λογική και δίνουν την αίσθηση ότι προέρχονται από το ίδιο «καλούπι» με μικρές παραλλαγές, προσαρμοσμένες στον τόπο τον οποίο εκπροσωπούν. Δύο σουβενίρ από δύο εντελώς διαφορετικούς και μακρινούς τόπους, μπορεί τελικά να μοιάζουν μεταξύ τους και να μην δίνουν την αίσθηση της μοναδικότητας του σημείου στο οποίο αποκτήθηκαν. Παρόλα αυτά τα τελευταία χρόνια εμφανίζονται ολοένα και πιο δημιουργικές προτάσεις σουβενίρ στην αγορά, που ξεφεύγουν από τα τετριμμένα και δίνουν μια νέα πνοή στην αγορά αυτή, μέσα από σχεδιασμό με σκέψη και μελέτη του πολιτισμού του τόπου για τον οποίο σχεδιάζονται.

α.3 Η πολιτισμική διάσταση του σουβενίρ

Το σουβενίρ είναι προϊόν της κουλτούρας στην οποία δημιουργήθηκε και έτσι μεταφέρει πολιτικές, θρησκευτικές, πολιτιστικές και κοινωνικές πτυχές της (Collins-Kreiner & Zins, 2011). Ένας από τους ρόλους του είναι να εκπροσωπήσει τον πολιτισμό, την αισθητική ή απλά την εικόνα ενός τόπου, γίνοντας έτσι ένα αντικείμενο-φορέας πολιτισμού, το οποίο ο καταναλωτής μπορεί να φυλάξει στο χώρο του. Αυτό επιτυγχάνεται μέσα από τη μορφή του και τα ενδεχομένως κωδικοποιημένα μηνύματα σε αυτό. Το σουβενίρ μπορεί να αντανακλά

τα πιο θεμελιώδη πολιτιστικά χαρακτηριστικά ενός τόπου (Yang, 2020) και έτσι η χροιά του τόπου αυτού, βρίσκεται αποθηκευμένη στο σουβενίρ. Τα σουβενίρ που αναφέρονται οπτικά ή εννοιολογικά σε αυθεντικά πολιτιστικά και ιστορικά στοιχεία, ισχυρίζονται ότι περιέχουν την ουσία ενός πολιτισμού ή γεωγραφίας και αποτελούν μια ξεχωριστή κατηγορία (Kaya & Yağiz, 2015). Τα σουβενίρ είναι το αποτέλεσμα της εμπορευματοποίησης της αυθεντικότητας, που περιλαμβάνει το δανεισμό των χαρακτηριστικών αυθεντικών πολιτιστικών ή ιστορικών στοιχείων με μία τεχνική και στη συνέχεια, την επανερμηνεία και ενσωμάτωση αυτών των χαρακτηριστικών σε ένα μαζικά παραχθέν αντικείμενο (Kaya & Yağiz, 2015).

Το σουβενίρ μπορεί να λειτουργήσει κατά έναν τρόπο συμπληρωματικά στη διατήρηση της κοινωνικοπολιτιστικής κληρονομιάς ενός τόπου, όντας μια μορφή μετάφρασης παραδοσιακών στοιχείων στο σύγχρονο κόσμο. Βοηθά στην παραγωγή πολιτισμού και παράδοσης (Collins-Kreiner & Zins, 2011). Μπορεί να προστατεύσει και να κληρονομήσει αντικείμενα γεμάτα πολιτισμό (Yang, 2020). Μέσα από αυτό και μαζί με αυτό ταξιδεύουν λοιπόν οι διαφορετικές κουλτούρες και δεν παραμένουν «καρφωμένες» σε έναν τόπο (Cave & Buda, 2013). Η ικανότητα του σουβενίρ να κυκλοφορεί ευρέως, δημιουργεί ένα δίαυλο επικοινωνίας για την αλληλεπίδραση του τοπικού και παγκόσμιου (Kaya & Yağiz, 2015).

α.4 Το σουβενίρ ως ενθύμιο

Πέρα από την λειτουργική και αισθητική αξία του σουβενίρ, αυτό έχει και μια ηδονιστική διάσταση (Zulaikha & Brereton, 2011). Η ηδονιστική αξία του αφορά την αισθητήρια εμπειρία και διέγερση που προκαλεί το σουβενίρ στον καταναλωτή, μέσα από το νόημα ή τη σημασία που του αναθέτει. Έχει παρατηρηθεί ότι ο τύπος του νοήματος και η σημασία που αποδίδεται σε ένα σουβενίρ, συσχετίζεται με το μέγεθος της ταξιδιωτικής εμπειρίας του καταναλωτή (Love & Sheldon, 1998). Οι ταξιδιώτες με μικρότερη εμπειρία, τείνουν να αναθέτουν νοήματα που σχετίζονται με την τοποθεσία. Αντίθετα για τους πιο έμπειρους ταξιδιώτες τα σουβενίρ αποτελούν αναπαραστάσεις συναισθημάτων και αισθήσεων, μέσα από αφηρημένα νοήματα τα οποία σχετίζονται με σχέσεις ή εμπειρίες, ή αλλιώς με τα ηδονιστικά στοιχεία της εμπειρίας του ταξιδιού (Love & Sheldon, 1998). Το σουβενίρ έχει την ικανότητα να παγώσει μια στιγμή του παρελθόντος σε μια ιδιαίτερη περίπτωση και να αναβιώσει την εμπειρία στο πλαίσιο της καθημερινής ζωής (Collins-Kreiner & Zins, 2011). Είναι ένας τρόπος να κάνει τη ζωή και τις αναμνήσεις κάποιου «πραγματικές» (Lasusa, 2007), καθώς και να «μιλήσει» στην ψυχή του (Nyffenegger & Steffen, 2010). Ο συμβολικός του ρόλος είναι λοιπόν μεγαλύτερος από τη λειτουργική σημασία του αντικειμένου για τον καταναλωτή, καθώς σύμφωνα με την Gordon (1986) είναι κάτι που συγκεκριμενοποιεί μια άυλη κατάσταση σε ένα απτό αντικείμενο. Η πρώτη και βασικότερη ιδιότητα ενός σουβενίρ είναι να μνημονεύει μέρη, γεγονότα και προσωπικές εμπειρίες του κατόχου (Nyffenegger & Steffen, 2010). Επομένως, βασικός ρόλος του σουβενίρ είναι η λειτουργία του ως ενθύμιο. Για τον καταναλωτή το σουβενίρ είναι ένα απτό αντικείμενο που γεφυρώνει τις άυλες εικόνες εμπειριών που βρίσκονται στη μνήμη του (Littrell et al., 1994). Είναι συμβολικό για τον κάτοχο του και περιέχει το συμβολισμό μιας τοποθεσίας ή εμπειρίας, είναι «symbol of the extraordinary» (Nyffenegger & Steffen, 2010).

Μπορεί να είναι οποιοδήποτε αντικείμενο μπορεί κανείς να πάρει από ένα μέρος, του οποίου η λειτουργία είναι να εκπροσωπεί αυτό το μέρος ή την εμπειρία (Lasusa, 2007). Λόγω της ηδονιστικής φύσης του ως προϊόν, δεν ανήκει σε αυτά που ο καταναλωτής αγοράζει επειδή τα χρειάζεται για να καλύψει κάποια βασική ανάγκη. Αποτελεί συχνά αυθόρμητη αγορά και συνήθως σχετίζεται με κάποια συναισθηματική απόφαση του καταναλωτή. Ο τουρίστας επιθυμεί το σουβενίρ, ως ένα αντικείμενο μνήμης και προσωπικής ιστορίας για το προσωπικό του αρχείο, αλλά και ως αποδεικτικό της εμπειρίας του και της πολιτιστικής γνώσης που απέκτησε για τους τρίτους, οι οποίοι θα το δουν (Lasusa, 2007). Το σουβενίρ έχει

μεγαλύτερη συναισθηματική φόρτιση από ότι λειτουργική αξία (Zulaikha & Brereton, 2011). Επειδή το σουβενίρ αποκτάται, όταν κανείς κάνει κάτι ιδιαίτερο για αυτόν, μετατρέπεται αυτόματα σε μνημονική συσκευή (Lasusa, 2007). Η βαρύτητα του συμβολικού αυτού ρόλου για ένα σουβενίρ, φαίνεται μέσα από τον χαρακτηρισμό του σουβενίρ από τους Goeldner, Ritchie & McIntosh (2000) ως θησαυρό ζωής για τον κάτοχο του, ο οποίος ανασύρει αναμνήσεις μιας ταξιδιωτικής εμπειρίας. Γενικά η σημασία του σουβενίρ για τον κάθε άνθρωπο είναι κάτι ρευστό, που σχετίζεται με εμπειρίες πριν, κατά τη διάρκεια και μετά τη στιγμή της απόκτησης τους. Έχει να κάνει με τις αντιλήψεις του Εαυτού και του Άλλου (άλλη κουλτούρα, άλλο άτομο, τον Εαυτό σε άλλη χρονική στιγμή) και γι' αυτό μπορεί με το πέρασμα του χρόνου να αλλάζει, όπως αλλάζουν οι γνώσεις, οι συνθήκες και τα συναισθήματα του ανθρώπου (Love & Sheldon, 1998).

Το σουβενίρ μπορεί, αλλά δεν πρέπει απαραίτητα να προέρχεται από τον τουρισμό (Collins-Kreiner & Zins, 2011). Μπορεί να είναι κάποιο αντικείμενο το οποίο δεν σχεδιάστηκε για να χρησιμεύσει ως σουβενίρ. Συγκεκριμένα μπορεί να είναι αντικείμενα τουριστικής (πχ. χάρτης) και μη τουριστικής φύσης. Η διαφορά μεταξύ αυτών των αντικειμένων και των συνηθισμένων σουβενίρ, είναι η αρχική πρόθεση χρήσης κατά την αγορά. Αυτά τα αντικείμενα μόνο εκ των υστέρων παίρνουν το ρόλο του σουβενίρ για τον καταναλωτή, λόγω της εμπλοκής τους στην ταξιδιωτική εμπειρία του.

Η λειτουργία του ενθυμίου πέρα από το πλαίσιο του τουρισμού, μπορεί να εξυπηρετήσει το σκοπό της και σε διαφορετικά πλαίσια, τα οποία συσχετίζονται με την ανάγκη της ανάμνησης. Τέτοια πλαίσια είναι αξιομνημόνευτες στιγμές, όπως είναι μια γιορτή, κάποια θρησκευτική τελετή, η κάποιο προσωπικό επίτευγμα. Συνεπώς ένα σουβενίρ μπορεί να έχει υπόσταση και σε μια αγορά που δεν σχετίζεται απαραίτητα με τον τουρισμό.

α.5 Ζητήματα σχεδίασης σουβενίρ

Σχεδιαστικές προκλήσεις

Η μελέτη του σουβενίρ ως έννοια, είναι χρήσιμη για την κατανόηση της δυναμικής του ως αντικείμενο, καθώς και των ευκαιριών και προκλήσεων που αναδύονται κατά τη διαδικασία του σχεδιασμού του. Το σουβενίρ ως προϊόν έχει τη δυνατότητα να μεταφέρει την ουσία του τουριστικού προορισμού και των προϊόντων του σε πιθανούς καταναλωτές (Ojalere, 2017). Το ενδιαφέρον στο σχεδιασμό ενός σουβενίρ βρίσκεται στην πολυδιάστατη φύση του ως αντικείμενο, καθώς οι ρόλοι που μπορεί να έχει, είναι πολλαπλοί. Μπορεί να σχετίζονται τόσο με τον άμεσο καταναλωτή όσο και με το σημείο που εκπροσωπούν και τον πολιτιστικό χαρακτήρα που εκφράζουν.

Ένα σουβενίρ καλείται να αποτελέσει ενθύμιο ενός σημείου (τόπου) και να αναδείξει τα στοιχεία που το κάνουν ξεχωριστό. Αυτό μπορεί να επιτευχθεί μέσα από την άμεση αναπαράσταση του σημείου ή μέσα από μια διαφορετική δημιουργική προσέγγιση, αντλώντας έμπνευση από συγκεκριμένα στοιχεία που το χαρακτηρίζουν και αναδεικνύοντας τα σε κάτι διαφορετικό. Ο σχεδιαστής καλείται να εξυπηρετήσει μέσω της σχεδίασης του αντικειμένου, τη προσδοκία του καταναλωτή για ένα ενθύμιο, το οποίο θα λειτουργεί ως φορέας μιας εμπειρίας και ανάμνησης.

Ο σχεδιαστής μέσα από την εξερεύνηση της ιστορίας και του πολιτισμού, μπορεί επιπλέον να μεταφέρει την κληρονομιά της τοπικής κουλτούρας στο σουβενίρ. Η σχεδίαση σουβενίρ είναι ουσιαστικά η μετατροπή τοπικών πολιτισμικών στοιχείων σε συμβολισμούς (Yang, 2020). Έτσι ένα σουβενίρ θα φέρει πέρα από τα χαρακτηριστικά της γεωγραφίας του τόπου, και τα χαρακτηριστικά του πολιτισμού του. Ο θεμελιώδης σκοπός του σχεδιασμού του σουβενίρ είναι να αξιοποιήσει τη βασική αξία του, δηλαδή τα πολιτισμικά χαρακτηριστικά

που αυτό συμβολίζει, ώστε να διατηρηθεί το ενδιαφέρον του καταναλωτή (Yang, 2020). Το σουβενίρ έχει την προοπτική να επικοινωνήσει μια κουλτούρα στους καταναλωτές σε διαφορετικές διαστάσεις μέσα από τη μορφή, την επιφάνεια, τη δομή και τη σύνθεση. Οι σχεδιαστές και οι παραγωγοί μπορούν να χρησιμοποιούν αυτά τα στοιχεία για να επεκτείνουν, να διατηρήσουν και να αναπαραγάγουν σημαντικές πολιτιστικές εμπειρίες, παράλληλα με την αύξηση του κέρδους (Kaya & Yağiz, 2015). Στόχος είναι η διατήρηση των πιο θεμελιωδών χαρακτηριστικών των πολιτιστικών στοιχείων στο σουβενίρ, τα οποία είναι και αυτά που τραβούν το ενδιαφέρον του καταναλωτή (Yang, 2020).

Ο συνδυασμός της συμβολικής σημασίας ενός σουβενίρ για τον καταναλωτή με την πολιτισμική διάσταση του αντικειμένου, ωθεί τον σχεδιαστή να ξεφύγει από την καθαρά λειτουργική σχεδίαση και δημιουργεί την πρόκληση της συναισθηματικής φόρτισης του αντικειμένου προς σχεδίαση. Μπορεί έτσι να αποτελέσει μια ευκαιρία για δημιουργικό σχεδιασμό και να οδηγήσει σε προϊόντα με πολιτιστικό χαρακτήρα και ενδεχομένως εθνικής ταυτότητας. Η δημιουργική σχεδίαση πολιτιστικών προϊόντων είναι σημαντική για την ανάπτυξη προϊόντων και καινοτομιών που μπορούν να αποκαλύψουν την πολιτιστική κληρονομιά και να παρουσιάσουν αισθητική με πολιτισμικά διακριτικά, που είναι πρακτική στην καθημερινή ζωή, έτσι ώστε οι καταναλωτές να μπορούν να αποκτήσουν νέα επίγνωση των χαρακτηριστικών του παραδοσιακού πολιτισμού (Hsu, Chang & Lin, 2013). Στο σχεδιασμό σουβενίρ γίνεται η προσπάθεια ανοικοδόμησης της αυθεντικότητας με κατακερματισμό, επανερμηνεία και μεταφορά της σε σύγχρονα αντικείμενα. Η μοναδική ερμηνεία ενός σχεδιαστή μπορεί να χρωματίσει το σουβενίρ με περίπλοκες και συνεπείς αναφορές σε αυθεντικές πηγές Kaya & Yağiz, 2015).

Αυτός ο σύνθετος ρόλος, που αναλαμβάνει λοιπόν το σουβενίρ, συνοδεύεται από ορισμένες σχεδιαστικές προκλήσεις:

(1) Η πρώτη πρόκληση βρίσκεται στην συναισθηματική φόρτιση του αντικειμένου για τη λειτουργία του ως ενθύμιο μιας ιδιαίτερης εμπειρίας. Ο σχεδιασμός σουβενίρ ισοδυναμεί με τη δημιουργία ενός συμβόλου και συνδέεται επομένως με την αναφορά και τον υπαινιγμό του σημείου από το οποίο προέρχονται (Nyffenegger & Steffen, 2010).

(2) Στον επιτυχή σχεδιασμό τέτοιων προϊόντων, ο ορισμός των απαιτήσεων των καταναλωτών είναι ένα δύσκολο έργο. Η πρόκληση αυτή δημιουργείται από τη φύση του τουρίστα ως καταναλωτή, ο οποίος επισκέπτεται το σημείο μια φορά και όχι συστηματικά μέσα στο πέρασμα του χρόνου (Swanson, 2004). Η πελατεία λοιπόν ενός τέτοιου σημείου πώλησης ανακυκλώνεται και δεν υπάρχει σταθερότητα στο αγοραστικό κοινό, με αποτέλεσμα η απόκτηση ενός πιστού κοινού να είναι σχεδόν αδύνατη. Πέραν αυτού, αν και οι τουρίστες συλλέγουν σουβενίρ ως μέσο για να αποδείξουν την εσωτερική τους γνώση για ένα ξένο μέρος, συχνά, απλώς ενισχύουν τις δικές τους αντιλήψεις και συλλέγουν εκείνα τα είδη σουβενίρ που υπαγορεύονται από αυτές (Lasusa, 2007). Ο ορισμός λοιπόν των προτιμήσεων του, γίνεται προσωπική υπόθεση για τον κάθε καταναλωτή, δημιουργώντας δυσκολία στη γενίκευση των προτιμήσεων ενός ευρύτερου φάσματος καταναλωτών.

(3) Μια ακόμα σχεδιαστική δυσκολία βρίσκεται στην εύρεση της κατάλληλης ισορροπίας μεταξύ της διατήρησης των παραδοσιακών στοιχείων και της αλλαγής τους ή προσαρμογής τους στο σύγχρονο. Ιδανικά, ο σχεδιαστής πρέπει να διατηρήσει την παραδοσιακή εικόνα που είναι αναγνωρισμένη και αποθηκευμένη στο μυαλό του κοινού, αλλά ταυτόχρονα να προσδώσει αρκετή φρεσκάδα στο σουβενίρ για να διατηρήσει την έλξη του σε αυτό. Για να ανασχηματοστούν με επιτυχία τα παραδοσιακά πολιτισμικά χαρακτηριστικά σε ένα σουβενίρ, πρέπει να αναπτυχθούν σχέδια, τα οποία ανταποκρίνονται στα σύγχρονα trends και προτιμήσεις του κοινού (Yang, 2020). Το αντικείμενο θα πρέπει να σχεδιαστεί με τέτοιο τρόπο, ώστε να αφορά το σύγχρονο καταναλωτικό κοινό, έχοντας όμως αναφορές στην παράδοση. Η σχεδιαστική αυτή διαδικασία στην ουσία εμπορευματοποιεί την αυθεντικότητα, μεταμορφώνοντας αυθεντικά στοιχεία και αλλάζοντας την αρχική τους

υπόσταση σε τουριστικά αντικείμενα, πράγμα το οποίο γεννά το ρίσκο της μείωσης της αξίας τους. Παράλληλα όμως δημιουργείται η ευκαιρία με τη βοήθεια της εμπορευματοποίησης της πολιτιστικής κληρονομιάς, να επηρεαστεί θετικά η διατήρηση της παράδοσης και της τοπικής ταυτότητας (Dumbrovná & Fialová, 2020).

(4) Κατά το σχεδιασμό σουβενίρ συχνά απομονώνεται ένα κομμάτι από το στοιχείο έμπνευσης και μεταφέρεται αυτούσιο στο σουβενίρ, αντί να ερμηνευτεί εκ νέου στο αντικείμενο που σχεδιάζεται. Αυτό, με τη σειρά του, μπορεί να οδηγήσει σε λανθασμένη παρουσίαση ή στερεοτυπική αναπαράσταση του πολιτισμού και της γεωγραφίας (Kaya & Yağiz, 2015). Η πρόκληση του σχεδιαστή είναι να αποφύγει ένα τέτοιο λάθος. Με την ίδια διαδικασία όμως, η αφαίρεση και η ερμηνεία ενός κομματιού μέσω του σχεδιασμού, μπορεί να εμπλουτίσουν τις αναγνώσεις ενός σουβενίρ, καθώς η ιστορική και γεωγραφική πλευρά ενός αντικειμένου μεταμορφώνεται σε κάτι σύγχρονο, χωρίς περιορισμούς από τις έννοιες του παραδοσιακού ή του λαϊκού (Kaya & Yağiz, 2015).

(5) Με την απομάκρυνση του σουβενίρ από το πλαίσιο του τόπου προέλευσής του, αυτό μπορεί να μειώσει την αξία του, χάνοντας τη σύνδεση του με την κουλτούρα που εκπροσωπεί. Ένα καλά σχεδιασμένο σουβενίρ μπορεί όμως να προκαλέσει τη δημιουργία σχέσεων, οι οποίες βασίζονται σε διαφορετικές αξίες από αυτές που έχει ο καταναλωτής μέσα από τη δική του κουλτούρα. Έτσι ο ρόλος του σχεδιασμού μπορεί να είναι αυτός της παρεμπόδισης της εμπορευματοποίησης του πολιτισμού (Kaya & Yağiz, 2015). Στην ίδια λογική ότι το σουβενίρ ενσωματώνει στοιχεία ενός τόπου σε ένα πλαίσιο που βρίσκεται γεωγραφικά μακριά από αυτόν, το σουβενίρ μπορεί να χρησιμεύσει ως θετική ενίσχυση της εικόνας ενός τόπου, να τον διαφημίσει και να προσελκύσει μελλοντικούς ταξιδιώτες σε αυτόν (Weng & Tung-Zong, 2016).

(6) Το ενδιαφέρον του καταναλωτή για το σουβενίρ παρουσιάζει μείωση. Στις αιτίες για τη μείωση της σημασίας του σουβενίρ σύμφωνα με τους Collins-Kreiner & Zins (2011) ανήκουν: (α) Η αυξημένη τουριστική εμπειρία, λόγω της οποίας ο καταναλωτής αποκτά τη σιγουριά ότι σύντομα θα ταξιδέψει ξανά, ενώ έχει ήδη πληθώρα σουβενίρ στη συλλογή του από τα προηγούμενα ταξίδια του. (β) Η δυσκολία εύρεσης σουβενίρ, το οποίο είναι μοναδικό, διαφορετικό από αυτά που έχει ήδη αγοράσει στο παρελθόν και δεν είναι παρόμοιο με κάποιο που μπορεί κανείς να βρει σε μια άλλη τοποθεσία. Το φαινόμενο αυτό εντείνεται καθώς η προσβασιμότητα σε οτιδήποτε αναζητά κανείς, από όπου και αν προέρχεται, βελτιώνεται μέσω της τεχνολογίας. (γ) Το έντονο ενδιαφέρον του σύγχρονου καταναλωτή για τη δημιουργία αναμνηστικών μέσω της φωτογραφίας. Ο πρωταγωνιστικός ρόλος των μέσων κοινωνικής δικτύωσης στη ζωή πολλών από τους καταναλωτές, μετατρέπει τη φωτογραφία σε σουβενίρ μεγάλης σημασίας. (δ) Επιπλέον με την ανάπτυξη του τουρισμού, τη σταδιακή εμπορευματοποίηση της πολιτιστικής κληρονομιάς και την επίδραση της παγκοσμιοποίησης, αρχίζουν να εμφανίζονται αντικείμενα τα οποία είναι τοποθετημένα σε λάθος ιστορικό και πολιτιστικό πλαίσιο, με απροσδιόριστη σχέση με την τοποθεσία και «ψευδή» αυθεντικότητα (Dumbrovná & Fialová, 2020). Αυτό έχει ως αποτέλεσμα τη μείωση της αξίας του σουβενίρ για τον καταναλωτή.

Έτσι το ενδιαφέρον του καταναλωτή εστιάζεται στην αγορά μικρότερου αριθμού σουβενίρ, τα οποία όμως είναι μοναδικά και υψηλότερης ποιότητας.

Η αυθεντικότητα στη σχεδίαση σουβενίρ – Η σχέση με τον καταναλωτή

Οι άνθρωποι τείνουν να επιθυμούν σουβενίρ, τα οποία αντανakλούν χαρακτηριστικά του σημείου που επισκέπτονται, καθώς και αποτελούν μέρος της τοπικής τέχνης και χειροτεχνήματος (Wilkins, 2011). Παράλληλα ολοένα και περισσότερο αναζητούν προϊόντα μοναδικά, που διαφέρουν από την τυπική αισθητική της μαζικής παραγωγής. Ο καταναλωτής αποζητά την αυθεντικότητα και την αίσθηση της μοναδικότητας μέσα από την απόκτηση ενός ιδιαίτερου αντικειμένου. Η αναζήτηση της αυθεντικότητας προέρχεται από την αναζήτηση προϊόντων που προσδίδουν το στοιχείο της διάκρισης ή της διαφορετικότητας στη ζωή του

καταναλωτή (Littrell, Anderson & Brown, 1993). Έτσι από το εύρος των προϊόντων που αναγνωρίζονται ως πιθανά σουβενίρ, τα τοπικά προϊόντα με αυθεντικά στοιχεία τραβούν ιδιαίτερα το ενδιαφέρον των καταναλωτών. Ανάμεσα στην πληθώρα προϊόντων που προσφέρονται και στα διάφορα είδη σουβενίρ, φαίνεται πως η γνώση, ότι ένα προϊόν είναι αυθεντικό αποτελεί σημαντικό κίνητρο αγοράς προϊόντων που σχετίζονται με τον τουρισμό (Asplet & Cooper, 2000). Η σχέση ενός προϊόντος με την τοπική περιοχή και η αυθεντικότητα ανήκουν στα σημαντικά χαρακτηριστικά ενός προϊόντος (Goeldner, Ritchie & McIntosh, 2000). Καθώς η γνησιότητα είναι κάτι που δεν αντικαθίσταται, τα σουβενίρ που βασίζονται στην αυθεντική δεξιοτεχνία ενός τοπικού τεχνίτη έχουν σημαντική αξία (Goeldner, Ritchie & McIntosh, 2000). Είναι λοιπόν φανερό, ότι η αυθεντικότητα είναι σημαντικός παράγοντας στη λήψη απόφασης αγοράς προϊόντων σχετικών με τον τουρισμό, καθώς σύμφωνα με τους Love και Sheldon (1998) η αυθεντικότητα φαίνεται να είναι βασική για την ανάθεση νοήματος στο σουβενίρ.

Αυτή η επιθυμία για αυθεντικότητα του καταναλωτικού κοινού μπορεί να ικανοποιηθεί επιπλέον μέσα από μοναδικά προϊόντα (Asplet & Cooper, 2000). Εστιάζοντας στα μοναδικά στοιχεία των προϊόντων, οι πωλητές σουβενίρ μπορούν να επωφεληθούν αυξάνοντας τις πωλήσεις τους, διότι δημιουργούν μια βελτιωμένη εμπειρία αγορών στον τουρίστα (Swanson, 2004). Για την ικανοποίηση λοιπόν του κοινού, τα σουβενίρ που διατίθενται στο εμπόριο θα πρέπει να είναι χειροποίητα ή κατασκευασμένα στην περιοχή που πωλούνται (Goeldner, Ritchie & McIntosh, 2000). Για μεγαλύτερη απόδοση των τουριστικών επιχειρήσεων προτείνεται η έμφαση στη διάθεση προϊόντων, των οποίων χαρακτηριστικά είναι η ποιοτική εργασία στην κατασκευή, η κατασκευή από κάποιο γνωστό τεχνιτή της περιοχής ή σχέδια περιορισμένης παραγωγής (Swanson, 2004). Η υπογραφή του σχεδιαστή/κατασκευαστή/καλλιτέχνη αξίζει να έχει μια περίοπτη θέση στα προϊόντα που διατίθενται στο κατάστημα, ώστε να δίνεται η δυνατότητα στον τουρίστα να ενημερωθεί για το προϊόν που σκοπεύει να αγοράσει (Swanson, 2004). Η ευκαιρία για παρακολούθηση κατά τη διάρκεια της κατασκευής του σουβενίρ, ενισχύει επιπλέον την κατανόηση του καταναλωτή για το προϊόν και τη διαδικασία δημιουργίας του. Μια γενική οδηγία για τη διάθεση σουβενίρ στην αγορά από τους Goeldner, Ritchie & McIntosh (2000), είναι ότι αν κάτι ελκυστικό και χρήσιμο παράγεται τοπικά, τότε αυτό θα πρέπει να πωλείται σε καταστήματα που βρίσκονται σε καίριες θέσεις σχετικές με τον τουρισμό.

Καθώς τα σουβενίρ στη σύγχρονη αγορά αποτελούν στην πλειονότητα τους προϊόντα μαζικής παραγωγής, γίνεται εμφανής η ομοιογένεια στο σχεδιασμό και η έλλειψη χαρακτήρα. Το κενό της διαφοροποίησης που εντοπίζεται στην αγορά, μπορεί να καλυφθεί με την απόδοση του χαρακτηριστικού τοπικού στυλ, το οποίο έχει σχηματιστεί μέσα στο χρόνο από την τοπική ιστορία και κουλτούρα. Αυτό περιλαμβάνει τόσο την αισθητική προσέγγιση και τις τεχνικές κατασκευής, όσο και την ίδια τη λειτουργία του αντικειμένου. Γίνεται λοιπόν αισθητή η ανάγκη του καταναλωτή για αυθεντικά και μοναδικά προϊόντα, πράγμα το οποίο δίνει έναν επιπλέον λόγο στην εστίαση του σχεδιασμού σουβενίρ με αυθεντικό χαρακτήρα. Η τάση για αυθεντικότητα έναντι του βιομηχανοποιημένου προϊόντος, εντοπίζεται κατά ένα μέρος στο κομμάτι που αφορά την ποιότητα, τη μοναδικότητα και τα στοιχεία που ξεχωρίζουν από την απόλυτη ομοιογένεια που δίνει σαν αποτέλεσμα η αυτοματοποιημένη μαζική παραγωγή.

Τι είναι όμως αυθεντικό;

Η έννοια της αυθεντικότητας συνήθως εκφράζει την ποιότητα του αξιοθέατου, της εμπειρίας και των αντικειμένων σε σχέση με την παράδοση, τη γνησιότητα, τη μοναδικότητα και την τοπικότητα (Dumbrowská & Fialová, 2020). Η ερμηνεία της αυθεντικότητας εξαρτάται από τις προσωπικές αντιλήψεις του ανθρώπου (Paraskevaidis & Andriotis, 2015). Αυτό που θεωρείται αυθεντική εμπειρία ή περιβάλλον, και έτσι αυθεντικό κομμάτι ή

αντιπροσωπευτικό στοιχείο μιας άλλης κουλτούρας, καθορίζεται από τις προσωπικές προκαταλήψεις του τουρίστα (Lasusa, 2007). Διακρίνονται δύο μορφές αυθεντικότητας, η προφανής (conspicuous) και η ιδιοσυγκρασιακή (idiosyncratic) (Love & Sheldon, 1998). Η προφανής αυθεντικότητα εντοπίζεται όταν η σημασία που αποδίδει κανείς στο σουβενίρ, μπορεί να παρατηρηθεί από τον εξωτερικό παρατηρητή και αναδύεται από εξωτερικές πηγές, όπως είναι ο κατασκευαστής του αντικειμένου ή η ίδια η εμφάνιση του αντικειμένου και τα φυσικά χαρακτηριστικά του. Η ιδιοσυγκρασιακή αυθεντικότητα σχετίζεται με στοιχεία που δεν είναι απτά και δεν είναι φανερά στον εξωτερικό παρατηρητή, καθώς περιέχουν ιδιωτικά και συμβολικά νοήματα για τον κάτοχο του σουβενίρ. Σε αυτήν την περίπτωση η σημασία που αποδίδεται στο σουβενίρ, προκύπτει από διαπροσωπικές σχέσεις, αντιλήψεις, συναισθήματα, σκέψεις και αναμνήσεις που συνδέουν τον κάτοχο με το ίδιο το αντικείμενο. Οι πεπειραμένοι τουρίστες συνήθως αποζητούν την ιδιοσυγκρασιακή αυθεντικότητα, ενώ οι λιγότερο έμπειροι αξιολογούν το αυθεντικό μέσα από την προφανή του μορφή (Love & Sheldon, 1998).

Ως αυθεντικό, πέρα από το πρωτότυπο (original) αντικείμενο, μπορεί να αξιολογηθεί και το σύγχρονο αντικείμενο που φέρει κάποια «αυθεντικά» χαρακτηριστικά, μέσα από τα υλικά, τις τεχνικές ή τις παραδοσιακές φόρμες που χρησιμοποιούνται στο σχεδιασμό του (Cave & Buda, 2013). Αυθεντικά προϊόντα θεωρούνται συχνά, αυτά τα οποία δεν προέρχονται από καθαρά μαζική παραγωγή και η αισθητική τους ξεφεύγει από την ομοιογένεια που μπορεί να έχουν τα κοινά σουβενίρ που παράγονται σε μεγάλους αριθμούς και χωρίς ιδιαίτερη έμφαση στην ποιότητα. Στο να θεωρηθεί ένα σουβενίρ αυθεντικό, συμβάλει η γνώση ότι είναι χειροποίητος τοπικής κατασκευής (Asplet & Cooper, 2000). Παρ' όλα αυτά τα σουβενίρ, είτε ως μπανάλ προϊόντα μαζικής παραγωγής, είτε ως μοναδικά τεχνουργήματα, αξιολογούνται σύμφωνα με τις ανάγκες που ικανοποιούν συνειδητά ή ασυνειδητά (Paraskevaïdis & Andriotis, 2015). Η έννοια της αυθεντικότητας δημιουργείται με βάση τις προσωπικές προτιμήσεις όσο και τις γενικές ιδιότητες που αποδίδονται σε ένα προϊόν.

Μέσα από αυτή την ερμηνεία της έννοιας της αυθεντικότητας, προκύπτει μια σχεδιαστική ελευθερία, προσανατολισμένη σε μια glocal λογική. Η έννοια του glocal συνδυάζει τοπικά χαρακτηριστικά και ταυτότητα μιας τοποθεσίας με τις παγκόσμιες καταναλωτικές απαιτήσεις (Cave & Buda, 2013). Με άλλα λόγια τα παγκόσμια φαινόμενα αντανakλώνται και μετατρέπονται με βάση τα τοπικά πολιτιστικά πλαίσια (glocalisation) (Cave, Baum & Jolliffe, 2013). Έτσι αποκτά επιπλέον νόημα η εστίαση σε σχεδιασμό σουβενίρ-χειροτεχνήματος, ο οποίος δίνει την αίσθηση του χειροποίητου και του περιορισμένου σε προσφορά (limited), με παραδοσιακά χαρακτηριστικά.

Πως μεταφράζεται το αυθεντικό μέσα από τη σχεδίαση; Τι είναι χειροτέχνημα;

Η αυθεντικότητα μπορεί να αποδοθεί κατά τη σχεδίαση, μέσα από αναφορές σε παραδοσιακές τεχνικές, την αισθητική της τοπικής τέχνης -σύγχρονης ή ιστορικής-, από την εντύπωση ενός αντικειμένου ότι είναι παλιό ή ανήκει στο παρελθόν και μέσα από την αίσθηση του χειροποίητου στην κατασκευή του. Σουβενίρ που μοιάζουν χειροποίητα, αλλά στην πραγματικότητα δεν είναι και είναι επεξεργασμένα ώστε να φαίνονται παλιά, μπορούν να λειτουργήσουν στην αγορά ικανοποιώντας την αναζήτηση συσχέτισης του παραδοσιακού χειροτεχνήματος με την αυθεντικότητα (Kaya & Yağiz, 2015). Η αποτύπωση όλων ή κάποιων στοιχείων από αυτά σε ένα αντικείμενο, του δίνουν τη δυνατότητα να κατηγοριοποιηθεί στην ομάδα του χειροτεχνήματος.

Σε αντίθεση με το έργο τέχνης, που πρωταρχικό στόχο έχει την έκφραση, το χειροτέχνημα συνδυάζει την αισθητική με τη λειτουργικότητα. Τα χειροτεχνήματα που έχουν φτιαχτεί από ανθρώπους του τόπου έχουν αξία η οποία συνδέεται τόσο με τη λειτουργικότητα του

αντικείμενου, όσο και με την ιδιαιτερότητα που τους δίνεται μέσα από την οπτική του κατασκευαστή και τη δική του κουλτούρα. Το σύγχρονο χειροτέχνημα σε σχέση με το παραδοσιακό χειροτέχνημα διαφοροποιούνται μέσα από τις αναφορές τους ή μη στο παρελθόν. Το παραδοσιακό χειροτέχνημα βρίσκει έμπνευση και αξιοποιεί τεχνικές, οπτικά στοιχεία, νοήματα και ιδέες από το παρελθόν, σε αντίθεση με το σύγχρονο χειροτέχνημα που συνήθως δεν σχετίζεται με στοιχεία του παρελθόντος (Metcalf, 1993). Οι παραδοσιακές χειροτεχνίες μπορούν να ανασχηματιστούν και αναπροσαρμοστούν, ώστε να είναι σχετικές με τις κοινωνικές συνθήκες του σήμερα. Μέσω του δημιουργικού σχεδιασμού η μετατροπή παραδοσιακών και πολιτισμικών χαρακτηριστικών μπορεί να μεταμορφώσει το παλιό ή ξεπερασμένο σε κάτι που ανταποκρίνεται στη σύγχρονη μόδα (Hsu, Chang & Lin, 2013). Επιτυγχάνεται ουσιαστικά η επικαιροποίηση τους με αποτέλεσμα να αφορούν τον καταναλωτή του σήμερα.

Το χειροτέχνημα (Handicraft) ορίζεται ως το αντικείμενο ή προϊόν που είναι ελκυστικό και παράγεται μέσω δεξιοτήτων που είναι χειροκίνητες, με ή χωρίς μηχανικές, ηλεκτρικές ή άλλες διεργασίες. Ελκυστικό μπορεί να θεωρηθεί λόγω των καλλιτεχνικών, αισθητικών, δημιουργικών, εθνικών χαρακτηριστικών του ή λόγω των πολιτιστικών, θρησκευτικών ή κοινωνικών συμβόλων ή πρακτικών που εκπροσωπεί. Μπορεί να είναι είτε σύγχρονο είτε παραδοσιακό. Αυτά τα αντικείμενα ή προϊόντα ενδέχεται να έχουν ή όχι λειτουργική χρησιμότητα και μπορούν να χρησιμοποιηθούν ως διακοσμητικά είδη ή δώρο (Export Promotion Council for Handicrafts, 2021).

Σε μια ελαφρώς διαφορετική προσέγγιση το χειροτέχνημα διαφέρει από την χειροποίητη τέχνη ως προς το ότι είναι ένα αντικείμενο με κάποια χρηστική αξία. Είναι δηλαδή, ένα πρακτικό καθημερινό αντικείμενο, το οποίο απαιτεί χειροτεχνία/δεξιότητες και κατασκευάζεται με χειροποίητες τεχνικές αλλά μπορεί όμως να παραχθεί σε ικανή ποσότητα σε σύντομο χρονικό διάστημα. Χαρακτηριστικό του παραδοσιακού χειροτεχνήματος είναι το χειροποίητο στοιχείο. Επομένως σε μια σχεδιαστική προσέγγιση ενός σύγχρονου χειροτεχνήματος με πολιτισμικά στοιχεία ενός τόπου, αναμένεται η ανάδειξη του χειροποίητου χαρακτήρα, έστω τμηματικά ή σαν αισθητική εντύπωση.

Για τις ανάγκες της εργασίας το προϊόν, το οποίο έχει σχεδιαστικές αναφορές στην παράδοση και την αισθητική ενός τόπου και περιλαμβάνει στη διαδικασία κατασκευής του και χειροτεχνία, ονομάζεται χειροτέχνημα.

Ένα επιτυχημένο σουβενίρ που θα αφορά τον καταναλωτή, μπορεί να είναι ένα χειροτέχνημα, με αυθεντικό και μοναδικό χαρακτήρα που έχει τοπικές αισθητικές αναφορές. Ο δανεισμός στοιχείων από αυθεντικές (original) πηγές, είτε είναι χειροποίητα αντικείμενα, υφάσματα, καθημερινά αντικείμενα ή γλυπτά, επηρεάζει την αποδοχή του σουβενίρ από τον καταναλωτή (Kaya & Yağiz, 2015). Για το σχεδιασμό και την κατασκευή του χρησιμοποιούνται εκλεπτυσμένες τεχνικές και επιλεγμένα υλικά, με σκοπό ένα ποιοτικό αποτέλεσμα που ξεχωρίζει από τα συνηθισμένα και αποπνέει μοναδικότητα.

Τεχνικές δανεισμού [τεχνική, αισθητική, σχέδιο] που συμβάλλουν στη μεταφορά της αυθεντικότητας (Kaya & Yağiz, 2015):

(1) επεξεργασία επιφάνειας και συμπύκνωση χαρακτηριστικών του στοιχείου αναφοράς σε γραφιστικά στοιχεία (2) κατακερματισμός, απομόνωση και αλλαγή μεγέθους αυθεντικών μοτίβων ή γραφιστικών στοιχείων, (3) είδωλα και αντίγραφα, (4) εφαρμογή πατίνας για την αναπαραγωγή της επίδρασης του χρόνου, και (5) επανερμηνεία αρχικών (original) λειτουργιών και επανασχεδιασμός αυθεντικού (original) περιεχομένου σε σύγχρονη μορφή.

Αυτές οι τεχνικές μπορούν να βελτιώσουν τα σουβενίρ με τέτοιο τρόπο, ώστε η αρμονία της ουσίας να διατηρήσει, να μεταμορφώσει και να αναπαράγει πολιτιστικές εμπειρίες ακόμα και μετά το τέλος της τουριστικής εμπειρίας (Kaya & Yağiz, 2015).

Προδιαγραφές σουβενίρ

Για να λειτουργήσει ένα αντικείμενο ως σουβενίρ, θα πρέπει να ικανοποιεί κάποια πρακτικά κριτήρια. Οι λειτουργικές ιδιότητες του αντικειμένου και η περιποίηση και καθαρισμός του (Littrell et al., 1994) είναι κάποια από αυτά. Το μέγεθός του θα πρέπει να είναι βολικό για την μεταφορά κατά το ταξίδι, το κόστος του να είναι λογικό, να μπορεί να χρησιμοποιηθεί μετά το τέλος του ταξιδιού και να είναι κατανοητό ως αντικείμενο (Swanson, 2004). Ιδιαίτερα για τους καταναλωτές που ταξιδεύουν αεροπορικώς, το μικρό μέγεθος, το να μην είναι εύθραυστο και να μπορεί κανείς εύκολα να το διαχειριστεί, είναι σημαντικές ιδιότητες του σουβενίρ (Swanson, 2004). Τα στοιχεία που πλαισιώνουν το σουβενίρ ως αντικείμενο, δηλαδή η τοποθεσία που αυτό πωλείται, η διάθεση και η σκοπιά του καταναλωτή και η παραγωγή πρέπει να συνυπολογίζονται στο σχεδιασμό του (Nyffenegger & Steffen, 2010).

Όσον αφορά στα κριτήρια για την επιλογή του σουβενίρ πέρα από τα ζητήματα πρακτικότητας, σημαντικά θεωρούνται το σχέδιο, η ποιοτική κατασκευή και τα ελκυστικά χρώματα. Δημοφιλή είναι τα σουβενίρ που έχουν θεματολογία βασισμένη στη φύση, την ύπαιθρο και την παράδοση (Littrell et al., 1994). Τα χαρακτηριστικά που ξεχωρίζουν στην επιλογή του σουβενίρ σύμφωνα με τον Olalere (2017, 2020) είναι η πρόκληση της ανάμνησης της ταξιδιωτικής εμπειρίας, η χρησιμότητα του αντικειμένου (λειτουργικό, χρησιμοποιήσιμο) και η τοπική ταυτότητα του σημείου (χαρακτηριστικά τοπικά στοιχεία).

Για την επιλογή σουβενίρ υπολογίζονται λοιπόν κριτήρια σύμφωνα με το συμβολισμό του μέρους, αισθητικές και λειτουργικές ιδιότητες και την εμπλοκή τοπικού τεχνίτη ή παραδοσιακής τεχνικής. Τα βασικά χαρακτηριστικά των σουβενίρ αποτελούν η αξία (εύρος, ποιότητα, τιμή), τα οπτικά χαρακτηριστικά (χρώμα, παρουσίαση, συσκευασία, μέγεθος) και η μοναδικότητα (ανάμνηση του ταξιδιού, μοναδικό προϊόν) (Turner & Reisinger, 2001).

Το διαδραστικό σουβενίρ έχει την ικανότητα να προκαλέσει, μέσα από την εμπλοκή του χρήστη, την αναβίωση της ταξιδιωτικής εμπειρίας (Olalere, 2017).

Σε ένα γενικό συμπέρασμα η πρωτοτυπία, η διαφορετικότητα και η τοπική ιδιαιτερότητα ενός σουβενίρ είναι σημαντικά χαρακτηριστικά για τη θετική αξιολόγησή του από τους τουρίστες (Dumbrowská & Fialová, 2020).

Το φάσμα των αντικειμένων που μπορούν τελικά να αποτελέσουν σουβενίρ, περιλαμβάνει τουριστικά αντικείμενα και αναμνηστικά που δεν έχουν αποκτηθεί για να υπενθυμίσουν ένα ταξίδι αλλά αρχίζουν να εκπληρώνουν αυτή τη λειτουργία αργότερα, και αντικείμενα που δεν είναι τουριστικής φύσης και που αποκτώνται πριν, κατά τη διάρκεια ή μετά από ένα ταξίδι (Collins-Kreiner & Zins, 2011). Από εκεί εγείρεται η ανάγκη για σχεδιασμό χρηστικών αντικειμένων που θα μπορεί ο καταναλωτής να χρησιμοποιήσει κατά τη διάρκεια του ταξιδιού του και στη συνέχεια, αυτά να λειτουργήσουν ως σουβενίρ, εμπεριέχοντας την ουσιαστική εμπειρία του ταξιδιού.

Συμπεράσματα

Στην παραπάνω ενότητα μελετάται το σουβενίρ σε θεωρητικό επίπεδο για να αποκτηθεί συγκροτημένη κατανόηση της δυναμικής του ως αντικείμενο, των απαιτήσεων, των ευκαιριών και προκλήσεων που περιέχει ο σχεδιασμός του, ώστε να γίνει δομημένη και καινοτόμα σχεδιαστική προσέγγιση. Είναι φανερό ότι το σουβενίρ είναι η τομή μιας προσωπικής ανάμνησης, του, product design και του destination marketing και μπορεί να

αποτελέσει ένα δίαυλο μάρκετινγκ της τοποθεσίας (destination marketing) για την οποία σχεδιάστηκε (Nyffenegger & Steffen, 2010). Επιπρόσθετα το σουβενίρ μπορεί να αποτελέσει μέρος του πολιτιστικού κεφαλαίου μιας τοποθεσίας.

Στην ελληνική πραγματικότητα, το σουβενίρ σαν προϊόν έχει σημαντικό ρόλο στην αγορά, αφού η Ελλάδα αποτελεί μια χώρα που υποστηρίζει μεγάλη τουριστική δραστηριότητα. Η προσφορά των σουβενίρ περιέχει κατά μεγάλο ποσοστό βιομηχανοποιημένα αντικείμενα, χωρίς πραγματικό πολιτιστικό χαρακτήρα και σε μικρότερο ποσοστό αντικείμενα, τα οποία φέρουν πολιτιστικά στοιχεία και ιδιαίτερα χαρακτηριστικά του σημείου που αποτελούν αναμνηστικό του. Τοποθετώντας τον προβληματισμό σχεδίασης στην ελληνική αγορά λοιπόν, το κοινό που αναζητά το ιδιαίτερο, ποιοτικό σουβενίρ που θα του δώσει την ευκαιρία να πάρει μαζί στο σπίτι του ένα κομμάτι της Ελλάδας και του σημείου που επισκέφθηκε, σίγουρα θα αναγκαστεί να το κοπιάσει περισσότερο για να το βρει. Έτσι λοιπόν η στροφή των σχεδιαστών προς αυτήν την κατεύθυνση, θα προσφέρει μια ανανέωση στη συγκεκριμένη αγορά, ικανοποιώντας τις προσδοκίες μεγαλύτερου μέρους του κοινού. Ένα καλοσχεδιασμένο σουβενίρ άλλωστε, μπορεί ακόμα και να αποτελέσει μια εν δυνάμει διαφήμιση του τόπου για αυτούς που θα το παρατηρήσουν σε κάποιο άλλο σημείο του κόσμου. Άλλωστε η μέθοδος διαφήμισης «word-of-mouth» παραμένει στις πιο αποτελεσματικές, με το σουβενίρ στην περίπτωση αυτή, να αποτελεί σημαντικό και πολύτιμο στοιχείο του brand (Nyffenegger & Steffen, 2010). Αποτελεί μέρος της υλοποίησης της μάρκας ενός προορισμού και μεταφέρει ένα από μήνυμα της τοποθεσίας (Nyffenegger et.al, 2010).

Πολύ μεγάλο μέρος του πολιτιστικού, αλλά και τουριστικού ενδιαφέροντος που παρουσιάζει η Ελλάδα, αποτελεί η ελληνική αρχαιότητα. Για το λόγο αυτό ο σχεδιασμός ενός σουβενίρ που έχει σαφείς αναφορές στην αρχαία ελληνική τέχνη θεωρείται κατάλληλη επιλογή.

β. Αρχαιοελληνική τέχνη

β.1 Ιστορική αναδρομή – Αρχαιοελληνική τέχνη

Η ιστορία της ελληνικής τέχνης ξεκινά με την **πρώιμη ελληνική τέχνη** της Νεολιθικής Εποχής και συνεχίζει με την **Τέχνη του Αιγαίου** της Εποχής του Χαλκού. Η τελευταία αρχίζει με την **Κυκλαδική Τέχνη** (3300-1100 π.Χ.), συνεχίζει με την **Μινωική Τέχνη** (2000-1500 π.Χ.) και ολοκληρώνεται με την **Μυκηναϊκή Τέχνη** (1500-1300 π.Χ.).

Ακολουθεί η **Πρωτογεωμετρική εποχή** (1050-900 π.Χ.), κατά την οποία τα κεραμικά, τα οποία είναι και η βασική πηγή πληροφόρησης για την τέχνη της εποχής, διακοσμούνται με γραμμικά σχέδια (Visual Arts Encyclopedia, 2012), την οποία διαδέχεται η **Γεωμετρική εποχή** (900-700 π.Χ.) που χωρίζεται στις φάσεις της πρώιμης, μέσης, ώριμης και όψιμης. Στην πρώιμη φάση καλύπτεται με μαύρο το μεγαλύτερο μέρος του αγγείου και μένουν στο χρώμα του πηλού τα γεωμετρικά διακοσμητικά στοιχεία χωρισμένα σε ζώνες. Στη μέση φάση καταλαμβάνουν μεγαλύτερο μέρος της επιφάνειας, οι πιο πολύπλοκες πια, γεωμετρικές διακοσμήσεις και εισάγονται οι ανθρώπινες και ζωικές φιγούρες. Στην ώριμη φάση στα αγγεία αποκτούν μεγαλύτερη σημασία οι ανθρώπινες μορφές και τα αγγεία γίνονται μεγαλύτερα. Στην όψιμη φάση οι ανθρώπινες μορφές σε σκηνές καθημερινότητας ή τελετών αποκτούν πρωταγωνιστικό ρόλο και η διάταξη της διακόσμησης γίνεται με μεγαλύτερη ελευθερία (Βουτυράς & Γουλιάκη-Βουτυρά, 2012). Γενικά το στυλ της Γεωμετρικής περιόδου χαρακτηρίζεται από λεπτομερή μοτίβα με τρίγωνα, ζιγκ-ζαγκ και αυστηρό σύστημα αναλογιών (Visual Arts Encyclopedia, 2012). Η αισθητική επιτάσσει συνέπεια, ακρίβεια και αυστηρότητα στην εφαρμογή της διακόσμησης. Τα δομικά στοιχεία των γεωμετρικών αγγείων, τα οποία έχουν έντονη οργανική μορφή, αναδεικνύονται και το σχήμα τους

τονίζεται από το ζωγραφιστό διάκοσμο που αναπτύσσεται σε ζώνες (Βουτυράς & Γουλάκη-Βουτυρά, 2012). Οι διακοσμήσεις της Γεωμετρικής περιόδου, συχνά αλλά εσφαλμένα θεωρούνται αφηρημένες, ενώ στην πραγματικότητα αποτελούν την παραστατική με χρήση γραμμικών στοιχείων σχηματοποίηση και παραλλαγή φυτικών μοτίβων που συνδέονται με τα προγενέστερα φυτικά μοτίβα της Μυκηναϊκής περιόδου (Βουτυράς & Γουλάκη-Βουτυρά, 2012). Ανθρώπινες μορφές βρίσκονται σε αφηγηματικές παραστάσεις, σε κεντρική θέση των αγγείων, οι οποίες απεικονίζονται σε γεωμετρική μορφή με το κεφάλι και τα άκρα σε κατατομή, ενώ το σώμα κατενώπιον (Βουτυράς & Γουλάκη-Βουτυρά, 2012).

Με την ανάπτυξη των εμπορικών συναλλαγών με την Ανατολή, ήρθε και η πολιτιστική επίδραση αυτής στην πορεία την ελληνικής τέχνης, φέρνοντας την **Ανατολίζουσα περίοδο**. Αυτή εξελίσσεται υιοθετώντας και προσαρμόζοντας στις αντιλήψεις και τις αισθητικές αρχές της Ελλάδας ένα ευρύτερο ρεπερτόριο μοτίβων, με την χρήση πιο ελεύθερων γραμμών, με πιο ξεκάθαρη αναφορά σε φυτικά στοιχεία, συχνότερη χρήση ανθρώπινων και ζωικών μορφών, καθώς και την εισαγωγή εξωτικών ζώων και πλασμάτων όπως οι σφίγγες, οι γρύπες και οι χίμαιρες (Βουτυράς & Γουλάκη-Βουτυρά, 2012, Visual Arts Encyclopedia, 2012). Χρησιμοποιείται το περίγραμμα για την απόδοση περισσότερων λεπτομερειών και σταδιακά προκύπτουν τα μελανόμορφα αγγεία. Η μνημειακή αρχιτεκτονική βρίσκει την αφετηρία της σε αυτήν την περίοδο και με αυτόν τον τρόπο ξεκινά η ανάπτυξη των αρχιτεκτονικών ρυθμών (Δωρικός, Ιωνικός) (Βουτυράς & Γουλάκη-Βουτυρά, 2012).

Ακολουθεί η **Αρχαϊκή εποχή** (650-480 π.Χ.) κατά την οποία η διακόσμηση των αγγείων περιέχει περισσότερες μορφές και είναι πιο παραστατική, δίνοντας και την πρώτη ένδειξη για τη διαρκή ενασχόληση και ενδιαφέρον των Ελλήνων με το ανθρώπινο σώμα (Visual Arts Encyclopedia, 2012). Ο μελανόμορφος ρυθμός βρίσκεται σε πλήρη εξέλιξη και εμπλουτίζεται με λεπτομέρειες που δηλώνονται με χάραξη, ενώ με την πάροδο του χρόνου τα διακοσμητικά στοιχεία οργανώνονται σε ζώνες (Βουτυράς & Γουλάκη-Βουτυρά, 2012). Συνέπεια της προσπάθειας για βελτίωση των μελανόμορφων αγγείων είναι μια νέα τεχνική, ο ερυθρόμορφος ρυθμός. Σε μαύρη επιφάνεια πια, οι φιγούρες αποδίδονται στο χρώμα του πηλού, με λεπτές γραμμές επίπεδες ή ανάγλυφες, χωρίς χάραξη, δίνοντας την ευκαιρία για περισσότερες σχεδιαστικές δυνατότητες, μέσα από την απόδοση κύρτωσης επιφανειών και φωτοσκίασης, ώστε η αγγειογραφία να πλησιάζει τη ζωγραφική (Βουτυράς & Γουλάκη-Βουτυρά, 2012). Φυσικά βρίσκονται αγγεία τα οποία συνδυάζουν και τις δύο αυτές τεχνικές. Στον τομέα της αρχιτεκτονικής με την χρήση πλέον λίθινων δομικών υλικών, αναπτύσσεται ο Δωρικός ρυθμός και στην περιοχή του Αιγαίου και της Μ. Ασίας ο Ιωνικός ρυθμός με τη χαρακτηριστική έλικα (Βουτυράς & Γουλάκη-Βουτυρά, 2012). Ακολουθούνται αυστηροί κανόνες που βασίζονται στις αναλογίες μεταξύ των επιμέρους στοιχείων των κτισμάτων. Στη γλυπτική είναι εμφανής η αιγυπτιακή επιρροή στους κούρους και τις κόρες, με τη διαφορά όμως ότι εισάγεται μια ανεπαίσθητη κίνηση και οι μορφές γίνονται ολοένα και πιο ρεαλιστικές.

Το χρονικό της αρχαιοελληνικής τέχνης συνεχίζεται με την **Κλασική περίοδο** (480-323 π.Χ.) η οποία και αποτέλεσε σημείο αναφοράς της τέχνης για τους επόμενους αιώνες. Στην αγγειογραφία κυριαρχεί πια ο ερυθρόμορφος ρυθμός και οι μορφές απεικονίζονται σε ποικίλες στάσεις, διαφορετικές οπτικές γωνίες και γίνεται χρήση της προοπτικής και φωτοσκιάσεων (Βουτυράς & Γουλάκη-Βουτυρά, 2012). Αρχικά διακρίνεται ο «ωραίος ρυθμός», ο οποίος είναι λιτός, με καθαρές γραμμές, έπεται ο «πλούσιος ρυθμός» που χαρακτηρίζεται ως περίτεχνος, πληθωρικός, με λεπτά περιγράμματα, καλλιγραφικές λεπτομέρειες, πτυχώσεις, χρώματα και ανάγλυφες λεπτομέρειες. Ο «πλούσιος ρυθμός» εξελίσσεται στον «διακοσμητικό ρυθμό», ο οποίος ξεχωρίζει από την περίτεχνη διακόσμηση στοιχείων της σύνθεσης, τα χρώματα και τα ανάγλυφα με πηλό. Τέλος, εμφανίζεται η ερυθρόμορφη κεραμική του «ρυθμού Κερτς» με μορφές που αναπτύσσονται στο χώρο με κίνηση, φωτοσκίαση για βάθος, λεπτομέρειες και χρώματα, καθώς και πτυχές που

αποδίδονται με κοντές λεπτές γραμμές (Βουτυράς & Γουλάκη-Βουτυρά, 2012). Η αρχιτεκτονική αποκτά έντονα διακοσμητικό ρόλο (Βουτυράς & Γουλάκη-Βουτυρά, 2012), ενώ οι δύο βασικοί ρυθμοί θέτουν το σημείο αναφοράς της διαχρονικής αρχιτεκτονικής ομορφιάς. Ο Δωρικός, που αποπνέει αυστηρότητα και εστιάζει στην ουσία και ο Ιωνικός, που είναι λιγότερο αυστηρός και ελαφρώς διακοσμητικός. Στη γλυπτική η αναπαράσταση του ανθρώπινου σώματος είναι βελτιωμένη στην ανατομία και είναι νατουραλιστική (Visual Arts Encyclopedia, 2012). Προσδίδεται ένταση και σοβαρή έκφραση σε πρόσωπο και σώμα, μέσα από κίνηση, μεγάλο διασκελισμό και λυγισμένα σκέλη, σε αυστηρή ισορροπία στη δομή των μορφών και ρεαλισμό στη λεπτομέρεια (Βουτυράς & Γουλάκη-Βουτυρά, 2012).

Η περίοδος που διαδέχεται την Κλασική είναι η **Ελληνιστική περίοδος** (323-27 π.Χ.) κατά την οποία η τέχνη δέχεται επιρροές από τους κατακτημένους τόπους, με κυρίαρχο όμως το ελληνικό στοιχείο. Η προσπάθεια για θεατρικότητα και η πλούσια διακόσμηση είναι εμφανείς (Βουτυράς & Γουλάκη-Βουτυρά, 2012). Στη γλυπτική υπάρχει συναισθηματισμός, έντονος ρεαλισμός σε εκφράσεις και κινήσεις, μορφές πληθωρικές και συνθέσεις που κινούνται ελεύθερα στο χώρο (Visual Arts Encyclopedia, 2012, Βουτυράς & Γουλάκη-Βουτυρά, 2012). Το στυλ αυτό θυμίζει πολύ το ευρωπαϊκό μπαρόκ του 17^{ου} και 18^{ου} αι. Προς το τέλος της περιόδου αυτής, τα στάνταρ επανέρχονται και πάλι πιο κοντά σε αυτά της κλασικής περιόδου, με πιο ήρεμα και στατικά αγάλματα, με χαρακτηριστικό παράδειγμα την Αφροδίτη της Μήλου (Βουτυράς & Γουλάκη-Βουτυρά, 2012). Στην αρχιτεκτονική δεσπόζουν οι δυο πιο διακοσμητικοί ρυθμοί, Ιωνικός και Κορινθιακός, ως πιο φανταχτεροί σε σχέση με τον Δωρικό (Visual Arts Encyclopedia, 2012).

β.2 Διακοσμητική τέχνη (Ornamental art)

Διακόσμηση είναι ένα στοιχείο που στολίζει ένα κτήριο ή αντικείμενο ή μέρη του. Χρησιμοποιείται ως στοιχείο για να ομορφύνει ένα αντικείμενο και να δώσει έμφαση σε αυτό, δίνοντάς του την ολοκληρωμένη του μορφή (Meyer, 1892). Διακόσμηση είναι ένα στοιχείο που προστίθεται σε ένα έργο τέχνης για να ενισχύσει τις αισθητικές του ιδιότητες και το συμβολισμό του (Mitrache, 2012). Δεν αποτελεί απαραίτητα δομικό στοιχείο του και ο σκοπός του είναι κατά βάση διακοσμητικός. Ο σκοπός όμως της διακόσμησης δεν είναι η αναπαράσταση κάποιας φυσικής εικόνας, αλλά η αρμονική συνοδεία ενός αντικειμένου, στολίζοντας το, μη έχοντας από μόνη της ανεξάρτητη λειτουργία (Wornum, 1882). Η διακόσμηση είναι λοιπόν καθαρά ένα αξεσουάρ (Wornum, 1882). Αποτελεί ανάγκη του νου που ικανοποιείται μέσα από την ευχαρίστηση που προσφέρει η παρατήρηση της (Wornum, 1882). Πέρα από τη λειτουργικότητα του αντικειμένου, η διακόσμηση του δίνει αξία ικανοποιώντας σώμα και μυαλό μέσω αντικειμένων με καλλιεργημένο γούστο (Wornum, 1882). Συναντάται σε όλους σχεδόν τους πολιτισμούς ως εγγενές μέρος των καλλιτεχνικών έργων (Mitrache, 2012). Η διακοσμητική τέχνη κατατάσσεται στη σύγχρονη εποχή στις εφαρμοσμένες τέχνες.

Κατηγοριοποίηση διακοσμητικών με βάση το στυλ και άλλα χαρακτηριστικά

Τα **στυλ** της διακόσμησης είναι ποικίλα και μπορούν να αποτελούνται από μοτίβα, γεωμετρίες, φυτικά σχέδια και φιγούρες, οι οποίες όμως θα είναι σε σημαντικά μικρή κλίμακα σε σχέση με το συνολικό έργο. Κάθε εποχή και γεωγραφική θέση έχει τη δική της χαρακτηριστική διακοσμητική έκφραση από την οποία προκύπτουν τα διαφορετικά αυτά στυλ (Wornum, 1882). Στην Ευρώπη διακρίνονται τα εξής εννέα διαφορετικά στυλ: Αιγυπτιακό, Ελληνικό, Ρωμαϊκό (αρχαία) - Βυζαντινό, Σαρακινό, Γοτθικό (μεσαιωνικά) - Αναγεννησιακό, Cinquecento, Louis Quatorze (μοντέρνα).

Τα διακοσμητικά μπορούν πέρα από το στυλ κάθε εποχής, να χωριστούν σε κατηγορίες με βάση τον τρόπο σύνθεσης ή τη χρήση τους. Έτσι διακρίνονται τρεις διαφορετικές

προσεγγίσεις διάκρισης, καθεμία με διαφορετικό κριτήριο σύμφωνα με τον Meyer (1892). Η πρώτη κατηγοριοποίηση γίνεται **με βάση τα επιμέρους στοιχεία** που αποτελούν το διακοσμητικό. Έτσι βρίσκουμε τα γεωμετρικά μοτίβα που σχηματίζονται από ακολουθίες γραμμών και σημείων, τομές γωνιών και σχήματα που τέμνονται ή ενώνονται. Επίσης συναντάμε τις διακοσμήσεις που δημιουργούνται από τη μίμηση ή έμπνευση από στοιχεία της φύσης (φυτά και οργανισμοί) και τέλος τα διακοσμητικά που προκύπτουν από τη μελέτη επιστημών και τεχνολογίας. Η δεύτερη κατηγοριοποίηση γίνεται **σε σχέση με την εφαρμογή, την τοποθέτηση και κατασκευή** του αντικειμένου το οποίο στολίζει το διακοσμητικό **και τη λειτουργία/ρόλο** του σε αυτό. Διακρίνονται τα bands (μπορντούρες, περιγράμματα και συνδέσεις), τα ελεύθερα διακοσμητικά, που δηλώνουν μια διακοπή/παύση ή το τέλος, τα υποστηρικτικά διακοσμητικά, τα οποία υποστηρίζουν βάρος, έστω και οπτικά, τα οριοθετημένα διακοσμητικά, τα οποία στολίζουν μια ορισμένη περιοχή (panels) και τα επαναλαμβανόμενα διακοσμητικά, τα οποία διακοσμούν επιφάνειες με ατέρμονα γεωμετρικά ή οργανικά patterns. Η τρίτη και τελευταία κατηγοριοποίηση των διακοσμητικών μπορεί γίνεται **με βάση το είδος των αντικειμένων στα οποία εφαρμόζονται**. Τέτοια μπορεί να είναι μεταξύ άλλων τα αγγεία, τα έπιπλα, το κόσμημα, τα οικόσημα και η τυπογραφία.

Τα διακοσμητικά μπορούν να δημιουργηθούν μέσα από τη ζωγραφική ή την δημιουργία ανάγλυφου. Έτσι προκύπτουν και οι δύο κατηγορίες διακοσμητικών που αναφέρει ο Wornum (1882) ανάλογα με τη μέθοδο που δημιουργούνται, τα **επίπεδα** και τα **ανάγλυφα**. Τα πρώτα βασίζονται στις αντιθέσεις του φωτεινού και σκοτεινού, που επιτυγχάνεται μέσα από τις διαφορετικές γραμμές και χρώματα. Τα ανάγλυφα διακοσμητικά δημιουργούν την οπτική εντύπωση με τις εναλλαγές φωτός και σκιάς, που δημιουργούνται από τους διαφορετικούς όγκους. Μια διαφορετική κατηγοριοποίηση από τον Meyer (1892) με βάση την αισθητική των διακοσμητικών, είναι αυτή σε **οργανικά** και **μη οργανικά (γεωμετρικά)**. Ένας ακόμα διαχωρισμός σε κατηγορίες γίνεται με βάση την εφαρμογή τους σε **εξαρτώμενα διακοσμητικά** (dependent/applied), τα οποία έχουν σχεδιαστεί για να εφαρμοστούν σε μια συγκεκριμένη θέση και **ανεξάρτητα** διακοσμητικά τα οποία μπορούν να σταθούν μόνα ή σε συνδυασμό με κάποιο εξαρτώμενο διακοσμητικό (πχ. έμβλημα) (Ward, 1890). Τα διακοσμητικά μπορούν να υπάγονται σε δύο ακόμα κατηγορίες, την **συμβολική** και την **αισθητική**. Τα συμβολικά διακοσμητικά έχουν εννοιολογική σημασία και δεν επιλέγονται για την εμφάνισή τους, ενώ τα αισθητικά στοχεύουν στην αντίληψη του ωραίου μέσα από την αρμονία της συμμετρίας, της φόρμας και του χρώματος (Wornum, 1882).

Βασικές διακοσμητικές αρχές

Τα διακοσμητικά βασίζονται στην αντίθεση και τα σχήματα για να δημιουργήσουν την αισθητική εικόνα τους. Αποτελούνται από διάφορα στοιχεία, όπως είναι οι γραμμές, το φύλλωμα, τα άνθη και οι φιγούρες. Ο τρόπος και οι κανόνες με τους οποίους αυτά τα στοιχεία συνδυάζονται μεταξύ τους για να συνθέσουν το διακοσμητικό, αποτελούν τις «αρχές» της διακόσμησης (Meyer, 1892). Ακολουθώντας τις βασικές αρχές και κανόνες της διακόσμησης, η διαφορετικότητα και ιδιαιτερότητα στις διακοσμήσεις σχηματίζεται από τις ιδέες της εποχής και τα χαρακτηριστικά της γεωγραφικής περιοχής του καλλιτέχνη (Meyer, 1892). Μέσα στο χρόνο έχουν αναπτυχθεί διάφορα διακοσμητικά στυλ. Μερικά από αυτά κατατάσσονται στην υψηλή αισθητική και έχουν εξαιρετικά χαρακτηριστικά, άλλα από αυτά ανήκουν σε περιόδους που η τέχνη βίωνε παρακμή. Η διακόσμηση σε περιόδους ακμής της τέχνης, ανεξάρτητα από το στυλ της, ακολουθεί κάποιους βασικούς κανόνες σύνθεσης, χρώματος και φόρμας που είναι κοινά. Σε αυτούς τους κανόνες σύμφωνα με τον Jones (1910) ανήκει η γενική άποψη ότι η ομορφιά προκύπτει από το σύνολο το στοιχείων και σε ένα επιτυχημένο διακοσμητικό, τίποτα δεν μπορεί να αφαιρεθεί ή προστεθεί ώστε να γίνει καλύτερο. Τα διακοσμητικά θα πρέπει να ακολουθούν μία γεωμετρική δομή και η αρμονία της φόρμας να προκύπτει από την ισορροπία και την αντίθεση των ευθειών, των κλίσεων και

των καμπυλών (Jones, 1910). Παρόμοια, υποστηρίζει και ο Meyer (1892) ότι για τη σύνθεση των στοιχείων ενός διακοσμητικού ακολουθούνται γραμμές και γεωμετρικές βάσει κανόνων συμμετρίας και αρμονίας. Η χρήση του χρώματος γίνεται με σκοπό την υποβοήθηση της φόρμας και τη διάκριση των αντικειμένων ή στοιχείων τους μεταξύ τους, καθώς και για την ένδειξη φωτός και σκιάς (Jones, 1910). Οι συμβολές γραμμών, είτε είναι ευθείες είτε καμπύλες, πρέπει να εφάπτονται μεταξύ τους, όπως και κάθε γραμμή πρέπει να ξεκινά από ένα κεντρικό/βασικό στέλεχος (Jones, 1910). Στην περίπτωση των φυτικών διακοσμητικών είναι καλό αυτά να χρησιμοποιούνται στην «conventional» τους μορφή και όχι σε νατουραλιστική αναπαράσταση (Jones, 1910). Κατά τον Wornum (1882) στην conventional αναπαράσταση δεν ακολουθείται η φυσική ακολουθία ανάπτυξης του φυτού, ενώ η νατουραλιστική αναπαράσταση είναι μια προσπάθεια μίμησης του φυτού. Μια από τις βασικές αρχές της διακόσμησης είναι η επανάληψη, η οποία περιλαμβάνει τις έννοιες της αναλογίας και της συμμετρίας, υπακούοντας τους κανόνες της σύνθεσης (Wornum, 1882). Γενικά τα σχέδια της διακόσμησης μπορούν να προέρχονται από τη μίμηση των στοιχείων που βρίσκονται στη φύση, όπως φυτά ή φιγούρες ή από μοντέλα σχηματισμών που συναντώνται σε αυτήν (π.χ. νιφάδες χιονιού, κυματισμοί) ή ακόμα και να προκύπτουν από το νου και την φαντασία του σχεδιαστή (Meyer, 1892). Κατά συνέπεια, η ομορφιά ενός διακοσμητικού στοιχείου δεν προκύπτει από την αναπαράσταση ενός αντικειμένου, αλλά από το συνδυασμό διαφόρων στοιχείων σε συμμετρικές και αντιθέσεις που ικανοποιούν την αντίληψη του θεατή (Wornum, 1882).

Αρχαιοελληνική διακοσμητική τέχνη

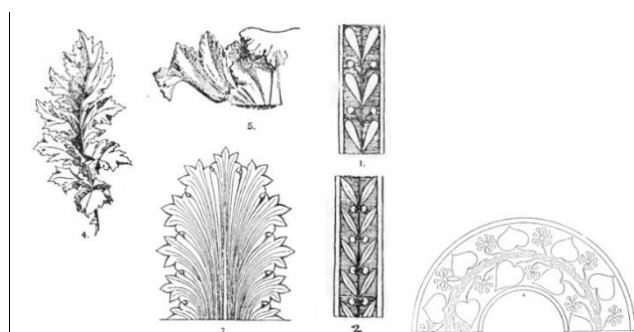
Η ελληνική διακοσμητική τέχνη ξεκινά με επιρροές από τους Αιγύπτιους και τους Ασσύριους (Speltz, 1959). Αυτό που τη διέκρινε τελικά όμως είναι ότι είναι η εξέλιξη μιας υπάρχουσας ιδέας προς μια νέα κατεύθυνση, απελευθερωμένη όμως από θρησκευτικούς κανόνες που έθεταν ίσως περιορισμούς για τους άλλους πολιτισμούς (Jones, 1910).

Ξεχωρίζει με την τελειότητα της φόρμας (Jones, 1910) και τη χαρακτηριστική αίσθηση ομορφιάς (Speltz, 1959). Οι αναλογίες και τα διαφορετικά στοιχεία συντίθενται με γνώμονα το αρμονικό αποτέλεσμα. Στην αρχαιότητα οι σχεδιαστές είχαν ανεπτυγμένη αίσθηση της αρμονίας και ισορροπίας, υπήρχε μια καθολική αίσθηση γούστου στους πολυάριθμους καλλιτέχνες και αυτό δημιούργησε τις συνθήκες που οδήγησαν στην χαρακτηριστική τελειότητα που έδωσε το έναυσμα για το μεγαλείο μεταγενέστερων στυλ. Αποτελεί γενική αντίληψη ότι η περίοδος της αρχαιότητας για τη διακοσμητική τέχνη είναι αυτή με την πιο καθαρή και όμορφη έκφραση (Meyer, 1892).

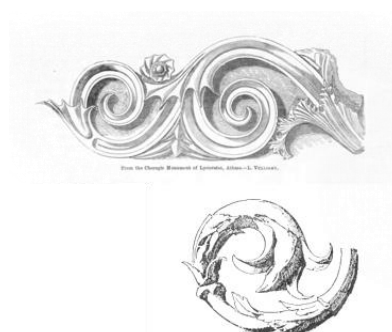
Η ελληνική διακόσμηση δεν έχει συμβολικό χαρακτήρα (Jones, 1910), αλλά καθαρά διακοσμητικό, χωρίς κάποιο νόημα ή μήνυμα. Η χρήση της φόρμας και των μορφών γίνεται για χάρη της ίδιας της φόρμας ή για την αισθητική της εικόνα και αξία ως διακοσμητικό στοιχείο (Wornum, 1882). Το γεγονός αυτό αποτελεί σημαντικό βήμα στην πορεία της τέχνης, καθώς ο καλλιτέχνης απελευθερώνεται από τους σημασιολογικούς περιορισμούς. Κάθε διακοσμητικό στοιχείο, δεν έχει κάποια πρακτική ανεξάρτητη υπόσταση, αλλά διακοσμεί πάντοτε κάτι που έχει κάποιο ρόλο (Wornum, 1882). Επιπλέον η διακόσμηση δεν γίνεται με κύριο σκοπό να είναι παρατηρήσιμη από τον άνθρωπο (Jones, 1910), και αυτό είναι φανερό από τη θέση που συχνά τοποθετούνται τα διακοσμητικά στοιχεία, για παράδειγμα σε μεγάλο ύψος όπου κανείς με δυσκολία θα μπορούσε να προσέξει τη μεγάλη λεπτομέρεια (πχ. ζωφόρος Παρθενώνα). Μια περαιτέρω ιδιαιτερότητα της ελληνικής διακοσμητικής τέχνης της αρχαιότητας είναι, ότι η διακόσμηση δεν αποτελεί δομικό μέρος της κατασκευής, με συνέπεια αν αυτή αφαιρεθεί, η κατασκευή να παραμένει αναλλοίωτη (Jones, 1910). Ένα ακόμα χαρακτηριστικό της ελληνικής διακόσμησης είναι η παρατήρηση της φύσης και η τήρηση των αρχών της κατά τη δημιουργία των διακοσμητικών, αλλά χωρίς να γίνεται απευθείας μίμηση της (Jones, 1910).

Τα κυρίαρχα διακοσμητικά στοιχεία κατά την ελληνική αρχαιότητα, είναι κατά βάση φυτικά και γεωμετρικά. Συναντώνται ζιγκ-ζαγκ (διάφορες εναλλαγές απλών γραμμών), μαϊανδροί (πολυπλοκότερη ακολουθία ελισσόμενων γραμμών), guilloche (ακολουθίες καμπύλων γραμμών που συχνά τέμνονται μεταξύ τους), scrolls (ακολουθίες που βασίζονται στη λογική της σπείρας), echinus (egg&tongue, εναλλαγή φωτός σκιάς με την εναλλαγή όγκων), astragal (bead-and-reel, εναλλαγή φωτός σκιάς με την εναλλαγή όγκων). Στα φυτικά διακοσμητικά ανήκει το ανθέμιο (σύνθεση ακολουθιών και εναλλασσόμενων καμπυλών που δημιουργούν μια «συμβατική» (conventional) αναπαράσταση μορφής άνθους). Στην ουσία δε γίνεται προσπάθεια αντιγραφής του φυσικού άνθους, αλλά προσπάθεια για τη ανάδειξη της αρχής κατά την οποία το άνθος αναπτύσσεται στη φύση (Jones, 1910). Δημοφιλή διακοσμητικά ανθέμια είναι τα honeysuckle (αγιόκλημα), palmette/half-palmette, acanthus leaves, volute, rosette, lotus flower, papyrus flower.

Ένα δείγμα φυτικής διακόσμησης που συναντάται συχνά είναι η άκανθος, η οποία φαίνεται στην Εικόνα 1 στη φυσική της μορφή, ως μέρος διακοσμητικού στήλης και ως ανεξάρτητο διακοσμητικό. Η άκανθος οφείλει τη δημοτικότητα της στην ενδιαφέρουσα εμφάνιση και τρόπο που αναπτύσσεται. Άλλα φυτά που χρησιμοποιούνται, αυτή τη φορά λόγω της συμβολικής σημασίας τους, είναι η ελιά και η δάφνη. Η πρώτη συμβολίζει την ειρήνη και η δεύτερη είναι σύμβολο ηρωισμού και δόξας. Ο κισσός σχετίζεται με το θεό Διόνυσο, τους δεσμούς φιλίας και το κρασί, κατ' επέκταση η χρήση του στα αγγεία ήταν συνήθης. Τα φυτικά διακοσμητικά παρουσιάζονται και σε μια μορφή η οποία είναι αρκετά διαφορετική από τη φυσική ανάπτυξή τους και όχι σύμφωνα με τους κανόνες της φύσης, τα φυτικά scrolls (έλικες). Τα φυτικά scrolls ανήκουν στα καλλιτεχνικά ευρήματα για πιο εντυπωσιακή ανάπτυξη του φυτού με τη χρήση «πτερυγίων» και διακλαδώσεων (Meyer, 1892). Χαρακτηριστικές έλικες παρουσιάζονται στην Εικόνα 2.

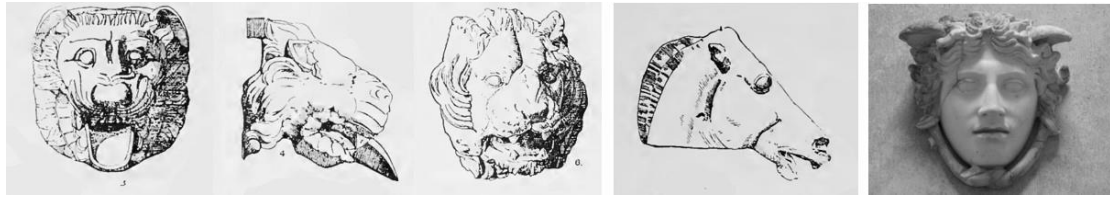


Εικόνα 1 4. Leaf of Acanthos Spinosus, (Gewerbehalle). 5. Cup, corona of a Greek Stele, (Raguenet) 7. Greek leaf, displayed, (Jacobsthal) (Meyer, 1982) | 1, 2. Branches, Greek vase, conventional painting, (Jones, 1910) | 4. Decoration of the neck of a Greek Hydria, Campana collection (L'art pour tous) (Meyer, 1892)



Εικόνα 2 Ornament, summit of the monument of Lysikrates, Athens (Jones, 1910) | 4. Fragment of a Greek relief, (F. A. M., Cours d'ornement) (Meyer, 1892)

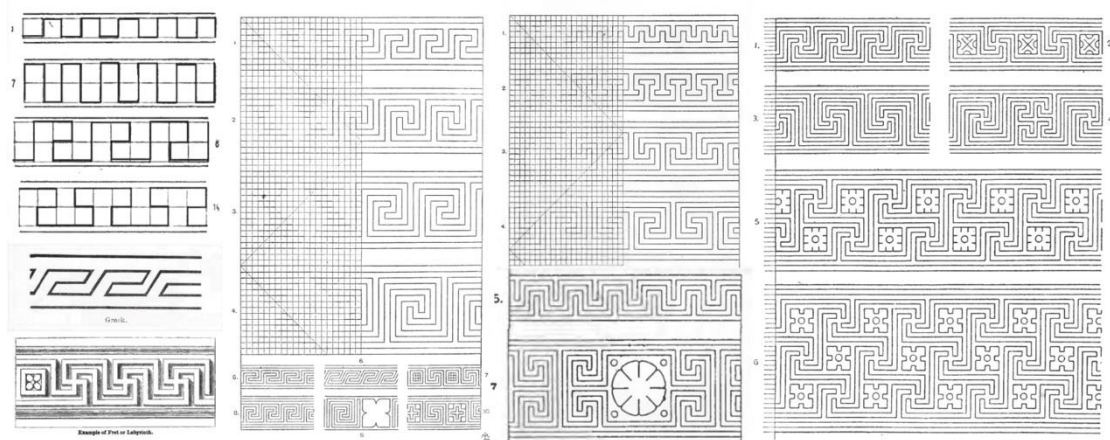
Τα διακοσμητικά με φιγούρες ζώων είναι λιγότερο συνηθισμένα. Παρόλα αυτά το λιοντάρι χρησιμοποιούνται συχνά ως φύλακας πηγών, πυλών και ναών σε αντίστοιχα σημεία. Κυρίως το κεφάλι του λιονταριού εμφανίζεται συχνότερα, ακόμα και ως διακοσμητικό σε ναούς και αγγεία. Το άλογο παρουσιάζει επιπλέον τεχνικές δυσκολίες στη στήριξη του, λόγω του βάρους που πρέπει να υποστηρίξουν τα σχετικά λεπτά πόδια, συχνά λοιπόν εμφανίζεται μόνο το κεφάλι ή χωρίς να στέκεται ανεξάρτητο αλλά σε κάποια ομάδα. Ο αετός είναι μια ακόμα ζωική φιγούρα καθώς και το δελφίνι που εμφανίζεται συχνά σε τοιχογραφίες (Meyer, 1982). Μια ανθρωπόμορφη φιγούρα που συναντάται είναι αυτή της μέδουσας.



Εικόνα 3 3. Gargoyle, Metapontum, Greek, (Gropius, Archiv) 4. Gargoyle, terracotta, Athens, (Gropius). 5. Gargoyle, Parthenon, Athens | 1 Horse head, Parthenon, Athens | Rondanine Medusa in the Glyptothek of Munich (πιστό αντίγραφο ελληνικής)

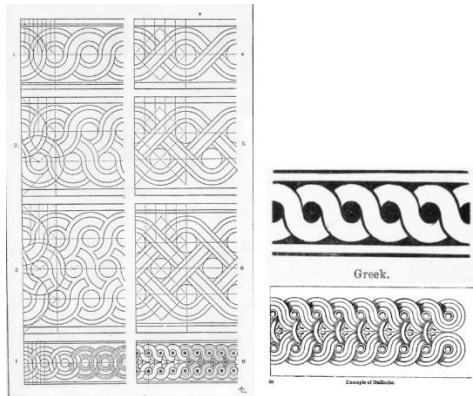
Όλα τα παραπάνω διακοσμητικά στοιχεία χρησιμοποιούνται σε διάφορες μορφές διακοσμητικών συνθέσεων. Μια μορφή διακοσμητικού είναι τα **bands** (γείσο/ζώνη/κορδέλα/λωρίδα/ταινία), τα οποία χρησιμοποιούνται για το διαχωρισμό, την πλαισίωση και τη σύνδεση στοιχείων του αντικειμένου που διακοσμούν (Meyer, 1892). Το band δεν έχει προσανατολισμό (πάνω-κάτω), δεν περιορίζεται στο μήκος του και είναι στενό σαν ταινία. Εφαρμόζεται γύρω από δάπεδα, οροφές, πάνελ, στον άβακα και τη βάση ενός κίονα. Χρησιμοποιείται επίσης σε ενδύματα, και σε σκεύη. Δύο σημαντικές κατηγορίες είναι ο μαιάνδρος και το guilloche και είναι γεωμετρικές.

Ο μαιάνδρος παίρνει το όνομα του από τον ομώνυμο ποταμό της Μ. Ασίας, ο οποίος έχει συνεχόμενες ελικοειδείς στροφές και το σχέδιο του προέρχεται με βεβαιότητα από τη διακόσμηση υφασμάτων, πράγμα που φαίνεται από το τετραγωνισμένο πλέγμα πάνω στο οποίο μπορεί να σχηματιστεί. Η ελληνική αγγειογραφία και αρχιτεκτονική γέννησαν πολλαπλές παραλλαγές του διακοσμητικού αυτού, ακόμα και σε ανάγλυφη μορφή (Meyer, 1892).



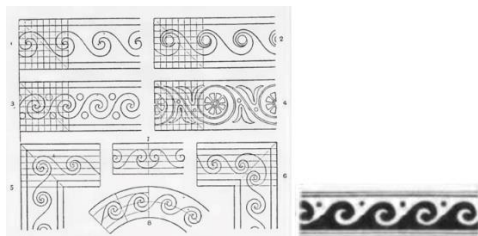
Εικόνα 4 Σχηματισμός μαιάνδρου σε πλέγμα (Meyer, 1982) | Greek fret (Jones, 1910) | Greek fret (Wornum, 1882) | Unsymmetrical or Current frets: Greek vase paintings. 1-4. Ordinary, simple patterns. 5. Elongated pattern. 6. Raking pattern. 9-10. Patterns which are interrupted of rosettes, stars 8-9. Abnormal pattern, formed by fragments, instead of a continuous line. | Reciprocating Frets. 1-4. Ordinary, simple patterns. 5. Double pattern, Greek. 7 Fragmentary Symmetrical Ornamented pattern, Greek | 3. Intersecting Frets, &c. 1-6. Ordinary patterns, Greek vase paintings.

Στα guilloche bands συγκαταλέγονται τα γεωμετρικά διακοσμητικά τα οποία σχηματίζονται από γραμμές, οι οποίες μπλέκονται εναλλάξ μεταξύ τους, συνήθως με έναν κεντρικό άξονα κατά μήκος του σχεδίου και μπορούν να συνεχίζονται απείρως (Meyer, 1982). Δομούνται από τόξα και ευθείες που εφάπτονται για να σχηματίσουν καμπύλες και οι τομές ξεχωρίζουν είτε από σκίαση με χρώμα ή από ανάγλυφο και χάραξη (Meyer, 1982).



Εικόνα 5 1-3. Ordinary antique patterns, single, double, and triple. 4-6. Elongated antique patterns, single, double, and triple. 7. Antique pattern, doubly interlaced, with unequal waves. 8. Antique pattern with two rows, terracotta painting. (Meyer, 1892) | Guilloche (Jones, 1910) | Guilloche (Wornum, 1882)

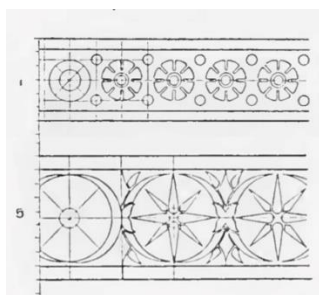
Το band ελικοειδούς σπείρας απεικονίζει το μοτίβο ενός κύματος σε καθαρά γεωμετρική απόδοση. Με το σχήμα του κύματος το band χωρίζεται σε δύο μέρη, τα οποία χρωματίζονται διαφορετικά στην περίπτωση του επίπεδου σχεδίου, ενώ στην περίπτωση ανάγλυφου το κάτω μέρος προεξέχει σχηματίζοντας το κύμα.



Εικόνα 6 1-4 Paintings, antique vessels 5-6. Angles (Meyer, 1892) | Wave band on vessel (Jones, 1910)

Τα bands με φυτικά σχέδια σχηματίζονται από διακοσμητικά σχέδια με Rosettes, Palmettes, άνθη, φύλλα και έλικες (scroll bands).

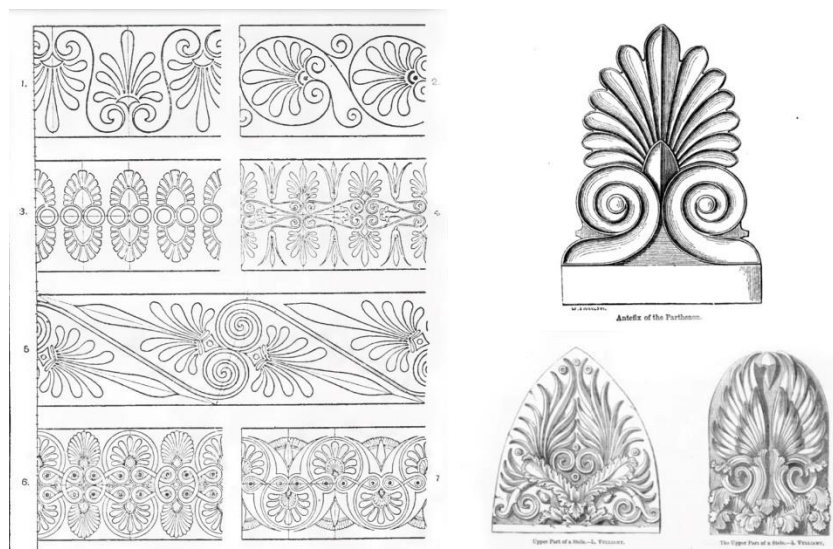
Τα rosette bands έχουν πάντοτε ως βασικό στοιχείο τη ροζέτα (ρόδακας), η οποία προσομοιάζει την όψη ενός τριαντάφυλλου όπως αυτό φαίνεται από πάνω. Οι ροζέτες διατάσσονται διαδοχικά ή με άλλα στοιχεία ανάμεσα τους και σχηματίζουν ένα band, το οποίο μπορεί να είναι συμμετρικό προς κάθε άξονα ή να έχει μια ροή προς μια κατεύθυνση κατά μήκος του band.



Εικόνα 7 1. Antique vase painting. 5. Neck of a Greek hydria (Meyer, 1892)

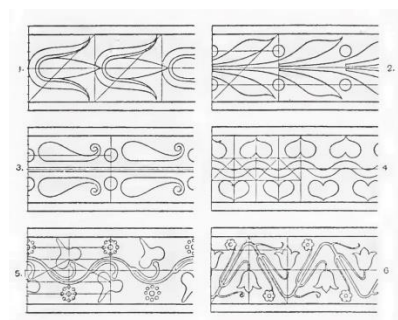
Το palmette band διακοσμείται από διαδοχικά ανθέμια που συνδέονται μεταξύ τους ή πλαισιώνονται από ελικοειδή σχέδια και σπάνια παρατίθενται απλά το ένα δίπλα στο άλλο. Γενικά το ανθέμιο (palmette) ανήκει στα πιο χαρακτηριστικά αρχαιοελληνικά διακοσμητικά. Χρησιμοποιήθηκε κατά κόρον και μεταγενέστερα, χωρίς όμως να μπορεί να συναγωνιστεί την κλασική ομορφιά και διαχρονικότητα της ελληνικής εποχής. Η μορφή του θυμίζει άνθος

το οποίο σχηματίζεται πάντα από μονό αριθμό πετάλων, με ένα κεντρικό κάθετο πέταλο που είναι το μεγαλύτερο σε μέγεθος, με τα υπόλοιπα σταδιακά μικρότερα να αναπτύσσονται συμμετρικά στις δυο πλευρές σχηματίζοντας μια καμπύλη. Τα πέταλα αυτά δεν ενώνονται μεταξύ τους, αλλά έχουν τη βάση τους σε μία κοινή καμπύλη, από την οποία σχηματίζεται ένα φύλλο σε σχήμα γλώσσας. Ιδιαίτερα συχνά συναντάται σαν διακοσμητικό σε ακροκέραμα (antefix), ακρωτήρια (είναι γωνιακό) (akroter), και bands που διακοσμούν ζωφόρους (frieze) και αγγεία.



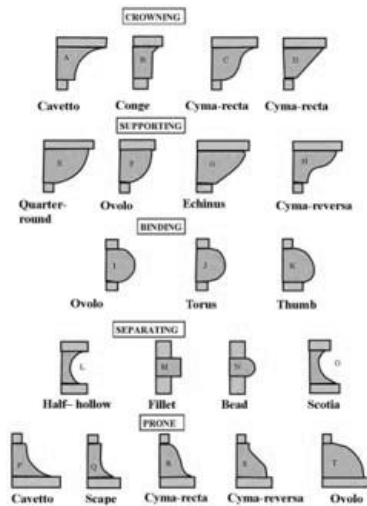
Εικόνα 8 1-3 and 5 Paintings, Greek, terracotta vessels. 4, 6 and 7 Greek, friezes. (Meyer, 1892) | Antefix of the Parthenon (Wornum, 1882) | Upper part of stele (Jones, 1910)

Ένα επιπλέον είδος φυτικού band είναι το σπονδυλωτό (vertebrate), για τη δημιουργία του οποίου συντίθενται διάφορα φυτά, συχνότερα η δάφνη, η ελιά και ο κισσός με τον κεντρικό βλαστό να διατρέχει κατά μήκος το band. Στην περίπτωση που ο βλαστός ταλαντεύεται από άκρη σε άκρη το band ονομάζεται κυματιστό (undulate).



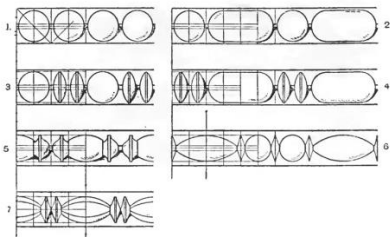
Εικόνα 9 1-6. Paintings, Greek, terracotta vessels. (Meyer, 1892)

Το **moulding** (διακοσμητικό περίζωμα/γείσο/διακοσμητική ταινία/κορνίζα) εξελίσσεται από τα bands, αλλά είναι κάτι διαφορετικό, καθώς είναι το μέσο για την υποστήριξη βάρους σε αρχιτεκτονικά μέρη. Έχει και αυτό τη μορφή ταινίας, με τη διαφορά ότι εφαρμόζεται σε σημείο που έχει κάποιο προφίλ. Αυτό το στοιχείο εμπλουτίζεται με επιπλέον διακοσμητικά στοιχεία που ενισχύουν τη λειτουργία του. Ανάλογα με το προφίλ του σημείου που τοποθετείται το διακοσμητικό περίζωμα (moulding) διαφέρει και η διακόσμηση που εφαρμόζεται σε αυτό και το εμπλουτίζει.



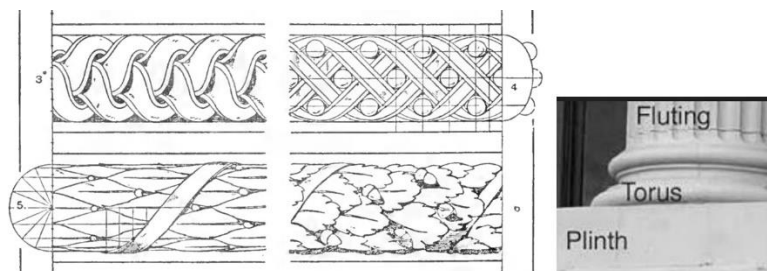
Εικόνα 10 Τομή διαφορετικών προφίλ από mouldings

Το bead (beed-and-reel) ή αλλιώς astragal moulding έχει ένα ημικυκλικό προφίλ, είναι συνήθως μικρό και χρησιμοποιείται σε συνδυασμό με άλλα και μάλιστα κάτω από egg και leaf διακοσμητικά και συχνά ανάμεσα στο κιονόκρανο και τον κίονα (Meyer, 1892). Μόνο του εμφανίζεται για παράδειγμα σαν περίγραμμα σε νομίσματα της αρχαιότητας. Εμπλουτίζεται με ανάγλυφες χάντρες, στρογγυλές και οβάλ, σε σειρά, ενώ κάποιες φορές αυτές εναλλάσσονται με δίσκους και λεπτές στήλες.



Εικόνα 11 1-7 Simple enrichments, bead, Antique (Meyer, 1892)

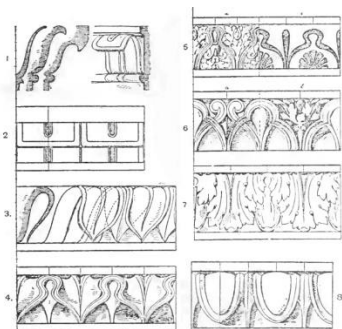
Το torus moulding έχει ημικυκλικό ή ημιελλειπτικό προφίλ που χρησιμοποιείται κυρίως στους δακτυλίους στη βάση του κίονα. Συγκεκριμένα εφαρμόζεται στον τόρο, τον κυρτό δακτύλιο, ο οποίος βρίσκεται κάτω από τον κοίλο δακτύλιο, τη σκοτία.



Εικόνα 12 3-4 Antique. 5-6 Antique, decorated with laurel and oak (Meyer, 1892) | Pillar base anatomy

Ο εμπλουτισμός με διακόσμηση με φύλλωμα (leaf moulding), που δημιουργείται από σειρές φύλλων, αναπτύσσεται προς τα πάνω, υποστηρίζοντας το οπτικό βάρος και λυγίζοντας υπό αυτό, πράγμα που ενισχύει την οπτική εντύπωση του βάρους. Συναντάται συχνά λόγω αυτής της ιδιότητας σε κιονόκρανα ή σε γείσα οροφής. Βρίσκεται εκεί για να προσθέσει οπτική ισορροπία και να μειώσει το οπτικό βάρος αυτού που «στηρίζει», καθώς και για να συμβάλλει στην οριοθέτηση. Με τέτοιου είδους διακοσμητικά εμπλουτίζεται το προφίλ

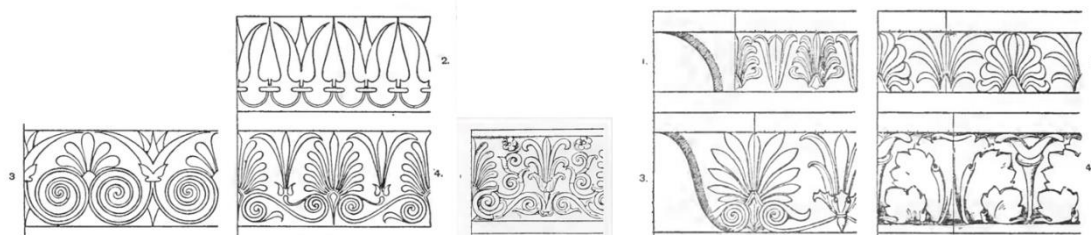
ονολο, το οποίο είναι στην ουσία το ένα τέταρτο του κύκλου και βρίσκεται συχνά στα κιονόκρανα ή σε γείσα οροφής. Στο δωρικό στυλ το φύλλο λυγίζει κατά ένα μέρος, ενώ εάν το φύλλο λυγίζει τόσο, ώστε να ακουμπήσει η μύτη τη βάση του, σχηματίζεται το «λέσβιο κύμα» του ιωνικού στυλ ή αλλιώς το ιωνικό κυμάτιο (egg-and-tongue/egg-and-dart). Το ιωνικό κυμάτιο, που στην πραγματικότητα είναι φυτικού περιεχομένου, δημιούργησε σύγχυση και ερμηνεύθηκε λανθασμένα ως γεωμετρικό, με αποτέλεσμα να οδηγήσει στη δημιουργία διακοσμητικών με βάση το κυμάτιο και την προσθήκη επιπλέον διακόσμησης από φύλλα (Meyer, 1892).



Εικόνα 13 The Enrichment of the Cyma and Ovolo Mouldings. 1-4. Drawings to illustrate the origin of the pattern. Doric & Ionic 2. Graeco-Doric, painted. 4. Leaf, Erechtheum, Athens. 5 and 6. Corrupt leaf, (Botticher). 7. Roman leaf, (Jacobsthal). 8. Greek egg-and-tongue, Erechtheum, Athens. (Meyer, 1892)

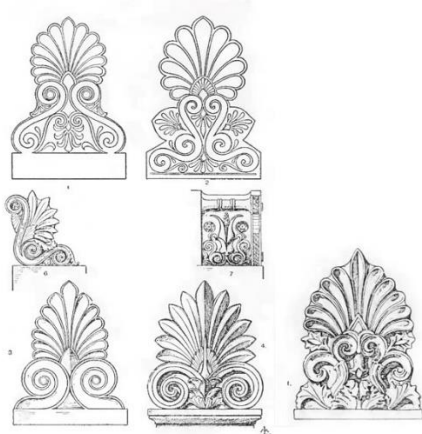
Τα ελεύθερα διακοσμητικά (**Free ornaments**) είναι ένα είδος διακοσμητικών που βρίσκουν τη θέση τους σε πιο ανεξάρτητα σημεία από τα προηγούμενα. Μπορεί να είναι μπορντούρες/άκρες (edging), ακρωτήρια, ακροκέραμα, στήλες, ράχες (ridges), επιστέψεις (finials) (Meyer, 1892). Τα φυτικά σχέδια που αναπτύσσονται με ανοδική φορά είναι ιδιαίτερα δημοφιλή, αφού ακολουθούν τους κανόνες της φύσης.

Ως edging (μπορντούρα) χρησιμοποιούνται τα link borders, τα οποία αποτελούνται από φύλλωμα, συχνότερα σε μορφή ανθεμίου, που συνδέεται με διάφορα scrolls (Meyer, 1892). Τα link borders βρίσκουν εφαρμογή σε ζωφόρους και αγγεία, σε επίπεδη ή ανάγλυφη μορφή. Τα link borders έχουν και χρήση σε mouldings με προφίλ κύματος (cyma), αρχικά σε επίπεδη και μεταγενέστερα σε ανάγλυφη μορφή και περιέχουν ανθήματα ενωμένα με scrolls ή ανθήματα απλά σε σειρά με άλλα φυτά να παρεμβάλλονται ενδιάμεσα.



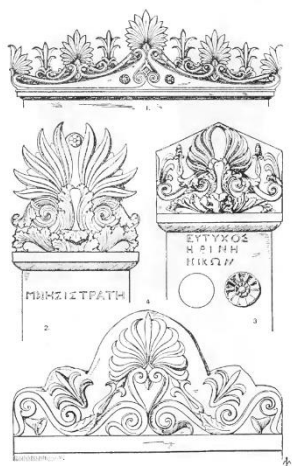
Εικόνα 14 2. External margin, Greek kylix, (Lau). 3. Greek hydria, (L'art pour tous). 4. Greek, cyma. 1. Greek, carved frieze, Erechtheum, Athens. | 1-4. link border mouldings (Meyer, 1892)

Το ακρωτήριο είναι το στοιχείο που διακοσμεί την κορυφή του αετώματος και κατασκευάζεται κατά βάση από μάρμαρο σε μορφή ανθεμίου. Στις χαμηλές γωνίες του αετώματος τοποθετούνται τα γωνιακά ακρωτήρια, ενώ στο χαμηλότερο μήκος της στέγης τοποθετούνται τα ακροκέραμα που συνήθως έχουν και μικρότερο μέγεθος.



Εικόνα 15 1. Greek Akroter, painted, temple of Wingless Victory, Athens. 2. Greek Akroter, painted, Acropolis, Athens. 3. Greek Antefix, Parthenon, Athens. 4. Greek sepulchral Stele-crest, in the form of an Akroter 6 —7. Front and side view of a corner Akroter, (Botticher). 1. Greek Antefix, Propylaea, Athens, (Raguenet).

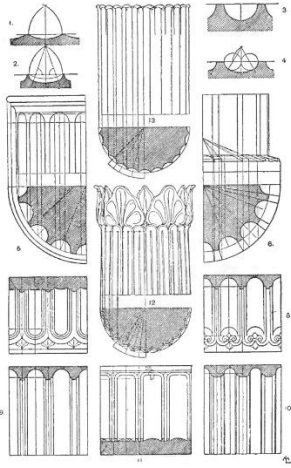
Η επιτύμβια στήλη (Stele) είναι μια ορθογώνια συνήθως πλάκα με επιγραφή, η οποία έχει στο πάνω μέρος της ένα διακοσμητικό γείσο, το οποίο στέφεται στην κορυφή από διακοσμητικό όμοιο του ακρωτηρίου. Επειδή πρόκειται για μνημείο που τιμά τους νεκρούς, το ύφος του είναι πιο αυστηρό από αυτό του ακρωτηρίου. Αναδεικνύει όμως το μεγαλείο της ελληνικής διακοσμητικής τέχνης, με την περίτεχνη έκταση του διακοσμητικού προς τα δυο άκρα του κεντρικού ανθεμίου.



Εικόνα 16 Stele (Meyer, 1892)

Τα **στηρίγματα** (Supports) έχουν σημαντικό ρόλο στην ελληνική διακόσμηση και αποτελούν ιδιαίτερα και ευρέως αναγνωρίσιμα χαρακτηριστικά στοιχεία της.

Ο κίονας είναι ένα από αυτά και διαμορφώνεται ανάλογα με το στυλ στο οποίο ανήκει. Διατρέχεται από κάθετες αυλακώσεις, οι οποίες προσθέτουν οπτικό ενδιαφέρον. Οι κίονες δωρικού στυλ φέρουν συνεχής ρηχούς αύλακες, οι οποίοι χωρίζονται από μια αιχμηρή ακμή. Αντίθετα οι αύλακες σε κίονες ιωνικού και κορινθιακού ρυθμού είναι βαθύτεροι και χωρίζονται από λεπτές επιφάνειες, οι οποίες είναι ουσιαστικά κομμάτια του κίονα που δεν έχουν λαξευτεί. Οι αυλακώσεις αυτές τερματίζουν συχνότερα σε ελλειπτικές ή ημικυκλικές κόγχες και ο αριθμός τους κυμαίνεται μεταξύ 18 και 24 (σε αντικείμενα μικρότερης κλίμακας ο αριθμός τους μειώνεται με ελάχιστες τις 8). Βάση του κίονα συναντάται μόνο στον ιωνικό και κορινθιακό ρυθμό και αποτελείται από ένα τετράγωνο, τον πλίνθο. Μπορεί να ακολουθούν από πάνω επιπλέον mouldings που είναι κυκλικά (δακτύλιοι), ακολουθώντας το σχήμα του κίονα που πατάει πάνω τους.

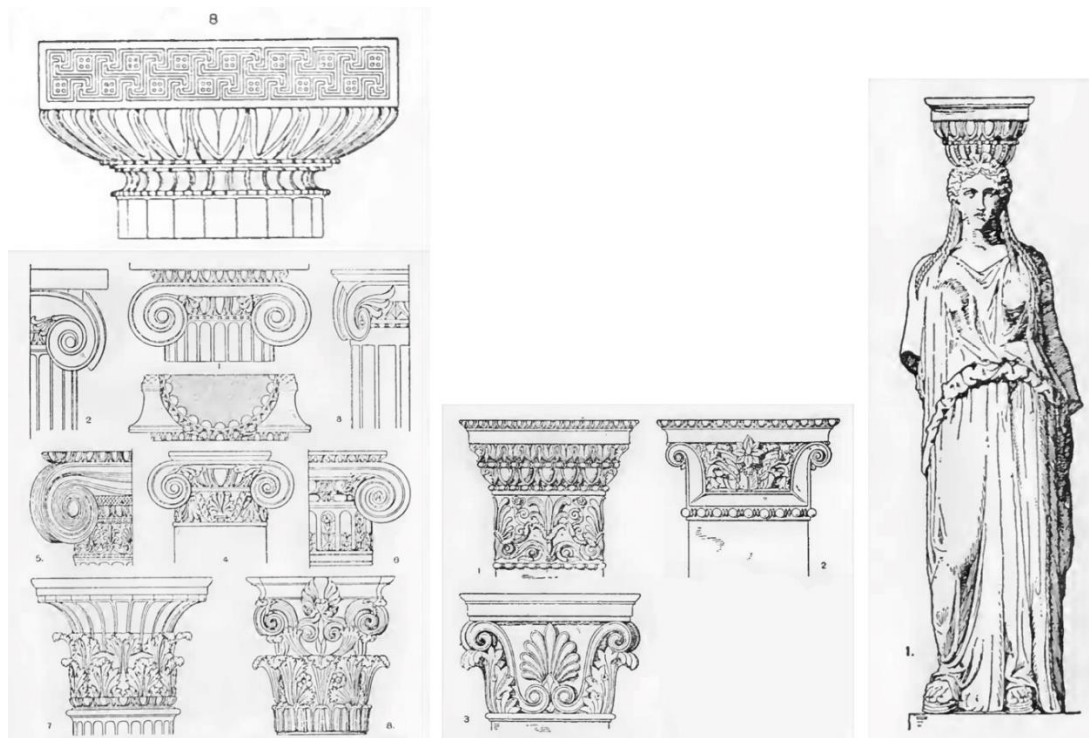


Εικόνα 17 1-2. Sections of Doric Fluting. 3-4. Sections of Ionic and Corinthian Fluting. 5-6. Construction of the terminations of Fluting on cylindrical shafts. 7-11. Composite Fluting, with sections, and terminations. 12. Part of an Antique Candelabrum, with tapered Fluting. 13. Termination of the Fluting, monument of Lysikrates, Athens. (The construction is clearly indicated on the drawings.) (Meyer, 1892)

Τα κιονόκρανα δωρικού ρυθμού σχηματίζονται από τον τετράγωνο άβακα και τον κυκλικό εχίνο. Με διακόσμηση από mouldings και astragals (bead-and-reels) που προσαρμόζουν τη διάμετρο του εχίνου, ώστε να γίνεται η ομαλή μετάβαση στον κίονα. Οι πλευρές του άβακα διακοσμούνται με μοτίβα που περιέχουν μαιάνδρους και γίνονται με ζωγραφική. Στα κιονόκρανα ιωνικού ρυθμού, τη θέση του άβακα παίρνει μία έλικα σε κάθε μια από τις δύο άκρες. Οι έλικες πλαισιώνουν ουσιαστικά τον εχίνο, ο οποίος διακοσμείται με ένα egg band. Κάποιες φορές προστίθεται ένας επιπλέον λαιμός διακοσμημένος με ανθέμια. Οι έλικες σε όψη από τα πλαινά, είναι απλές και σπανίως διακοσμούνται με κάποιο φυτικό σχέδιο. Έτσι η αδυναμία αυτού του στυλ είναι ότι ειδικά στην τοποθέτηση του κίονα σε γωνία, δεν είναι περιμετρικά εξίσου όμορφος. Δύο μέθοδοι διακρίνονται στο σχηματισμό του κορινθιακού κιονόκρανου, ο οποίος αποτελείται από τετράγωνο άβακα και τον κάλαθο. Η πρώτη χρησιμοποιεί μια ή δύο σειρές από φύλλα, σχεδόν πάντα άκανθου, που περιβάλλουν το χαμηλότερο μέρος του κιονόκρανου, κάλαθο, και απλά επίπεδα φύλλα διαμορφώνουν τη μετάβαση από το κυκλικό μέρος στον τετράγωνο άβακα. Η δεύτερη μέθοδος καταλήγει σε ζεύγη από έλικες, οι οποίες βγαίνουν από τις σειρές φύλλων που βρίσκονται χαμηλότερα και ενώνονται στις γωνίες του άβακα. Ανάμεσα τους, στο κέντρο του άβακα, τοποθετείται ανθέμιο ή ροζέτα.

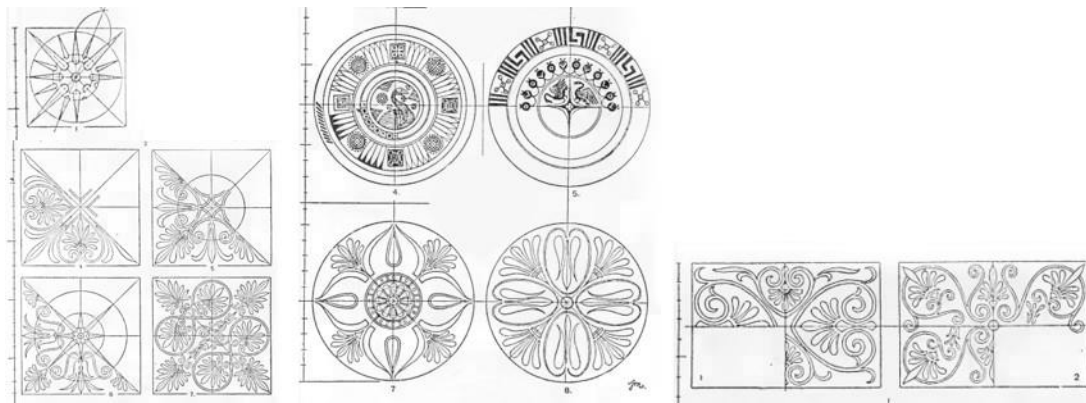
Πέρα από τους κυκλικής διατομής κίονες, συναντώνται και οι τετράπλευρες στήλες στήριξης, οι παραστάδες και πεσσοί, που στην κορυφή τους έχουν επίκρανα και πεσσόκρανα αντίστοιχα. Η διαφορά τους εντοπίζεται στο ότι ο πεσσός στέκεται ελεύθερος, όπως ένας κίονας ενώ η παραστάδα είναι συνημμένη σε κάποιον τοίχο. Το δωρικό επίκρανο/πεσσόκρανο διακοσμείται κάτω από τον άβακα με ένα ή περισσότερα mouldings, εμπλουτισμένα με διακόσμηση από φύλλωμα ή egg-and-dart και bands που εναλλάσσουν ανθέμια και άνθη λωτού. Ακολουθεί ο λαιμός, ο οποίος διακοσμείται με ροζέτες ή άλλα διακοσμητικά στοιχεία. Το ιωνικό επίκρανο/πεσσόκρανο είναι έντονα διακοσμημένο με φυτικά bands, egg-and-dart ή bead-and-reel. Συνήθως έλικες καταλήγουν να στηρίζουν τον άβακα και το κενό ανάμεσα τους διακοσμείται με ροζέτες ή άλλα διακοσμητικά στοιχεία. Ένα χαρακτηριστικό που συναντάται συχνά είναι ότι αποτελούν τη συνέχεια του διακόσμου της ζωφόρου. Τα εντυπωσιακότερα από τα επίκρανα/πεσσόκρανα είναι τα κορινθιακά, τα οποία στο χαμηλότερο μέρος τους περιβάλλονται από φύλλα, τα οποία με τη σειρά τους υποστηρίζουν στις γωνίες έλικες. Οι έλικες μπορεί να αντικαθίστανται κατά περιπτώσεις από άλλες φιγούρες. Το κέντρο στολίζεται με διακοσμητικά φυτικά, άνθη, αγγεία και μάσκες.

Ένα διαφορετικό στήριγμα πέρα από τους κίονες, αποτελούν τα στηρίγματα με ανθρώπινη μορφή, οι Καρυάτιδες και οι Άτλαντες. Οι Καρυάτιδες συναντώνται τόσο ελεύθερες, όσο και κολλημένες σε κάποιο τοίχο, αλλά και με όλο το σώμα τους ή ένα μέρος αυτού.



Εικόνα 18 8. Graeco-Doric. 1. Graeco-Ionic, (Jacobsthal). 2. Tonic, Bassae, (Cockerell). 3. Ionic, Pompeii. 4. Roman-Ionic, (Musterornamente). 5. Graeco-Ionic, Erechtheum, Athens. 6. Ionic, Louvre, Paris. 7. Antique Corinthian, found in Melos, (Vorbilder für Fabrikanten und Handwerker). 8. Greek -Corinthian, monument of Lysikrates, Athens. | 1. Greek-Doric anta, Erechtheum, Athens. 2. Greek-Ionic anta. 3. Greek-Corinthian. | 1. Greek Caryatid, Erechtheum, Athens, (Vorbilder für Fabrikanten und Handwerker). (Meyer, 1892)

Το **πάνελ** είναι ένα διακοσμητικό που εφαρμόζεται σε μια επιφάνεια και αναπτύσσεται μέσα σε κάποια οριοθετημένη περιοχή. Δημιουργείται είτε με ζωγραφική, είτε με κάποια τρισδιάστατη μέθοδο. Το σχέδιο που επιλέγεται για να εφαρμοστεί σε μια κάθετη επιφάνεια πρέπει να είναι συμμετρικό ως προς έναν άξονα, ενώ αν πρόκειται για οριζόντια επιφάνεια, τότε το σχέδιο θα είναι συμμετρικό ως προς δύο ή περισσότερους άξονες και θα αναπτύσσεται από το κέντρο προς τα άκρα, με την προσθήκη μιας ροζέτας ως κεντρικό διακοσμητικό στοιχείο να συναντάται συχνά. Το τετράγωνο πάνελ χωρίζεται συνήθως σε οκτώ ίσα συμμετρικά τμήματα από τις κάθετες και τις διαγώνιους που το διατρέχουν νοητά. Ένα απλό τετράγωνο σχέδιο, είναι ο ακτινωτός ήλιος/αστέρι. Μια δεύτερη προσέγγιση του τετράγωνου πάνελ, είναι η διαίρεση του σε μικρότερα τετράγωνα μέρη και η ανεξάρτητη διακόσμηση τους. Το κυκλικό πάνελ αντιμετωπίζεται με παρόμοιο τρόπο, χωρίζοντάς το με άξονες που διαπερνούν το κέντρο του, οι οποίοι λειτουργούν ως άξονες συμμετρίας ή με τη διάκριση ζωνών-δακτυλίων, με ομόκεντρους κύκλους διαφορετικής ακτίνας, οι οποίοι διακοσμούνται ξεχωριστά. Το ορθογώνιο πάνελ είναι και αυτό που συναντάται συχνότερα, και δεν αντιμετωπίζεται απαραίτητα συμμετρικά (Meyer, 1892).



Εικόνα 19 1. Greek, Uraniscus, coffer of ceiling, Propylaea, Athens. 4.-5 Greek, Coffers of ceilings, Propylaea, Athens. 6. Greek, Coffers of ceilings Athens. 7. Greek, Coffers of ceilings, Parthenon | 4-5. Greek, paintings on Vases, (Lau).7-8. Paintings on Greek, Vases, (Lau). | 1-2. Greek, Painted coffers of ceilings, Propylaea, Athens, (Owen Jones) (Meyer, 1892)

Τα ατέρμονα επαναλαμβανόμενα διακοσμητικά (**diapers**) αποτελούν ουσιαστικά ένα μοτίβο που μπορεί να εφαρμοστεί στο άπειρο. Η συμμετρία σε διαφορετικούς άξονες είναι χαρακτηριστικό τους και τα σχέδια μπορεί να είναι γεωμετρικά, φυτικά ή και συνδυασμός, ενώ μπορεί ακόμα να περιέχουν και φιγούρες. Στην εφαρμογή τους αξίζει να σημειωθεί, ότι στα άκρα μπορεί να διακοπούν σε οποιοδήποτε σημείο του σχεδίου. Παράδειγμα εφαρμογής ενός diaper είναι το δάπεδο.

Συνολικά το διακοσμητικό στυλ της αρχαίας ελληνικής περιόδου χαρακτηρίζεται από λιτότητα τόσο στις λεπτομέρειες όσο και στη σύνθεση. Τα επιμέρους στοιχεία διατάσσονται σε απλές οριζόντιες σειρές, η μία κάτω από την άλλη (Wornum, 1882). Γενικά τα αρχαιοελληνικά διακοσμητικά μοτίβα είναι συνεχή και αποτελούνται από μικρό αριθμό στοιχείων τα οποία επαναλαμβάνονται. Έτσι ένα μικρό τμήμα είναι αρκετό για να αποδοθεί το μοτίβο ολοκληρωμένο. Η δημιουργία των διακοσμητικών στοιχείων γίνεται με ελεύθερο χέρι από τον καλλιτέχνη.

Το ελληνικό στυλ διακρίνεται σε δύο βασικές κατηγορίες, το **Δωρικό/Αρχαϊκό στυλ** και το **Αλεξανδρινό στυλ**. Το Δωρικό στυλ είναι προγενέστερο, πιο αυστηρό και απλό, ενώ ίσως μπορεί να θεωρηθεί το πιο αυθεντικό, αφού το Αλεξανδρινό, το οποίο είναι πιο περίτεχνο, ακολουθεί και ουσιαστικά σχηματίζεται με σημείο αναφοράς το προηγούμενο (Wornum, 1882). Το Δωρικό στυλ, ως παλαιότερο, έχει πιο ειλικρινή χαρακτήρα χωρίς να υποστηρίζει πλούσια διακόσμηση, δίνοντας θέση στα μεταγενέστερα Ιωνικό και Κορινθιακό στυλ της Αλεξανδρινής περιόδου, τα οποία επέτρεπαν πολυπλοκότερη διακόσμηση χωρίς αυστηρούς κανόνες, πράγμα που ταίριαζε περισσότερο στον τρόπο ζωής στην Αθήνα του Περικλή (Speltz, 1959).

Λίγο αναλυτικότερα, το Δωρικό στυλ αποτελεί το πρώτο Ευρωπαϊκό στυλ και είναι η πρώτη φορά που η τέχνη παίρνει καθαρά αισθητικό ρόλο και η αρχή του συμβολισμού αντικαθίσταται από την αισθητική αρχή (Wornum, 1882). Τα σημαντικότερα ευρήματα της δωρικής περιόδου βρίσκονται σε κεραμικά αγγεία, που φέρουν όλα τα χαρακτηριστικά στοιχεία της εποχής, ενώ αντίστοιχα διακοσμητικά βρίσκονται και στα κτήρια (Wornum, 1882). Δύο είναι τα βασικά είδη των αγγείων αυτών, τα ερυθρόμορφα, με ερυθρές φιγούρες και σχέδια σε μαύρο φόντο και τα μελανόμορφα, με μαύρες φιγούρες σε ερυθρό φόντο. Συχνά συναντώνται ζικ-ζαγκ, scrolls (Vitruvian scroll/wave-scroll) και μαϊάνδροι, ενώ πολύ χαρακτηριστικά στοιχεία είναι ο απλός εχίνος ή egg-and-dart και το ανθέμιο σε μορφή αγιοκλήματος/palmette (Wornum, 1882). Στη φυτική διακόσμηση πρωταρχικό ρόλο είχε η ανθοφορία έναντι του φυλλώματος, και οι γεωμετρική διακόσμηση των επιφανειών και των διαχωριστικών γείσων/ταινιών σε αυτές διακρίνονται από μεγάλη ποικιλία (Wornum, 1882).

Η χρήση έντονου χρώματος αλλά και της πολυχρωμίας είναι σημαντική και για αυτό οι επιφάνειες τείνουν να είναι επίπεδες, καθώς το ανάγλυφο δημιουργεί έντονες σκιές που αντιτίθεται στην πολυχρωμία (Wornum, 1882). Έτσι ακόμα και οι καμπύλες επιφάνειες είναι διακριτικές και είναι παραβολικές. Λόγω του κλίματος στην γεωγραφική περιοχή της Ελλάδας, στην αρχιτεκτονική αναπτύχθηκαν οι κεκλιμένες σκεπές, οι οποίες έδωσαν την ευκαιρία για τη διακόσμηση του αετώματος (Wornum, 1882). Ακολουθούνται κανόνες με αυστηρές αναλογίες για τη δόμηση και διακόσμηση των κτηρίων. Αναδείχθηκε επίσης η χρήση ζωφόρων που διακοσμούνταν, με οπτική χρησιμότητα να μειώνουν το οπτικό «βάρος» του αετώματος του κτηρίου (Wornum, 1882). Ο πρώτος από τους τρεις αρχιτεκτονικούς ρυθμούς, ο Δωρικός πρωταγωνιστεί στα αρχιτεκτονικά κτίσματα της εποχής. Το χαρακτηριστικό του δωρικού κιονόκρανου είναι ότι αποτελείται από στρογγυλό εχίνο, ο οποίος είναι διακοσμημένος με ζωγραφική, και τετράγωνο άβακα.

Κατά την Αλεξανδρινή περίοδο, η οποία ξεκινά περίπου το 400π.Χ., εμπλουτίζονται οι φόρμες τις Δωρικής περιόδου. Τα διακοσμητικά στοιχεία γίνονται σταδιακά ανάγλυφα έναντι των ζωγραφιστών. Τα κυρίαρχα διακοσμητικά στοιχεία που συναντώνται είναι τα astragal (bead-and-reel), έλικες, guilloche, άκανθοι, scrolls. Οι μαϊάνδροι και τα ζιγκ-ζαγκ υποβαθμίζονται στη χρήση τους και δίνουν τη θέση τους σε καμπύλες γραμμές, οι οποίες συνδυάζονται αρμονικότερα με τους όγκους των ανάγλυφων (Wornum, 1882). Χαρακτηριστικό σημείο των ελληνικών scrolls είναι ότι τα διάφορα στοιχεία που το συνθέτουν, αναπτύσσονται το ένα από το άλλο σε μια συνεχή γραμμή (Jones, 1910). Στην αρχιτεκτονική αναπτύσσεται ο Ιωνικός ρυθμός, χαρακτηριστικό του οποίου είναι ο εχίνος διακοσμημένος με έλικες και egg-and-darts. Αντιπροσωπευτικό δείγμα του ρυθμού αυτού είναι το Ερεχθείο. Με την πάροδο του χρόνου υιοθετείται και ο τρίτος αρχιτεκτονικός ρυθμός, ο Κορινθιακός. Κτήριο Κορινθιακού ρυθμού είναι το χορηγικό μνημείο του Λυσικράτη. Ο Κορινθιακός ρυθμός διακρίνεται από το κιονόκρανο διακοσμημένο με άκανθο. Στην Ελλάδα συγκεκριμένα ως πρότυπο χρησιμοποιούνταν μια συγκεκριμένη μορφή άκανθου, η acanthus spinosus με στενή και ακανθώδη όψη (Wornum, 1882). Αν και ο Κορινθιακός ανήκει στους τρεις κλασικούς ελληνικούς ρυθμούς, χρησιμοποιήθηκε τελικά σε μεγαλύτερο βαθμό από τους Ρωμαίους. Επιπλέον από τους καλλιτέχνες επιλέγεται και ο συνδυασμός τους στα έργα τους. Κατά τον 5^ο αι. π.Χ. στην Αθήνα ξεχώρισε το Αττικό Δωρικό στυλ που είχε δυναμικό χαρακτήρα και το Αττικό Ιωνικό στυλ με κομψό χαρακτήρα (Speltz, 1959).

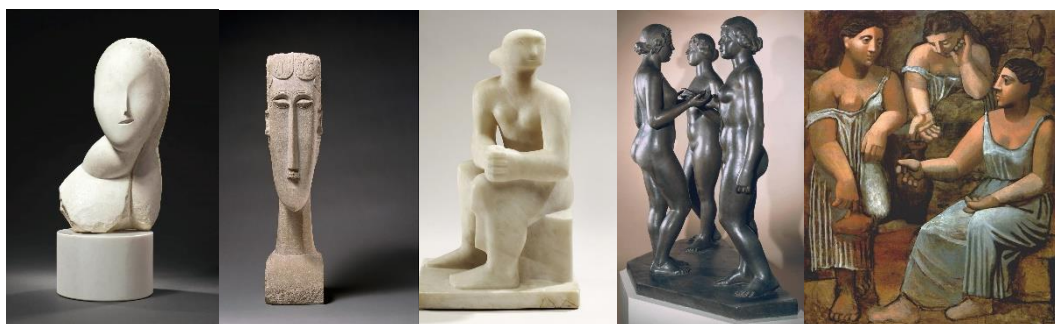
β.3 Αρχαιοελληνική τέχνη στο σύγχρονο design

Σπουδαιότητα αρχαιοελληνικής τέχνης

Κάθε καλλιτέχνης ή σχεδιαστής δέχεται επιρροές από άλλους καλλιτέχνες και προγενέστερα κινήματα στη τέχνη και το σχεδιασμό. Τα ερεθίσματα αυτά λειτουργούν ως έμπνευση για το έργο του μέσα από την αισθητική, τις φόρμες, τη σύνθεση ή τις τεχνικές που χρησιμοποιούν. Δίνουν έναυσμα για εξερεύνηση ενός θέματος μέσα από τη νέα προσέγγιση της δικής του προσωπικής ματιάς, με αφετηρία τη μέχρι τώρα σκοπιά άλλων καλλιτεχνών. Η αρχαιοελληνική τέχνη και γενικότερα ο αρχαίος ελληνικός πολιτισμός, αποτελεί σημείο αναφοράς, μέσα από τη λιτότητα και την απλότητα, δίνοντας την έννοια του απόλυτα κλασικού. Έτσι μπορεί κανείς να πει ότι αποτέλεσε εν μέρει βάση για την τέχνη και αρχιτεκτονική του σύγχρονου κόσμου. Πολλοί καλλιτέχνες σε όλη τη διάρκεια της ιστορίας μέχρι τα σύγχρονα χρόνια ανατρέχουν στο παρελθόν και αντλούν θεματολογία, τεχνικές και την αισθητική της αρχαιότητας, ενσωματώνοντας τη στο μεταγενέστερο έργο τους. Έτσι η αρχαία τέχνη λειτουργεί ως πηγή υλικού για νέες δημιουργίες στην ζωγραφική, γλυπτική, την αρχιτεκτονική και το design.

Κατά τη Ρωμαϊκή εποχή το καλλιτεχνικό έργο της ελληνικής τέχνης ήταν τόσο θαυμαστό, με αποτέλεσμα να δημιουργηθούν πληθώρα αντιγράφων των κλασικών έργων. Αυτά τα αντίγραφα αποτελούν για τους σύγχρονους μελετητές μια σπουδαία πηγή πληροφόρησης, αφού τα πρωτότυπα έργα που σώζονται είναι λιγοστά και μαρτυρούν την εκτίμηση που είχαν οι καλλιτέχνες για το μεγαλείο της ελληνικής κλασικής τέχνης. Την περίοδο της Αναγέννησης η κλασική αρχαιότητα αποτελούσε ιδανικό πρότυπο, μέτρο σύγκρισης και σημείο αναφοράς και για αυτό αναβιώνεται με τη χρήση κλασικών κανόνων αναλογιών, ανθρωποκεντρικές συνθέσεις και θεματολογία από την αρχαία ιστορία και μυθολογία (Βουτυράς & Γουλάκη-Βουτυρά, 2012). Στον Κλασικισμό του 19^{ου} αι. οι καλλιτέχνες επιχειρούν να προσδώσουν το κύρος του κλασικού μέσα από την τεχνητή αίσθηση και μίμηση του αρχαίου (Βουτυράς & Γουλάκη-Βουτυρά, 2012). Το ενδιαφέρον προς τα αρχαϊκά γλυπτά της κυκλαδικής, μυκηναϊκής και μινωικής περιόδου στρέφει ο καλλιτεχνικός κόσμος του 20^{ου} αι., ιδιαίτερα λόγω της σύνδεσής τους με τα κινήματα της αφαίρεσης (Βουτυράς & Γουλάκη-Βουτυρά, 2012). Προς το τέλος του αιώνα όμως το κίνημα του μεταμοντέρνου, επαναφέρει στο προσκήνιο την παράδοση και κατ' επέκταση την αρχαιότητα (Βουτυράς & Γουλάκη-Βουτυρά, 2012).

Ανατρέχοντας στο έργο καλλιτεχνών, οι οποίοι εργάστηκαν έχοντας αναφορές στην ελληνική αρχαιότητα, συμπεραίνει κανείς ότι η παρουσία της αρχαιοελληνικής επιρροής είναι αισθητή σε σπουδαίους καλλιτέχνες, διαφορετικών στυλ. Χαρακτηριστικά παραδείγματα είναι οι Μπρανκούζι και Μοντιλιάνι, οι οποίοι θαύμαζαν την απλότητα και τις καθαρές φόρμες των γλυπτών και επιχειρούσαν να τα μεταφράσουν με σύγχρονο τρόπο στα έργα τους (Βουτυράς & Γουλάκη-Βουτυρά, 2012). Ο Μουρ έχει σαφείς αναφορές κυκλαδικής τέχνης στο έργο του (πχ. «Καθιστή μορφή»), ενώ ο Μαγιόλ δείχνει προτίμηση στον κλασικισμό με πρότυπο την αρχαία γλυπτική (Βουτυράς & Γουλάκη-Βουτυρά, 2012). Ιδιαίτερα ασχολείται και ο Πικάσο με την αρχαιότητα, μάλιστα ξεχωρίζουν οι κλασικές περίοδοι στο έργο του, ενώ καλλιτέχνες όπως ο Νταλί, ντε Κίρικο, Ματίς, Ρενέ Μαγκρίτ και Κλάνιν ενσωματώνουν στοιχεία από υπάρχοντα έργα ή τοποθεσίες της αρχαιότητας στα δικά τους έργα (Βουτυράς & Γουλάκη-Βουτυρά, 2012).



Εικόνα 20 Brancusi, The Muse, 1912–1912 | Modigliani, Woman's Head, 1912 | Moore, Seated Figure, 1930 | Maillol, The Three Nymphs, 1930–8 | Picasso, Three Women at the Spring, 1921



Εικόνα 21 Picasso, Still Life with Antique Head, 1925 | De Chirico, The Soothsayer's Recompense, 1913 | Dali, Venus de Milo with Drawers, 1936 | Klein, Victory of Samothrace, 1962

Από την ιστορική πορεία των τεχνών και την εξέλιξη τους, είναι φανερό ότι η αρχαιοελληνική τέχνη είχε μερίδιο συμβολής, ανάμεσα στους πολλούς παράγοντες που συμμετείχαν στη διαμόρφωση τους. Μπορεί κανείς να παρατηρήσει, ότι αποτελούσε πάντα σημείο αναφοράς και ίσως ένα μέσο για τον επαναπροσδιορισμό στη βάση, ώστε να γεννηθεί κάτι νέο και πρωτοποριακό με αφετηρία τις κλασικές αρχές.

Η θέση της διακοσμητικής τέχνης στην αρχαιοελληνική τέχνη

Η διακοσμητική τέχνη μέχρι τον 20^ο αι. ήταν άρρηκτα συνδεδεμένη με την τέχνη και την αρχιτεκτονική, καθώς η χρήση της γινόταν με σκοπό την ανάδειξη του αντικειμένου, του χώρου και των αρχιτεκτονικών στοιχείων, αλλά και την δημιουργικότητα και δεξιοτεχνία (Mittrache, 2012). Έτσι και η διακοσμητική τέχνη της ελληνικής αρχαιότητας, μπορεί να μελετηθεί ως ταυτόσημη με την τέχνη και την αρχιτεκτονική της εποχής αυτής. Η σημαντική θέση της διακοσμητικής τέχνης υποστηρίζεται επιπλέον από τρεις διαφορετικούς μελετητές της στο παρελθόν σύμφωνα με την Chestnova (2014). Ο William Dyce δήλωσε ότι «το ίδιο το επιχείρημα της αρχιτεκτονικής ώστε να καταταχθεί στις καλές τέχνες δεν εξαρτάται από το κατασκευαστικό ή επιστημονικό της μέρος, αλλά από το διακοσμητικό, συμπεριλαμβάνοντας ότι σχετίζεται με την ομορφιά της αναλογίας και της διακόσμησης». Ο Dyce συμπληρώνει ότι «σε αντίθεση με τις καλές τέχνες, που μιμούνται τη φύση στην αναπαραγωγή των εικόνων και είναι ευχάριστες μέσω της ομορφιάς του αντικειμένου που αντιπροσωπεύεται, οι διακοσμητικές τέχνες επιτυγχάνουν ομορφιά με τη μίμηση των αρχών και όχι των μορφών που βρίσκονται στη φύση». Ο Owen Jones σημειώνει ότι «οι διακοσμητικές τέχνες προέρχονται και πρέπει να ακολουθούνται από την Αρχιτεκτονική» και ο Ralph Wornum διατυπώνει τη θεωρία της διακόσμησης με βάση αρχιτεκτονικούς όρους και παραδείγματα, δηλώνοντας ότι «κάθε σχέδιο (design) αποτελείται από ιδέα (plan) και λεπτομέρειες».

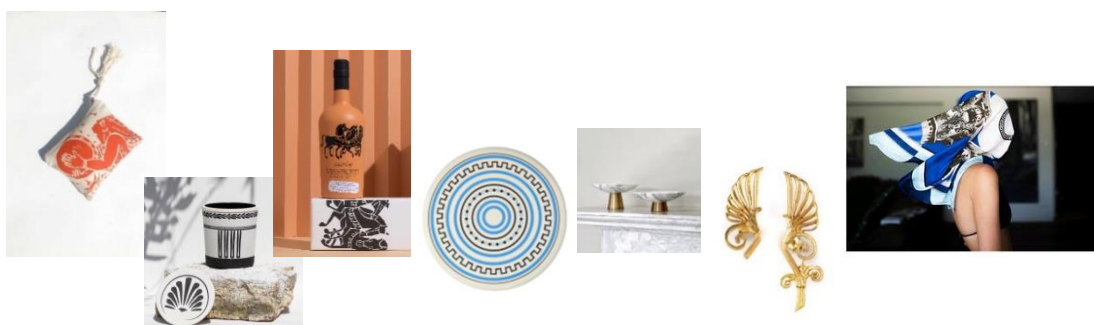
Με τον μοντερνισμό του 20ου αι. όμως αυτή η προσέγγιση άλλαξε, και η διακόσμηση έπαψε πια να αποτελεί ενσωματωμένο μέρος του σχεδιασμού, με σκοπό η διακόσμηση να προστίθεται ξεχωριστά, μέσα από ανεξάρτητα αντικείμενα και παρεμβάσεις που αφήνονται στη κρίση του χρήστη του κάθε χώρου. Ο μεταμοντερνισμός αναζωπύρωσε τη χρήση της διακόσμησης, όχι μόνο για τις αισθητικές της ιδιότητες, αλλά και ως φορέα νοήματος και τη χρήση της ως εκφραστικό μέσο (Mittrache, 2012). Σήμερα λοιπόν καταλήγουμε σε μια περίοδο, όπου ο διαχωρισμός της διακοσμητικής τέχνης υπάρχει, αλλά εξαρτάται από την προσωπική οπτική του καθενός. Πλέον μπορεί κανείς να υπολογίσει ως διακόσμηση τη φόρμα, το φως, τη δομή, τους χώρους ή το υλικό που δίνουν μορφή σε ένα αντικείμενο. Διατηρείται όμως και εξελίσσεται και η πιο κλασική προσέγγιση των διακοσμητικών στοιχείων, τόσο ως σχέδια, όσο και μέσα από τα υλικά, τις υφές, την κλίμακα στην οποία αυτά αποδίδονται ή τα σημεία στα οποία γίνεται η εφαρμογή τους (πχ. διακόσμηση μέσω φωτισμού, διαφάνειας, κίνησης), δημιουργώντας έτσι μια νέα προσέγγιση στο θέμα.

Σημασία της αρχαιότητας για την πολιτιστική ταυτότητα της Ελλάδας του σήμερα

Στη σύγχρονη Ελλάδα αλλά και παγκοσμίως στο design υπάρχουν επιρροές από την αρχαιοελληνική τέχνη. Αυτές είναι αισθητές μέσα από τη συνολική αισθητική, τη θεματολογία, αλλά και συγκεκριμένα μοτίβα και στοιχεία τα οποία οι σύγχρονοι σχεδιαστές ενσωματώνουν στα σχέδια τους. Το αρχαιοελληνικό στοιχείο μεταφέρεται σε σύγχρονη μορφή, μέσα από μια νέα οπτική και μια νέα προσέγγιση των στοιχείων, είτε με άμεση αναφορά, αφηρημένη εφαρμογή ή μετάφραση του πολύπλοκου σε απλότητα. Χαρακτηριστικά της αρχαιοελληνικής τέχνης χρησιμοποιούνται με νέους τρόπους σύνθεσης, σε διαφορετικά επίπεδα αφαίρεσης και απεικονίζονται με νέα μέσα και υλικά και υλοποιούνται με τεχνικές του σήμερα. Συχνά η μίξη αρχαιοελληνικών και σύγχρονων στοιχείων αναδεικνύουν μια εντελώς νέα οπτική. Κάποιες φορές καταλήγει σε προϊόντα με σχεδιασμό που προσδίδει μια νοσταλγία για την τέχνη του παρελθόντος και άλλες σε

προϊόντα που έχουν έναν νέο, πολύ διαφορετικό χαρακτήρα που προκύπτει μέσα από τη διαδικασία της εξέλιξης. Αυτό δίνει μια διαφορετική πνοή και μια νέα αισθητική με αποτέλεσμα το σχεδιασμό αντικειμένων με αφετηρία και έμπνευση την αρχαιοελληνική τέχνη.

Ορισμένα παραδείγματα προϊόντων που έχουν σχεδιαστεί με αναφορές στην ελληνική αρχαιότητα και εναρμονίζονται στη σύγχρονη αισθητική, βρίσκονται στην Εικόνα 22. Το Sun Priestess Pouch από την Naked Summer με έμπνευση τον τελετουργικό χορό των Μαινάδων, συνοδών του θεού Διονύσου, προς τιμήν του Ήλιου, καλωσορίζοντας την εποχή του καλοκαιριού, συνδέεται με την αρχαιότητα, τόσο μέσα από τη θεματολογία του τυπώματος, όσο και από την αισθητική η οποία έχει αποδοθεί σε αυτό. Το αρωματικό κερί Melia classic από την εταιρεία Choe έχει χαρακτηριστικό σχεδιασμό σε ύφασμα με σχέδιο που αντανακλά την κλασική περίοδο της αρχαίας ελληνικής τέχνης. Ο σχεδιασμός του δοχείου και της συσκευασίας για το ελαιόλαδο Skoutari από την Phantom έχει σαφείς αναφορές στα μελανόμορφα αγγεία της αρχαιότητας, τόσο στην επιλογή των χρωμάτων όσο και στη φόρμα και το σχέδιο. Το κεραμικό σουβέρ από την Ploos design διακοσμεί γεωμετρικό μοτίβο που έχει μεταφερθεί με αφαιρετικό τρόπο σε σύγχρονο σχέδιο. Το διακοσμητικό αντικείμενο Kratyr της Anaktae προσομοιάζει στη φόρμα τα κεραμικά αγγεία «κρατήρες», ενώ η επιλογή του μαρμάρου ως υλικό συνδέει το αντικείμενο επιπλέον με την αρχαιότητα. Το χειροποίητο κόσμημα Anthemion από την Ancient Kallos έχει σχεδιαστεί αξιοποιώντας το δημοφιλές στην αρχαιότητα διακοσμητικό ανθέμιο, μεταφέροντας την αρχαιότητα και κοσμώντας τη σύγχρονη μόδα. Η Magnadi, ανάμεσα στα προϊόντα που προσφέρει, διαθέτει άλλο ένα προϊόν μόδας, το foulardi Kionos με τύπωμα που αναδεικνύει την αντίθεση του αυστηρού γεωμετρικού πλαισίου με περίτεχνα διακοσμημένους κίονες κορινθιακού ρυθμού τοποθετημένους συμμετρικά.



Εικόνα 22 Sun Priestess Pouch by Naked Summers | Scented candle Melia classic by Choe | Skoutari olive oil by Phantom | Motifs ceramic coaster by Ploos design | Kratyr serving plates by Anaktae | Anthemion handmade earrings by Ancient Kallos | Kionos digitally printed scarf by Magnadi

Στην Εικόνα 23 απεικονίζεται μια από τις τέσσερις γλυπτές κεραμικές φιγούρες σε μιμηταλιστικές γραμμές, το άλογο, εμπνευσμένο από τα κλασικά γλυπτά του 5ου αιώνα π.Χ. που σχεδιάστηκαν από την Vast Design για το μουσείο της Ακρόπολης. Ένα ακόμη αντικείμενο για το μουσείο της Ακρόπολης είναι μέρος του project Gracious Greece από την Polkadot design. Συγκεκριμένα πρόκειται για αντικείμενα τέχνης, που αναπαριστούν τις καρυάτιδες σε δύο όψεις. Ο Δημήτριος Τζαβάρας έχει σχεδιάσει γεωμετρικό μοτίβο με πηγή έμπνευσης τον Αμφορέα του Διπύλου που εκτίθεται στο Εθνικό Αρχαιολογικό Μουσείο της Αθήνας, το οποίο εφαρμόζεται σε διάφορα χρηστικά αντικείμενα, όπως μια κούπα. Ο ίδιος αμφορέας αποτελεί το πρότυπο για τη δημιουργία σχεδίου, με βάση το περίγραμμα του και τη σύνθεση αυτού σε επαναλαμβανόμενα μοτίβα ή μοναδικού τυπώματος από την Studiolan. Το ρολόι χειρός Igemon, σχεδιασμένο από τον Γιώργο Τσουκνάκη, φέρει ελληνικούς αριθμούς και χρησιμοποιεί γεωμετρικά σχέδια που πηγάζουν από την ελληνική αρχιτεκτονική. Ο βιβλιοστάτης κουκουβάγια ανήκει στη σειρά Eternity της Sophia Enjoy

Thinking, που υμνεί τη Χρυσή Εποχή της αρχαιότητας, αλλά με αντικείμενα που κατοικούν στο σήμερα και μπορούν να έχουν μια θέση στο μοντέρνο σπίτι.



Εικόνα 23 Ceramic figurine by Vast Design | Gracious Greece art object by Polkadot design | Dipylon Krater inspired geometrical pattern on various objects by Demetrios Tzavaras | Dipylon Krater inspired print on various objects by Studiolar | Igemon watch by Giorgios Tsouknakis | Bookend owl by Sophia Enjoy Thinking

Στην εικόνα 24 απεικονίζονται αντικείμενα μεγαλύτερης κλίμακας, όπως τα έπιπλα και οι συσκευές. Η Santorini Chair της Dragonette έχει ως πρότυπο τον Κλισμό, χαρακτηριστικό κάθισμα του 5^{ου} και 4^{ου} αι. στην Ελλάδα, ο οποίος εμφανίζεται συχνά στην αγγειογραφία, με μια προσέγγιση με σύγχρονα υλικά που την φέρνουν πιο κοντά στη σύγχρονη αισθητική. Μια συσκευή καθαρισμού αέρα με την ονομασία Zephyrus, σχεδιασμένη από τον Jonggun Kim, αξιοποιεί την αισθητική ενός κίονα δωρικού ρυθμού και εξυπηρετεί απόλυτα τις λειτουργικές και αισθητικές της ανάγκες, μετατρέποντας μια ηλεκτρική συσκευή σε κομμάτι υψηλής αισθητικής για το χώρο στον οποίο τοποθετείται. Ο Αλέξανδρος Παπαδόπουλος σχεδιάζει χάρτινο σκαμπό με γεωμετρική όψη κίονα, ενώ και πάλι ο κίονας, αυτή τη φορά ιωνικού ρυθμού πρωταγωνιστεί στο Capitello lounge της Gufram από το Studio65. Φτιαγμένα από πολυουρεθάνη, τα μέρη του στέκονται στο χώρο σαν αρχαιολογικό εύρημα ενός κίονα χωρισμένου σε τρία μέρη. Το κάθισμα Aktis από την Anaktæ ακολουθεί τους κανόνες της μορφής του ελληνικού μαιάνδρου για το σχηματισμό της έντονα γεωμετρικής μορφής του. Τέλος το ηλιακό τραπέζι εξωτερικού χώρου της Αφροδίτης Κρασσα παίρνει τη μορφή του από το σχήμα του δωρικού κίονα.



Εικόνα 24 Santorini Chair by Dragonette | Air purifier unit Zephyrus by Jonggun Kim | Cardboard stool by Alexandros Papadopoulos | Gufram Capitello polyurethane lounge by Studio65 | Meander shape inspired Aktis ottoman by Anaktæ | Solar energy Patio Table by Afroditi Krassa

Το όφελος του σχεδιασμού τέτοιων προϊόντων με πηγή έμπνευσης την αρχαιοελληνική τέχνη, είναι σημαντικό για τη διατήρηση της πολιτιστικής και ιστορικής ταυτότητας της Ελλάδας. Εντοπίζεται συγκεκριμένα στην επικαιροποίηση, επαναφορά ή εκ νέου ανακάλυψη της τέχνης της αρχαιότητας, με σύγχρονο βλέμμα και σε συμφωνία με τα σύγχρονα στάνταρ αισθητικής και αντίληψης. Μέσω της καινοτομίας και της νέας, διαφορετικής προσέγγισης επεκτείνεται η επικαιρότητα και ο χρόνος ζωής μιας τέχνης παραδοσιακού περιεχομένου. Η τέχνη της ελληνικής αρχαιότητας έτσι από «μουσειακή τέχνη» μετατρέπεται σε κομμάτι της σύγχρονης τέχνης, που έχει αξία στη σημερινή εποχή και καθημερινότητα. Η γνωριμία με αυτήν διευκολύνεται με την άμεση εμπλοκή της στη ζωή μας, καθώς περιλαμβάνεται στο σχεδιασμό σύγχρονων αντικειμένων της καθημερινότητας. Σχεδόν υποσυνείδητα, κληροδοτείται η αισθητική, η κουλτούρα και τα πολιτιστικά στοιχεία, μέσα από συνειρμούς

και υπαινιγμούς της ιστορίας στο σύγχρονο σχεδιασμό. Η διαδικασία αυτή επιπρόσθετα ανεβάζει την πολιτιστική αξία των προϊόντων.

Συμπεράσματα

Διανύοντας την εποχή της τεχνολογίας, της επιστήμης και της πληροφορίας, η αναζήτηση του ανθρώπου για πνευματική τροφή, σύνδεση με την ιστορία, την παράδοση και για ανάπτυξη κοινωνικών σχέσεων γίνεται ολοένα και πιο εντατική, καθώς αυτά αποτελούν θεμέλια της πολιτιστικής του ταυτότητας. Επεκτείνοντας αυτή τη λογική, τα ταξίδια και οι δραστηριότητες αναψυχής έχουν συχνά πολιτιστικό και ιστορικό ενδιαφέρον. Τα ενθύμια που προσφέρονται μέσα από αυτές τις δραστηριότητες θα πρέπει να ανταποκρίνονται σε αυτή τη φιλοσοφία. Έτσι δημιουργείται μια ανάγκη και δίνεται μια ευκαιρία τα σουβενίρ που σχεδιάζονται, να εκφράζουν τη δημιουργικότητα μέσα από το πρίσμα της παράδοσης, του πολιτισμού της ιστορίας και της τέχνης του τόπου που εκπροσωπούν.

Τα σουβενίρ ως αντικείμενα μπορούν να εκφράσουν την ελληνικότητα και να συνδεθούν με την πολιτιστική ιστορία του τόπου από τον οποίο προέρχονται. Στην Ελλάδα συγκεκριμένα, το πολιτιστικό και ιστορικό ενδιαφέρον για την ελληνική αρχαιότητα είναι μεγάλο, επομένως και στην αγορά των σουβενίρ αυτή η θεματολογία αφορά μεγάλη μερίδα του κοινού. Έτσι η έρευνα εστιάζει στο κομμάτι της αρχαιοελληνικής τέχνης και συγκεκριμένα στη διακοσμητική τέχνη, η οποία προσεγγίζεται ως τμήμα αυτής στο πλαίσιο της παρούσας εργασίας. Από τη μελέτη ξεχωρίζουν τα χαρακτηριστικά στοιχεία και οι ιδιαιτερότητες της, ώστε να αποτελέσουν οδηγό και έμπνευση για το μετέπειτα σχεδιασμό.

Συγκεκριμένα, το διακοσμητικό πέρα από την καλλωπιστική συνεισφορά του στο αντικείμενο, του προσφέρει ταυτότητα, βοηθά στην επικοινωνία και έκφραση κάποιου μηνύματος ή ακόμα και στη λειτουργία του, ενώ είναι ικανό να δημιουργήσει μια εμπειρία για το χρήστη του αντικειμένου. Για τους λόγους αυτούς θεωρείται κατάλληλο μέσο για να εκφράσει και να μεταφέρει πολιτιστικά στοιχεία, δημιουργώντας μια εμπειρία για το χρήστη. Επιπλέον, μέσω της διακοσμητικής τέχνης μπορεί να επιτευχθεί η εκ νέου γνωριμία και η επαναφορά ή διατήρηση της παράδοσης ενός τόπου, καθώς αυτή εφαρμόζεται ευκολότερα σε ήδη υπάρχοντα αντικείμενα ή αντικείμενα που δημιουργούνται σύμφωνα με τις σύγχρονες απαιτήσεις και εξυπηρετούν σύγχρονες ανάγκες. Συγκεκριμένα, στο σχεδιασμό σουβενίρ, τα οποία είναι φορείς πολιτιστικών και καλλιτεχνικών πληροφοριών, παρουσιάζεται η ευκαιρία για αναφορά και αναβίωση της διακοσμητικής τέχνης, μέσα από την σύγχρονη επικαιροποιημένη μετάφραση την ιστορικής διακοσμητικής τέχνης της ελληνικής αρχαιότητας.

Το απαιτητικό πλέον κοινό, που αναζητά μια έκπληξη ανάμεσα στα συνηθισμένα και κορεσμένα πια σουβενίρ, μπορεί να ικανοποιηθεί με την επανασχεδίαση διάσημων αναφορών ή με τη δημιουργία νέων συμβολισμών και στοιχείων που έχουν αφηγηματική διάσταση. Αυτή την ευκαιρία προσφέρει η ελληνική διακοσμητική τέχνη, της οποίας τα διακοσμητικά στοιχεία συναντώνται παντού και δεν είναι η προφανής και τετριμμένη αναφορά, όπως θα ήταν κάποιο κτίσμα ορόσημο. Επιπλέον, τα handicraft αντικείμενα, τα οποία είναι αντικείμενα με έμφαση στην ποιότητα, τη μοναδικότητα και με τοπική χροιά, αποτελούν τάση αλλά και ανάγκη της πλήρως αυτοματοποιημένης εποχής, όπως αναφέρθηκε στο παραπάνω σκέλος της εργασίας. Σουβενίρ μπορούν να χαρακτηριστούν ως τέτοια μέσα από τη θεματολογία, την αισθητική τους και μέσα από τη μέθοδο με την οποία δημιουργούνται, η οποία θα περιέχει ένα χειροποίητο μέρος, ή μέσα από κάποια τμηματική προσέγγιση του χειροποίητου. Μια ιδανική μέθοδος προσθήκης χειροποίητων διακοσμητικών στοιχείων, που σχετίζεται με την ελληνική πολιτιστική κληρονομιά είναι το κέντημα.

γ. Κέντημα

γ.1 Ορισμός-Ιστορία

Το κέντημα είναι η απεικόνιση διακοσμητικών μοτίβων από κλωστή ή νήμα σε υφάσματα ή άλλα υλικά με τη χρήση βελόνας.

Η ιστορία του κεντήματος ξεκινά στον αρχαίο κόσμο, αν και δεν είναι ξεκάθαρο που πρωτοεμφανίστηκε. Φαίνεται να εξελίχθηκε μέσα από τεχνικές για επιδιόρθωση, προσαρμογή, ένωση ή ενίσχυση υφασμάτων, οι οποίες αξιοποιήθηκαν για το διακοσμητικό τους ενδιαφέρον και προέκυψε αυτό το είδος διακοσμητικής ραπτικής. Από τα παλαιότερα δείγματα κεντητικής βρίσκονται στην Ασία, την Αίγυπτο και την Ελλάδα της αρχαιότητας. Στην αρχαία Ελλάδα συγκεκριμένα, η φύση και δομή του σχεδίου του μαιάνδρου υποδεικνύει την προέλευση του από σχέδιο κεντήματος. Την παρουσία του κεντήματος στην αρχαία Ελλάδα μαρτυρά ακόμα ο μύθος της θεάς Αθηνάς, που αναμετράται στο κέντημα με την Αράχνη. Συγκεκριμένα στην Ελλάδα, τα διακοσμητικά σχέδια στα ενδύματα αποδίδονταν με ύφανση έναντι του κεντήματος, ώστε να μην βαραίνει επιπλέον το ύφασμα και να πέφτει δημιουργώντας όμορφες πτυχώσεις. Το κέντημα χρησιμοποιούνταν κυρίως για τη διακόσμηση που είχαν οι ζώνες και οι κεφαλόδεσμοι (Πλατή & Μάρκου, 2015). Τα υφάσματα με κεντημένα σχέδια, αποτελούσαν γενικότερα σε όλες τις τοποθεσίες ένδειξη πλούτου μέσα από την περίτεχνη διακόσμηση που πρόσφεραν και εξέφραζαν τη θέση των ανθρώπων στην κοινωνία μέσα από τα ενδύματα τους. Τα σχέδια που χρησιμοποιούνταν ήταν γεωμετρικά, στυλιζαρισμένα φυτικά και ζωικά στολίδια ή θρησκευτικά σύμβολα. Τα διαθέσιμα υλικά και οι συνθήκες κάθε περιοχής καθόρισαν και το είδος καθώς και τα χαρακτηριστικά του κεντήματος σε αυτήν. Η κεντητική δεν παραμένει στάσιμη, καθώς στο πέρασμα του χρόνου προστίθενται επιπλέον στοιχεία, όπως οι πέρλες, χάντρες, παγιέτες, κορδέλες και φτερά, με σκοπό τον εμπλουτισμό των μοτίβων, με νέες τεχνικές να προστίθενται διαρκώς, όπως το κέντημα μηχανής. Η κεντητική αποτελεί σπουδαίο μέρος της ελληνικής λαϊκής τέχνης με έργα που έχουν ιδιαίτερη καλλιτεχνική αξία μέσα από τη δεξιοτεχνία κατά την εκτέλεση τους, φέροντας παράλληλα σημαντικό σημασιολογικό χαρακτήρα, με τους πλούσιους πολιτιστικούς συμβολισμούς των μοτίβων.

Στην πορεία της κεντητικής ιστορίας, ανάλογα με τους λαούς, τις πεποιθήσεις, τη μόδα και την αισθητική, και τη διαρκή αναζήτηση για νέες τεχνικές, έχουν προκύψει πολλές ραφές και είδη κεντήματος με τη χρήση διαφορετικών νημάτων σε υφάσματα ή άλλα υλικά. Κάθε μοτίβο/σχέδιο μπορεί να κεντηθεί σε διαφορετικά στυλ και εξαρτάται από το προσωπικό γούστο του κεντητή, τα διαθέσιμα υλικά αλλά και τη δεξιοτεχνία του. Έτσι το κάθε κέντημα αποκτά μοναδικότητα και έχει τη γοητεία του πρωτότυπου. Η ιστορία και εξέλιξη του κεντήματος συνεχίζεται έως και σήμερα.

γ.2 Είδη-στυλ κεντήματος

Το κέντημα δεν απαιτεί ιδιαίτερο εξοπλισμό και πολύπλοκα υλικά, παρά μόνο το ύφασμα ή τον καμβά, τη βελόνα και την κλωστή. Τα διαφορετικά είδη και στυλ που μπορούν όμως να δημιουργηθούν, με αυτά τα περιορισμένα σε αριθμό εργαλεία και υλικά, είναι πολλά σε αριθμό και μπορούν να διαφέρουν ιδιαίτερα μεταξύ τους. Ο ορισμός και η κατηγοριοποίηση αυτών των διαφορετικών ειδών κεντήματος δεν γίνεται με αυστηρότητα, αλλά εξαρτάται από την υποκειμενική άποψη και κρίση του καθενός και το πλαίσιο στο οποίο προσπαθεί κανείς να εντάξει αυτόν τον διαχωρισμό.

Η διάκριση μεταξύ των κεντημάτων μπορεί να γίνει με βάση την τοποθεσία προέλευσης (πχ. Chinese embroidery), την εμφάνιση (πχ. Whitework), την τεχνική (πχ. metal thread embroidery), τον τύπο του υλικού που αποτελεί τη βάση για το κέντημα και κατά συνέπεια

τη φύση και τη δομή του (πχ. canvas work), ή τη σχέση της βελονιάς με τη βάση, τον τρόπο δηλαδή που τοποθετούνται οι βελονιές πάνω σε αυτό (free style/counted thread embroidery). Παρακάτω παρατίθενται ενδεικτικά μερικά από τα πιο χαρακτηριστικά είδη κεντήματος.

Το **ελεύθερο κέντημα** (freestyle/surface embroidery) δεν λαμβάνει υπόψη του το υλικό και τη δομή της βάσης και οι βελονιές τοποθετούνται ανεξάρτητα από αυτό (Textile Research Centre, 2017). Υπάρχει έτσι μεγαλύτερη ευελιξία για τη δημιουργία τρισδιάστατης όψης στο κέντημα, καθώς και στην επιστράτευση ποικίλων βελονιών για να επιτευχθεί το επιθυμητό αποτέλεσμα, καθιστώντας για αυτόν το λόγο το ελεύθερο κέντημα κατάλληλο για φυσική απεικόνιση και μοτίβα με έντονα διακοσμητικό χαρακτήρα (Victoria and Albert Museum, 2018). Το σχέδιο μπορεί να σχεδιαστεί πάνω στη βάση και σε δεύτερη φάση να κεντηθεί (Textile Research Centre, 2017). Αυτή η τεχνική είναι γνωστή και ως γραφτό κέντημα, το οποίο ακολουθεί το σχέδιο που έχει προηγουμένως αποτυπωθεί στο ύφασμα, με διάφορες ελεύθερες βελονιές που επιτρέπουν την πιο ελεύθερη και φυσική απεικόνιση του θέματος.

Art needlework είναι ένα είδος ελεύθερου κεντήματος το 19ου αι. επηρεασμένο από το κίνημα Arts and Crafts. Χρησιμοποιούνται βελονιές για την αποτύπωση φυσικών θεμάτων με αναφορές σε υφάσματα της Ιταλίας, Ιράν και Τουρκίας.

Η τεχνική **Chinese silk** ή **Suzhou embroidery** ανήκει στις παλαιότερες και πιο αντιπροσωπευτικές της κινεζικής κεντητικής. Τα σχέδια περιέχουν άνθη, πουλιά και ζώα και αφηρημένα γεωμετρικά μοτίβα. Χρησιμοποιείται ποικιλία διαφορετικών βελονιών με λεπτή κλωστή από μετάξι, η οποία προσδίδει λάμψη. Κάποιες φορές με padded βελονιά (εσωτερικό γέμισμα) δίνεται όγκος, ενώ στριφτές κλωστές χρησιμοποιούνται για να δημιουργηθούν τα περιγράμματα (Victoria and Albert Museum, 2018). Σε μια ιδιαίτερα σύνθετη μορφή του είδους αυτού μπορεί να κεντηθεί ως έργο διπλής όψης (Textile Research Centre, 2017).

Crewelwork είναι μια μορφή κεντήματος στην οποία χρησιμοποιείται μαλλί, το οποίο με την πυκνότητα του δημιουργεί ανάγλυφο σχέδιο, που βρίσκεται κεντημένο συνήθως σε λινό ύφασμα. Είναι μια πλούσια και περίτεχνη μορφή κεντήματος, που χρησιμοποιεί πολλές διαφορετικές βελονιές για το περίγραμμα και γέμισμα του σχεδίου. Τα σχέδια είναι χρωματιστά και έχουν έντονες φωτοσκιάσεις και υφή και η θεματολογία είναι εξωτικά και στυλιζαρισμένα φυτά και ζώα (Victoria and Albert Museum, 2018). Το ύφασμα που χρησιμοποιείται για βάση πρέπει να είναι πυκνό, ώστε να υποστηρίξει το βάρος της κλωστής, ενώ η χρήση στεφανιού είναι σημαντική για να τεντωθεί σωστά το ύφασμα και να κεντηθεί χωρίς παραμορφώσεις. Αυτό το είδος κεντήματος ήταν ιδιαίτερα δημοφιλές το 17ο αι. στη Βρετανία, όπου έγινε γνωστό με το όνομα Jacobean work (Textile Research Centre, 2017).

Το **Goldwork** κέντημα δημιουργείται με κλωστές από χρυσό ή επιχρυσωμένες μεταλλικές κλωστές, με περίτεχνη τεχνική που αντανάκλα τον πλούτο. Η χρήση του είδους αυτού γίνεται ιδιαίτερα σε θρησκευτικά, στρατιωτικά ή ενδύματα που σχετίζονται με κάποιο τελετουργικό ή ακόμα και από σχεδιαστές υψηλής ραπτικής.

Raised work ή **Stumpwork** χρησιμοποιεί διάφορα υλικά και τεχνικές για να πετύχει μια τρισδιάστατη οπτική. Συγκεκριμένα, αυτό επιτυγχάνεται κεντώντας πάνω από τσόχινο γέμισμα, με τη χρήση διαφορετικών ειδών κλωστής για την απόδοση της σκίασης και με τη χρήση σύρματος το οποίο λειτουργεί ως καλούπι για το κέντημα ξεχωριστών στοιχείων (πχ. πέταλα, φύλλα, φτερά εντόμων) τα οποία στη συνέχεια τοποθετούνται στο βασικό σχέδιο (Victoria and Albert Museum, 2018).

Couching και **Laid work** ονομάζονται οι τεχνικές κατά τις οποίες ακουμπά κανείς πρώτα την κλωστή στο ύφασμα και μετά αυτή «δένεται» με μια δεύτερη κλωστή πάνω σε αυτό (Victoria and Albert Museum (2018).

Darned Embroidery είναι η τεχνική που χρησιμοποιεί running stitches ή αλλιώς darning stitches, τα οποία κεντώνται οριζόντια, αλλάζοντας κατεύθυνση σε κάθε σειρά και δημιουργούν σχέδια με την εναλλαγή του θετικού και αρνητικού χώρου (Textile Research Centre, 2017). Με την εναλλαγή του μήκους της βελονιάς προκύπτουν γεωμετρικά σχέδια.



Εικόνα 25 Art needlework | Chinese silk | Crewelwork | Goldwork | Stumpwork | Couching | Laid work | Darned embroidery

Αντίθετα, το **μετρητό κέντημα** (Counted-thread embroidery) δημιουργείται τοποθετώντας συγκεκριμένο αριθμό από βελονιές σε σημεία που καθορίζονται μετρώντας σημεία από το νήμα στην ύφανση της βάσης (Victoria and Albert Museum, 2018). Για το λόγο αυτό, τα υφάσματα με ομοιόμορφη ύφανση, όπως είναι ο καμβάς, το ύφασμα εταμίν άιντα, ή βαμβακερό και λινό με ομοιόμορφη πλέξη, διευκολύνουν το κέντημα αυτού του είδους. Χαρακτηριστικό του μετρητού κεντήματος που συναντάται συχνά είναι τα επαναλαμβανόμενα μοτίβα, τα οποία δημιουργούνται από απλές βελονιές σε ύφασμα με ομοιόμορφη ύφανση. Σε ορισμένες περιπτώσεις το ύφασμα που χρησιμοποιείται σαν βάση παραμένει ορατό φόντο, ενώ σε άλλα καλύπτεται πλήρως (Victoria and Albert Museum, 2018). Είναι γνωστό και ως ξομπλιαστό κέντημα, το οποίο δημιουργείται απευθείας στο ύφασμα με μετρητές βελονιές, χωρίς να έχει προσχεδιαστεί το σχέδιο. Το αισθητικό αποτέλεσμα του ξομπλιαστού κεντήματος, δεν περιέχει καμπύλες γραμμές, αφού η μέθοδος μπορεί να χαρακτηριστεί ως κέντημα σε κάναβο με την απόδοση του σχεδίου μέσα από σημεία, σχεδόν σαν ψηφιδωτό. Σε παρόμοια λογική με μέτρημα ή προσημειωμένο σχέδιο, δημιουργούνται και άλλα είδη κεντημάτων, τα οποία κεντώνται διαπερνώντας την ύφανση του καμβά και δημιουργώντας ένα πυκνό σχέδιο που καλύπτει όλη την επιφάνεια του υφάσματος.

Το κέντημα **Bargello** (ή Lame stitch, Florentine work, Hungarian point and Irish stitch) δημιουργείται με απλές κάθετες βελονιές πάνω σε καμβά, οι οποίες κεντώνται παράλληλα μεταξύ τους και ονομάζονται Florentine (Victoria and Albert Museum, 2018). Οι βελονιές τοποθετούνται σχηματίζοντας ένα χαρακτηριστικό μοτίβο ζιγκ-ζαγκ, με κλωστή από μαλλί ή μετάξι και σχέδια πολύχρωμα, τα οποία αποτελούνται είτε από διαφορετικές αποχρώσεις του ίδιου χρώματος είτε από χρώματα με μεγάλες αντιθέσεις (Victoria and Albert Museum, 2018, Textile Research Centre, 2017). Οι βελονιές τοποθετούνται παράλληλα με την ύφανση του καμβά σε αντίθεση με άλλες τεχνικές που κεντώνται διαγώνια. Το κέντημα αυτό έχει υψηλή αντοχή και χρησιμοποιήθηκε για αυτό κατά κόρον σε έπιπλα.

Για το κέντημα του είδους **Berlin woolwork** χρησιμοποιείται καμβάς για τη βάση, μάλλινη κλωστή και αποκλειστικά και μόνο ένα είδος βελονιάς, με την επιλογή να βρίσκεται ανάμεσα

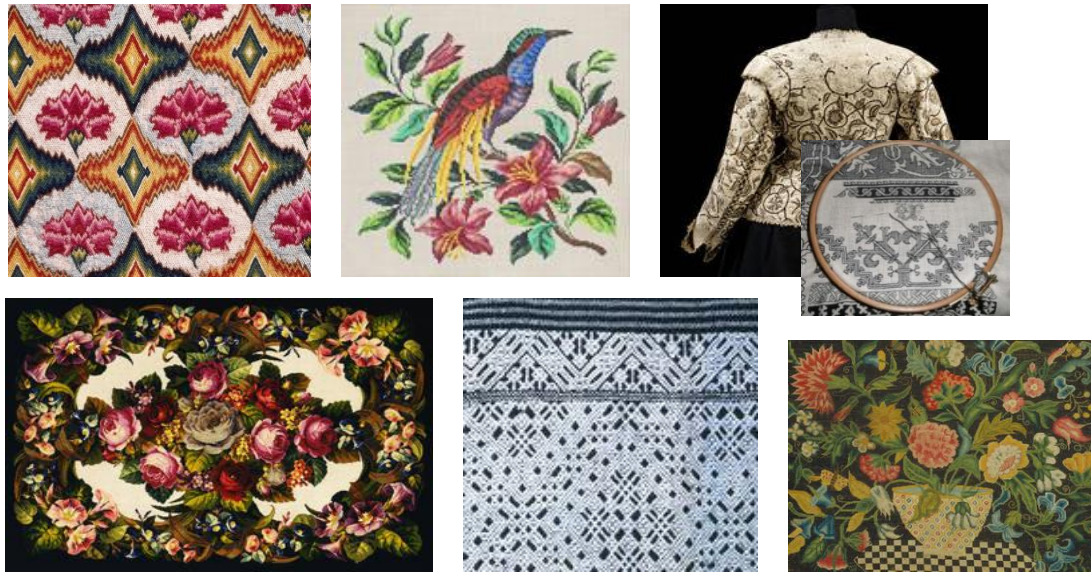
στο cross stitch ή tent stitch. Τα σχέδια βρίσκονται τυπωμένα σε χαρτί με κουτάκια, τα οποία αντιστοιχούν στα κουτάκια που σχηματίζει η ύφανση του καμβά και από εκεί μετρώντας μεταφέρονται στο κέντημα. Τα πολύ έντονα χρώματα μαλλιού, που χρησιμοποιούνται στη δημιουργία σκιάσεων, προσδίδουν το εφέ της τρισδιάστατης όψης (Victoria and Albert Museum, 2018), ενώ το τελικό κέντημα είναι πολύ ανθεκτικό.

Blackwork ονομάζεται η ασπρόμαυρη τεχνική κεντήματος, με μαύρη κλωστή από μετάξι ή βαμβάκι (Textile Research Centre, 2017) σε λευκό ύφασμα με ομοιόμορφη ύφανση (Victoria and Albert Museum, 2018). Παραδοσιακά χρησιμοποιήθηκε για τη διακόσμηση ένδυσης σε σημεία όπως ο γιακάς και τα μανίκια (Victoria and Albert Museum, 2018). Ξεκίνησε με τη μορφή επαναλαμβανόμενων γεωμετρικών και φλοράλ σχεδίων, εφαρμοσμένα σε σημεία ή σαν μοτίβο που καλύπτει ολόκληρη την επιφάνεια (diaper) και εξελίχθηκε σε μεγαλύτερης έκτασης σχέδια, από ελικοειδή στοιχεία και φυτικά σχέδια που ενώνονται μεταξύ τους και συνοδεύονται από πουλιά, έντομα και ζώα (Victoria and Albert Museum, 2018). Σε αυτήν την τεχνική τα σχέδια τυπώνονται ή ζωγραφίζονται στο ύφασμα με ελεύθερο χέρι (Victoria and Albert Museum, 2018) και κεντώνται με τη βελονιά double running stitch ή αλλιώς Holbein stitch (Textile Research Centre, 2017).

Η **σταυροβελονιά** (cross-stitch) ανήκει στις πιο συνηθισμένες και αναγνωρίσιμες τεχνικές κεντήματος που συναντώνται και αυτό το οφείλει ίσως στην απλότητα της. Δημιουργείται από δύο διαγώνιες βελονιές, οι οποίες σχηματίζουν ένα «χ» και κεντώνται σε ύφασμα αραιής και ομοιόμορφης ύφανσης. Το σχέδιο μπορεί να είναι σταμπωτό πάνω στη βάση ή μετρητό, ακολουθώντας την ίδια λογική του Berlin woolwork, αλλά η κλωστή που συνηθίζεται είναι η βαμβακερή και ελαφρώς στριφτή, και σπανιότερα το μετάξι, ραγιόν και σε λεπτομέρειες ή ακόμα και ολόκληρα τμήματα ιδιαίτερες κλωστές όπως η μεταλλική. Μπορεί να δημιουργήσει από απλά σχέδια έως πολύ εκλεπτυσμένα προσδίδοντας τρισδιάστατο εφέ (Victoria and Albert Museum, 2018).

Kogin είναι μια παραδοσιακή ιαπωνική τεχνική κεντήματος, η οποία γεννήθηκε από τη ανάγκη ενίσχυσης της ανθεκτικότητας και της ζέστης που προσφέρει ένα ρούχο εργασίας για τους αγρότες (Victoria and Albert Museum, 2018). Οριζόντιες βελονιές διαφορετικού μήκους, με λευκή βαμβακερή κλωστή σε σκούρο ύφασμα indigo, το διαπερνούν σε σειρές εναλλάσσοντας κατεύθυνση και δημιουργούν γεωμετρικά σχέδια.

Canvas work είναι η τεχνική γνωστή και ως Needlepoint, η οποία χρησιμοποιεί σκληρό καμβά με αραιή ύφανση για βάση και κατά βάση την tent stitch βελονιά, για τη δημιουργία σχεδίων που καλύπτουν όλη την επιφάνεια. Στην κατηγορία canvas work μπορούν να καταταχθούν και το Berlin wool work και το bargello (Textile Research Centre, 2017).



Εικόνα 26 Bargello | Berlin woolwork | Blackwork | Cross-stitch | Kogin | Canvas work

Κοινό στοιχείο που χαρακτηρίζει την κατηγορία κεντήματος **Whitework**, είναι η εμφάνιση αποκλειστικά και μόνο λευκού κεντήματος σε λευκή βάση, ανεξάρτητα από τις διαφορετικές τεχνικές που συνθέτουν το κέντημα.

Στην τεχνική **Cutwork** ή κοφτό κέντημα, το σχέδιο σχηματίζεται από σημεία του υφάσματος τα οποία κόβονται και αφαιρούνται και κεντήματα δημιουργούνται γύρω από τα κενά αυτά. Ανήκει στην κατηγορία Whitework και χρησιμοποιείται βαμβακερό ή λινό ύφασμα και λευκή κλωστή. Αυτή η τεχνική αξιοποιεί την αντίθεση που δημιουργείται μεταξύ του φωτός (λευκό ύφασμα) με τη σκιά (κενά) (Victoria and Albert Museum, 2018). Υπάρχουν δύο εναλλακτικοί τρόποι για να δημιουργηθεί το κοφτό κέντημα. Στην πρώτη μέθοδο, τα κενά δεν παίζουν σημαντικό ρόλο στο βασικό σχέδιο, όπως συμβαίνει στην τεχνική hardanger embroidery. Στη δεύτερη μέθοδο, τα κενά είναι αυτά που σχηματίζουν το βασικό σχέδιο του κεντήματος, δίνοντας έτσι εμφάνιση κοντινότερη σε αυτή της δαντέλας. Τέτοια παραδείγματα είναι η τεχνικές broderie anglaise και reticella (Textile Research Centre, 2017). Σταδιακά λοιπόν η τεχνική cutwork και η αφαίρεση ολοένα και περισσότερου υφάσματος, οδήγησε στη δημιουργία της δαντέλας με βελόνα γνωστή ως needle lace (Victoria and Albert Museum, 2018).

Η τεχνική **Hardanger** δημιουργεί συμμετρικά, γεωμετρικά σχέδια, τα οποία σχηματίζονται από τετράγωνα (kloster blocks) που κεντώνται με satin ή straight stitch και μικρά τετράγωνα ανοίγματα (Textile Research Centre, 2017). Λευκό ύφασμα με ομοιόμορφη ύφανση και χοντρή βαμβακερή ή λινή κλωστή είναι τα υλικά που χρησιμοποιούνται.

Μια σχετικά απλή τεχνική cutwork είναι η **Broderie anglaise**, η οποία είναι ανεξάρτητη από την ύφανση της βάσης. Χαρακτηρίζεται από σχέδια που δημιουργούνται από κενά, συνήθως οβάλ ή κυκλικά, τα οποία ονομάζονται eyelets. Το περίγραμμα τους κεντάται με buttonhole stitch ενώ συνδέονται μεταξύ τους με απλά σχέδια, σχηματίζοντας μοτίβα με λουλούδια (Victoria and Albert Museum, 2018, Textile Research Centre, 2017).

Η τεχνική **Reticella** είναι η πιο ακραία μέθοδος Cutwork, η οποία τελικά δημιουργεί αυτό που ονομάζουμε κεντημένη δαντέλα (Textile Research Centre, 2017). Ξεκίνησε δημιουργώντας κενά τραβώντας κλωστές από την ύφανση του υφάσματος, ώστε να δημιουργηθεί το πλέγμα πάνω στο οποίο κεντάται το σχέδιο με buttonhole stitch. Εξελίχθηκε όμως χρησιμοποιώντας εξ αρχής ένα πλέγμα κλωστής αντί για ύφασμα. Το αποτέλεσμα και στις δύο περιπτώσεις

είναι γεωμετρικά σχέδια από ένα πλέγμα που συντίθεται από διακριτά τετράγωνα ή άλλα σχήματα ενωμένα μεταξύ τους.

Από την παραπάνω τεχνική προέκυψε λοιπόν η **Needle lace**, η δαντέλα δηλαδή που δημιουργείται μόνο με βελόνα και κλωστή, η οποία χαρακτηρίζεται από ιδιαίτερως φίνα όψη.

Η τεχνική **Ayrshire work** ανήκει στην κατηγορία του Whitework και Cutwork κεντήματος. Δημιουργείται από στυλιζαρισμένα λουλούδια κεντημένα με τη βελονιά satin stitch και κοφτά σχέδια γεμισμένα με ψιλή δαντέλα φτιαγμένη με βελόνα (lace stitch) και πολύ λεπτή κλωστή, σε ψιλή αλλά σταθερή μουσελίνα (Victoria and Albert Museum, 2018, Textile Research Centre, 2017). Βρίσκει εφαρμογή ιδιαίτερα σε γιακάδες, μανίκια και ρούχα για μωρά παλαιότερης εποχής, ενώ θυμίζει την ινδική τεχνική κεντήματος Chikan.

Στενή σχέση με το Cutwork έχουν οι τεχνικές Pulled thread work, στην οποία κάθετες και οριζόντιες κλωστές από την ύφανση της βάσης τραβιούνται και δένονται σφιχτά και Drawn thread work, στην οποία κάθετες και/ή οριζόντιες κλωστές της ύφανσης της βάσης αφαιρούνται εντελώς δημιουργώντας κενά (Textile Research Centre, 2017).

Στην τεχνική **Drawn thread work**, η οποία είναι μια μετρητή τεχνική κεντήματος, το ύφασμα που χρησιμοποιείται για βάση αλλάζει μορφή, αφαιρώντας ίνες από την ύφανση για να δημιουργηθούν κενά και στη συνέχεια κεντώνται σχέδια γύρω από αυτά με κλωστή, η οποία συχνά έχει παρόμοιο χρώμα με αυτό του υφάσματος βάση. Συγκεκριμένα, κάθετες και οριζόντιες κλωστές της ύφανσης της βάσης κόβονται και τραβιούνται. Οι κλωστές της ύφανσης που παραμένουν, δένονται και κεντώνται με βελονιές, δημιουργώντας σχέδια (Victoria and Albert Museum, 2018).

Ένας ακόμα τύπος κεντήματος που βασίζεται στην ύφανση της βάσης για τη δημιουργία του σχεδίου είναι η τεχνική **Pulled thread work**. Νήματα από την ύφανση τραβιούνται και δένονται με επιπλέον κλωστή, δημιουργώντας σχέδια με κενά (Victoria and Albert Museum, 2018). Για το λόγο αυτό το ιδανικό ύφασμα για αυτή την τεχνική πρέπει να έχει χαλαρή και αραιή ύφανση.

Ξεφεύγοντας εντελώς από την αισθητική που προσδίδουν τα κενά στο Whitework κέντημα, συναντάται η τεχνική **Mountmellick**, η οποία βασίζεται στην δημιουργία έντονης ανάγλυφης, τρισδιάστατης όψης με τη χρήση κυρίως βελονιών με κόμπους ή ενισχύσεις (knotted και padded stitches) (Textile Research Centre, 2017, Victoria and Albert Museum, 2018). Τα τυπικά σχέδια είναι λουλούδια, φυτά και φρούτα και χαρακτηριστική είναι η περίτεχνη πλεκτή δαντέλα που εφαρμόζεται γύρω από το εργόχειρο (Victoria and Albert Museum, 2018).

Η τεχνική **Candlewicking ή Dotting** εφαρμόζεται σε λευκή μουσελίνα με χοντρή λευκή κλωστή, χρησιμοποιώντας κατά βάση τη βελονιά colonial knot στη σειρά, ώστε να σχηματιστεί το σχέδιο (Textile Research Centre, 2017). Η θεματολογία προέρχεται από τη φύση.



Εικόνα 27 Cutwork | Hardanger | Broderie anglaise | Reticella | Needle lace | Ayrshire work | Drawn thread work | Pulled thread work | Mountmellick | Candlewicking

Στην απόδοση του σχεδίου αποκλειστικά και μόνο μέσα από τα περιγράμματα εστιάζει η τεχνική **Outline embroidery**, χρησιμοποιώντας διαφορετικές βελονιές και αφήνοντας το μεγαλύτερο μέρος του υφάσματος-βάση κενό (Textile Research Centre, 2017).

Η τεχνική **Shadow work**, είναι μια μορφή κεντήματος στην πίσω πλευρά ημιδιαφανούς ή διαφανούς υφάσματος (ζορζέτα, τούλι, οργάντζα, λεπτό βαμβακερό ή λινό, μουσελίνα, κ.α.), ώστε να διαφαίνεται το σχέδιο μέσα από ένα «φίλτρο» στην καλή πλευρά του έργου (Textile Research Centre, 2017). Χρησιμοποιείται κυρίως η βελονιά herringbone, η οποία στην μπροστινή όψη του υφάσματος φαίνεται ως απλή πισωβελονιά, αλλά στην πίσω όψη είναι σταυρωτή.

Μια ιδιαίτερη τεχνική κεντήματος, η οποία σήμερα μεταφράζεται σε κέντημα με παγιέτες, είναι η τεχνική κεντήματος με λέπια ψαριού (**Fish scale embroidery**). Μετά από επεξεργασία, αυτά αποκτούν ιριδίζοντα χρώματα και διαφορετικά σχήματα και μπορούν να αποδώσουν τα πέταλα από διάφορα λουλούδια με ιδιαίτερο τρόπο (Textile Research Centre, 2017). Συνήθως για αυτό το είδος κεντήματος χρησιμοποιείται ως βάση ύφασμα από βελούδο, μετάξι ή σατέν.



Εικόνα 28 Outline embroidery | Shadow work | Fish scale embroidery

Ένα κέντημα μπορεί να δημιουργηθεί αποκλειστικά από μια συγκεκριμένη ή από το συνδυασμό περισσότερων τεχνικών. Το σύνολο των τεχνικών κεντητικής που υπάρχουν, είναι εξαιρετικά πλούσιο. Αυτός είναι και ο λόγος για τον οποίο η παραπάνω λίστα τεχνικών, αποτελεί μόνο μια ενδεικτική επιλογή, για την ανάδειξη της ποικιλομορφίας της τεχνικής του κεντήματος.

γ.3 Υλικά- εργαλεία- μέθοδος

Τα περισσότερα κεντήματα απαιτούν σταθερό ύφασμα για βάση, ώστε να επιτυγχάνονται καλοσχηματισμένες βελονιές. Αυτό βέβαια μπορεί να παρακαμφθεί από την ικανότητα του κεντητή. Μια γενική οδηγία θα ήταν η επιλογή υφάσματος, το οποίο υποστηρίζει το βάρος και το στυλ της βελονιάς. Η μόνη προϋπόθεση για οποιοδήποτε μετρητό είδος κεντήματος είναι, ότι το ύφασμα θα πρέπει σχηματίζεται από ομαλά διαμήκη και εγκάρσια νήματα, τα οποία λειτουργούν στην ουσία ως καμβάς. Καμβάς είναι ουσιαστικά ένα ύφασμα με «κελιά», ένας κάναβος, που χρησιμοποιείται σαν οδηγός. Συγκεκριμένα για τη σταυροβελονιά, που είναι δημοφιλές κέντημα στην Ελλάδα, ο καμβάς είναι ιδιαίτερα βοηθητικός για ένα ομοιογενές κέντημα, χωρίς όμως να αποκλείεται η χρήση άλλου υφάσματος. Σε όλες τις περιπτώσεις το ύφασμα επιλέγεται με βάση την επιθυμητή αισθητική, αφού αποτελεί μέρος του τελικού αποτελέσματος, παίρνοντας συνήθως το ρόλο του φόντου. Το ύφασμα αυτό μπορεί να είναι λινό, μεταξωτό, βαμβακερό, συνθετικό ή ακόμα και κάποιο μίγμα.

Κατά τη δημιουργία ενός κεντήματος, προσοχή απαιτείται κατά την επιλογή κατάλληλου μεγέθους βελόνας, για την αποφυγή τραυματισμού του υφάσματος από μια μεγαλύτερη βελόνα ή τη δημιουργία φθορών (ξέφτια) στην κλωστή από μια μικρότερη. Η διάκριση στο είδος της βελόνας επεκτείνεται και στην επιλογή μεταξύ μυτερής βελόνας και βελόνας με στρογγυλεμένη μύτη. Στην περίπτωση που η κλωστή πρέπει να διαπεράσει το ύφασμα, η μυτερή βελόνα είναι η κατάλληλη, ενώ η δεύτερη ενδείκνυται στην περίπτωση που θα πρέπει να γλιστρήσει μεταξύ νημάτων που έχουν κεντηθεί ήδη στο ύφασμα. Κατά την αποθήκευση για μεγάλο διάστημα ενός ατελούς κεντήματος, συστήνεται να μην μένει η βελόνα σε αυτό, καθώς μπορεί να σκουριάσει και να δημιουργήσει λεκέ στο κέντημα.

Το πάχος της κλωστής που χρησιμοποιείται πρωτίστως επιλέγεται με βάση το ύφασμα, στο οποίο θα κεντηθεί το σχέδιο, με γνώμονα να μην το τραυματίζει και μετακινεί τις ίνες του με το μεγάλο πάχος της, προκαλώντας έτσι τσαλακώματα στο τελικό αποτέλεσμα. Όταν χρησιμοποιείται καμβάς, ανάλογα με την πυκνότητα του, επιλέγεται και το αντίστοιχο πάχος κλωστής. Όσο μεγαλύτερα τα κενά, τόσο παχύτερη και η κλωστή, με εξαίρεση την επιλογή λεπτότερης κλωστής για τη δημιουργία διάτρητου κεντήματος.

Η υψηλή ποιότητα του νήματος επηρεάζει την αντίσταση του στο ξέφτισμα, δίνει μεγάλη γκάμα στα διαθέσιμα χρώματα και τελευταίο χαρακτηριστικό και ιδιαίτερα σημαντικό, είναι ότι δεν ξεβάφει, ώστε να καταστρέψει τελικά ένα πολύχρωμο κέντημα. Είναι καλό να υπάρχει διαθέσιμη όλη η ποσότητα κλωστής που θα χρειαστεί κανείς για να ολοκληρώσει το έργο, για να είναι βέβαιο ότι δεν θα υπάρχουν αποκλείσεις στα χρώματα, με την αγορά πχ. κλωστής από καινούρια παρτίδα ή παλαιότερης κλωστής που έχει ξεθωριάσει με το πέρασμα του χρόνου.

Οι κλωστές για κέντημα μπορούν να είναι από βαμβάκι, μαλλί, λινό, μετάξι, συνθετικό υλικό (ραιγιόν/βισκόζη) ή μεταλλικές. Η κλωστή που προτιμάται ιδιαίτερα στο κέντημα είναι ένα είδος βαμβακερής κλωστής, η κλωστή μουλινέ. Η βαμβακερή κλωστή είναι παχιά και ιδανική για βαριά υφάσματα, προσδίδει λάμψη και έχει στριφτή όψη. Η μάλλινη κλωστή είναι ιδιαίτερα λεπτή και συχνά διπλώνεται δύο φορές για να κεντηθεί. Οι κλωστές από μετάξι και βισκόζη δημιουργούν μια ισχυρή λάμψη. Οι μεταλλικές κλωστές μοιάζουν με ένα λεπτό και μαλακό σύρμα. Επιπλέον κέντημα μπορεί να γίνει με τη χρήση στενής κορδέλας, συνήθως από μετάξι ή οργάντζα. Φυσικά ως κλωστή σε μια πιο σύγχρονη προσέγγιση του κεντήματος, μπορεί να χρησιμοποιηθεί οποιοδήποτε υλικό και να κεντηθεί σε οποιοδήποτε πλέγμα αντί για τον κλασικό καμβά.

Στην περίπτωση που χρησιμοποιείται στυλό ή μολύβι για να σηματοδοτεί το ύφασμα με το σχέδιο, θα πρέπει να σχεδιάζεται με προσοχή, ώστε τελικά να καλύπτεται εντελώς από το κέντημα και να είναι υδατοδιαλυτό, ώστε να μην το λεκιάσει.

Γενικά ενδείκνυται η χρήση βοηθητικού στεφανιού/τελάρου, το οποίο κρατά το ύφασμα σταθερό και τεντωμένο, διευκολύνοντας έτσι τη δημιουργία καλοσχηματισμένων και με ακρίβεια τοποθετημένων βελονιών. Συμβάλλει, επιπλέον, στο να διατηρείται σταθερή η τάση του νήματος και να αποφεύγονται οι πολύ σφιχτές ή χαλαρές βελονιές. Η υπερβολικά υψηλή τάση οδηγεί στην παραμόρφωση του σχεδίου, ενώ η μικρή τάση της κλωστής προκαλεί ανομοιόμορφες βελονιές. Και οι δύο περιπτώσεις υποβαθμίζουν την ποιότητα του κεντήματος. Το στεφάνι θα πρέπει να αφαιρείται κατά την αποθήκευση του εργόχειρου για να αποφευχθεί η δημιουργία πτυχών στο ύφασμα.

Για καλύτερο αισθητικό αποτέλεσμα, το σχέδιο θα πρέπει να κεντάται με τη σειρά (π.χ. προς τα πάνω και προς τα δεξιά), ενώ οι βελονιές θα πρέπει να έχουν ομοιόμορφη κλίση/διεύθυνση.

Άλλα σημεία που αξίζουν προσοχή κατά τη δημιουργία ενός κεντήματος, είναι η προσεκτική τοποθέτηση του σχεδίου στο ύφασμα, ώστε να υπάρχει ο απαιτούμενος χώρος αυτό να αναπτυχθεί και να βρίσκεται στο επιθυμητό σημείο του τελικού δημιουργικού.

Το κέντημα συστήνεται να μην αποθηκεύεται διπλωμένο, ώστε να μην δημιουργηθούν μόνιμες πτυχές στο ύφασμα.

Μια ένδειξη ενός ποιοτικού κεντήματος, είναι η πίσω ή ανάποδη πλευρά του. Σε αυτήν θα πρέπει να φαίνεται εξίσου καθαρά με την «καλή» πλευρά του κεντήματος, το σχέδιο και να μην υπάρχουν κόμποι και ξέφτια από κλωστές.

γ.4 Βελονιές

Οι ποικίλες βελονιές που υπάρχουν στην κεντητική μπορούν να κατηγοριοποιηθούν με βάση την τεχνική δημιουργίας τους σε τρία διαφορετικά είδη, τα οποία είναι οι interlaced βελονιές, οι threaded βελονιές και οι whipped βελονιές (Textile Research Centre, 2017). Στην ομάδα των Interlaced βελονιών το κοινό χαρακτηριστικό είναι, ότι κεντάται μια βασική βελονιά στο ύφασμα και μετά μια δεύτερη ή και τρίτη κλωστή μπλέκονται ανάμεσα στην βασική βελονιά, τέμνοντας επανειλημμένα τον εαυτό τους, χωρίς αυτές να διαπερνούν το ύφασμα. Η διαφορά των interlaced βελονιών με τις threaded είναι, ότι οι δεύτερες δεν τέμνουν τον εαυτό τους. Στην ομάδα των whipped βελονιών κεντάται μια γραμμή-βάση και μια δεύτερη κλωστή τυλίγεται γύρω από αυτή, χωρίς να διαπερνά το ύφασμα ή να τέμνει τον εαυτό της.



Εικόνα 29 Interlaced band stitch | Threaded running stitch | Whipped running stitch

Μια διαφορετική προσπάθεια κατηγοριοποίησης γίνεται με βάση την τοποθέτηση των βελονιών και τον λειτουργικό τους ρόλο στο κέντημα, όπως είναι οι βελονιές γεμίσματος, περιγράμματος κλπ.. Υπάρχει όμως και η Τρίτη προσέγγιση, η οποία δεν επιχειρεί κάποιου

είδους κατηγοριοποίηση, καθώς το κέντημα είναι ένας πολύ ελεύθερος τρόπος δημιουργίας, χωρίς κανόνες και περιορισμούς, οπότε και ο κάθε κεντητής επιλέγει τις βελονιές ανάλογα με τη δική του κρίση και αισθητική.

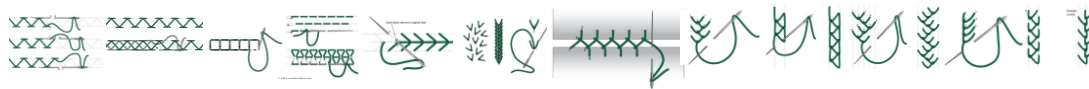
Στις παρακάτω εικόνες παρουσιάζονται ενδεικτικά κάποιες βασικές βελονιές.



Εικόνα 30 Back stitch (πισωβελονιά) | Running stitch | Double running stitch | Bosnian/Fence stitch | Blanket stitch | Crossed buttonhole stitch | Parisian stitch



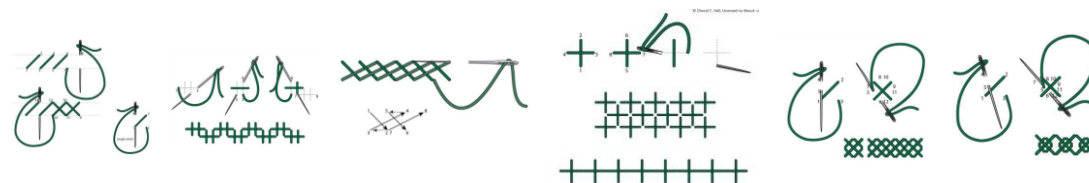
Εικόνα 31 Cable stitch | Stem stitch | Stem stitch filling | Straight/Basic stitch | Counted straight stitch | Single/Double seed stitch | Ermine stitch | Basic eyelet stitch | Algerian eyelet stitch



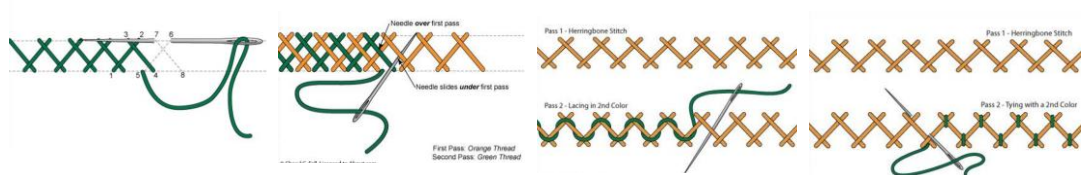
Εικόνα 32 Chevron stitch | Double chevron stitch | Japanese darning stitch | Fern stitch | Fly stitch | Open Cretan stitch | Feather stitch | Closed feather stitch | Double feather stitch | Single feather stitch



Εικόνα 33 Chain stitch | Chain stitch filling | Cable chain stitch | Detached single chain stitch | Feathered chain stitch | Square chain stitch & variation with ribbon | Twisted chain stitch



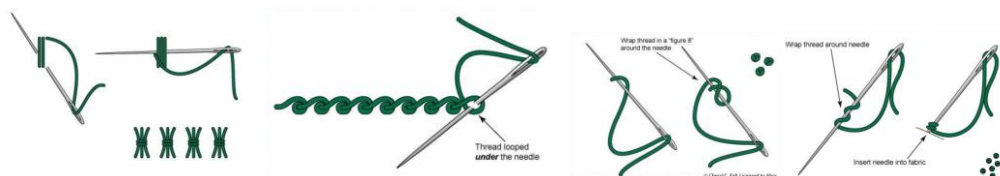
Εικόνα 34 Cross stitch | Chinese cross stitch | Long arm/Elongated cross stitch | Upright cross stitch | Rice stitch | Fly stitch | Square boss stitch



Εικόνα 35 Herringbone stitch | Double herringbone stitch | Laced herringbone stitch | Tied herringbone stitch



Εικόνα 36 Basic satin stitch (ανεβατό) | Padded satin stitch | Shaded long & short satin stitch (βυζαντινό) | Diagonal laid filling stitch | Square laid filling stitch



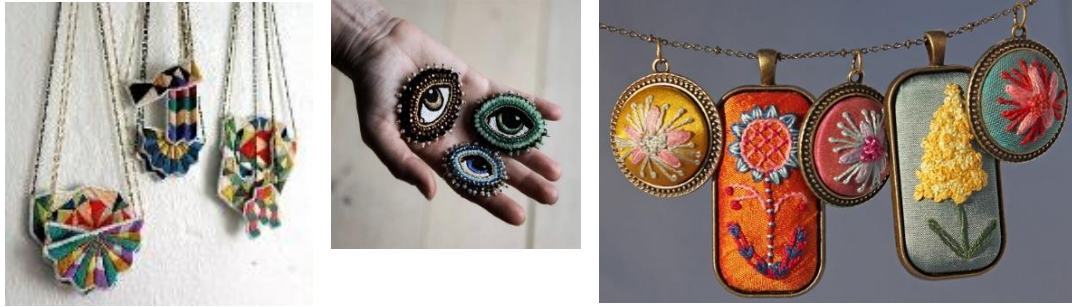
Εικόνα 37 Sheaf stitch | Scroll stitch | Colonial knot | French knot

γ.5 Το κέντημα στο σύγχρονο design

Από την αρχαιότητα έως σήμερα το κέντημα εμφανίζεται σε διάφορες μορφές με σκοπό τη διακόσμηση ή την λειτουργικότητα υφασμάτων, που αποκτούν νέες ιδιότητες, καθώς αυτά κεντώνται. Οι εφαρμογές του είναι αμέτρητες και έχουν πια ξεπεράσει την έκφραση της λαϊκής/φολκ αισθητικής και συμβολισμού. Η κεντητική επιστρατεύεται πλέον για τη δημιουργία αντικειμένων σύγχρονης αισθητικής στον τομέα της μόδας και του design. Το κέντημα χρησιμοποιείται ως τεχνική, αλλά με τη διαφορά ότι εφαρμόζεται πέρα από την παραδοσιακή, τυπική του μορφή, και με την εισαγωγή σύγχρονων σχεδίων ή την επιλογή διαφορετικών υλικών και κλίμακας από την κλασική. Επιπλέον, αξιοποιείται η αισθητική και θέματα του κεντήματος για τη δημιουργία της αντίστοιχης οπτικής, χωρίς όμως να εφαρμόζεται η ίδια η μέθοδος. Παραδοσιακά μοτίβα κεντήματος μετατρέπονται σε απλά γραφικά στοιχεία, ή αντίστροφα διάφορα σύγχρονα θέματα αποτυπώνονται με την αισθητική του κεντήματος, είτε προσομοιάζοντας την γραφικά, είτε με την χρήση της πραγματικής μεθόδου. Το αποτέλεσμα είναι η δημιουργία προϊόντων τέχνης ή χρηστικής αξίας, τα οποία διαφέρουν από το αναμενόμενο, αξιοποιώντας μια κατά τ' άλλα εντελώς παραδοσιακή τεχνική.

Τα τελευταία χρόνια η δημοτικότητα της κεντητικής ως δραστηριότητας ολοένα και αυξάνεται. Προτιμάται ιδιαίτερα ως χαλαρωτική απασχόληση, η οποία περιλαμβάνει τη χειρωνακτική εργασία και την απασχόληση του νου, μακριά από ηλεκτρονικές συσκευές που έχουν κυριεύσει τη σύγχρονη καθημερινότητα. Η πρόσβαση βέβαια σε οπτικά μέσα πληροφόρησης και έμπνευσης, διευκολύνεται σημαντικά με την ύπαρξη ηλεκτρονικών πλατφορμών, όπως είναι για παράδειγμα το YouTube, το Pinterest ή το Instagram, μέσα από τις οποίες οι δημιουργοί μπορούν να προβάλουν σε μεγάλη εμβέλεια την δουλειά τους, αλλά και οι ενδιαφερόμενοι να αποκτήσουν εύκολη και άμεση πρόσβαση σε πληροφορίες, μαθήματα, τεχνικές και γενικά να αντλήσουν εικόνες έμπνευσης. Έτσι ο ψηφιακός κόσμος αναθερμαίνει το ενδιαφέρον του κόσμου για την κεντητική, τόσο ως χόμπι, όσο και ως μέσο δημιουργίας χρηστικών αντικειμένων της καθημερινότητας.

Ακολουθούν εικόνες με σύγχρονα προϊόντα και installations που αξιοποιούν το κέντημα ερμηνεύοντας το στο σήμερα.



Εικόνα 38 Jewelry by Spinthread | Céleste Mogador embroidered jewelry | Jewelry by Cecilia Leibovitz



Εικόνα 39 Gucci embroidered shoes | Embroidered shoes by artist Liz Payne | Embroidered deux pièce by Schiaparelli Haute Couture | Embroidered dress by Jin Kim



Εικόνα 40 Embroidered maps by Alex of StitchCity | Fargo series poster in embroidery optic | Tattoo in embroidery optic | Textile and embroidery artist Liz Payne



Εικόνα 41 Cross-Stitch Street Art by Raquel Rodrigo | 'G' sculpture (detail) & sculptural embroidery by Bella Leonard



Εικόνα 42 Giant Cross-Stitch Furniture by Ellinor Ericsson | embroidery into wood for furniture pieces by Rooshad Shroff | embroidered rattan chair | Embroidered collection SILAI for GAN by Charlotte Lancelot | Wobble-Up embroidered clever seat by Sam Linders



Εικόνα 43 Folkowe Meczyje Chocolate cutouts, embroidery and motifs of polish folk costume inspired packaging by Monika Wojtaszek-Dziazus | Flor Tortilla stitched packaging with Mexican tapestry inspired graphics by Triana Thompson | Românico brand for linen embroideries by VOLTA | Packaging for milk brand PANON by Peter Gregson Studio

Συμπεράσματα

Παραπάνω ερευνάται η κεντητική ως προς τη μέθοδο δημιουργίας, τις τεχνικές και το αισθητικό αποτέλεσμα. Γίνεται κατανοητή ως πολυσύνθετη τεχνική δημιουργίας και έκφρασης, κατάλληλη για την δημιουργική αποτύπωση σύγχρονων ιδεών που αφορούν το σήμερα. Παράλληλα, αποτελεί μια τεχνική, η οποία έχει βαθιές ρίζες στην παράδοση. Ο χρόνος και η δεξιοτεχνία που προϋποθέτει, έχουν ως αποτέλεσμα μια ξεχωριστή χρωματική εντύπωση, συνδυασμό υλικών και στοιχείων που συνθέτουν μια τρισδιάστατη εικόνα με ιδιαίτερη και ενδιαφέρουσα όψη, και δίνουν συνολικά έναν χειροποίητο χαρακτήρα και ξεχωριστή αισθητική ποιότητα.

Η σύνθετη και πολύπλευρη αυτή τεχνική μπορεί, λοιπόν, να αξιοποιηθεί για τη δημιουργία ιδιαίτερων αντικειμένων, με ποιότητα, ξεχωριστή αισθητική και προστιθέμενη αξία, μέσα

από τη δημιουργία σύγχρονου χειροτεχνήματος. Έτσι το κέντημα ως τεχνική και αισθητική είναι ικανό με τις πολλαπλές του δυνατότητες να αξιοποιηθεί στο σύγχρονο σχεδιασμό και συγκεκριμένα στο ζητούμενο που είναι το σουβενίρ-χειροτέχνημα.

Συγκεκριμένα, μοτίβα από την αρχαία ελληνική διακοσμητική τέχνη προσφέρονται ως έμπνευση για τη δημιουργία σύγχρονων σχεδίων κεντήματος με αναφορά στον αρχαιοελληνικό πολιτισμό. Έτσι το σουβενίρ-χειροτέχνημα με το συνδυασμό της αρχαιοελληνικής διακοσμητικής τέχνης ως έμπνευση και την αξιοποίηση μεθόδων της κεντητικής, προσφέρει ένα ενδιαφέρον μίγμα ελληνικής ιστορίας, παράδοσης και αισθητικής στο κοινό.

δ. Σχεδιαστική πρόταση (visualization)

Ο τουρισμός στην Ελλάδα αποτελεί σημαντικό κομμάτι της οικονομικής δραστηριότητας. Ο τομέας των τουριστικών προϊόντων όμως δεν είναι ιδιαίτερα ανεπτυγμένος και βασίζεται σε προϊόντα, χωρίς ιδιαίτερη ταυτότητα και ποιοτική επεξεργασία. Είναι αναγκαία η επικαιροποίηση και ο εκσυγχρονισμός των προϊόντων που προσφέρονται ως αναμνηστικά, ακολουθώντας την εξελικτική πορεία που έχουν ήδη υιοθετήσει μουσεία εξέχουσας σημασίας και σχεδιαστές που δίνουν νέα πνοή στο χώρο αυτό. Μέσα από τον εύστοχο σχεδιασμό σουβενίρ, μπορεί να επωφεληθεί η τουριστική οικονομία και η φήμη της χώρας ως τουριστικός προορισμός. Ένα καλοσχεδιασμένο σουβενίρ είναι ικανό να υποστηρίξει την εικόνα ενός προορισμού (destination image) και την στρατηγική μάρκετινγκ του (Nyffenegger & Steffen, 2010). Τα σουβενίρ μεταφέρουν επιπλέον μηνύματα και εικόνες και λειτουργούν έτσι ως εργαλεία διαφήμισης ενός τόπου, υποστηρίζοντας τη μέθοδο της διαφήμισης «από στόμα σε στόμα» (Nyffenegger et.al, 2010). Ο σημαντικότερος όμως ρόλος ενός σουβενίρ είναι η διατήρηση μιας εμπειρίας σε απτή μορφή και η μεταφορά στιγμών σε ένα υλικό αντικείμενο. Επομένως ο σχεδιασμός ενός τέτοιου αντικειμένου δεν μπορεί να έχει προσανατολισμό μόνο σε στοιχεία πρακτικότητας και χρηστικότητας, αλλά πρωταρχικά θα πρέπει να εστιάζει στο συμβολικό του χαρακτήρα. Κατά το σχεδιασμό ενός σουβενίρ πρέπει επίσης να ληφθεί υπόψη η προσδοκία του κοινού για αντικείμενα τα οποία ανταποκρίνονται σε ορισμένα κλισέ, τα οποία τους είναι ήδη γνώριμα και συσχετίζονται με την τοποθεσία την οποία επισκέπτονται (Nyffenegger et.al, 2010). Θα πρέπει, λοιπόν, το προϊόν να είναι αναγνωρίσιμο από το κοινό για να έχει την αντίστοιχη συμβολική αξία για αυτόν που θα το αποκτήσει, και ενδεχομένως να μπορεί να αναγνωριστεί από αυτούς, στους οποίους θα το επιδείξει, ως αποδεικτικό της εμπειρίας του. Οπότε, προκύπτει η πρόκληση της καινοτομίας στο σχεδιασμό, χωρίς να αποκλείονται ωστόσο τα αναγνωρίσιμα και κλισέ στοιχεία. Για να επιτευχθεί αυτό θα πρέπει να επικεντρωθεί κανείς κατά το σχεδιασμό σε αναφορές που σχετίζονται με τον τόπο, τα ήθη και έθιμα και τέχνες του σημείου από το οποίο προέρχεται (Nyffenegger et.al, 2010).

δ.1 Brief

Τι;

Η σχεδίαση σουβενίρ, χρηστικού αντικειμένου υψηλής αισθητικής, που εμπνέεται από την αρχαία ελληνική διακοσμητική τέχνη και φέρει στοιχεία χειροτεχνήματος, τα οποία αποδίδονται με την αξιοποίηση της τεχνικής του κεντήματος για την κατασκευή του. Απευθύνεται σε ανθρώπους με πολιτισμικό ενδιαφέρον για την Ελλάδα, οι οποίοι αναζητούν ένα αυθεντικό αναμνηστικό της εμπειρίας τους στον τόπο αυτόν.

Απευθυνόμενο κοινό

Η επιλογή και περιορισμός του κοινού, στο οποίο απευθύνεται ένα σουβενίρ, σε μια πολύ συγκεκριμένη ομάδα, δεν θεωρείται ωφέλιμη, καθώς το τουριστικό κοινό αποτελείται από ανθρώπους που προέρχονται από πολύ διαφορετικές κουλτούρες, ηλικιακές ομάδες και γενικότερα ενδιαφέροντα. Επίσης, το κοινό στο οποίο απευθύνεται ένα σουβενίρ ανανεώνεται διαρκώς και δεν υπάρχει κάποια σταθερότητα ή επανάληψη. Είναι, λοιπόν, δύσκολη η εφαρμογή μοντέλων για target groups, όπως τα Sinus milieus, οι ηλικιακές ομάδες ή ομάδες σύμφωνα με το lifestyle για το σχεδιασμό σουβενίρ.

Καταλληλότερη θεωρείται η έρευνα στοιχείων, όπως τα κίνητρα για το ταξίδι (travel motivation), το στυλ τουρισμού, οι προσωπικές αξίες και στάση απέναντι σε άλλες κουλτούρες, με σκοπό τη διαπίστωση της επιρροής τους στην συμπεριφορά του τουρίστα κατά την αγορά σουβενίρ. Το είδος του σουβενίρ που προτιμά ο τουρίστας εξαρτάται από το στυλ τουρισμού, το λόγο για τον οποίο ταξιδεύει και το αν τελικά έχει ενδιαφέρον να εμπλακεί στην κουλτούρα του τόπου που επισκέπτεται και να αγοράσει σχετικά σουβενίρ. Φαίνεται από τις σχετικές, με τα κίνητρα ταξιδιού, κατηγορίες τουρίστα από τους Littrell et al. (1994), ότι οι ταξιδιώτες, που ανήκουν σε αυτούς που δείχνουν το μεγαλύτερο ενδιαφέρον για τις πολιτιστικές πτυχές του τόπου που επισκέπτονται, είναι αυτοί που έχουν ως κίνητρο την αναψυχή, τα αξιοθέατα, την αναζήτηση αυθεντικότητας και την περιπέτεια. Αυτοί οι τουρίστες θα κινηθούν με βάση την αναζήτηση τους για την τοπική κουλτούρα και τέχνη και θα προτιμήσουν τοπικά προϊόντα και χειροτεχνήματα ως σουβενίρ. Αντίθετα οι ταξιδιώτες με κίνητρα προσανατολισμένα στις κατηγορίες φύση και τον αθλητισμό των Littrell et al. (1994), προτιμούν σουβενίρ σε μορφές αντικειμένων που προσομοιάζουν κάποιο ορόσημο ή φέρουν κάποιο χαρακτηριστικό σημάδι πάνω τους (πχ. t-shirt).

Ο προσανατολισμός του σχεδιασμού σουβενίρ για τη συγκεκριμένη εργασία είναι η πρώτη ομάδα τουριστών, αυτοί δηλαδή που δείχνουν ενδιαφέρον για τα πολιτισμικά στοιχεία του τόπου. Συγκεκριμένα, το προς σχεδίαση σουβενίρ απευθύνεται σε ανθρώπους ανεξαρτήτως φύλου, που επισκέπτονται την Ελλάδα από το εξωτερικό, αλλά και αυτούς που κάνουν «εσωτερικό» τουρισμό στη χώρα μας ή απλά αναζητούν ένα αντικείμενο με άρωμα ελληνικό και στοιχεία που πηγάζουν από την ελληνική τέχνη και αισθητική. Χαρακτηριστικό της συγκεκριμένης ομάδας ανθρώπων είναι η επιθυμία για κάτι χρηστικό, ποιοτικό, διαφορετικό από τα τουριστικά στερεότυπα. Αναζητούν κάτι, το οποίο θα μπορεί να χρησιμοποιηθεί στην καθημερινότητα, όχι μόνο ως απλό διακοσμητικό στοιχείο, αλλά και με κάποιο χρηστικό ρόλο. Ένα τέτοιο σουβενίρ θα έχει επιπρόσθετα περισσότερη απήχηση σε πιο έμπειρους ταξιδιώτες-τουρίστες, καθώς αυτός ο τύπος αντικειμένων ανταποκρίνονται στην επιθυμία για αναβίωση συναισθημάτων που σχετίζονται με εμπειρίες, ανταποκρίνονται δηλαδή στα ηδονιστικά στοιχεία του ταξιδιού, αλλά ανταποκρίνονται και στην αναζήτηση για προϊόντα που εκφράζουν την αυθεντικότητα τους μέσα από την ιδιοσυγκρασία τους (Love & Sheldon, 1998).

Σημεία πώλησης

Οι παραπάνω απαιτήσεις του κοινού μπορούν να καλυφθούν μέσα από το σχεδιασμό ενός χειροτεχνήματος με στοιχεία του ελληνικού πολιτισμού. Από αυτό το ζητούμενο, αιτιολογείται η επιλογή της σχεδίασης ενός αντικειμένου με αναφορές στην αρχαιοελληνική διακοσμητική τέχνη που επιστρατεύει την τεχνική του κεντήματος για τη δημιουργία του. Έτσι, μέσα από το αντικείμενο θα εκφράζεται η ελληνικότητα μέσα από το πρίσμα της ελληνικής αρχαιότητας, που αποτελεί σπουδαίο κομμάτι του ελληνικού πολιτισμού. Επιπλέον, το αντικείμενο θα έχει τον μοναδικό και χειροποίητο χαρακτήρα, ο οποίος αφορά το κοινό, μέσα από την τεχνική της κεντητικής. Συνολικά το αντικείμενο στόχος είναι να αποπνέει την ελληνική αύρα, να προάγει τον ελληνικό χαρακτήρα μέσα από την απλότητα

και λιτότητα της αρχαιότητας, σε ένα σύγχρονο, διαχρονικό, ανθεκτικό στο χρόνο αντικείμενο, που ενσωματώνεται στην καθημερινότητα και δεν αποτελεί απλά ένα αντικείμενο που θα εκτεθεί σε ένα σημείο και θα ξεχαστεί.

Καθώς το σουβενίρ προς σχεδίαση δεν αποτελεί ενθύμιο από κάποιο συγκεκριμένο τουριστικό αξιοθέατο ή από κάποια συλλογή μουσείου, αλλά ενθύμιο για την Ελλάδα και τη συνολική πολιτιστική εμπειρία που μπορεί κανείς να βιώσει σε αυτή, τα σημεία στα οποία θα διατίθεται είναι καταστήματα, τα οποία βρίσκονται σε σημεία τουριστικού ενδιαφέροντος.

Προσδιορισμός συγκεκριμένου χρηστικού αντικειμένου

Οι ηλεκτρονικές συσκευές είναι ένα αντικείμενο που η πλειοψηφία των ανθρώπων χρησιμοποιούν, είτε για επαγγελματικούς σκοπούς, είτε για λόγους όπως η αναψυχή, η ενημέρωση και η επικοινωνία. Είναι ένα χρήσιμο εργαλείο για ανθρώπους κάθε ηλικίας, φύλου και κοινωνικού υπόβαθρου. Η κατοχή και χρήση μιας τέτοιας ηλεκτρονικής συσκευής, όπως είναι το laptop ή tablet συνοδεύεται από την ανάγκη φύλαξης της για την ευκολότερη μεταφορά της και τη προστασία της. Για αυτό το λόγο, όλοι σχεδόν αναζητούν μια θήκη ή τσάντα μεταφοράς/φύλαξης.

Επιλέγεται η σχεδίαση θήκης ηλεκτρονικής συσκευής tablet, καθώς αυτό είναι ένα αντικείμενο που έχουν και χρησιμοποιούν στην καθημερινότητα τους μεγάλοι αριθμός ανθρώπων. Η συσκευή tablet είναι μια ιδιαίτερα μεταφέρσιμη συσκευή που είναι πιθανό να έχει ο οποιοσδήποτε, ακόμα και κατά τη διάρκεια του ταξιδιού του. Έτσι είναι ένα αντικείμενο που απευθύνεται σε ένα ευρύ φάσμα των τουριστών και λοιπών ενδιαφερομένων.

Συγκεκριμένα μια statement θήκη με αρχαιοελληνικά και χειροποίητα στοιχεία, που αποτελεί σουβενίρ από την επίσκεψη σε έναν τόπο, είναι το ιδανικό αντικείμενο για να ενσωματωθεί στην καθημερινότητα του κατόχου της.

δ.2 Προδιαγραφές-Απαιτήσεις-Περιορισμοί

Οι προδιαγραφές, απαιτήσεις και περιορισμοί του σουβενίρ μπορούν να ταξινομηθούν βάσει τριών σημείων αναφοράς: την τοποθεσία, τον τουρίστα και το ίδιο το προϊόν.

Οι προδιαγραφές που σχετίζονται με την τοποθεσία επιλύουν ερωτήματα που αφορούν στο μήνυμα, το οποίο μεταφέρει το σουβενίρ, τις αξίες που αντιπροσωπεύει και την φυσική τοποθεσία στην οποία διατίθεται. Συγκεκριμένα το σουβενίρ θα πρέπει

- να αντιπροσωπεύει την ελληνικότητα μέσα από ελληνικές αισθητικές αξίες, αξιοποιώντας την τοπική τέχνη και μάλιστα την αρχαία ελληνική διακοσμητική τέχνη.
- μέσα από το σχεδιασμό του να αφηγείται την ιστορία του τόπου, από την αρχαιότητα έως το σήμερα, σε ένα κράμα της αρχαίας και σύγχρονης αισθητικής.
- να συνδέει την παραδοσιακή κουλτούρα με τη σύγχρονη και να αποδίδει την ιστορία με μοντέρνα ματιά.
- να μπορεί να διατεθεί σε καταστήματα λιανικού εμπορίου με τουριστικό ενδιαφέρον.

Οι προδιαγραφές που συνδέονται με τον άνθρωπο-τουρίστα-ταξιδιώτη αφορούν τα δημογραφικά του χαρακτηριστικά, τα προσωπικά του ενδιαφέροντα και το ταξιδιωτικό στυλ. Με βάση αυτά το σουβενίρ θα πρέπει

- να ταιριάζει ηλικιακά σε περισσότερες ομάδες και να είναι ένα αντικείμενο το οποίο αφορά έναν ενήλικα.

- να μην απευθύνεται αυστηρά σε ένα συγκεκριμένο φύλο.
- να προκαλεί το ενδιαφέρον σε ανθρώπους με ενδιαφέροντα για τον πολιτισμό, τις τέχνες, την παράδοση.
- να είναι ένα αντικείμενο που θα τους θυμίζει τον τόπο στον οποίο αποκτήθηκε μέσα από τη χρήση του.
- να μπορούν να το χρησιμοποιήσουν προσωπικά ή ως δώρο
- να είναι ένα αντικείμενο που δεν καταναλώνεται ή χρησιμοποιείται αμέσως (πχ. φαγώσιμα).

Οι συναφείς προδιαγραφές με το προϊόν αφορούν τα ίδια τα χαρακτηριστικά του και τις λειτουργίες του. Το σουβενίρ θα πρέπει

- να έχει μια πρακτική λειτουργία για την καθημερινότητα, να έχει δηλαδή κάποιο λειτουργικό ρόλο και όχι μόνο διακοσμητικό.
- να έχει συμβολικό ρόλο, να είναι το μέσο μιας ανάμνησης και να συμβολίζει στοιχεία του ελληνικού πολιτισμού.
- να έχει μια αναφορά στην τοπική τέχνη/πολιτισμό.
- να είναι ποιοτικό.
- να δίνει την αίσθηση του χειροποίητου, ακόμα και αν αυτό σημαίνει ότι περιέχει τμηματικά χειροποίητα στοιχεία, ώστε να εκλαμβάνεται ως χειροτέχνημα.
- να μπορεί να μεταφερθεί εύκολα, που σημαίνει να έχει χαμηλό βάρος, μικρό σχετικά όγκο και να μην είναι ευαίσθητο σε ζημιές (πχ. εύθραυστο).
- να μπορεί να μεταφερθεί σε χειραποσκευή αεροπλάνου χωρίς να δημιουργεί προβλήματα κατά τους ελέγχους ασφαλείας.

Τέλος, προστίθενται ορισμένες προδιαγραφές, πιο συγκεκριμένες για το σχεδιασμό θήκης ηλεκτρονικής συσκευής tablet. Το προϊόν θα πρέπει

- Να προστατεύει και να κρατά σταθερό στη θέση του ένα tablet.
- Να έχει τέτοιο μέγεθος και σχήμα που να μπορεί να χωρέσει ένα tablet 10'.
- Να είναι universal (για διαφορετικά μοντέλα tablet).
- Να λειτουργεί ως θήκη φύλαξης και στήριξης του tablet κατά τη χρήση του.
- Να έχει κάποιο χερούλι/λαβή μεταφοράς.
- Να έχει σχεδιασμό που διευκολύνει τον έλεγχο σε αεροδρόμιο (checkpoint-friendly design).
- Επίπεδος σχεδιασμός ώστε να μπορεί να χωρέσει σε άλλη τσάντα.
- Να έχει χώρο για την αποθήκευση περιφερειακών (πχ.καλώδιο φόρτισης, ακουστικά)

Για την ευκολότερη μελέτη και αξιολόγηση των παραπάνω προδιαγραφών, αυτές μεταφράζονται σε απλούστερες, ώστε να αποτελέσουν ένα σύνολο οδηγιών και σημείων αξιολόγησης κατά τη σχεδίαση. Η απλούστευση αυτή, γίνεται με τη συγχώνευση περισσότερων προδιαγραφών, παραπλήσιου νοήματος σε μία. Έτσι, οι προδιαγραφές για τη σχεδίαση που μεταφράζονται σε σχεδιαστικές οδηγίες είναι οι ακόλουθες:

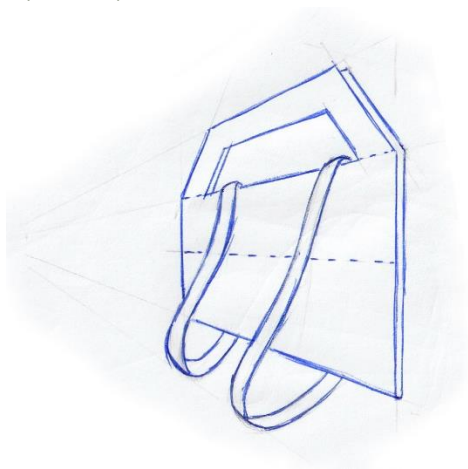
Η θήκη για ηλεκτρονική συσκευή tablet θα πρέπει να

- Εκφράζει ελληνικότητα μέσα από αρχαιοελληνική τέχνη σε σύγχρονη ερμηνεία
 - Συμβολίζει ελληνικό πολιτισμό
 - Είναι ένα κράμα αρχαίας και σύγχρονης αισθητικής, παραδοσιακής και σύγχρονης κουλτούρας
 - Έχει αναφορά στην ελληνική τέχνη
 - Θυμίζει Ελλάδα κατά τη χρήση της
- Μπορεί να διατεθεί σε καταστήματα λιανικής πώλησης

- Είναι κατάλληλη για το ευρύ κοινό
 - Ανεξάρτητη από ηλικιακή ομάδα
 - Ανεξάρτητη από φύλο
 - Ανεξάρτητη από κουλτούρα
- Μένει στο χρόνο (όχι άμεση κατανάλωση)
- Μπορεί να χρησιμοποιηθεί προσωπικά ή να γίνει δώρο
- Μπορεί να χρησιμοποιηθεί πρακτικά στην καθημερινότητα
- Είναι ποιοτική
- Έχει κάποιο χειροποίητο στοιχείο
- Μεταφέρεται εύκολα
 - Μικρό βάρος, όγκος
 - Ανθεκτικότητα
 - Χωράει σε άλλη τσάντα
- Μπορεί να μεταφερθεί σε χειραποσκευή αεροπλάνου
- Προστατεύει τη συσκευή
- Χωράει tablet 10'
- Στηρίζει τη συσκευή κατά τη χρήση της (αναλόγιο)
- Έχει κάποιο χερούλι μεταφοράς
- Έχει χώρο αποθήκευσης καλωδίου
- Είναι βολικό για ελέγχους ασφαλείας σε αεροδρόμια κατά τη χρήση της με συσκευή

δ.3 Τρισδιάστατος σχεδιασμός χρηστικού αντικειμένου/θήκης ηλεκτρονικής συσκευής

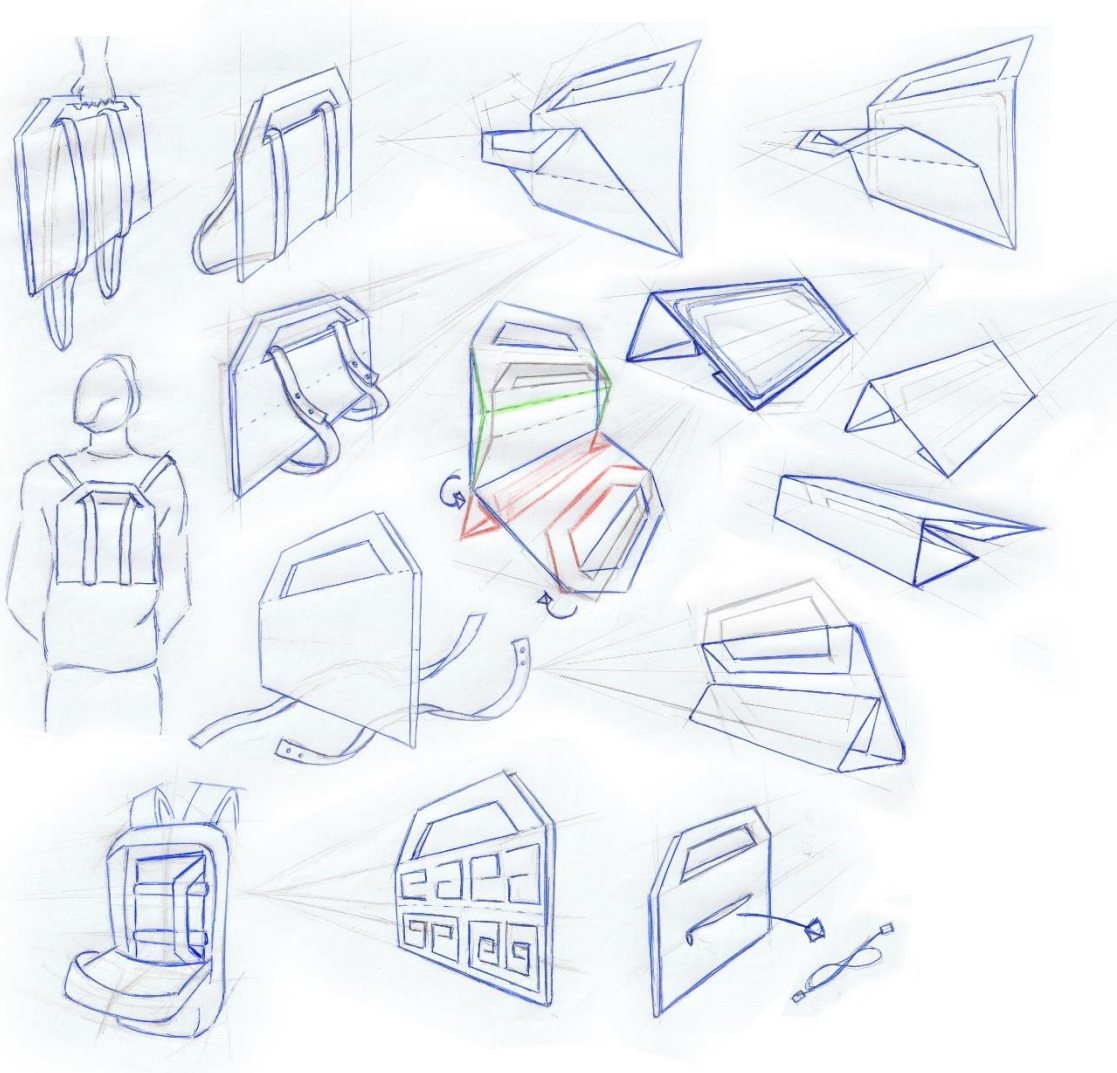
Πρόταση 1



Εικόνα 44 Πρόταση 1 – θήκη για tablet

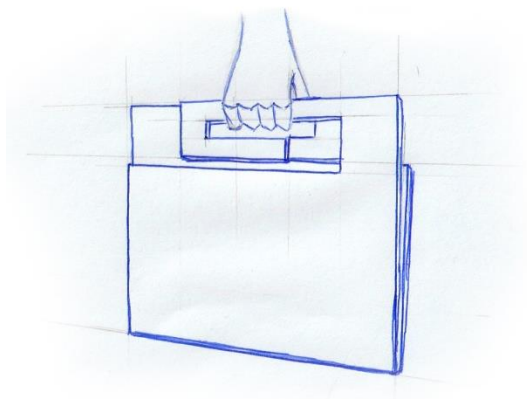
Η ιδέα της πρώτης πρότασης βασίζεται στη μορφή ενός χαρτοφύλακα, ο οποίος όμως μπορεί να φορεθεί και σαν σακίδιο πλάτης. Η φόρμα του εστιάζει στην απλότητα και η χειρολαβή του ενσωματώνεται στη βασική του φόρμα. Έτσι, ελαχιστοποιείται ο χώρος που θα καταλαμβάνει εάν τοποθετηθεί σε κάποια άλλη τσάντα. Τα λουριά που χρησιμοποιούνται για τη μετατροπή του σε σακίδιο πλάτης είναι σταθερά ενωμένα στο κάτω μέρος της θήκης με αυτήν, ανοίγουν ώστε να διευκολύνουν τη χρήση της, και το μήκος τους μπορεί να προσαρμοστεί στις ανάγκες του χρήστη. Τα αναδιπλούμενα στοιχεία δίνουν τη δυνατότητα στο χρήστη να χρησιμοποιήσει τη θήκη για να στηρίξει τη συσκευή του για όσο τη χρησιμοποιεί σε δύο διαφορετικές θέσεις, μια με μεγαλύτερη και μια με μικρότερη κλίση. Ο αρχαιοελληνικός χαρακτήρας του αντικειμένου, θα αναδειχθεί με την προσθήκη διακοσμητικών στοιχείων με κέντημα, προσομοιάζοντας τη μέθοδο της δωρικής περιόδου,

κατά την οποία λιτές και ξεκάθαρες φόρμες εμπλουτίζονταν και διακοσμούνταν με ζωγραφική. Το κίνημα αυτό μπορεί να διακοσμήσει την επιφάνεια της θήκης σε ζώνες, όπως συνηθίζονταν για παράδειγμα στη διακοσμητική των αγγείων. Στην επιφάνεια της θήκης σχηματίζεται μια τσέπη, η οποία είναι χρήσιμη στην αποθήκευση μικροπραγμάτων.



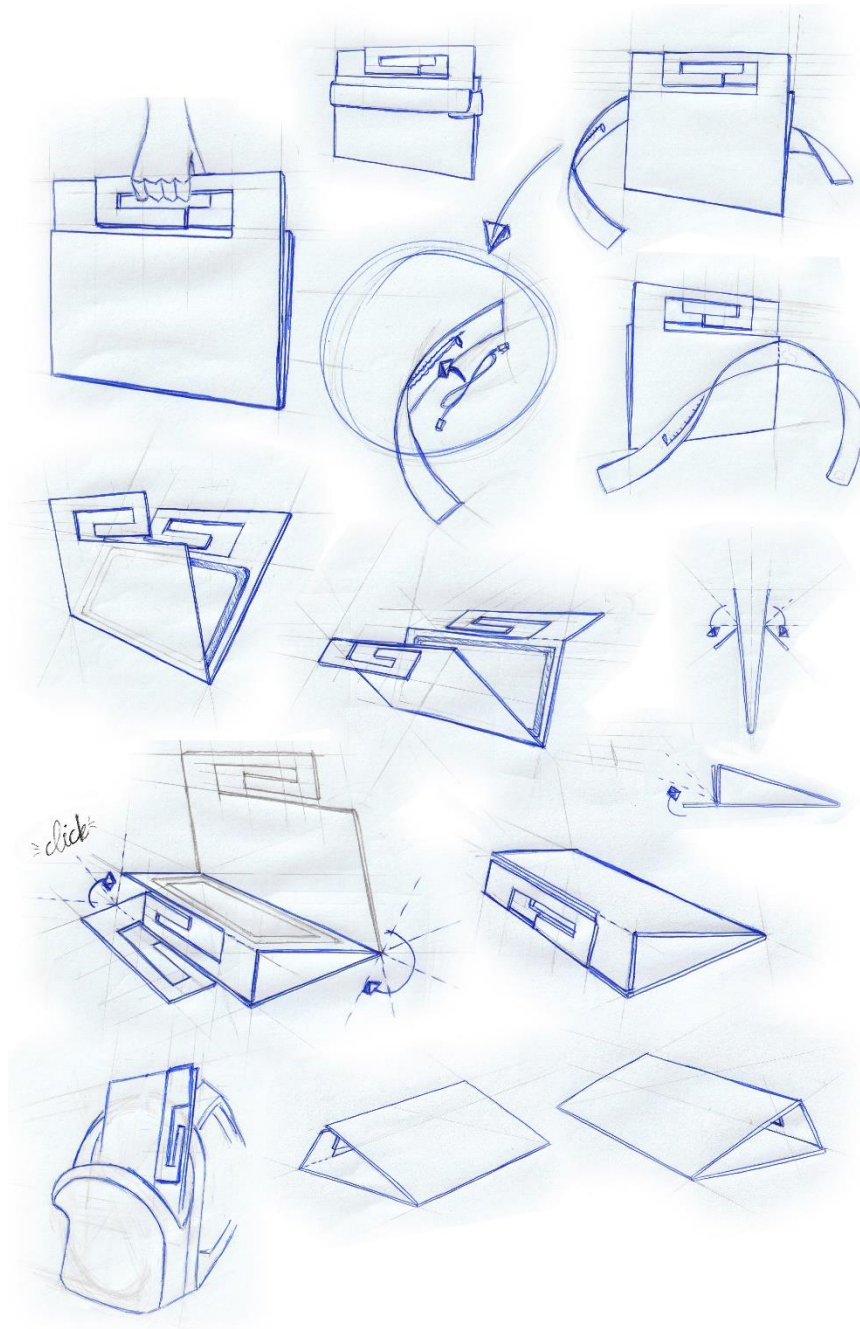
Εικόνα 45 Πρόταση 1 – Concept sketches

Πρόταση 2



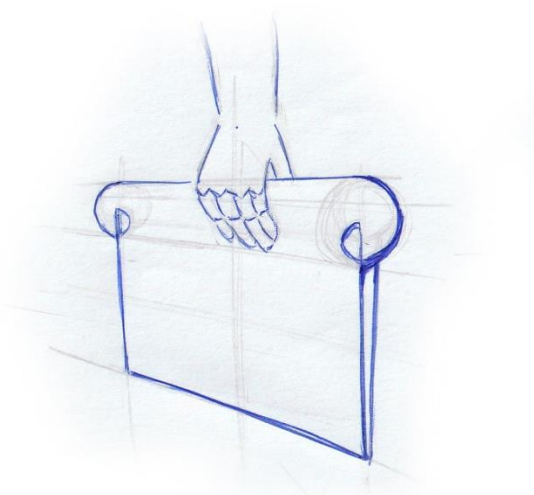
Εικόνα 46 Πρόταση 2 – θήκη για tablet

Η δεύτερη πρόταση βασίζει την ιδέα της στην όψη του μαιάνδρου, ένα δημοφιλές διακοσμητικό στοιχείο της ελληνικής αρχαιότητας. Συγκεκριμένα από τη μορφή του μαιάνδρου σχηματίζονται οι λαβές της θήκης, οι οποίες ενώνονται και ασφαλίζουν με μαγνήτη. Ένα επιπλέον λουρί-ταινία, το οποίο είναι σταθερά ενωμένο με τη θήκη σε ένα σημείο, τυλίγεται γύρω από τη θήκη και την κρατάει κλειστή. Στο λουρί αυτό έχει τοποθετηθεί μια εσωτερική θήκη για τη φύλαξη μικρών αντικειμένων, όπως είναι το καλώδιο φόρτισης. Η θήκη αναδιπλώνεται, με τις λαβές να σχηματίζουν γωνία στήριξης για τη συσκευή, όταν αυτή βρίσκεται σε χρήση. Οι λαβές που διπλώνουν είναι χρήσιμες και στην περίπτωση της τοποθέτησης της θήκης σε άλλη τσάντα, ώστε να καταλαμβάνει ακόμη λιγότερο χώρο. Επιπλέον διακοσμητικά στοιχεία θα κεντηθούν για την ανάδειξη του αρχαιοελληνικού χαρακτήρα.



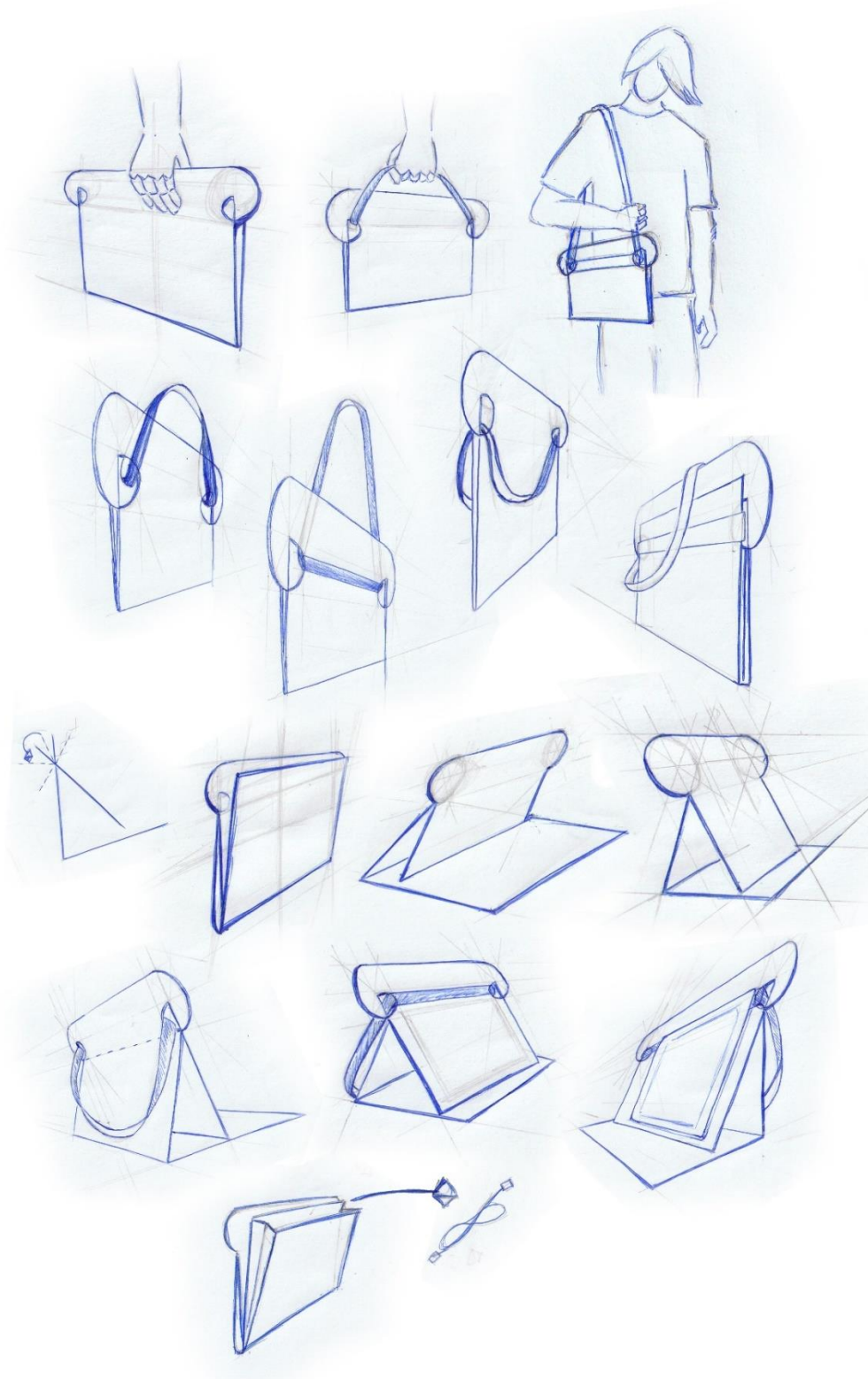
Εικόνα 47 Πρόταση 2 – Concept sketches

Πρόταση 3



Εικόνα 48 Πρόταση 3 – θήκη για tablet

Με πρότυπο τη φόρμα ενός ιωνικού κίονα προκύπτει το σχέδιο της τρίτης πρότασης. Για τη μεταφορά της θήκης έχει τοποθετηθεί λουρί, το οποίο μπορεί να χρησιμοποιηθεί διπλό για να κρατηθεί ως χαρτοφύλακας ή μονό για να κρεμαστεί από τον ώμο του χρήστη. Με το άνοιγμα της θήκης, η συσκευή στηρίζεται σε μια επιπλέον επιφάνεια, η οποία μπορεί να τοποθετηθεί υπό κλίση κατά τη χρήση της. Μια επιπλέον θήκη σχηματίζεται κατά το πρότυπο του αρχειοφύλακα για την αποθήκευση μικρών αντικειμένων. Με τη μέθοδο του κεντήματος θα διακοσμηθεί με πρόσθετα αρχαιοελληνικά στοιχεία.



Εικόνα 49 Πρόταση 3 – Concept sketches

Αξιολόγηση προτάσεων

Η αξιολόγηση των τριών προτάσεων, για να ληφθεί η απόφαση για τη σχεδίαση του τελικού αντικειμένου, γίνεται με τη βαθμολόγηση κάθε πρότασης σε σχέση με τις προδιαγραφές που έχουν τεθεί. Έτσι, εξασφαλίζεται η αντικειμενικότερη λήψη απόφασης για την επικρατέστερη

και πιο επιτυχημένη πρόταση, η οποία στη συνέχεια θα εξελιχθεί στο τελικό αντικείμενο. Η κλίμακα βαθμολόγησης που χρησιμοποιείται, απαντά στο ερώτημα «Κατά πόσο καλύπτεται η προδιαγραφή από την πρόταση;» και ξεκινά από το 1 και καταλήγει στο 5 με την εξής αντιστοιχία.

1. Καθόλου
2. Λίγο
3. Μέτρια
4. Πολύ
5. Πάρα πολύ

Η απόδοση βαθμού σε κάθε μια προδιαγραφή είναι συγκριτική μεταξύ των προτάσεων. Η πρόταση που καταλήγει να έχει το μεγαλύτερο άθροισμα θεωρείται και η πιο επιτυχημένη.

Ακολουθεί πίνακας που απεικονίζει τη διαδικασία βαθμολόγησης των προτάσεων.

Προδιαγραφές	Πρόταση 1	Πρόταση 2	Πρόταση 3
Συμβολισμός ελληνικότητας	3	5	5
Διάθεση σε κατάσταση λιανικής πώλησης	5	5	5
Απευθύνεται σε ευρύ κοινό	5	5	5
Μένει στο χρόνο	5	5	5
Προσωπική χρήση / Δώρο	5	5	5
Καθημερινή πρακτική χρήση	5	5	5
Ποιότητα	5	5	5
Χειροποίητο στοιχείο	5	5	5
Εύκολη μεταφορά	5	5	3
Μεταφορά σε χειραποσκευή αεροπλάνου	5	5	5
Προστασία συσκευής	5	5	5
Μέγεθος tablet	5	5	5
Λειτουργία αναλόγιο	5	5	5
Χερούλι μεταφοράς	5	5	5
Αποθήκευση καλωδίου	3	5	2
Έλεγχος ασφαλείας αεροδρομίου	5	5	5
	76	80	75

Η πρώτη πρόταση υστερεί στο συμβολισμό της ελληνικότητας, γιατί αυτή αποδίδεται μόνο με τη βοήθεια του διακοσμητικού στοιχείου που θα κεντηθεί πάνω της και όχι από την ίδια τη φόρμα της, όπως συμβαίνει με τις άλλες δύο. Επιπρόσθετα, η πρώτη πρόταση υστερεί στην αποθήκευση καλωδίου, καθώς η θέση της τσέπης αποθήκευσης μπορεί να εμποδίζει τη λειτουργία του αναλογίου, αν αυτή είναι γεμάτη. Αντίστοιχη αδυναμία στην αποθήκευση καλωδίου παρουσιάζει και η τρίτη πρόταση. Επιπλέον, η αποθηκευτική θήκη της τρίτης πρότασης, καθιστά της συνολική λειτουργία της θήκης πιο σύνθετη, περιπλέκοντας τη δομή της, σε σχέση με τις άλλες. Μια ακόμα αδυναμία της τρίτης πρότασης είναι η εύκολη μεταφορά, καθώς, λόγω της συνολικής φόρμας του αντικειμένου, αυτό καταλαμβάνει αισθητά περισσότερο χώρο σε σχέση με τις άλλες δύο προτάσεις.

Η πρόταση με την υψηλότερη βαθμολογία είναι η δεύτερη πρόταση, η οποία και επιλέγεται για να βελτιωθεί και να εξελιχθεί στο τελικό αντικείμενο.

Επιλογή-Λεπτομερής σχεδιασμός

Μεγαλύτερο σχεδιαστικό ενδιαφέρον παρουσιάζει η Πρόταση 2, καθώς πληροί τις προδιαγραφές που έχουν τεθεί με ξεκάθαρο τρόπο. Η επιλογή της δεύτερης πρότασης

στηρίζεται κατά ένα μέρος στη φόρμα του αντικειμένου, η οποία αποδίδει από μόνη της της ελληνικότητα και μπορεί να διακοσμηθεί με πολλαπλούς τρόπους. Το χερούλι παραπέμπει με το σχεδιασμό του σε μαϊάνδρο. Συνολικά, η οπτική εντύπωση της θήκης είναι μια λιτή, καθαρή φόρμα, εμπνευσμένη από τη δωρική αισθητική της ελληνικής αρχαιότητας. Η εικόνα της θήκης είναι ουδέτερη ως προς το φύλο, την ηλικία και τα λοιπά ενδιαφέροντα του κοινού, πράγμα που την καθιστά κατάλληλη για την ανάδειξή της ως σουβενίρ.

Περιγραφή προϊόντος

Η θήκη για tablet 10' που σχεδιάζεται, είναι μια υφασμάτινη θήκη προστασίας και στήριξης με χερούλια σε σχήμα που προσομοιάζει μαϊάνδρο. Τα χερούλια διπλώνουν προς κάθε πλευρά, ώστε να υποστηρίξουν το tablet σαν «αναλόγιο» ακουμπισμένο σε ένα τραπέζι ή για να διπλώνουν ώστε να ελαχιστοποιούν τις συνολικές διαστάσεις της θήκης κατά την αποθήκευση της σε κάποια άλλη τσάντα. Η θήκη παραμένει κλειστή με τη βοήθεια κουμπώματος-μαγνήτη, που βρίσκεται στα χερούλια. Η επιλογή του μαγνήτη γίνεται για να μην είναι διακριτό το κούμπωμα και επεμβαίνει στη λιτή αισθητική της θήκης. Επιπλέον η θήκη ασφαλίεται σε κλειστή θέση με τη χρήση μιας ταινίας-λωρίδας κλεισίματος, η οποία τυλίγεται γύρω από αυτήν σαν ζώνη και κουμπώνει επίσης με μαγνήτη. Η ζώνη κλεισίματος έχει άνοιγμα (τσέπη) στην εσωτερική μεριά της που μπορεί να χρησιμοποιηθεί για την αποθήκευση μικρών αντικειμένων, όπως το καλώδιο φόρτισης ή ακουστικά. Επιπρόσθετα η ζώνη αναλαμβάνει και έναν ακόμα ρόλο, αυτόν της διακόσμησης της θήκης που σχεδιάζεται. Λειτουργώντας ως ένα band, πάνω της κεντούνται διακοσμητικά σχέδια εμπνευσμένα από την αρχαιοελληνική διακοσμητική τέχνη. Η ζώνη αυτή μπορεί να αφαιρεθεί τελείως ή να περαστεί μέσα από δύο θηλιές που βρίσκονται στα πλαϊνά της θήκης, ώστε να μένει σταθερή στη θέση της. Το tablet ασφαλίεται στη θέση του με τη βοήθεια τεσσάρων σημείων στήριξης από λάστιχο, τοποθετημένα ένα σε κάθε γωνία της επιφάνειας στήριξης. Τα λάστιχα αυτά αποτελούν μια μέθοδο που δεν απαιτεί χρόνο και ιδιαίτερη προσπάθεια, ώστε ο χρήστης να μπορεί ανά πάσα στιγμή να αφαιρέσει και να επανατοποθετήσει τη συσκευή του στη θήκη, με σκοπό να χρησιμοποιήσει για παράδειγμα την κάμερα της. Για την επιπλέον στήριξη της συσκευής, όταν η θήκη χρησιμοποιείται ως αναλόγιο, η επιφάνεια στην οποία αυτή ασφαλίεται, διαθέτει ένα πηγάκι στήριξης στο κάτω μέρος της συσκευής.

Εργονομική μελέτη διαστάσεων

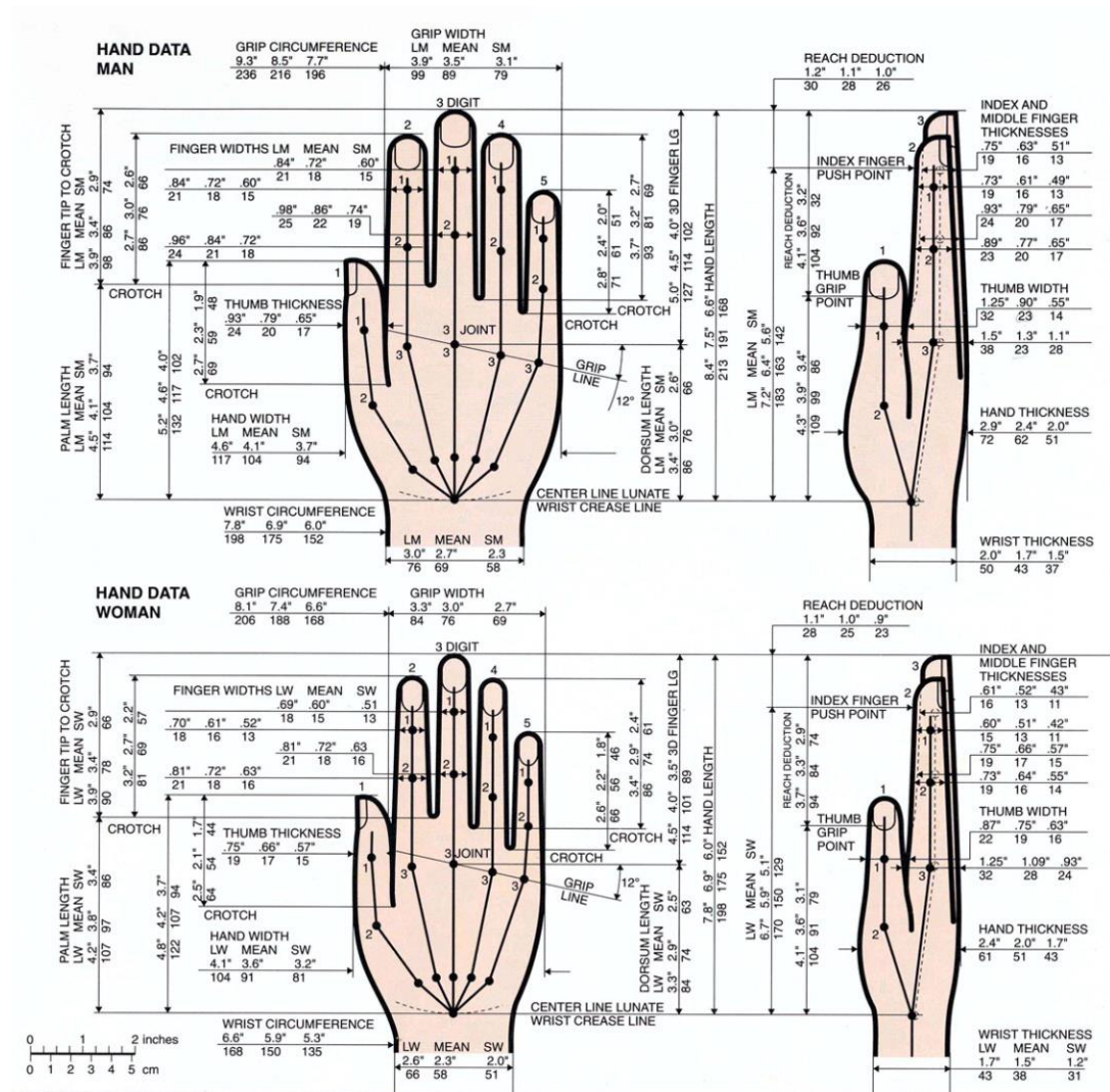
Κυρίως σώμα

Πρόκειται για μια universal θήκη για tablet μεγέθους 10' από διαφορετικούς κατασκευαστές. Μετά από έρευνα σε δημοφιλείς μάρκες tablet της αγοράς, συμπεραίνεται ότι οι διαστάσεις τους δεν ξεπερνούν τις τιμές 26 x 17,5 x 0,9cm. Για τη θήκη επομένως, επιλέχθηκαν οι διαστάσεις 28 x 18 x 1cm ώστε να χωρά με άνεση οποιοδήποτε tablet ανεξάρτητα από τον κατασκευαστή.

Λαβή

Η μελέτη της λαβής έχει ως στόχο να προσδιοριστεί το αναγκαίο κενό μεταξύ των στοιχείων, ώστε ο κάθε χρήστης να μπορεί να κρατά με άνεση τη λαβή της θήκης tablet. Για να οριστούν οι κατάλληλες διαστάσεις της λαβής, χρησιμοποιούνται τα στοιχεία της ανθρωπομετρίας που αφορούν τα χέρια ανδρικού και γυναικείου ενήλικου πληθυσμού. Συγκεκριμένα, το πρώτο καθοριστικό σημείο για το σχεδιασμό της λαβής, είναι το πλάτος του χεριού στο σημείο των μετακαρποφαλαγγικών αρθρώσεων (knuckles), δηλαδή στο φαρδύτερο σημείο του, χωρίς τον αντίχειρα (hand breadth, metacarpal) (Pheasant, 1990). Έτσι θα προσδιοριστεί το ελάχιστο μήκος που θα έχει η λαβή της θήκης που σχεδιάζεται. Το δεύτερο σημείο ενδιαφέροντος είναι το πάχος των δακτύλων στα σημεία που περνούν μέσα από το κενό της

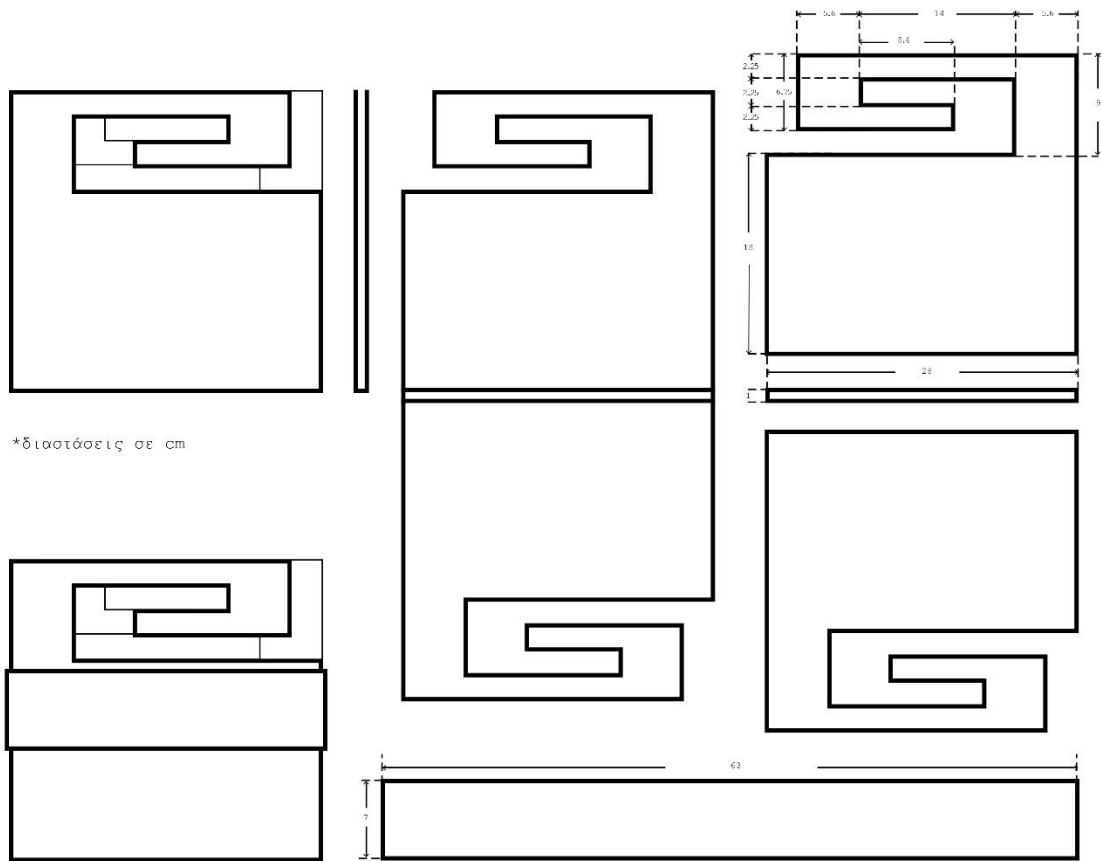
λαβής, ώστε να προσδιοριστεί το ελάχιστο ύψος που θα έχει αυτό. Δεδομένου ότι πρόκειται για ένα αντικείμενο με μικρό βάρος (<1kg), προβλέπεται το κράτημα της λαβής να γίνεται με τέτοιο τρόπο, ώστε μόνο η τρίτη (άπω) άρθρωση των δακτύλων να περνά μέσα από το κενό που δημιουργείται. Η τρίτη άρθρωση με το μεγαλύτερο πάχος, είναι αυτή του μέσου, επομένως θα ληφθούν υπόψη τα δεδομένα για αυτό το δάκτυλο. Σύμφωνα με τα ανθρωπομετρικά δεδομένα του Tilley (1993) η μέγιστη διάσταση του πλάτους του χεριού για το 95° εκατοστημόριο του ανδρικού πληθυσμού είναι 99mm. Επιπλέον, σύμφωνα με τα ανθρωπομετρικά δεδομένα του Tilley (1993) η μέγιστη διάσταση του πάχους της τρίτης άρθρωσης του μέσου για το 95° εκατοστημόριο του ανδρικού πληθυσμού είναι 19mm. Βάσει αυτών των στοιχείων, το μήκος των 140mm ύψος των 22,5mm που έχουν επιλεγεί κατά το σχεδιασμό, θεωρούνται επαρκή για τη χρήση της λαβής με άνεση από κάθε χρήστη.



Εικόνα 50 Ανθρωπομετρικά δεδομένα χεριού (Tilley, 1993)

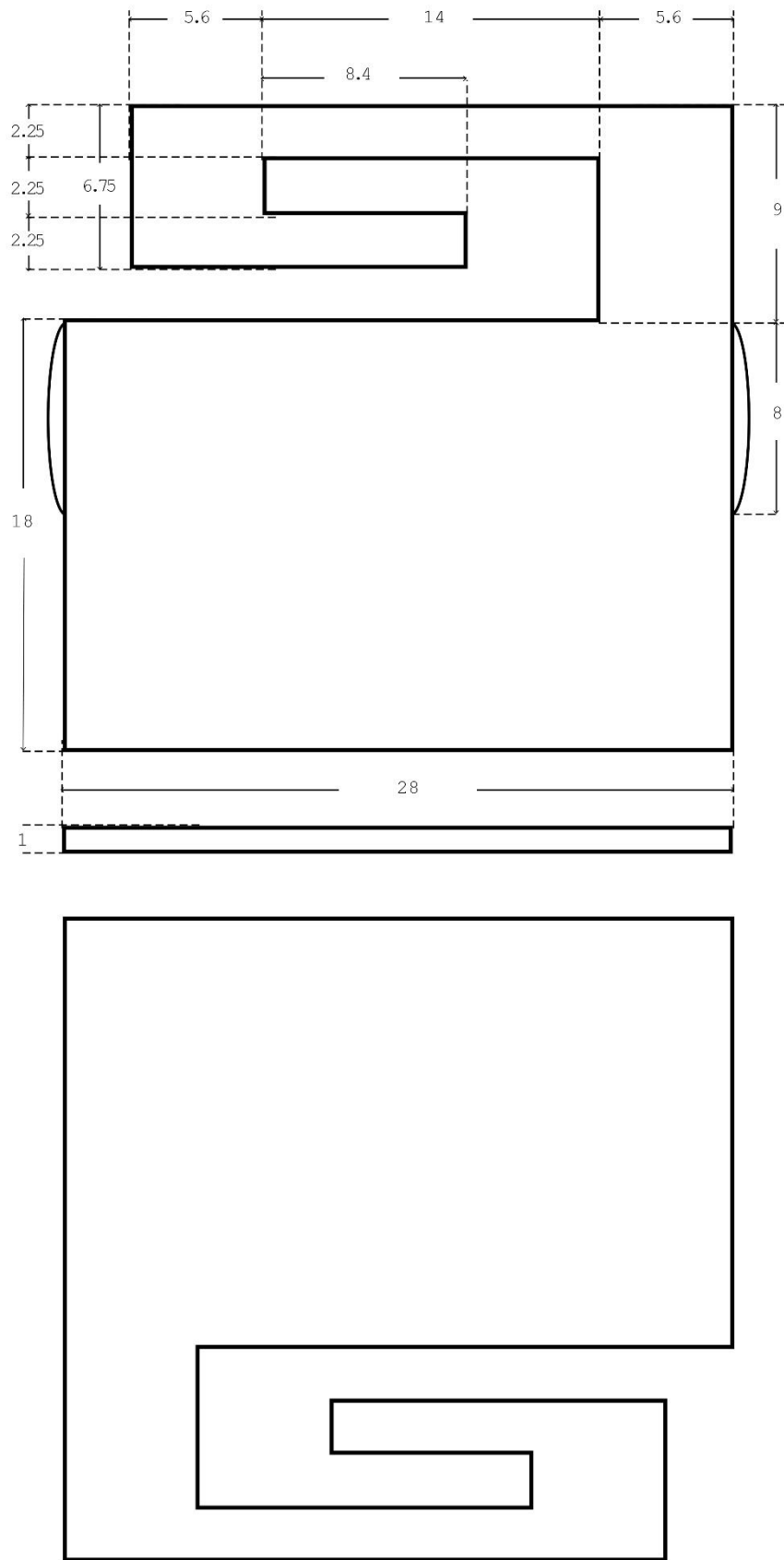
Τεχνικά σχέδια και όψεις αντικειμένου

Παρακάτω παρουσιάζονται, σε μορφή τεχνικού σχεδίου, το αντικείμενο από διαφορετικές όψεις, οι ακριβείς διαστάσεις του, καθώς και τα σημεία τοποθέτησης του μαγνητικού κουμπώματος.



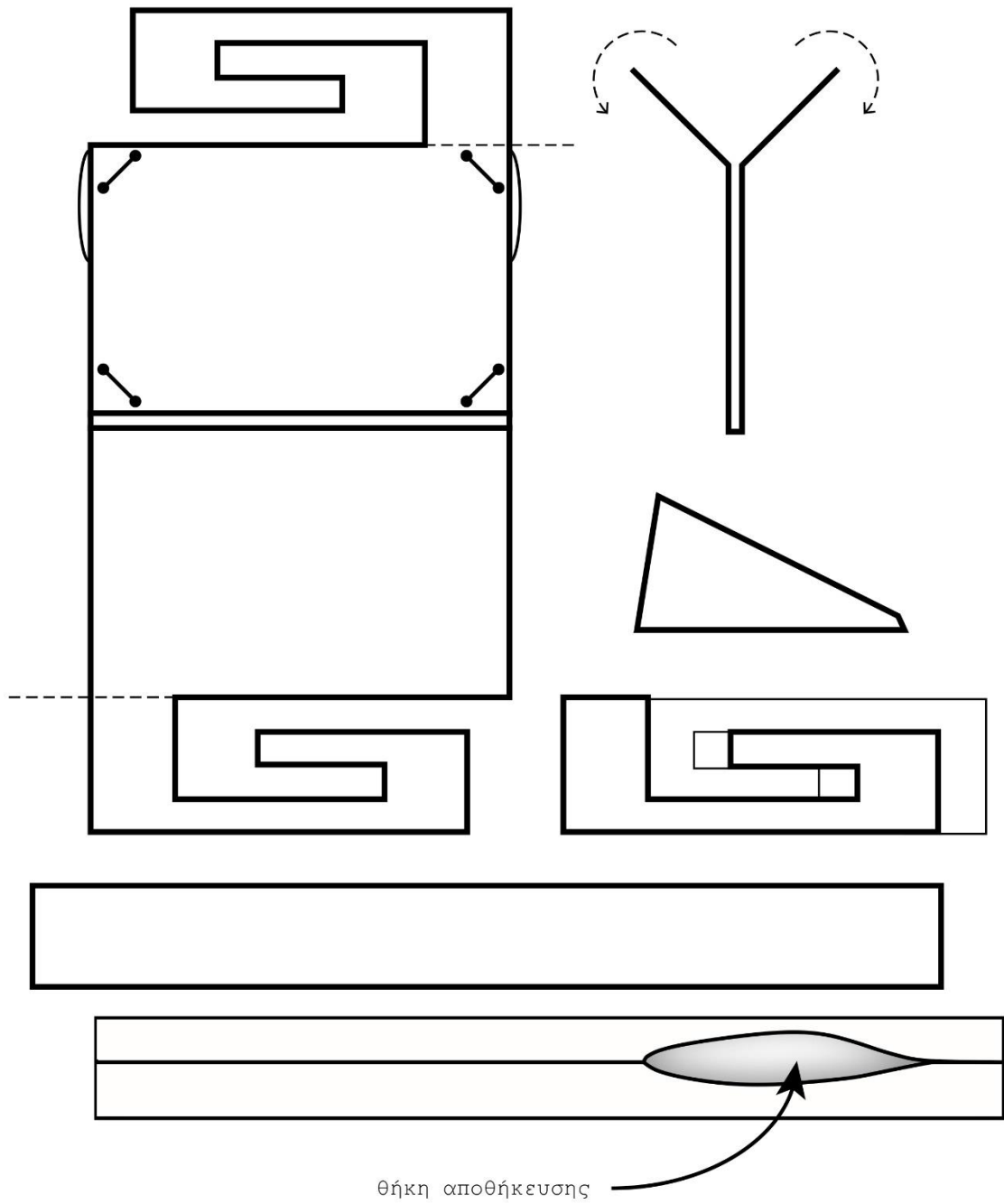
*διαστάσεις σε cm

Εικόνα 51 Όψεις και διαστάσεις θήκης και ζώνης κλεισίματος

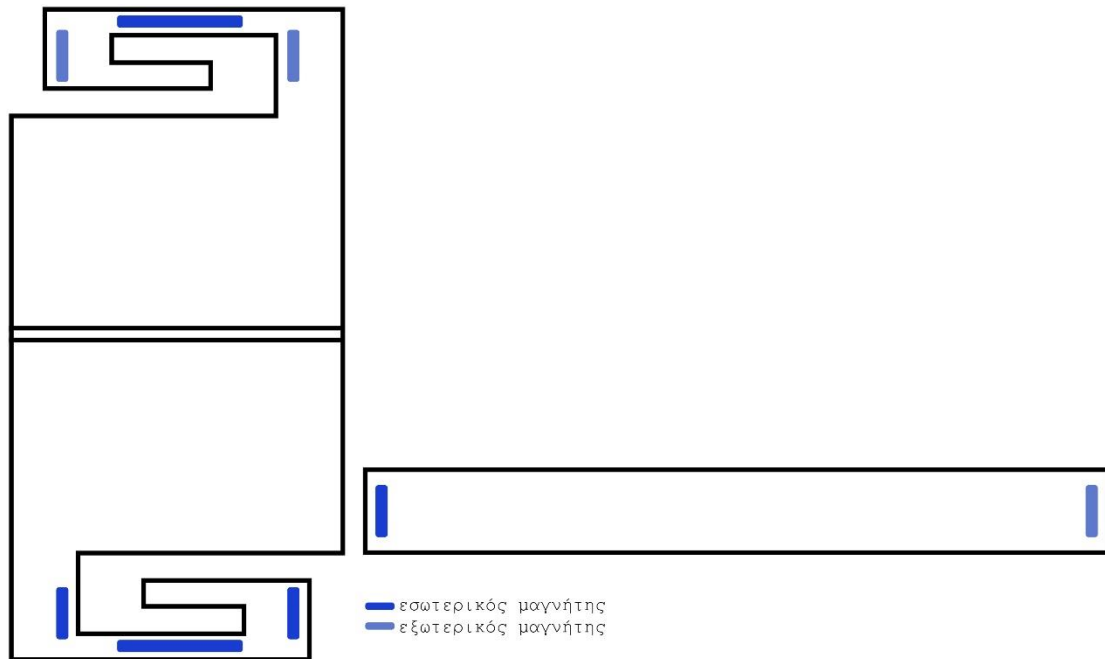


*διαστάσεις σε cm

Εικόνα 52 Διαστάσεις θήκης



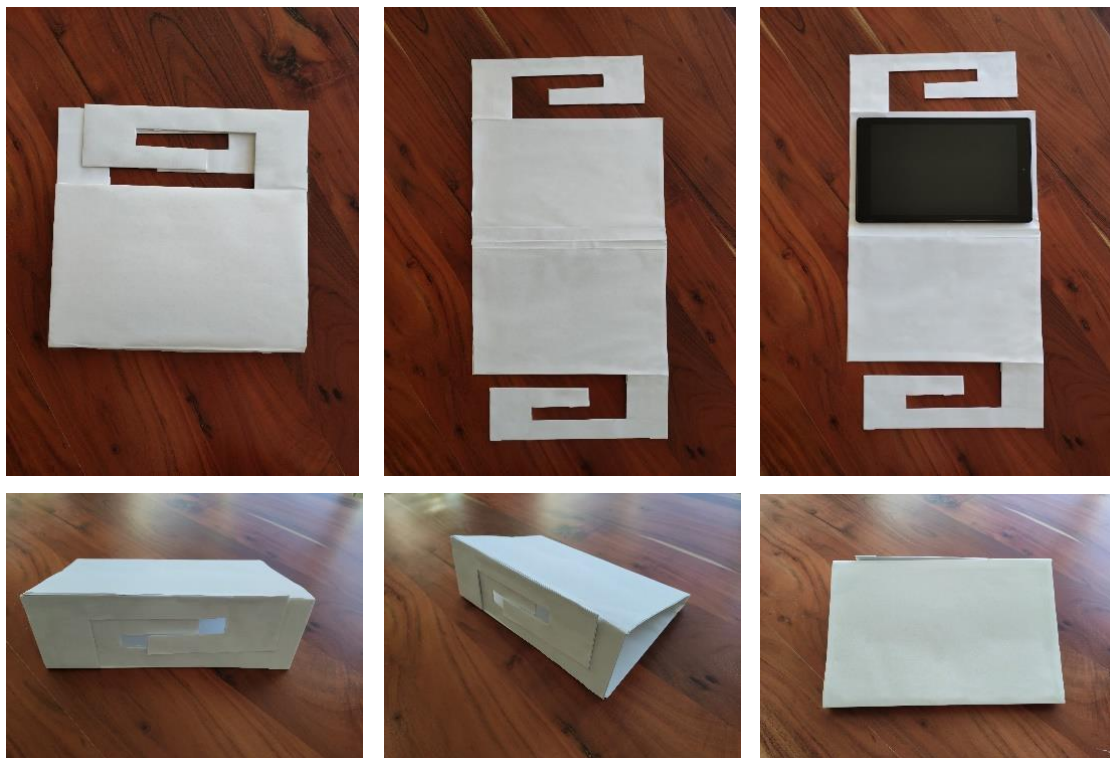
Εικόνα 53 Διαφορετικές όψεις λειτουργιών θήκης και ζώνης κλεισίματος



Εικόνα 54 Θέσεις μαγνητικών κουμπωμάτων

Κατασκευή μακέτας σε φυσικό μέγεθος

Η κατασκευή μιας μακέτας σε φυσικό μέγεθος είναι χρήσιμη για τη διερεύνηση της λειτουργικότητας του σχεδίου. Επιπλέον, ελέγχεται η αλληλεπίδραση με το χρήστη, η σχέση της με μια συσκευή δείγμα, καθώς και η οπτική εντύπωση που δίνει σαν φυσικό αντικείμενο.



Εικόνα 55 Μακέτα θήκης σε φυσικό μέγεθος



Εικόνα 56 Μακέτα θήκης σε σχέση με το χρήστη

Παρατηρείται πως είναι σημαντικό να ληφθεί υπόψη το βάρος της συσκευής που θα συγκρατεί η θήκη κατά την επιλογή των υλικών κατασκευής, καθώς η θήκη θα πρέπει να

διατηρεί το σχήμα της και να μην δημιουργούνται παραμορφώσεις, οι οποίες ενδεχομένως να οδηγήσουν και σε ελλιπή προστασία της συσκευής ή σπάσιμο της ίδιας της θήκης.

Επιλογή υλικών κατασκευής

Το βασικό υλικό από το οποίο κατασκευάζεται η θήκη, είναι το ύφασμα για το λόγο ότι είναι ένα υλικό που προσφέρεται για κέντημα και συμβάλει στην όψη χειροτεχνήματος. Επιλέγεται βαμβακερό ύφασμα με αρκετό πάχος και σφικτή και ελαφρώς ανάγλυφη ύφανση, χαρακτηριστικά που θα συμβάλουν στη σταθερότητα και ανθεκτικότητα του αντικειμένου. Το χρώμα του υφάσματος είναι ουδέτερο μπεζ, ώστε να αφήνει τη φόρμα του αντικειμένου να ξεχωρίζει και να βρίσκεται σε πρωταγωνιστική θέση μαζί με τα λοιπά διακοσμητικά στοιχεία. Επιπλέον, το χρώμα του αναπαριστά το χρώμα και την όψη της πέτρας-μάρμαρο που πρωταγωνιστεί στην αρχαιοελληνική διακοσμητική τέχνη ως βάση.

Για την ενίσχυση της κατασκευής χρησιμοποιείται πλεξιγκλάς πάχους 2mm, το οποίο τοποθετείται σαν εσωτερικός σκελετός, ο οποίος στη συνέχεια ντύνεται με το ύφασμα. Η επιλογή του υλικού αυτού βασίζεται στη σταθερότητα του σε σχέση με το μικρό του πάχος και το χαμηλό του βάρος.

Η μαγνητική ταινία επιλέγεται ως υλικό για τη δημιουργία κουμπώματος, καθώς είναι αρκετά ισχυρή και μπορεί να κοπεί σε οποιοδήποτε μέγεθος με σκοπό να δημιουργηθεί ένα αόρατο κούμπωμα το οποίο δεν αλλοιώνει την αισθητική της θήκης που σχεδιάστηκε.

Οι κλωστές που χρησιμοποιούνται για το κέντημα είναι επίσης βαμβακερές, τύπου μουλινέ, ενώ τα λάστιχα για τη στήριξη της συσκευής και τη δημιουργία της θηλιάς για τη ζώνη είναι αντιολισθητικά και με ελαστικότητα-σκληρότητα τέτοια, ώστε να συγκρατούν με ασφάλεια τη συσκευή.

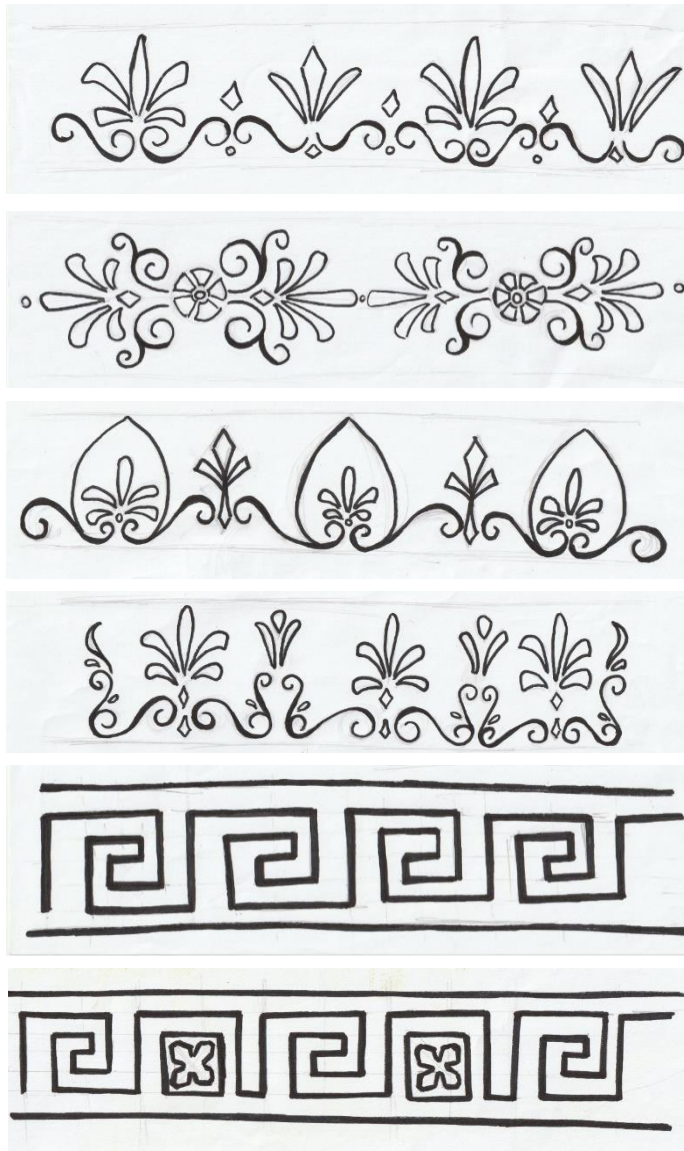
δ.4 Δισδιάστατος σχεδιασμός διακοσμητικών μοτίβων

Προσχέδια- σκίτσα

Η εφαρμογή του διακοσμητικού επιλέγεται να γίνει με τη μορφή band. Ο λόγος είναι ότι το band στην αρχαιοελληνική διακοσμητική τέχνη αποτελούσε ένα δημοφιλή τρόπο διακόσμησης για οτιδήποτε, από έναν κίονα ως μια λεπτομέρεια σε κάποιο ένδυμα. Έτσι, αυτή η μορφή διακόσμησης είναι ευρέως αναγνωρίσιμη και μπορεί να παρατηρηθεί σε πολυπληθή σημεία αρχαιολογικού ενδιαφέροντος. Ένα band μπορεί, λόγω της μορφής ταινίας που έχει, να αποτελέσει το ιδανικό διακοσμητικό στη ζώνη που ασφαρίζει τη θήκη που σχεδιάστηκε.

Τα επιμέρους στοιχεία που χρησιμοποιούνται για να συνθέσουν το διακοσμητικό band, είναι το ανθέμιο, ο λωτός, η ροζέτα, η έλικα και ο μαϊάνδρος. Αποτελούν όλα τους βασικά χαρακτηριστικά της ελληνικής διακοσμητικής τέχνης και μπορούν να μεταφραστούν σε ένα σύγχρονο σχέδιο κεντήματος.

Ακολουθούν σκίτσα που απεικονίζουν διαφορετικές επαναλαμβανόμενες συνθέσεις με κάποια από τα στοιχεία αυτά, που μπορούν να χρησιμοποιηθούν για τη δημιουργία ενός band. Η δημιουργία τους βασίστηκε στην εναλλάξ απεικόνιση δύο βασικών στοιχείων και τη μεταξύ τους σύνδεση με σπείρες και μικρότερα επιμέρους στοιχεία.



Εικόνα 57 Σκίτσα συνθέσεων για το σχέδιο του band

Χρωματική παλέτα

Στην τυπική εικόνα που υπάρχει σήμερα για την τέχνη της αρχαιότητας κυριαρχούν οι διάφοροι τόνοι του λευκού της πέτρας. Η εικόνα όμως που υπήρχε κατά την εποχή δημιουργίας τους ήταν διαφορετική. Σήμερα πια βρίσκονται στοιχεία ενός κόσμου πλούσιου σε χρώματα και διακόσμηση. Σε ανασκαφές του 1885 τα ευρήματα που ήταν θαμμένα στο χώμα είχαν διατηρήσει το χρώμα τους στο χρόνο και έτσι αποκάλυψαν μια αρχαιότητα πλούσια σε χρωματισμούς και ανέτρεψαν τη μέχρι τότε εντύπωση που επικρατούσε (Blatsiou, 2017). Από την μετέπειτα επιστημονική έρευνα προέκυψε ότι τα χρώματα που χρησιμοποιούνταν ήταν το λευκό, κόκκινο, μαύρο, η ώχρα, το μπλε και το πράσινο. Διαφορετικές εντάσεις και αποχρώσεις ήταν δυνατές με την εφαρμογή πολλαπλών στρώσεων με διαφορετικές πυκνότητες (Blatsiou, 2017).



Εικόνα 58 Αρχαία Μιέζα, Μακεδονικοί τάφοι των Λευκαδίων, τάφος των Ανθεμίων & τάφος της Κρίσεως | Τάφος της Αμφίπολης (λεπτομέρειες)



Εικόνα 59 Κόρη (αρ.685) αυθεντικό και ζωγραφισμένο αντίγραφο με πιστή απόδοση χρωμάτων από τον Émile Gilliéron | Κόρη (αρ.682) (λεπτομέρεια) | Κόρη της Χίου (αρ.675) | Κόρη του Αντήνορος (λεπτομέρεια)



Εικόνα 60 Καταγραφή λεπτομερειών διακόσμησης της Κόρης της Χίου από τον Émile Gilliéron κατά την ανασκαφή | Καταγραφή λεπτομερειών διακόσμησης της Κόρης της Χίου από τον Wilhelm Lehmann

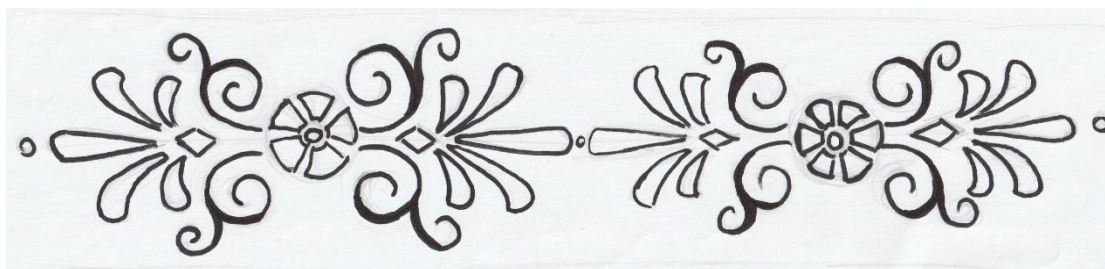
Η επιλογή των χρωμάτων της χρωματικής παλέτας για την ανάπτυξη του κεντήματος, καταλήγει στη χρήση μιας ουδέτερης βάσης σε μπεζ χρώμα, που αντιπροσωπεύει την σημερινή όψη των έργων καθώς και το χρώμα της πέτρας πάνω στην οποία δημιουργήθηκαν. Η παλέτα συμπληρώνεται από πολύχρωμα διακοσμητικά πιστά στην αυθεντική εικόνα της αρχαιότητας, σε χρώμα μπλε, κόκκινο και κίτρινο.



Εικόνα 61 Χρωματική παλέτα για το αντικείμενο προς σχεδίαση

Επιλογή σχεδίου και ανάπτυξη

Επιλέγεται το παρακάτω σχέδιο, το οποίο συντίθεται από ανθέμια και ροζέτες που περιστοιχίζονται από έλικες. Θεωρείται το επικρατέστερο για την εξέλιξη και χρήση του στο τελικό προϊόν, γιατί η σύνθεση δίνει την εντύπωση της πληρότητας, χωρίς να περιέχει περιττά στοιχεία και υπερβολές, πράγμα που την καθιστά δυνατή. Το σχέδιο είναι τέτοιας αισθητικής, που θα μπορούσε να αφορά ανθρώπους κάθε φύλου και χαρακτήρα και αντιπροσωπεύει με επιτυχημένο και ξεκάθαρο τρόπο στοιχεία της αρχαιοελληνικής διακοσμητικής τέχνης.



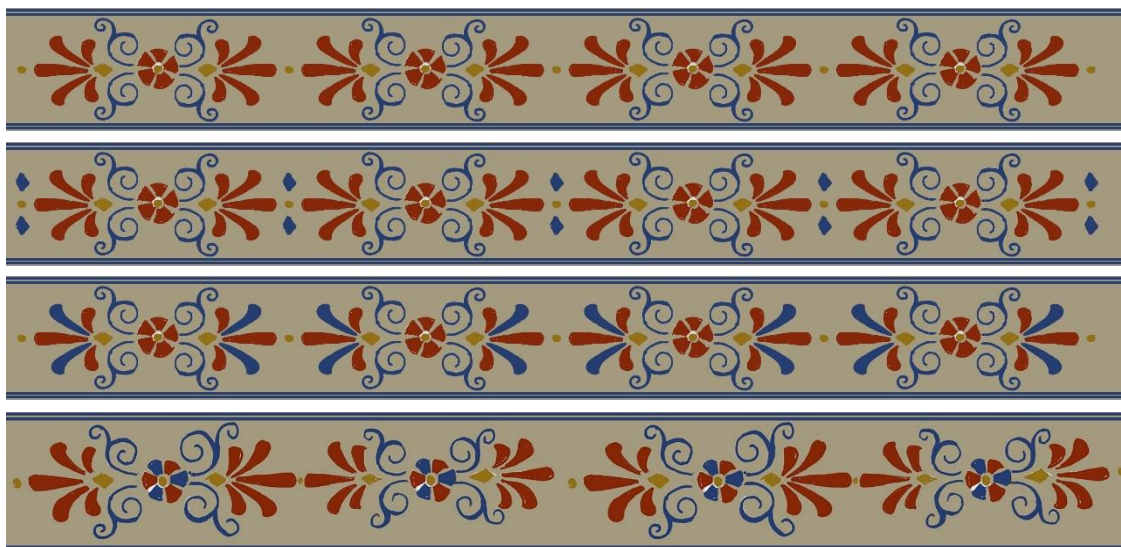
Εικόνα 62 Επικρατέστερο σχέδιο για ανάπτυξη σχεδίου band

Στην εικόνα που ακολουθεί παρουσιάζεται το επαναλαμβανόμενο σχέδιο που σχεδιάστηκε με βάση το παραπάνω σκίτσο, ώστε να χρησιμοποιηθεί ως band, μετά από τη βελτίωση λεπτομερειών στη γεωμετρία και τη μορφή των επιμέρους στοιχείων που το συνθέτουν.



Εικόνα 63 Ακριβής απόδοση γεωμετρίας σχεδίου band

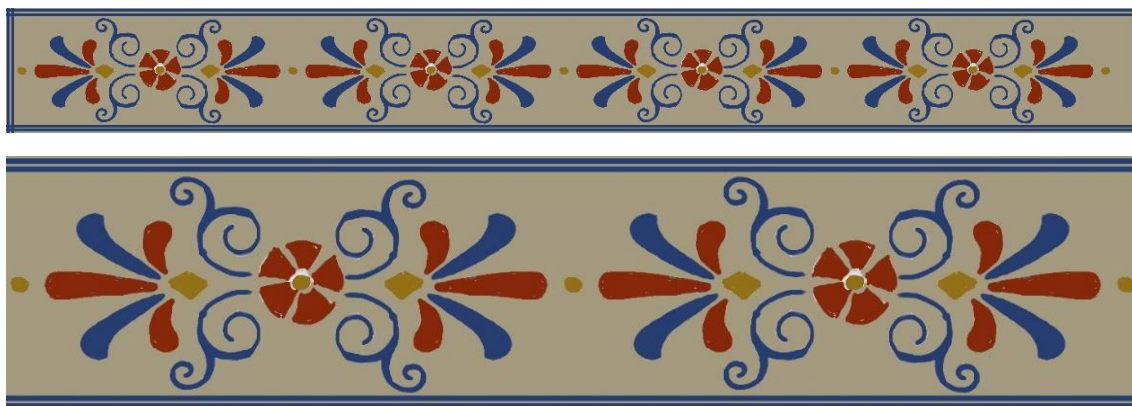
Στις παρακάτω εικόνες παρουσιάζεται η διαδικασία χρωματισμού του σχεδίου, με τη χρήση της παλέτας χρωμάτων που αναφέρθηκε παραπάνω. Προστίθενται και αφαιρούνται μικρά στοιχεία, όπως οι ρόμβοι και ο διαφορετικός αριθμός από πέταλα στις ροζέτες, καθώς και χρωματίζονται τα στοιχεία σε διαφορετικούς συνδυασμούς με στόχο να επιτευχθεί ένα ισορροπημένο οπτικό αποτέλεσμα. Αυτή η ισορροπία τελικά βρέθηκε με τη χρήση της σωστής αναλογίας κόκκινου και μπλε χρώματος στα στοιχεία.



Εικόνα 64 Χρωματισμός και εξέλιξη σχεδίου band

Το σχέδιο που επιλέγεται ως επικρατέστερο είναι αυτό με το δίχρωμο ανθémιο. Είναι το σχέδιο που παρουσιάζει τη μεγαλύτερη ισορροπία μεταξύ του κόκκινου και μπλε χρώματος, χωρίς να κάνει το σχέδιο φλύαρο με την προσθήκη επιπλέον στοιχείων.

Ακολουθεί η εφαρμογή του σχεδίου στη ζώνη κλεισίματος που σχεδιάστηκε, με την επανάληψη του μοτίβου τέσσερις φορές, την περιγραφή του με ένα πλαίσιο από γραμμές και ένα μικρό κενό, χωρίς διακόσμηση στην άκρη της ζώνης, το οποίο υποδεικνύει το σημείο του κουμπώματος και καλύπτεται από την ίδια τη ζώνη, όταν αυτή είναι κουμπωμένη. Στη δεύτερη εικόνα βρίσκεται το ίδιο σχέδιο σε μεγαλύτερη διάσταση, για την ευκολότερη παρατήρηση των λεπτομερειών.

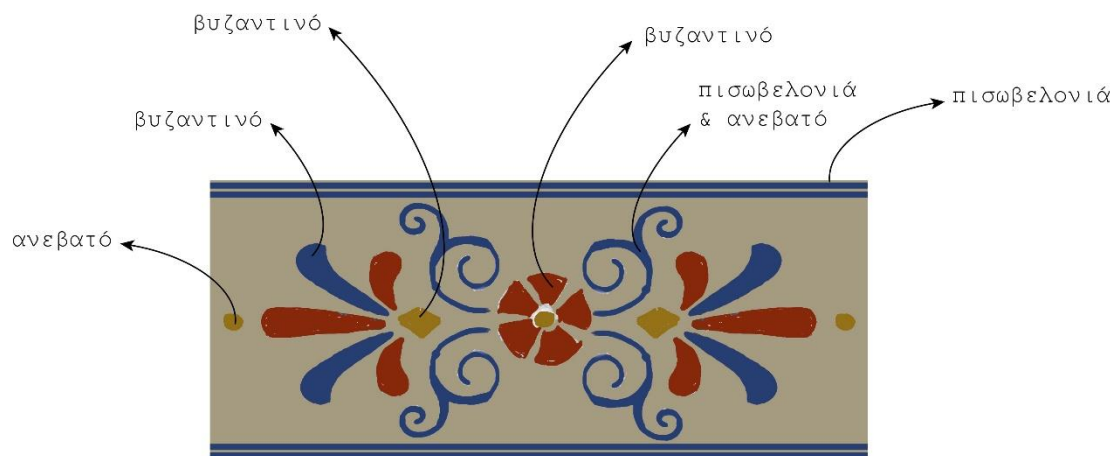


Εικόνα 65 Τελικό σχέδιο band | Λεπτομέρεια σχεδίου

Εναλλακτικά, θα μπορούσαν να σχεδιαστούν περισσότερες επιλογές από σχέδια για την ζώνη, ώστε ο χρήστης να επιλέξει το σχέδιο που τον αντιπροσωπεύει περισσότερο.

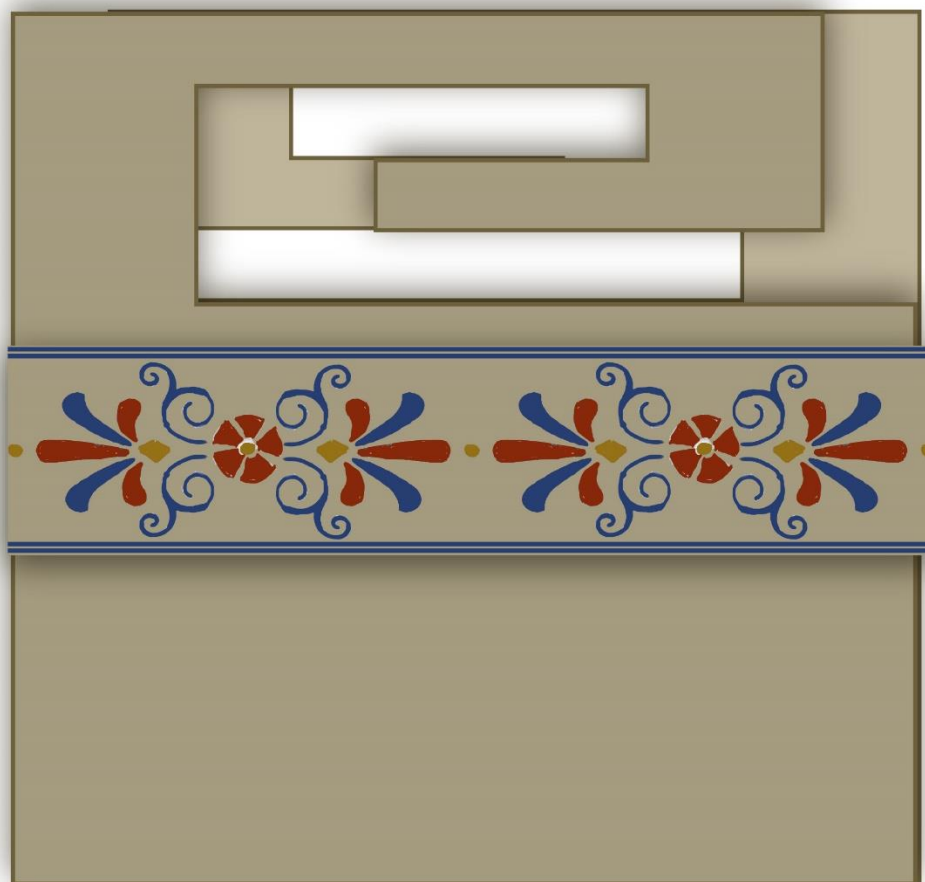
Μετάφραση σχεδίων σε μοτίβα για κέντημα

Όπως παρουσιάζεται στην εικόνα που ακολουθεί, επιλέγονται κάποιες από τις δημοφιλέστερες βελονιές για κέντημα στην Ελλάδα, οι οποίες είναι αρκετά απλές στην εκτέλεση και έχουν ένα καλαίσθητο αποτέλεσμα. Για κάθε στοιχείο και ανάλογα με το σχήμα και την έκταση του, χρησιμοποιείται η βελονιά η οποία θεωρείται καταλληλότερη. Συγκεκριμένα, για την τελεία επιλέγεται το ανεβατό κέντημα, για τα πέταλα του ανθémιου η βυζαντινή βελονιά, όπως και για το ρόμβο. Για την έλικα επιλέγεται η πισωβελονιά για τα λεπτότερα σημεία της σε συνδυασμό με το ανεβατό, ώστε να αποδοθούν τα παχύτερα μέρη. Τέλος η πισωβελονιά επιλέγεται για τη διακοσμητική γραμμή στα όρια του σχεδίου.



Εικόνα 66 Καθορισμός βελονιών

Εφαρμογή μοτίβων σε χρηστικό αντικείμενο



Εικόνα 67 Ψηφιακή απεικόνιση θήκης με διακοσμητικά στοιχεία



Εικόνα 68 Ψηφιακή απεικόνιση ζώνης κλεισίματος με διακοσμητικά στοιχεία | Λειτουργία αποθήκευσης ζώνης

δ.5 Πρωτοτυποποίηση

Στάδια κατασκευής βασικής θήκης

Αρχικά, κόπηκαν τα επιμέρους κομμάτια σκελετού από πλεξιγκλάς, κομμένα στο κατάλληλο σχήμα και διαστάσεις. Συγκεκριμένα, κόπηκαν τέσσερα μέρη, ένα για κάθε κινούμενο μέρος της θήκης, από πλεξιγκλάς πάχους 2mm. Αυτά είναι τα δύο χερούλια και οι δύο βασικές επιφάνειες. Στη συνέχεια, κολλήθηκε στην επιφάνεια στήριξης της συσκευής το πηχάκι, το οποίο προσφέρει επιπλέον υποστήριξη σε αυτήν, καθώς και οι μαγνήτες στα προαποφασισμένα σημεία, ώστε στο τελικό αντικείμενο να λειτουργούν ως αόρατο κούμπωμα. Τα πρώτα αυτά στάδια κατασκευής παρουσιάζονται στις ακόλουθες εικόνες.



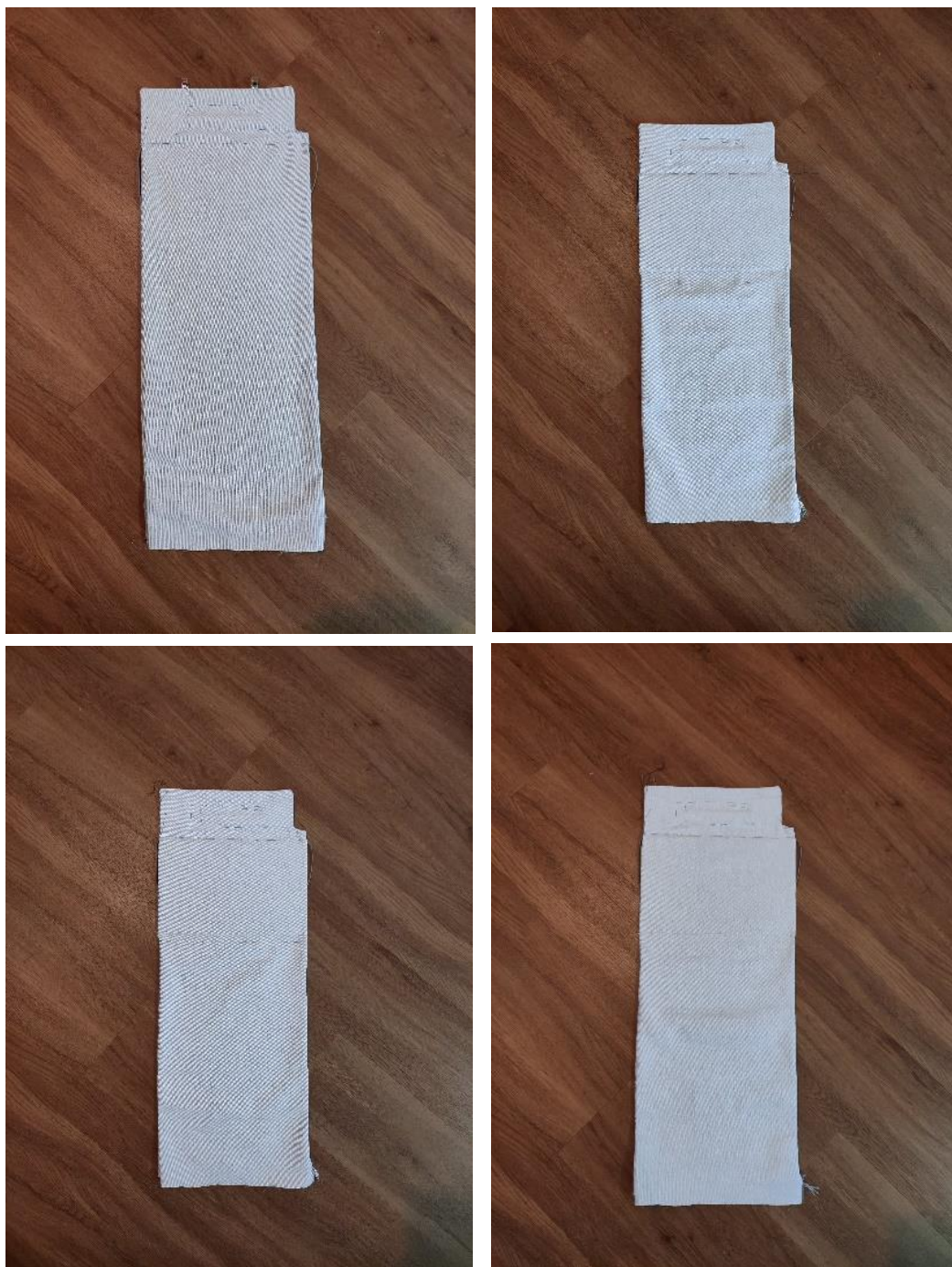
Εικόνα 69 Υλικά κατασκευής θήκης (σκελετός πλεξιγκλάς, ύφασμα, μαγνητική ταινία) | Πηχάκι | Μαγνήτες χερουλιού

Το επόμενο βήμα είναι η σχεδίαση το πατρόν πάνω στο ύφασμα που θα χρησιμοποιηθεί για τη θήκη. Σημειώνεται πως το σχέδιο αποτυπώθηκε στην εσωτερική/ανάποδη πλευρά του υφάσματος. Δύο ίδια κομμάτια υφάσματος κόπηκαν σε κατάλληλες διαστάσεις και τοποθετήθηκαν το ένα πάνω στο άλλο. Μετά από μέτρηση τοποθετήθηκαν στα κατάλληλα σημεία η δύο θηλιές που θα συγκρατούν τη ζώνη κλεισίματος. Στη συνέχεια, ράφτηκαν οι δύο πλαϊνές, μακρύτερες πλευρές μεταξύ τους με ένα γαζί, καθώς και η μία από της δύο κοντές πλευρές. Με τον τρόπο αυτόν ράφτηκαν σταθερά και οι θηλιές στη θέση τους. Ακολούθως, το ύφασμα γυρίστηκε από την «καλή» πλευρά. Το ύφασμα πλέον έχει τη μορφή μιας κλειστής από τρεις πλευρές θήκης.



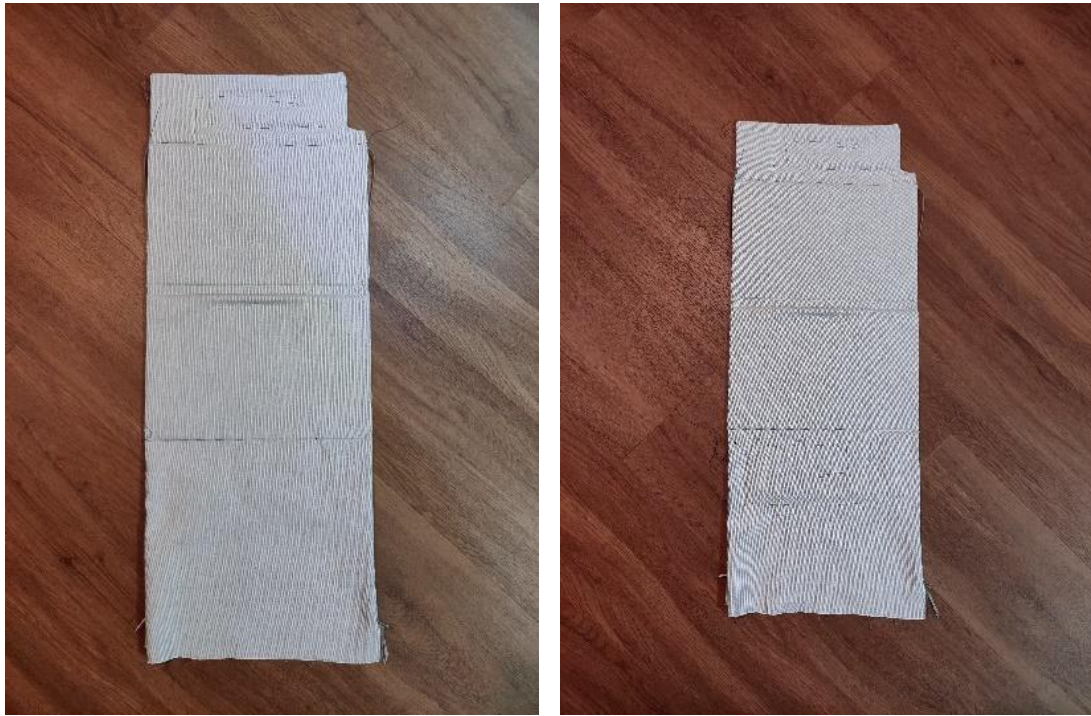
Εικόνα 70 Σχεδίαση πατρόν | Κοπή υφάσματος | Γάζωμα σε τρεις πλευρές

Εφόσον η βασική δομή της θήκης έχει σχηματιστεί, σειρά έχουν κομμάτια του σκελετού να πάρουν σταδιακά τη θέση τους, ακολουθώντας τη λογική «από πάνω προς τα κάτω». Αρχικά μπήκε το πρώτο χερούλι μέσα στη θήκη και αφού στερεώθηκε στη σωστή θέση με τη βοήθεια τρυπώματος (πρόχειρο και προσωρινό ράψιμο) σε διάφορα σημεία, γαζώθηκε η θήκη στο σημείο ακριβώς από κάτω του. Δεύτερη μπήκε η επίπεδη επιφάνεια στη σωστή θέση, με ένα γαζί στη θήκη, τοποθετημένο ακριβώς κάτω από την επιφάνεια για να την κρατά σταθερά στο σωστό σημείο. Το επόμενο μέρος της θήκης είναι το 1cm σκέτου υφάσματος που αποτελεί το πάχος της θήκης στη βάση της. Αυτό τρυπώθηκε αρχικά ως οδηγός στο ύφασμα, και στη συνέχεια γαζώθηκε.



Εικόνα 71 Τοποθέτηση των δύο πρώτων κομματιών πλεξιγκλάς και γάζωμα μέχρι και τη βάση

Το τρίτο κομμάτι του σκελετού, δηλαδή η επιφάνεια στήριξης της συσκευής με το πηγάκι, τοποθετήθηκε στη θέση της και στερεώθηκε με ένα γαζί στο μέρος που θα συνεχίζει το χερούλι της θήκης, καθώς και με τρύπωμα. Τελευταίο κομμάτι που πήρε τη θέση του είναι το δεύτερο χερούλι το οποίο στερεώθηκε με τη βοήθεια τρυπώματος στη σωστή θέση.



Εικόνα 72 Τοποθέτηση των δύο τελευταίων κομματιών πλεξιγκλάς

Για το σχηματισμό των χερουλιών η διαδικασία ξεκίνησε με το τελευταίο σε σειρά τοποθέτησης κομμάτι, ώστε να στερεωθεί και αυτό σωστά στην κατασκευή. Πρώτα κόπηκε το επιπλέον ύφασμα και στη συνέχεια οι άκρες του υφάσματος γυρίστηκαν προς τα μέσα, αγκαλιάζοντας το σκελετό της κατασκευής. Το ύφασμα στερεώθηκε με τη βοήθεια κόλλας για ύφασμα και κρυφών ραφών. Η ίδια διαδικασία ακολουθήθηκε και για το σχηματισμό του άλλου χερουλιού.



Εικόνα 73 Σχηματισμός χερουλιών θήκης

Τελευταίο βήμα για την ολοκλήρωση της κατασκευής του σώματος της θήκης αποτέλεσε το ράψιμο από τα λάστιχα στήριξης της συσκευής σε κατάλληλο μέγεθος και σημείο.



Εικόνα 74 Ράψιμο λάστιχων συγκράτησης συσκευής | Ολοκληρωμένο σώμα θήκης

Στην εικόνα που ακολουθεί φαίνεται ενδεικτικά η χρήση της θήκης με μια συσκευή tablet.



Εικόνα 75 Χρήση θήκης με συσκευή tablet

Στάδια κατασκευής ζώνης κλεισίματος με κέντημα

Για τη κατασκευή της ζώνης το πρώτο βήμα είναι το κέντημα. Αρχικά, κόπηκε το κατάλληλο μέγεθος υφάσματος για τη δημιουργία της ζώνης και σημειώθηκε η περιοχή η οποία θα κεντηθεί. Στη συνέχεια, τυπώθηκε το σχέδιο σε πραγματικές διαστάσεις και τοποθετήθηκε ακριβώς πάνω από το σημείο που θα δημιουργηθεί το κέντημα. Με ένα χαρτί καρμπόν σε κίτρινο χρώμα που είναι υδατοδιαλυτό, ώστε να μη δημιουργηθούν λεκέδες, περάστηκε το

σχέδιο στο ύφασμα. Πριν ξεκινήσει το κέντημα επιλέχθηκαν τα κατάλληλα χρώματα στις κλωστές.



Εικόνα 76 Προετοιμασία υφάσματος για κέντημα

Με τη βοήθεια ενός στεφανιού/τελάρου που κρατά τεντωμένο το ύφασμα, κεντήθηκε το σχέδιο.



Εικόνα 77 Κέντημα σχεδίου στο ύφασμα

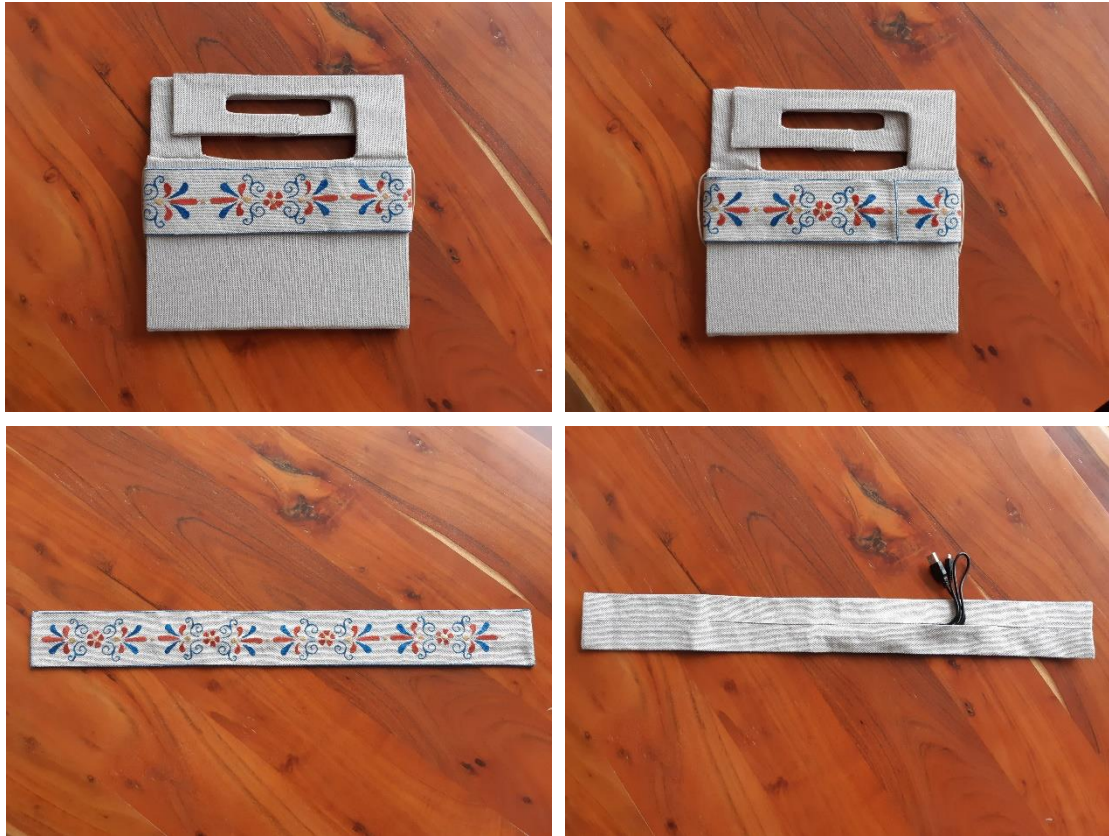
Το δεύτερο βήμα για την κατασκευή της ζώνης είναι το ράψιμο της, ώστε να πάρει την τελική της μορφή. Από την ανάποδη πλευρά του, το ύφασμα γαζώθηκε κατά μήκος και στα δύο πλαϊνά. Στο γαζί με το μεγαλύτερο μήκος αφήθηκε ένα κομμάτι χωρίς να ραφτεί, το οποίο σχημάτισε ουσιαστικά μια τρύπα. Αυτή η τρύπα χρησιμοποιήθηκε για να γυριστεί το ύφασμα-ζώνη από την εξωτερική/καλή του πλευρά, αλλά έχει και το ρόλο του ανοίγματος για την αποθηκευτική ιδιότητα της ζώνης. Τέλος, μέσω του ανοίγματος αυτού, τοποθετήθηκαν στα άκρα οι μαγνήτες, οι οποίοι θα λειτουργούν ως κούμπωμα.



Εικόνα 78 Ράψιμο ζώνης

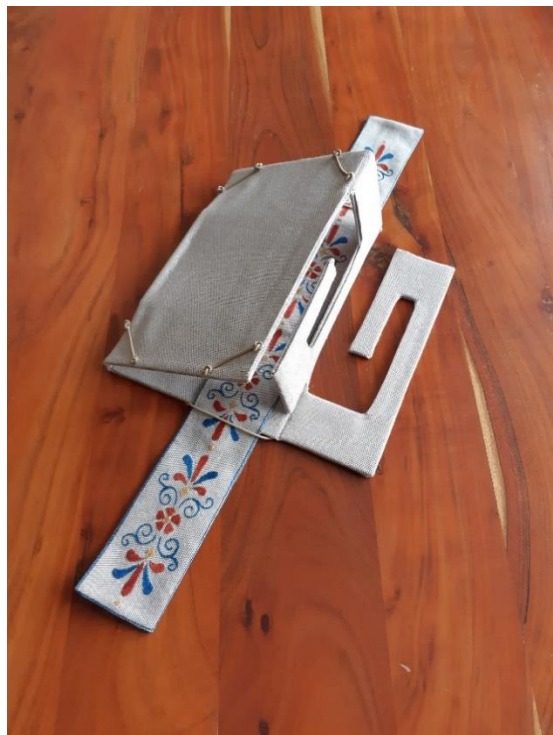
Πρωτότυπο τελικού προϊόντος

Το πρωτότυπο της θήκης που κατασκευάστηκε παρουσιάζεται στις εικόνες που ακολουθούν. Ανάμεσα τους βρίσκονται εικόνες από διάφορες όψεις του αντικειμένου, και τα επιμέρους μέρη του, όπως η ζώνη κλεισίματος, με την τσέπη αποθήκευσης καλωδίου.



Εικόνα 79 Πρωτότυπη θήκη (μπροστινή και πίσω όψη) | Πρωτότυπη ζώνη κλεισίματος | Τσέπη αποθήκευσης ζώνης

Παράλληλα απεικονίζεται η λειτουργία της θήκης ως αναλόγιο, όπως και το ελάχιστο μέγεθος της σε σχέση με ένα σακίδιο πλάτης.



Εικόνα 80 Άνοιγμα ζώνης | Αναλόγιο | Ελάχιστο μέγεθος θήκης σε σχέση με σακίδιο πλάτης

Στην τελευταία εικόνα παρουσιάζεται η θήκη σε σχέση με το χρήστη.



Εικόνα 81 Πρωτότυπη θήκη με χρήστη

Συμπεράσματα - Επίλογος

Η θήκη tablet που σχεδιάστηκε επιτυγχάνει το συνδυασμό του σύγχρονου και τεχνολογικού με το ιστορικό και χειροποίητο, ενσωματώνοντας μια μοντέρνα λειτουργία και αισθητική με έμπνευση από την ιστορική τέχνη της ελληνικής αρχαιότητας και χρήση της παραδοσιακής

τεχνικής του κεντήματος. Έτσι η μουσειακή αρχαιοελληνική τέχνη και η τεχνική του κεντήματος με παραδοσιακό χαρακτήρα, μετατρέπονται σε κομμάτι της σύγχρονης καθημερινότητας και πολιτισμού.

Επιπλέον η θήκη αποτελεί ένα προϊόν προσωποποιήσιμο (customizable) για το χρήστη ανάλογα με το προσωπικό του γούστο. Η δυνατότητα αυτή δίνεται με την επιλογή διαφορετικού διακοσμητικού μοτίβου στη ζώνη κλεισίματος, όπως ένα γεωμετρικό μοτίβο από μαιάνδρους, το οποίο μπορεί να ανταποκρίνεται περισσότερο στην προσωπική αισθητική του χρήστη.

Τέλος η προσαρμογή της θήκης ώστε να είναι κατάλληλη για άλλα μεγέθη tablet (9', 8', 7'), είναι πολύ απλή και γίνεται με την αλλαγή μόνο των εξωτερικών διαστάσεων μήκους-πλάτους της θήκης.

Σημεία ενδιαφέροντος για μελλοντική έρευνα

Ως ηδονιστικό προϊόν, το σουβενίρ προσφέρει ψυχαγωγική αξία, στην οποία μερικές φορές η επιρροή μιας καλά χτισμένης ατμόσφαιρας του καταστήματος που διατίθεται, υπερβαίνει την εγγενή αξία του προϊόντος όσον αφορά στην ενθάρρυνση του πελάτη να κάνει παρορμητικές αγορές (Zulaikha & Brereton, 2011). Η δημιουργία θετικού και ευχάριστου περιβάλλοντος αγορών, έχει σημαντική αξία στην προσπάθεια προσέλκυσης καταναλωτών των εμπόρων ειδών τουρισμού (Swanson, 2004). Για αυτό οι πωλητές είναι σημαντικό να επενδύουν στην ευχάριστη και φιλόξενη ατμόσφαιρα του καταστήματος τους, ώστε να αποδίδουν καλύτερα οι πωλήσεις. Η κατανόηση του σουβενίρ ως εμπόρευμα σε σχέση με το κατάστημα στο οποίο διατίθεται, είναι μια ενδιαφέρουσα πτυχή του τουρισμού, ως προς την σχεδίαση των χώρων και του τρόπου παρουσίασης του σουβενίρ προς τον καταναλωτή.

Κάθε άνθρωπος αντιλαμβάνεται και ερμηνεύει τις εμπειρίες του διαφορετικά. Στο σχεδιασμό σουβενίρ η μελέτη για την απόδοση νοήματος/σημασίας στο αντικείμενο που παίρνει το ρόλο του σουβενίρ, για να δώσει αποτελέσματα με μεγαλύτερη ακρίβεια, πρέπει να επεκταθεί περισσότερο στην υποκειμενική σκοπιά του καταναλωτή, σε σχέση με την αντικειμενική προσφορά της αγοράς σουβενίρ.

Βιβλιογραφία

Asplet, M. and Cooper, M. (2000) 'Cultural designs in New Zealand souvenir clothing: The question of authenticity', *Tourism Management*, Vol. 21, No. 3, pp. 307–312.

Blatsiou, N. (2017) Acropolis Museum: Recreating the True Painted Colors of Ancient Statues. Available at: <https://www.greece-is.com/the-colors-of-antiquity/> (Accessed: 10 October 2021)

Cave, J., & Buda, D. (2013). Souvenirs as transactions in place and identity: Perspectives from Aotearoa New Zealand. In J. Cave, L. Jolliffe, & T. Baum (Eds.), *Tourism and souvenirs glocal perspectives from the margins*. Vol 33. (pp. 98–116). Bristol: Channel View Publications (Tourism and Cultural Change).

Cave, J., Baum, T. and L. Jolliffe (2013). Theorising Tourism and Souvenirs, Glocal Perspectives on the Margins. In Cave, Jolliffe, L. and T. Baum, Editors, (2013), *Tourism and Souvenirs: Glocal Perspectives on the Margins*. Clevedon, UK: Channel View Tourism and Cultural Change Series. pp 1 28

Chestnova, E. (2014) Ornamental Design is... a kind of practical science: Theories of Ornament at the London School of Design and Department of Science. *Journal of Art Historiography*, 11: 1-18.

Collins-Kreiner, N. & Zins, Y. (2011) *Tourists and souvenirs: changes through time, space and meaning*, *Journal of Heritage Tourism*, 6:1, 17-27, DOI: 10.1080/1743873X.2010.515312

Dumbrovská, Veronika and D. Fialová. "The city of one hundred souvenir shops: authenticity of souvenirs in Prague." *Journal of Tourism and Cultural Change* 18 (2020): 187 - 200.

Export Promotion Council for Handicrafts (2021) *Definition of Handicrafts*. Available at: <https://www.epch.in/policies/Definition.pdf> (Accessed: 28 April 2021)

Goeldner, R., Ritchie, J. and McIntosh, R. (2000) 'Tourism: Principles, Practices, Philosophies', John Wiley & Sons, New York.

Gordon, B., 1986. The Souvenir: Messenger of the Extraordinary. *The Journal of Popular Culture*, 20(3), pp.135-146.

Holiday Inn (2015) Travel habits: Holiday Inn reveals the who, what, where and why of souvenir buying.

Hsu CH., Chang SH., Lin JY. (2013) Consumers' Evaluation and Perception within the Trend of Cultural Creative Design. In: Rau P.L.P. (eds) *Cross-Cultural Design. Cultural Differences in Everyday Life*. CCD 2013. Lecture Notes in Computer Science, vol 8024. Springer, Berlin, Heidelberg. https://doi.org/10.1007/978-3-642-39137-8_3

Jones, O. (1910) *The Grammar of Ornament*. Bernard Quaritch, London.

Kaya, Cigdem & Yağiz, B.. (2015). Appropriation in souvenir design and production: A study in museum shops. *A/Z ITU Journal of the Faculty of Architecture*. 12. 127-146.

Lasusa, D.M. (2007), Eiffel Tower key chains and other pieces of reality: The philosophy of souvenirs. *The Philosophical Forum*, 38: 271-287. <https://doi.org/10.1111/j.1467-9191.2007.00267.x>

Lisa L. Love and Peter S. Sheldon (1998), "Souvenirs; Messengers of Meaning", in *NA Advances in Consumer Research* Volume 25, eds. Joseph W. Alba & J. Wesley Hutchinson, Provo, UT: Association for Consumer Research, Pages: 170-175.

Littrell, M., Anderson, L. and Brown, P., 1993. What makes a craft souvenir authentic?. *Annals of Tourism Research*, 20(1), pp.197-215.

- Littrell, M., Baizerman, S., Kean, R., Gahring, S., Niemeyer, S., Reilly, R. and Stout, J. (1994) '*Souvenirs and tourism styles*', *Journal of Travel Research*, Vol. 33, No. 1, pp. 3–11.
- Metcalf, B. (1993). Replacing the Myth of Modernism. *American Craft*, 53(1), 40-47.
- Meyer, F. S. (1892) *A Handbook of Ornament*. The Architectural Book Publishing Company, New York.
- Mitrache, A., 2012. Ornamental Art and Architectural Decoration. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, Volume 51, pp. 567-572.
- Nyffenegger, F. & Steffen, D. (2010) *Souvenirs – Local Messages: An Exploration from the Design Perspective*. Design and Semantics of Form and Movement (DeSForM) Design Semantics in Context, DeSForM: Lucerne.
- Nyffenegger, F. & Steffen, D., Taufer, B. & Wydler, C. (2010). "Souvenirs: Destinationsmarketing und Design. Ein Beitrag aus der angewandten Forschung". Jahrestagung der DGT (Deutsche Gesellschaft für Tourismuswissenschaft), DGT: Chur.
- Olalere, F. E. (2017). Importance of Product Attributes for Souvenir Purchase Preferences: A Viewpoint of Foreign Tourists in South Africa. *African Journal of Hospitality, Tourism and Leisure*. 6.
- Olalere, F.E. (2020). *Solidifying tourists' post-travel memories through souvenir*. *GeoJournal of Tourism and Geosites*, 33(4spl), 1456–1461. <https://doi.org/10.30892/gtg.334spl02-593>
- Paraskevaidis, P. and Andriotis, K., 2015. Values of souvenirs as commodities. *Tourism Management*, 48, pp.1-10.
- Pheasant, S. (1990) *Anthropometrics: An Introduction*. British Standards Institute, Linford Wood, Milton Keynes MK146LE.
- Rupe, D. and Kunz, G. (1998) '*Building a financially meaningful language of merchandise assortments*', *Clothing and Textiles Research Journal*, Vol. 16, No. 2, pp. 88–97.
- Singh, M. (2018). UNDERSTANDING SOUVENIR AS AN ESSENTIAL INSTRUMENT FOR GUIDING TOURISTS: A CONCEPTUAL FRAMEWORK. *Journal of Tourism Intelligence and Smartness*, 1 (2), 75-87.
- Speltz, A. (1959) *The Styles of Ornament*. Dover Publications, Inc., New York.
- Swanson, K. (1994) '*Souvenir marketing in tourism retailing: Shopper and retailer perceptions*', dissertation, Texas Tech University, Lubbock, TX.
- Swanson, K. (2004). Tourists' and retailers' perceptions of souvenirs. *Journal of Vacation Marketing*, 10(4), 363-377.
- Textile Research Centre (2017) *Embroidery*. TRC Needles. Available at: <https://trc-leiden.nl/trc-needles/techniques/embroidery> (Accessed: 30 August 2021)
- Tilley, A. R. (1993) *The measure of man and woman, human factors in design*. Henry Dreyfuss Associates, New York.
- Turner, L. and Reisinger, Y. (2001) '*Shopping satisfaction for domestic tourists*', *Journal of Retailing and Consumer Services*, Vol. 8, No. 1, pp. 15–27.
- Victoria and Albert Museum (2018) *Embroidery styles: an illustrated guide*. Available at <https://www.vam.ac.uk/articles/embroidery-styles-an-illustrated-guide> (Accessed: 30 August 2021)

Visual Arts Encyclopedia (2012) Greek Art: History, Characteristics. Available at: <http://www.visual-arts-cork.com/greek-art.htm#chronology> (Accessed: 20 May 2021)

Visual Arts Encyclopedia (2015) *Classical Antiquity Art: Definition, History*. Available at: <http://www.visual-arts-cork.com/ancient-art/classical-antiquity.htm> (Accessed: 20 May 2021)

Ward, J. (1890) *Elementary Principles of Ornament*. Chapman and Hall, London.

Weng Hang Kong & Tung-Zong (Donald) Chang (2016) Souvenir Shopping, Tourist Motivation, and Travel Experience, *Journal of Quality Assurance in Hospitality & Tourism*, 17:2, 163-177

Wilkins, H., 2011. Souvenirs: What and Why We Buy. *Journal of Travel Research*, 50(3), pp.239-247.

Wornum, R. N. (1882) *Analysis of Ornament: The Characteristics of Styles: an Introduction to the Study of the History of Ornamental Art*. Chapman and Hall, London.

Yang, Qiao. (2020). Research on Design Innovation for Reshaping Local Cultural Characteristics of the Tourist Souvenirs. E3S Web of Conferences. 179. 02087. 10.1051/e3sconf/202017902087.

Zulaikha, Ellya & Brereton, Margot (2011). Innovation strategies for developing the traditional souvenir craft industry. In Cowled, C J L (Ed.) *Proceedings of the First International Conference on Engineering, Designing and Developing the Built Environment for Sustainable Wellbeing*. Queensland University of Technology, Australia, pp. 53-58.

Βουτυράς, Μ. & Γουλάκη-Βουτυρά, Α. (2012) *Η Αρχαία Ελληνική Τέχνη και η Ακτινοβολία της*. Available at: https://www.greek-language.gr/digitalResources/ancient_greek/history/art/index.html (Accessed: 23 May 2021)

Πλατή, Μ. & Μάρκου, Ε. (2015) *Το ένδυμα στην αρχαία Ελλάδα*. Μουσείο Κυκλαδικής Τέχνης, Αθήνα.