

ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΔΥΤΙΚΗΣ ΜΑΚΕΔΟΝΙΑΣ



ΠΑΙΔΑΓΩΓΙΚΟ ΤΜΗΜΑ ΝΗΠΙΑΓΩΓΩΝ

ΤΜΗΜΑ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ ΚΑΙ ΨΗΦΙΑΚΩΝ ΜΕΣΩΝ ΤΗΣ ΣΧΟΛΗΣ
ΚΟΙΝΩΝΙΚΩΝ ΚΑΙ ΑΝΘΡΩΠΙΣΤΙΚΩΝ ΕΠΙΣΤΗΜΩΝ.

Δ.Π.Μ.Σ ΔΗΜΟΣΙΟΣ ΛΟΓΟΣ ΚΑΙ ΨΗΦΙΑΚΑ ΜΕΣΑ

*ΠΟΛΙΤΙΣΜΟΣ ΚΑΙ ΨΗΦΙΑΚΑ ΜΕΣΑ , ΔΗΜΙΟΥΡΓΙΑ
ΟΠΤΙΚΟΑΚΟΥΣΤΙΚΗΣ ΠΑΡΑΓΩΓΗΣ ΓΙΑ ΤΗΝ ΑΝΑΔΕΙΞΗ ΤΟΥ
ΠΟΛΙΤΙΣΜΟΥ ΚΑΙ ΤΗΣ ΙΣΤΟΡΙΑΣ ΕΝΟΣ ΤΟΠΟΥ. ΤΑ ΑΡΧΟΝΤΙΚΑ
ΤΗΣ ΣΙΑΤΙΣΤΑΣ.*

Διπλωματική Εργασία

ΣΒΙΓΚΟΥ ΕΥΤΥΧΙΑ

ΑΜ 1112

Επιβλέπων καθηγητής: Αλέξανδρος Κλεφτοδήμος

ΕΤΟΣ ΥΠΟΒΟΛΗΣ: **2021-2022**

Copyright © Σβίγκου Ευτυχία 2021.

Με επιφύλαξη παντός δικαιώματος. All rights reserved.

Απαγορεύεται η αντιγραφή, αποθήκευση και διανομή της παρούσας εργασίας, εξ ολοκλήρου ή τμήματος αυτής, για εμπορικό σκοπό. Επιτρέπεται η ανατύπωση, αποθήκευση και διανομή για σκοπό μη κερδοσκοπικό, εκπαιδευτικής ή ερευνητικής φύσης, υπό την προϋπόθεση να αναφέρεται η πηγή προέλευσης και να διατηρείται το παρόν μήνυμα. Ερωτήματα που αφορούν τη χρήση της εργασίας για κερδοσκοπικό σκοπό πρέπει να απευθύνονται προς τον συγγραφέα. Οι απόψεις και τα συμπεράσματα που περιέχονται σε αυτό το έγγραφο εκφράζουν τον συγγραφέα και μόνο.

ΥΠΕΥΘΥΝΗ ΔΗΛΩΣΗ

Όνοματεπώνυμο: Σβίγκου Ευτυχία

A.E.M.: 1112

Ηλεκτρονική διεύθυνση: Svigkou.eftihia2@gmail.com

Έτος εισαγωγής: 2019

Τίτλος διπλωματικής εργασίας: « Πολιτισμός και Ψηφιακά Μέσα , Δημιουργία Οπτικοακουστικής Παραγωγής για την Ανάδειξη του Πολιτισμού και της ιστορίας ενός τόπου. Τα Αρχοντικά της Σιάτιστας».

Δηλώνω υπεύθυνα ότι η παρούσα εργασία δεν αποτελεί προϊόν λογοκλοπής, είναι προϊόν αυστηρά προσωπικής εργασίας, η βιβλιογραφία και οι πηγές που έχω χρησιμοποιήσει, έχουν δηλωθεί κατάλληλα με παραπομπές και αναφορές. Τα σημεία όπου έχω χρησιμοποιήσει ιδέες, κείμενο ή/και πηγές άλλων συγγραφέων, αναφέρονται ευδιάκριτα στο κείμενο με την κατάλληλη παραπομπή και η σχετική αναφορά περιλαμβάνεται στο τμήμα των βιβλιογραφικών αναφορών με πλήρη περιγραφή. Επισημαίνεται πως η συγκεκριμένη επιλογή βοηθά στον περιορισμό της λογοκλοπής διασφαλίζοντας έτσι τη συγγραφέα.

Ημερομηνία

14/3/2022

Η δηλούσα

Σβίγκου Ευτυχία

Αφιερώνεται.....

Σε όλους όσους η παράδοση και ο πολιτισμός του τόπου τους , μιλούν στις καρδιές τους...



Εικόνα 1 Η Σιάτιστα από ψηλά

ΠΟΛΙΤΙΣΜΟΣ ΚΑΙ ΨΗΦΙΑΚΑ ΜΕΣΑ , ΔΗΜΙΟΥΡΓΙΑ ΟΠΤΙΚΟΑΚΟΥΣΤΙΚΗΣ
ΠΑΡΑΓΩΓΗΣ ΓΙΑ ΤΗΝ ΑΝΑΔΕΙΞΗ ΤΟΥ ΠΟΛΙΤΙΣΜΟΥ ΚΑΙ ΤΗΣ ΙΣΤΟΡΙΑΣ
ΕΝΟΣ ΤΟΠΟΥ. ΤΑ ΑΡΧΟΝΤΙΚΑ ΤΗΣ ΣΙΑΤΙΣΤΑΣ.

Λέξεις κλειδιά : Προωθητικό βίντεο , Βίντεο Μάρκετινγκ , Σιάτιστα , Αρχοντικά Σιάτιστας,
Place Branding ,Αρχοντικό Πούλκως , Filmora .

Πίνακας περιεχομένων

ΕΥΧΑΡΙΣΤΙΕΣ.....	9
ΠΕΡΙΛΗΨΗ.....	10
ABSTRACT.....	10
ΕΙΣΑΓΩΓΗ.....	11
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1ο.....	13
1.1 ΚΙΝΗΤΡΟ ΓΙΑ ΤΗ ΔΙΕΞΑΓΩΓΗ ΤΗΣ ΕΡΓΑΣΙΑΣ.....	13
1.2 Η ΣΙΑΤΙΣΤΑ ΣΥΜΦΩΝΑ ΜΕ ΤΟ ΠΡΟΕΔΡΙΚΟ ΔΙΑΤΑΓΜΑ 78 (Π.Δ.19-10- 1978/ΦΕΚ 595 τεύχος Δ').....	13
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2Ο.....	14
2.1 Ο ΔΗΜΟΣ ΒΟΙΟΥ.....	14
2.2 Η ΣΙΑΤΙΣΤΑ.....	20
2.3 ΕΤΥΜΟΛΟΓΙΚΗ ΠΡΟΕΛΕΥΣΗ ΤΟΥ ΟΝΟΜΑΤΟΣ ΣΙΑΤΙΣΤΑ.....	22
2.4 ΙΣΤΟΡΙΚΗ ΑΝΑΔΡΟΜΗ ΠΡΩΤΟΥ ΟΙΚΙΣΜΟΥ.....	21
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3Ο.....	24
ΤΑ ΑΡΧΟΝΤΙΚΑ ΤΗΣ ΣΙΑΤΙΣΤΑΣ ΓΕΝΙΚΑ ΚΑΙ ΚΟΙΝΑ ΣΤΟΙΧΕΙΑ.....	26
3.1 ΟΙ ΧΑΡΑΚΤΗΡΙΣΤΙΚΕΣ ΤΟΙΧΟΓΡΑΦΙΕΣ ΤΩΝ ΑΡΧΟΝΤΙΚΩΝ ΚΑΤΟΙΚΙΩΝ ΤΗΣ ΣΙΑΤΙΣΤΑΣ.....	25
3.2 ΤΟΙΧΟΓΡΑΦΙΕΣ ΖΩΓΡΑΦΙΕΣ.....	27

3.3 ΜΕΣΑΝΤΡΕΣ-ΜΟΥΣΑΝΤΡΕΣ.....	28
3.4 ΟΙ ΦΕΓΓΙΤΕΣ ΤΩΝ ΑΡΧΟΝΤΙΚΩΝ ΩΣ ΜΟΝΑΔΙΚΗ ΦΩΤΙΣΤΙΚΗ ΠΗΓΗ ΤΟΥ ΣΠΙΤΙΟΥ.....	29
3.5 ΤΟ ΑΡΧΟΝΤΙΚΟ ΤΗΣ ΠΟΥΛΚΩΣ.....	31
3.6 ΙΔΙΟΚΤΗΤΗ ΠΑΡΑΔΟΣΙΑΚΗ ΚΑΤΟΙΚΙΑ ΤΑΤΙΑΝΑΣ ΤΖΩΝΟΥ ΧΡΗΣΤΟΥ ΤΣΙΟΤΣΙΟΥ.....	32
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4Ο	40
4.1 ΟΡΙΖΟΝΤΑΣ ΤΟΝ ΟΡΟ ‘‘ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΟ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ’’	40
4.2 Η ΕΠΙΡΡΟΗ ΤΩΝ ΟΠΤΙΚΟΑΚΟΥΣΤΙΚΩΝ ΜΕΣΩΝ ΣΤΟ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΟ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ.....	41
4.3 ΤΟ ΒΙΝΤΕΟ ΩΣ ΣΥΣΤΑΤΙΚΟ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ.....	40
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 5Ο	45
ΣΤΑΔΙΑ ΠΑΡΑΓΩΓΗΣ ΠΡΟΩΘΗΤΙΚΟΥ ΒΙΝΤΕΟ.....	45
5.1 Η ΠΡΟΠΑΡΑΓΩΓΗ (PRE PRODUCTION)	45
5.2 Η ΠΑΡΑΓΩΓΗ (PRODUCTION).....	46
5.3 Η ΜΕΤΑΠΑΡΑΓΩΓΗ.....	45
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 6 ^ο	48
.....	49
6.1 ΤΟ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ ΕΠΕΞΕΡΓΑΣΙΑΣ ΤΟΥ ΠΡΟΩΘΗΤΙΚΟΥ ΒΙΝΤΕΟ.....	49
6.2 ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝ ΠΕΡΙΗΓΗΣΗΣ ΤΟΥ FILMORA ΚΑΙ ΑΝΑΛΥΤΙΚΗ ΠΑΡΟΥΣΙΑΣΗ ΤΩΝ ΔΥΝΑΤΟΤΗΤΩΝ ΤΟΥ	51
6.3 ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ- ΠΡΟΒΛΗΜΑΤΑ- ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ	59
Βιβλιογραφία	60

ΠΙΝΑΚΑΣ ΕΙΚΟΝΩΝ

ΕΙΚΟΝΑ 1 Η ΣΙΑΤΙΣΤΑ ΑΠΟ ΨΗΛΑ 4
ΕΙΚΟΝΑ 2 ΤΣΟΤΥΛΙ 02-08-2020 15

ΕΙΚΟΝΑ 3 ΧΡΥΣΑΥΓΗ 03-05-2020	16
ΕΙΚΟΝΑ 4 ΡΟΔΟΧΩΡΙ 10-05-2020	17
ΕΙΚΟΝΑ 5 ΕΙΚΟΝΑ ΤΗΣ ΣΙΑΤΙΣΤΑΣ ΑΠΟ ΤΟ ΑΡΧΕΙΟ ΤΟΥ ΔΙΟΝΥΣΙΟΥ ΜΠΟΣΙΑΚΑ ΣΤΟ FACEBOOK	20
ΕΙΚΟΝΑ 6 ΕΙΚΟΝΑ ΣΤΗΝ ΕΙΣΟΔΟ ΤΟΥ ΑΡΧΟΝΤΙΚΟΥ ΤΗΣ ΠΟΥΛΚΩΣ ΑΠΟ ΠΡΟΣΩΠΙΚΟ ΑΡΧΕΙΟ	26
ΕΙΚΟΝΑ 7 ΑΡΧΟΝΤΙΚΟ ΠΟΥΛΚΩΣ ΣΙΑΤΙΣΤΑ ΑΠΟ ΠΡΟΣΩΠΙΚΟ ΑΡΧΕΙΟ	29
ΕΙΚΟΝΑ 8 ΑΡΧΟΝΤΙΚΟ ΜΑΝΟΥΣΗ ΣΙΑΤΙΣΤΑ ΑΠΟ ΠΡΟΣΩΠΙΚΟ ΑΡΧΕΙΟ	30
ΕΙΚΟΝΑ 9 ΤΟΙΧΟΓΡΑΦΙΑ ΣΤΟ ΑΡΧΟΝΤΙΚΟ ΠΟΥΛΚΩΣ ΑΝΩΙ ΑΠΟ ΠΡΟΣΩΠΙΚΟ ΑΡΧΕΙΟ	31
ΕΙΚΟΝΑ 10 ΟΙ ΜΟΥΣΑΝΤΡΕΣ ΚΑΙ Η ΤΟΙΧΟΓΡΑΦΙΑ ΜΕ ΤΟΝ ΠΟΤΑΜΟ ΜΑΙΝ ΣΤΗΝ ΦΡΑΓΚΦΟΥΡΤΗ ΣΤΟ ΑΡΧΟΝΤΙΚΟ ΑΡΓΥΡΙΑΔΗ- ΜΑΛΙΟΓΚΑ	33
ΕΙΚΟΝΑ 11 ΦΕΓΓΙΤΕΣ ΣΤΟ ΑΡΧΟΝΤΙΚΟ ΠΟΥΛΚΩΣ ΑΠΟ ΠΡΟΣΩΠΙΚΟ ΑΡΧΕΙΟ	33
ΕΙΚΟΝΑ 12 ΑΡΧΟΝΤΙΚΟ ΠΟΥΛΚΩΣ ΑΝΩΙ	34
ΕΙΚΟΝΑ 13 ΑΡΧΟΝΤΙΚΟ ΠΟΥΛΚΩΣ ΕΙΣΟΔΟΣ	35
ΕΙΚΟΝΑ 14 ΑΡΧΟΝΤΙΚΟ ΠΟΥΛΚΩΣ ΚΥΡΙΑ ΕΙΣΟΔΟΣ ΠΡΟΣΟΨΗ	35
ΕΙΚΟΝΑ 15 ΑΡΧΟΝΤΙΚΟ ΠΟΥΛΚΩΣ ΜΕΣΑΝΤΡΑ ΚΑΙ ΤΟΙΧΟΓΡΑΦΙΕΣ	36
ΕΙΚΟΝΑ 16 ΑΡΧΟΝΤΙΚΟ ΠΟΥΛΚΩΣ ΑΝΩΙ	36
ΕΙΚΟΝΑ 17 ΑΡΧΟΝΤΙΚΟ ΠΟΥΛΚΩΣ ΕΞΩΤΕΡΙΚΑ	37
ΕΙΚΟΝΑ 18 ΛΟΓΟΤΥΠΟ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΟΣ ΕΠΕΞΕΡΓΑΣΙΑΣ FILMORA	49
ΕΙΚΟΝΑ 19 ΒΗΜΑ 1Ο	51
ΕΙΚΟΝΑ 20 ΒΗΜΑ 2Ο	52
ΕΙΚΟΝΑ 21 ΒΗΜΑ 3Ο	52
ΕΙΚΟΝΑ 22 ΒΗΜΑ 4Ο	53
ΕΙΚΟΝΑ 23 ΒΗΜΑ 5Ο	53
ΕΙΚΟΝΑ 24 ΒΗΜΑ 6Ο	54
ΕΙΚΟΝΑ 25 ΒΗΜΑ 7Ο	55
ΕΙΚΟΝΑ 26 ΒΗΜΑ 8Ο	55
ΕΙΚΟΝΑ 27 ΓΡΑΜΜΗ ΕΡΓΑΛΕΙΩΝ	55
ΕΙΚΟΝΑ 28 TRANSITIONS	56
ΕΙΚΟΝΑ 29 ΠΕΡΑΙΤΕΡΩ ΔΥΝΑΤΟΤΗΤΕΣ	57
ΕΙΚΟΝΑ 30 ΡΥΘΜΙΣΕΙΣ ΗΧΟΥ ΚΑΙ ΜΟΥΣΙΚΗΣ	58

ΕΙΚΟΝΑ 31 ΕΞΑΓΩΓΗ ΒΙΝΤΕΟ 59

ΠΙΝΑΚΕΣ ΕΡΓΑΣΙΑΣ

ΠΙΝΑΚΑΣ 1 ΚΟΙΝΟΤΗΤΕΣ ΑΝΑ ΔΗΜΟΤΙΚΗ ΕΝΟΤΗΤΑ	19
ΠΙΝΑΚΑΣ 2 ΤΑ ΑΡΧΟΝΤΙΚΑ ΤΗΣ ΣΙΑΤΙΣΤΑΣ , ΣΥΝΟΙΚΙΑ ΣΤΗΝ ΟΠΟΙΑ ΒΡΙΣΚΟΝΤΑΙ ΚΑΙ ΕΤΟΣ ΑΝΕΓΕΡΣΗΣ	25

ΕΥΧΑΡΙΣΤΙΕΣ

Για την εκπόνηση της συγκεκριμένης εργασίας συνέβαλαν αρκετοί άνθρωποι τους οποίους οφείλω να ευχαριστήσω θερμά και μέσα από την καρδιά μου. Πρωτίστως, θα ήθελα να ευχαριστήσω τον καθηγητή μου κ. Κλεφτοδήμο για την συνεχή καθοδήγησή του αλλά και για τις χρήσιμες συμβουλές του στο δύσκολο αυτό δρόμο, ιδίως με τη νέα τάξη πραγμάτων που μας επιβάλλει συνεχώς η πανδημία του covid-19 . Θα ήθελα επίσης, να ευχαριστήσω τους συμμετέχοντες στο βίντεο , για τον χρόνο που αφιέρωσαν κατά την διάρκεια των γυρισμάτων (χωρίς την παρουσία τους το βίντεο δεν θα ήταν το ίδιο). Τέλος, θα ήθελα να ευχαριστήσω την οικογένειά μου και τον σύντροφό μου για την υποστήριξη που μου παρείχαν καθ' όλη τη διάρκεια των συγκεκριμένων σπουδών.

ΠΕΡΙΛΗΨΗ

Σκοπός της παρούσας Διπλωματικής Εργασίας, είναι η ανάδειξη του τρόπου ή καλύτερα των τρόπων , μέσω των οποίων τα σύγχρονα ψηφιακά πολυμέσα λειτουργούν ως εργαλεία για την προβολή, γνωριμία και προώθηση ενός τουριστικού προορισμού, (πιο συγκεκριμένα της Σιάτιστας, Κωμόπολης του Δήμου Βοΐου στη Δυτική Μακεδονία) και με ποιους τρόπους αυτά καθιστούν έναν τόπο ως το επίκεντρο του τουριστικού ενδιαφέροντος. Στην παρούσα εργασία δηλαδή, επιχειρείται η επικέντρωση του πομπού στην αρχιτεκτονική σοφία των παραδοσιακών αρχοντικών κατοικιών της Σιάτιστας , μέσω της παρεχόμενης οπτικοακουστικής παραγωγής , η οποία αποτελεί και το ζητούμενό μας. Παρέχεται λοιπόν, μια αυτοτελή οπτικοακουστική παραγωγή η οποία περιέχει βίντεο, εικόνες, συνεντεύξεις και κείμενα με σκοπό την ευαισθητοποίηση των θεατών ως προς τον μαγικό αυτό προορισμό και τη γνωριμία του προορισμού αυτού από τους θεατές. Ως επί το πλείστον, τους βοηθά αφενός να πληροφορηθούν γι' αυτόν τον προορισμό και αφετέρου τους προτρέπει να τον επισκεφτούν.

ABSTRACT

The purpose of this study was to highlight the way or better the ways which modern digital multimedia and technology operate as a tool for the promotion and acquaintance of a tourist destination, (more specifically of Siatista, in Western Macedonia) and in what ways they make a place as the center of tourist interest. This work, focused on the architectural wisdom of the traditional mansions in Siatista, An independent audiovisual production is provided which contains videos, images, interviews and texts in order to raise the awareness of the viewers regarding this magical destination. This video help them on the one hand to be informed about this destination and on the other exhort them to visit it .

ΕΙΣΑΓΩΓΗ

Στην παρούσα εργασία επιδιώχθηκε αφενός η θεωρητική και βιβλιογραφική προσέγγιση της περιοχής της Σιάτιστας και αφετέρου η ματιά των αρχοντικών κατοικιών της ως προς την αρχιτεκτονική τους δομή. Επιχειρήθηκε δηλαδή να μελετηθούν τα παραπάνω , υπό το πρίσμα των παρεχόμενων βιβλιογραφικών πηγών ώστε το υλικό αυτό να βοηθήσει και έπειτα να χρησιμοποιηθεί στην δημιουργία μιας οπτικοακουστικής παραγωγής . Η οπτικοακουστική παραγωγή θα είναι αμιγώς προωθητική με πρωταρχικό στόχο της , την προσέλκυση τουριστικής ροής στη Σιάτιστα και στη συνέχεια λαμβάνει τη μορφή ενός τουριστικού οδηγού για οποιονδήποτε επιθυμεί να επισκεφτεί τα αρχοντικά της Σιάτιστας. Στο βίντεο που εν τέλει διαμορφώθηκε μέσω μοντάζ σε διαδικτυακή δωρεάν πλατφόρμα , περιέχονται εσωτερικά πλάνα κυρίως από το Αρχοντικό της Πούλκως (ελάχιστα από το αρχοντικό Δόλγκηρα) αλλά και από το παράσπιτο αυτού , την ιδιόκτητη παραδοσιακή κατοικία του ζεύγους Τατιάνα Ντέρου και Χρήστου Τσιότσιου. Δυστυχώς είναι από τα ελάχιστα επισκέψιμα αρχοντικά που μπορεί να επισκεφτεί κανείς καθημερινά και να εισβάλει στο εσωτερικό τους, έχοντας ξεναγό. Επιπρόσθετα , το βίντεο διαθέτει εξωτερική περιήγηση από το αρχοντικό Μανούση και από το αρχοντικό Δόλγκηρα. Τα παραπάνω ωστόσο , είναι από τα αντικατοπτριστικότερα παραδείγματα λαϊκής και παραδοσιακής τέχνης τα οποία διασώθηκαν, συντηρήθηκαν, αναστηλώθηκαν και προστατεύτηκαν από τη φθορά του χρόνου στην οποία επέρχονται τα υπόλοιπα κτίσματα. Όλη η παραγωγή εν ολίγοις εντάσσεται στην οικονομική ακμή της πόλης στα μέσα του 17^{ου} αιώνα που διήρκησε μέχρι και τον 19^ο αιώνα. Η ακμή αυτή στηρίχτηκε κατά κύριο λόγο στο εμπόριο που διεξήγαγαν οι Σιατιστινοί έμποροι-πραματευτάδες με τη Βενετία , τις χώρες της Βαλκανικής και της Κεντρικής Ευρώπης , τη Βενετία , την Τεργέστη, το Βουκουρέστι , το Βελιγράδι και τη Βιέννη. Οι Σιατιστινοί μετέφεραν δέρματα , γουναρικά , κρόκο , βαμβάκι και εισήγαγαν κρύσταλλα , μεταξωτά υφάσματα , κοσμήματα και πολύτιμους λίθους μερικά από τα οποία διασώζονται μέχρι και σήμερα. Οι συνθήκες αυτές ευημερίας , οδήγησαν ή καλύτερα συντέλεσαν στην δημιουργία

ενός μικρού αλλά σπουδαίου τόπου , ο οποίος καταφέρνει να κερδίσει το θαυμασμό και την προσοχή ακόμα και του πιο απαιτητικού επισκέπτη. Η τελική μορφή της παραγωγής είναι προϊόν γυρισμάτων ενός χρόνου στην πόλη της Σιάτιστας εκ των οποίων επιλέχθηκαν αυτά τα οποία θα μας βοηθούσαν περισσότερο στην δημιουργία ενός αισθητικά καλού αποτελέσματος . Συμπερασματικά θα λέγαμε ότι η συγκεκριμένη εργασία , αποτελείται από μια θεωρητική πλαισίωση και από την παραγωγή ενός βίντεο διάρκειας περίπου 20 λεπτών τα οποία αλληλοσυμπληρώνονται μεταξύ τους. Όσον αφορά το θεωρητικό κομμάτι η διάρθρωση της εργασίας πραγματοποιείται ως εξής : το πρώτο κεφάλαιο απαρτίζεται από το κίνητρο για τη διεξαγωγή της εργασίας και από το προεδρικό διάταγμα που χαρακτηρίζει τη Σιάτιστα ως παραδοσιακό οικισμό κάτι που συνεπάγεται τη συντήρηση, προστασία και αποκατάστασή της. Στο δεύτερο κεφάλαιο παρέχονται βασικά στοιχεία για τον Δήμο Βοΐου , πίνακας με τις δημοτικές και τοπικές κοινότητες αυτού, βασικές πληροφορίες για την Σιάτιστα , την ετυμολογική προέλευση του ονόματός της καθώς και την ιστορική αναδρομή του πρώτου οικισμού της. Στο τρίτο κεφάλαιο δίνονται τα βασικά και κοινά χαρακτηριστικά της αρχιτεκτονικής των υπό εξέταση αρχοντικών κατοικιών της Σιάτιστας , παρέχεται επίσης πίνακας με όλα τα αρχοντικά της Σιάτιστας , την συνοικία στην οποία βρίσκονται αλλά και το έτος ανέγερσής τους . Γίνεται λόγος επίσης για τις τοιχογραφίες αυτών , για τον ζωγραφικό διάκοσμό τους , για τις μεσάντρες και για τους περίτεχνους φεγγίτες τους. Στο τέταρτο κεφάλαιο ορίζεται ο όρος του Τουριστικού Μάρκετινγκ , γίνεται σαφής η επιρροή των οπτικοακουστικών μέσων σε αυτό , αναφέρεται ο όρος του place branding και ονομάζεται το βίντεο ως συστατικό επικοινωνίας . Στο πέμπτο κεφάλαιο αναφέρονται τα στάδια δημιουργίας ενός βίντεο και τα στάδια από τα οποία πέρασε το προωθητικό βίντεο της συγκεκριμένης εργασίας για τις αρχοντικές κατοικίες των Σιατιστινών από την αρχή μέχρι και την ολοκλήρωσή του . Στο έκτο κεφάλαιο παρουσιάζεται το πρόγραμμα που χρησιμοποιήθηκε για την εκπόνηση του βίντεο καθώς και οι βασικές του λειτουργίες . Τέλος , αναφέρονται τα συμπεράσματα , τα προβλήματα και οι δυσκολίες εκπόνησης της συγκεκριμένης εργασίας.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1ο

1.1 Κίνητρο για τη διεξαγωγή της εργασίας

Πριν από λίγα χρόνια η γράφουσα είχε την τιμή και χαρά να εργαστεί για τον τόπο της στο Δημαρχείο της πόλης της, με βασική της αρμοδιότητα τη διαχείριση των social media για την τουριστική ανάδειξη της Σιάτιστας. Σε ηλικία 21 ετών διαπίστωσε ότι ποτέ της δεν είχε αφιερώσει χρόνο, ώστε να επισκεφτεί τα αρχοντικά της πόλης της. Η δουλειά της λοιπόν, ήταν η αφορμή για να γνωρίσει και συνάμα να μαγευτεί από την αρχιτεκτονική σοφία των περασμένων χρόνων. Άκουσε εξέχουσες προσωπικότητες να κάνουν ξεναγήσεις, μίλησε με αρχιτέκτονες που δούλεψαν για τη συντήρηση και αναστήλωση ορισμένων αρχοντικών, έψαξε, εξερεύνησε, διάβασε και ξεκίνησε να κάνει ξεναγήσεις σε σχολεία και τουριστικά γκρουπ. Όσο ασχολούνταν και γνώριζε πράγματα, άλλο τόσο αγαπούσε και συνάμα μαγευόταν από τον τόπο της. Έπειτα αποφάσισε να ξεκινήσει τις παραπάνω μεταπτυχιακές σπουδές οι οποίες της χάρισαν γνώσεις, μεταξύ άλλων, και την παραγωγή οπτικοακουστικών μέσων, την επεξεργασία βίντεο και εικόνων, την χρήση προγραμμάτων επεξεργασίας, την διαχείριση της δημόσιας εικόνας ενός ανθρώπου, μιας επιχείρησης ή ενός τόπου, τη διαμόρφωση brand name αυτών και τρόπους ανάδειξης τουριστικών περιοχών. Γνώσεις τις οποίες αποφάσισε εν τέλη να αξιοποιήσει στη συγκεκριμένη εργασία.

1.2 Η Σιάτιστα σύμφωνα με το Προεδρικό Διάταγμα 78 (Π.Δ.19-10-1978/ΦΕΚ 595 τεύχος Δ')

Η πόλη της Σιάτιστας σύμφωνα με το Προεδρικό Διάταγμα 78 (Π.Δ.19-10-1978/ΦΕΚ 594 τεύχος Δ') έχει χαρακτηριστεί ως παραδοσιακός οικισμός κάτι που συνεπάγεται τη συντήρηση, προστασία και αποκατάστασή της. Μολονότι ισχύει το παραπάνω διάταγμα, ένα σεβαστό ποσοστό των διατηρητέων κτιρίων της Σιάτιστας, είναι εγκαταλελειμμένα και εκτεθειμένα στις επιπτώσεις του χρόνου και των δυσμενών περιβαλλοντικών συνθηκών, με άμεση συνέπεια την αέναη καταστροφή και αποδόμησή τους. Μνημεία ανυπολόγιστης αξίας και ανεκτίμητοι πολιτισμικοί θησαυροί που θα μπορούσαν να συνεισφέρουν στη δημιουργία ενός οργανωμένου και

συντηρημένου ιστορικού συνόλου με στόχο την τουριστική και οικονομική ανάπτυξη , μένουν ανεκμετάλλευτα και άγνωστα στο ευρύ κοινό. Η εργασία αυτή λοιπόν, στοχεύει στη δημιουργία υλικού, ικανού να γνωστοποιήσει με τρόπο απλό και κατανοητό , την αρχιτεκτονική σοφία των συγκεκριμένων παραδοσιακών κατοικιών καθώς και την ομορφιά τους. Το target group της είναι, οι απλοί καθημερινοί επισκέπτες διαφόρων ηλικιών στους οποίους δίνεται με σύντομο τρόπο η ευκαιρία να γνωρίσουν τους θησαυρούς της Σιάτιστας και έπειτα να θελήσουν να την επισκεφτούν.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 20

2.1 Ο Δήμος Βοΐου

Στο δυτικό τμήμα του νομού Κοζάνης συναντάμε τον Δήμο Βοΐου. Ο συγκεκριμένος δήμος συνορεύει βορειοανατολικά με το δήμο Πτολεμαΐδας , ανατολικά με το Δήμο Κοζάνης, νότια με το Δήμο Γρεβενών και βορειοδυτικά με το Δήμο Νεστορίου. Αποτελεί έναν εκ των τεσσάρων δήμων οι οποίοι δημιουργούν το νομό Κοζάνης , ο οποίος μαζί με τους νομούς Καστοριάς Φλώρινας και Γρεβενών συναποτελεί την Περιφέρεια Δυτικής Μακεδονίας. Ο Δήμος Βοΐου, έπειτα από τον Ν.3852/2010 (ΦΕΚ 87 Τεύχος Α' 07-06-2010) «Νέα Αρχιτεκτονική της Αυτοδιοίκησης και της Αποκεντρωμένης Διοίκησης – Πρόγραμμα Καλλικράτης», περιλαμβάνει πέντε Δημοτικές Ενότητες, οι οποίες είναι: Η Δ.Ε. Σιάτιστας – Ασκίου – Νεάπολης-Τσοτυλίου και Πενταλόφου. Έδρα του Δήμου είναι η πόλη της Σιάτιστας, ενώ τη θέση της ιστορικής έδρας του δήμου κατέχει η Νεάπολη. Τα παραπάνω μέρη ορίζουν έναν κομβικό Δήμο στην ευρύτερη περιοχή της Δυτικής Μακεδονίας με σημαντική παράδοση και ιδιαίτερη φυσιογνωμία. Η φυσιογνωμία αυτή μάλιστα , εξετάζεται και στη συγκεκριμένη εργασία. Η θέση του στον χάρτη τον καθιστά σταδιακά κόμβο μεγάλων οδικών αξόνων καθώς βρίσκεται κοντά σε γνωστούς τουριστικούς προορισμούς. Και έτσι καθίσταται ως ένας από τους πιο εύκολα προσβάσιμους Δήμους. Επιπρόσθετα, ο δήμος απέχει 28χλμ από την Κοζάνη , 50 χιλιόμετρα από την Καστοριά ενώ τα Γρεβενά είναι 30 χιλιόμετρα (20 λεπτά) μέσω της Εγνατίας οδού και των κάθετων αξόνων της. Ο Δήμος έχει έκταση 1.002 Km² και καταλαμβάνει το 10,7 % της συνολικής έκτασης της Π.Ε. Κοζάνης και το 2,6% της συνολικής έκτασης της

Περιφέρειας Δυτικής Μακεδονίας. Είναι περιοχή κατ' εξοχήν ορεινή, με το 75% του εδάφους του να καλύπτεται από ορεινές και ημιορεινές εκτάσεις. (Επιχειρησιακό Πρόγραμμα Δήμου Βοΐου, 2014-2019). Η περιοχή χαρακτηρίζεται από πολλούς μικρούς και εντυπωσιακούς οικισμούς, ιδίως στις Δημοτικές Ενότητες Νεάπολης και Τσοτύλιου. Δύο οικισμοί έχουν επίσημα χαρακτηριστεί διατηρητέοι (η Σιάτιστα και ο Πεντάλοφος) ενώ τουριστικό ενδιαφέρον και υψηλό ποσοστό επισκεψιμότητας παρουσιάζουν αρκετοί όπως η Εράτυρα, η Χρυσαιγή, ο Αυγερινός, ο Βυθός, και το Ροδοχώρι. Παρακάτω υπάρχει πίνακας στον οποίο εμφανίζονται οι Δημοτικές και Τοπικές Κοινότητες ανά Ενότητα του δήμου καθώς και μερικές φωτογραφίες ορισμένων περιοχών του δήμου , από το φωτογραφικό αρχείο που συλλέχθηκε κατά την εκπόνηση αυτής της εργασίας .



Εικόνα 2 Τσοτύλι 02-08-2020



Εικόνα 3 Χρυσαιγή 03-05-2020



Εικόνα 4 Ροδοχώρι 10-05-2020

Δημοτική Ενότητα Σιατίστης	Δημοτική Ενότητα Ασκίου	Δημοτική Ενότητα Νεάπολης	Δημοτική Ενότητα Τσοτυλίου	Δημοτική ενότητα Πενταλόφου
Σιάτιστα, Μικρόκαστρο, Μονή Κοιμήσεως Θεοτόκου Μικρόκαστρο, Δαφνερό, Πλαιόκαστρο	Γαλατινή, Εράτυρα, Καλονέρι, Νάματα, Πελεκάνος, Σισάνι	Μελιδόνι, Νεάπολη, Αηδονοχώρι, Καλλιστράτι, Αλιάκμων, Αξιόκαστρο, Κλήμα, Ασπρούλα, Κρυονέρι, Βελανιδιά, Στέρνα, Δρυόβουνο, Λευκοθέα, Μεσόλογγος, Μολόχα, Πεπονιά, Περιστέρα, Πλατανιά, Πολύλακκο, Πυλώρι, Σήμαντρο, Σκαλοχώρι, Παναρέτη, Τραπεζίτσα, Χειμερινό, Παναγία, Χορηγός	Αγίασμα, Άγιος Θεόδωρος, Αχλαδιά, Κοιλιάδι, Άγιοι Ανάργυροι, Ανθούσα, Τριάδα, Ανθοχώρι, Παρόχθιο, Φυτώκιο, Αυγερινός, Βουχωρίνα, Απιδέα, Βροντή, Λευκάδι, Δαμασκηνιά, Δάφνη, Διχείμαρρο, Δραγασιά, Ζώνη, Κλεισώρεια, Κορυφή, Κριμήνι, Λευκή, Λικνάδες, Λούβρη, Λουκόμι, Μόρφη,	Αγία Σωτηρία, Βυθός, Δίλοφο, Πεντάλοφος

			Γλυκοκερασιά, Ομαλή, Πλακίδα, Πολυκάστανο, Ροδοχώρι, Σταυροδρόμι, Ρόκαστρο, Τσοτύλι, Χρυσαιγή	

Πίνακας 1 Κοινότητες ανά δημοτική ενότητα

2.2 Η ΣΙΑΤΙΣΤΑ



Εικόνα 5 Εικόνα της Σιάτιστας από το αρχείο του Διονύσιου Μπόσιακα στο Facebook

Πρόκειται για μία από τις σημαντικότερες πόλεις της Δυτικής Μακεδονίας στα νεότερα χρόνια του Ελληνικού Έθνους. Στο χάρτη η θέση της εντοπίζεται στις νότιες πλαγιές του Άσκιου (Σινιάτσικου) νοτιοδυτικά της Κοζάνης και σε υψόμετρο περίπου 930 μέτρων. Η θέση της εκ φύσεως είναι οχηρή και δυσπρόσιτη, λόγω των δύο βαθιών χαραδρών που την περικλείουν. Το οικονομικό, πολιτιστικό , και ιστορικό πλαίσιο της Σιάτιστας ανάγεται στην περίοδο της ακμής της πόλης , η οποία έχει ως χρονολογικά της όρια , τα μέσα του 17^{ου} και τις αρχές του 19^{ου} αιώνα με απόγειο αυτής , την άνθηση του 18^{ου} αιώνα που ονομάζεται και ‘‘ο χρυσός αιώνας ‘‘ της Σιάτιστας . Όλα σχεδόν τα λαμπρά αρχοντικά της πόλης που θα προβληθούν στην παρούσα εργασία , ανήκουν στην συγκεκριμένη εποχή. Είναι η εποχή της ανάπτυξης του διαμετακομιστικού εμπορίου των Σιατιστινών με πόλεις της Βαλκανικής (Δυρράχιο, Βελιγράδι ,Σεμλίνο), της Ιταλίας (Βενετία) και της Κεντρικής Ευρώπης (Βιέννη, Βουδαπέστη, Βουκουρέστι).Οι περίφημοι αγωγιάτες , μικροέμποροι και πραγματευτάδες μετέφεραν μαλλί, βαμβάκι ,κερί ,κρόκο ,κρασί ,γουναρικά ,κατεργασμένα αιγοδέρματα , μάλλινα

είδη , μεταξύ και άλλα προϊόντα της Μακεδονίας και της Θεσσαλίας στις αγορές της Ευρώπης. Ως εκ τούτου, πλούτη , πολιτισμικές εμπειρίες και ιδέες της ελεύθερης Ευρώπης εισήλθαν στον τόπο της Σιάτιστας. Επιπρόσθετα και παράλληλα με την οικονομική και αρχιτεκτονική ανάπτυξη αυτής της περιόδου αξίζει να σημειωθεί και η πρωτοφανής πνευματική εξύψωση της πόλης. Από τα μέσα του 17^{ου} αιώνα παρατηρείται στην πόλη αξιόλογη πνευματική και εκπαιδευτική κίνηση. Επί αρχιερατείας και εποπτείας Ζωσιμά ιδρύθηκε η ανώτερη σχολή πριν από το 1700 στη Σιάτιστα, στην οποία φοίτησαν νέοι από την Καστοριά και τη Θεσσαλονίκη. Το 1718 δημιουργήθηκε ανώτερο σχολικό ίδρυμα που χρηματοδότησαν τοπικοί δωρητές. Το σχολείο ονομάστηκε “Φροντιστήριον Ελληνικών Μαθημάτων”, γεγονός που αποδεικνύει την εξέχουσα εκπαιδευτική θέση της Σιάτιστας. Στα επόμενα χρόνια δίδαξαν στη σχολή σπουδαίοι δάσκαλοι. Από τη Σιάτιστα ήταν, επίσης, ο λόγιος δάσκαλος και συγγραφέας Μιχαήλ Παπαγεωργίου (1727 - 1796) ο οποίος εξέδωσε στη Βιέννη το πρώτο ελληνικό αλφαβητάριο το 1771 με τίτλο Μέγα Αλφαβητάριον. Το 1816 με δωρεά της Σιατιστινής Βασιλικής Νικολάου ιδρύθηκε σχολή, που ονομάστηκε “Ελληνική Σχολή”, στην οποία ο Σιατιστινός καθηγητής του Πανεπιστημίου Αθηνών Θεόδωρος Μανούσης (1793-1858) πρόσφερε 5.000 τόμους βιβλίων, δημιουργώντας έτσι την περίφημη “Μανούσεια Βιβλιοθήκη”, η οποία συντέλεσε στην πρόοδο του τόπου (Εξ αυτόν και το αρχοντικό Μανούση). Η βιβλιοθήκη, περιλαμβάνει σπάνιες εκδόσεις του 16ου, 17ου, 18ου και 19ου αιώνα και κάποια χειρόγραφα .Σήμερα αριθμεί περί τους 32.000 τόμους βιβλίων. Μετά τα μέσα του 19ου αιώνα στη Σιάτιστα λειτουργούν δύο αλληλοδιδασκτικά, ένα ελληνικό σχολείο και ένα παρθεναγωγείο με αξιόλογους δασκάλους. Σημαντικό σταθμό για στην εκπαιδευτική ιστορία της Σιάτιστας αποτελεί επίσης η ίδρυση του Τραμπαντζείου Γυμνασίου (δωρεά του ομογενούς Ιωάννη Τραπαντζή) το 1888. Η λειτουργία πλήρους Γυμνασίου στη Σιάτιστα το 1889, όταν στη Μακεδονία ολόκληρη λειτουργούσαν μόνο τρία, φανερώνει την εξέχουσα θέση της πόλης στα τέλη του 19ου αιώνα (Μπόντας,2005) . Όλα τα παραπάνω δεν είναι καθόλου ασύνδετα μεταξύ τους καθώς όλα συνηγορούν στην δημιουργία ενός πολιτισμού με στιβαρά πολιτισμικά, πολιτιστικά, κοινωνικά, οικονομικά και πνευματικά θεμέλια. Τέλος , θα ήταν σκόπιμο να επισημανθεί ότι ενώ η Ελλάδα ζούσε στον σκοταδισμό της Τουρκοκρατίας η Σιάτιστα αναπτυσσόταν σύμφωνα με τα πολιτισμικά και καλλιτεχνικά ρεύματα της δύσης αφού λόγω της οχληρής της θέσης έμεινε αδούλωτη (ANKO,2008).

2.3 ΕΤΥΜΟΛΟΓΙΚΗ ΠΡΟΕΛΕΥΣΗ ΤΟΥ ΟΝΟΜΑΤΟΣ ΣΙΑΤΙΣΤΑ

Δυστυχώς δεν υπάρχουν γραπτές πηγές ή μαρτυρίες που να επιβεβαιώνουν την προέλευση του ονόματος της Σιάτιστας . Οι μέχρι τώρα πληροφορίες είναι ανακριβείς και εντάσσονται στα πλαίσια των εικασιών. Η πρώτη και επικρατέστερη άποψη υποστηρίζει ότι η ονομασία της Σιάτιστας προέρχεται από το θέμα *setsi* του σλαβικού ρήματος *setsiam* (σέτσιαμ) που σημαίνει χωρίζω , διαιρώ , κόβω και την τοπική κατάληξη *-ίστα* ή *-στα* , δηλαδή *setsista* (Σέτσιστα) που με τα χρόνια εκφυλίζεται σε Σιάτιστα και που σημαίνει πόλη χωρισμένη στα δυο (Και αυτό γιατί πράγματι η Σιάτιστα χωρίζεται – διαιρείται σε δυο συνοικίες σε αυτή της Χώρας και της Γεράνειας). Η δεύτερη άποψη αφορά την βλάχικη λέξη *siat* , *siati* ή *siate* που προέρχεται από το λατινικό ουσιαστικό *sitis* (δίψα) και την τοπική κατάληξη *-ίστα* και συνδέεται με την έλλειψη νερού της περιοχής λόγω της ορεινής της θέσης. Η Τρίτη, μας παραπέμπει στο τουρκικό (σεθ) που σημαίνει παγίδα και μας φανερώνει την οχυρότητα της τοποθεσίας αυτής. Άλλη μια εκδοχή του Γάλλου περιηγητή *François Rouqueville* για το όνομα της , αποτελεί η συγχώνευση της τουρκικής λέξης *Chatir* και της ελληνοβλαχικής λέξης *Tiritza* , που σημαίνουν αντίστοιχα *σιατήρ*, *σκηνή* , *τσαντήρι* και *τυρίτσα* από το ελληνικό <<τυρός>>. Έτσι προκύπτει *Chatir-Tiritza-Chatirtiritza* (Σιατήτυρίτσα), το οποίο απλοποιείται σε *Chatiritza* (Σιατυρίτσα) και καταλήγει στο όνομα Σιάτιστα. Όσον αφορά την λαϊκή παράδοση , το ερμηνεύει μέσω της λέξεως *σάστισα* , έμεινα ενεδός ή άφωνος με την ομορφιά και τον πλούτο που χαρακτηρίζουν τον τόπο της Σιάτιστας. Συνεχίζουμε με τη γερμανική λέξη *Schatzstadt* η οποία σημαίνει *θησαυρούπολη* και μας παραπέμπει στον πλούτο των πραγματευτάδων και εμπόρων της Σιάτιστας που ταξίδευαν στην Γερμανία και Αυστρία. Επιπρόσθετα, ίσως η ονομασία να προέρχεται και από την λέξη *στάση* (Σιατιστινός δικηγόρος *Ιωάννης Νάτσινας*) δηλαδή *Στάτιστα* που με την πάροδο των χρόνων εξελίσσεται σε *Σιάτιστα* και δηλώνει τόπο στάσης , ξεκούρασης και ανάπαυλας λόγω του ότι ήταν *διαμετακομιστικό κέντρο* και *σταθμός* κατά την εποχή εκείνη(*Βέικου ,Νομικού ,Ρίζου,1989*). Τέλος αξίζει να επισημάνουμε τον χαρακτηρισμό και ονομασία της Σιάτιστας ως *φλουροχώρι* , δηλαδή *χωριό με πολλά φλουριά* που αν και δεν αποτέλεσε ποτέ επίσημη ονομασία είναι χαρακτηριστικό πως υποδηλώνει τον πραγματικό χαρακτήρα της πόλης κατά τους χρόνους της μέγιστης ευημερίας του (*Τσανασίδης,2017*). Συμπεραίνουμε από όλα τα παραπάνω ότι το όνομα της Σιάτιστας

μπορεί να συγγέεται και ταυτόχρονα ταυτίζεται με πολλά από τα χαρακτηριστικά της , ωστόσο για κανέναν ισχυρισμό δεν μπορούμε να είμαστε βέβαιοι.

2.4 ΙΣΤΟΡΙΚΗ ΑΝΑΔΡΟΜΗ ΠΡΩΤΟΥ ΟΙΚΙΣΜΟΥ

Καθοριστικό γεγονός για τη δημιουργία της πόλης της Σιάτιστας , αποτελεί η κατάληψη της Μακεδονίας από τους Τούρκους το 1935 (Λιαμάδης,Μακρής,Μπέλλος,Παπαϊωάννου,Σιαμπανόπουλος,1970). Ωστόσο θεωρούμε ότι πολύ πριν τον 14^ο αιώνα , υπήρχε στην περιοχή κάποιος Σλάβικος οικισμός ποιμένων που αργότερα λόγω του έντονου ελληνικού στοιχείου εξελληνίστηκε και αφομοιώθηκε. Αυτό γίνεται εμφανές από την ύπαρξη πολλών τοπωνυμίων σλαβικής καταγωγής , στις περιοχές γύρω από την Σιάτιστα (Μουτσόπουλος,1964). Παράλληλα με τους Σλάβους , συνυπάρχουν και οικισμοί βλάχων ποιμένων ή ντόπιων περιόικων οι οποίοι εγκαταστάθηκαν σε καλύβες στην περιοχή λόγω του δάσους και των βοσκοτόπων (Αποστόλου, Ιστορία της Σιάτιστας). Πιο συγκεκριμένα η κατάκτηση της Μακεδονίας και αργότερα της Θεσσαλίας από το Σουλτάνο Μουράτ Α' στα τέλη του 14^{ου} αιώνα και έπειτα η μάχη του Κοσσυφοπεδίου οδήγησαν στην εγκατάσταση Κονιάρων Οθωμανών οι οποίοι εποικίζουν την εύφορη περιοχή των Καραγιαννίων , κοντά στη Σιάτιστα η οποία με τη σειρά της περνάει από το καθεστώς της φεουδαρχικής γαιοκτησίας των Βυζαντινών οικογενειών στο νέο τιμαριωτικό Οθωμανικό σύστημα(Κονταλέκα,Μούρτος,2005). Ως εκ τούτοι οι χριστιανοί , προκειμένου να διαφυλάξουν την εθνική τους ταυτότητα , την ελευθερία τους και την πίστη τους αναρριχώνται στα δυσπρόσιτα και ορεινά υψώματα της Σιάτιστας. Για τους Τούρκους άλλωστε ένα τόσο δύσβατο και απομονωμένο μέρος δεν είχε καμία απολύτως σημασία (Κονταλέκα,Μούρτος,2005). Συμπερασματικά θα λέγαμε , ότι οι προσπάθειες εξισλαμισμού των Τούρκων και οι επερχόμενες λεηλασίες των Αλβανών δημιούργησαν μεγάλα κύματα μεταναστευτικού πληθυσμού στα κρησφύγετα της Σιάτιστας. Τα νέα αυτά οικιστικά φύλλα ασχολούνταν με την κτηνοτροφία και τις χειρωνακτικές εργασίες κάτι που είναι εύλογο εφόσον η γεωργία στη βραχώδη και άγονη αυτή περιοχή δεν ήταν εφικτή. Αργότερα άλλωστε πολλοί θα είναι αυτοί που θα πάρουν τον δρόμο της προσφυγιάς για την μεγαλουπόλεις της Ευρώπης και θα προκόψουν στο εμπόριο , στα γράμματα και τις τέχνες.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 30

Στο κεφάλαιο αυτό δίνονται τα βασικά και κοινά χαρακτηριστικά της αρχιτεκτονικής των υπό εξέταση αρχοντικών με απλό και κατανοητό τρόπο για τους μελλοντικούς επισκέπτες του τόπου. Πιο συγκεκριμένα, στον παρακάτω πίνακα έχουν καταγραφεί διεξοδικά και συγκεντρωμένες όλες οι παραδοσιακές αρχοντικές κατοικίες των Σιατιστινών κατοίκων, οι ονομασίες τους, οι χρονολογίες ανέγερσής τους και τέλος η συνοικία στην οποία ανήκουν (Χώρα ή Γεράνεια).

<i>ΣΥΝΟΙΚΙΑ</i>	<i>ΧΡΟΝΟΛΟΓΙΑ ΑΝΕΓΕΡΣΗΣ</i>	<i>ΟΝΟΜΑΣΙΑ</i>
<i>ΧΩΡΑ</i>	1669	ΑΡΧΟΝΤΙΚΟ ΠΡΟΚ. ΒΟΪΔΟΜΑΤΗ
<i>ΓΕΡΑΝΕΙΑ</i>	1710	ΝΑΟΥΜ ΝΕΡΑΝΤΖΗ Ή ΜΟΥΣΤΑΦΑ
<i>ΧΩΡΑ</i>	1725-1728	ΔΗΜΗΤΡΙΟΥ ΤΖΟΥΡΑ
<i>ΧΩΡΑ</i>	1730	ΟΙΚΙΑ Ν.ΛΑΔΑ
<i>ΧΩΡΑ</i>	1730	ΓΕΩΡΓΙΟΥ ΝΕΡΑΤΖΗ
<i>ΧΩΡΑ</i>	1742	ΣΑΝΟΥΚΩΣ
<i>ΧΩΡΑ</i>	1746-1757	ΧΑΤΖΗΜΙΧΑΗΛ ΚΑΝΑΤΣΟΥΛΗ
<i>ΧΩΡΑ</i>	1746-1762!	ΘΕΟΔΩΡΟΥ ΜΑΝΟΥΣΗ
<i>ΧΩΡΑ</i>	1750	ΟΙΚΙΑ Ν. ΤΡΑΧΟΥ
<i>ΓΕΡΑΝΕΙΑ</i>	1752-1759	ΠΟΥΛΚΩΣ
<i>ΧΩΡΑ</i>	1754-1755	ΝΕΡΑΝΤΖΟΠΟΥΛΟΥ

<i>ΧΩΡΑ</i>	1754	ΟΙΚΙΑ ΔΗΜΗΤΡΙΟΥ ΠΑΠΑΝΙΚΟΛΑΟΥ
<i>ΧΩΡΑ</i>	1755-1757	ΟΙΚΙΑ ΔΗΜΗΤΡΙΟΥ ΓΚΕΡΕΧΤΕ
<i>ΓΕΡΑΝΕΙΑ</i>	1756	ΠΑΝΤΕΛΗ ΤΖΩΝΟΥ
<i>ΓΕΡΑΝΕΙΑ</i>	1756!	ΟΙΚΙΑ ΔΗΜ. ΠΑΪΚΟΥ
<i>ΓΕΡΑΝΕΙΑ</i>	1757	ΑΔΕΛΦ.ΤΖΩΝΟΥ
<i>ΧΩΡΑ</i>	1758	ΣΤΑΘΗ ΑΡΓΥΡΗ
<i>ΧΩΡΑ</i>	1759	ΜΑΛΙΟΓΚΑ
<i>ΓΕΡΑΝΕΙΑ</i>	1759,1886!	ΚΩΝΣΤΑΝΤΙΝΟΥ ΑΛΕΞΙΟΥ
<i>ΓΕΡΑΝΕΙΑ</i>	1760-1763	Ι. ΚΟΥΤΟΥΛΑ
<i>ΓΕΡΑΝΕΙΑ</i>	1850	ΟΙΚΙΑ ΚΑΡΙΟΦΥΛΗ ΛΙΟΥΤΑΡΗ
<i>ΧΩΡΑ</i>	1884	ΔΟΛΓΚΗΡΑ
<i>ΓΕΡΑΝΕΙΑ</i>	1 ^ο μισό 16 ^{ου} αιώνα (1700- 1750)	ΟΙΚΙΑ ΜΑΡΚΟΥ ΤΣΙΑΡΑ
<i>ΧΩΡΑ</i>	1887! 1 ^ο μισό 17 ^{ου} αιώνα (1800- 1850)	ΦΡΑΓΓΑΪΝΑΣ ΣΑΣΣΟΠΟΥΛΟΥ
<i>ΓΕΡΑΝΕΙΑ</i>	1 ^ο μισό 17 ^{ου} αιώνα (1800- 1850)	Δ. ΛΙΟΥΚΑ
<i>ΧΩΡΑ</i>	1921	ΑΛΕΞΙΟΥ ΒΟΖΙΟΥ

Πίνακας 2 Τα αρχοντικά της Σιάτιστας, Συνοικία στην οποία βρίσκονται και έτος ανέγερσης

ΤΑ ΑΡΧΟΝΤΙΚΑ ΤΗΣ ΣΙΑΤΙΣΤΑΣ ΓΕΝΙΚΑ ΚΑΙ ΚΟΙΝΑ ΣΤΟΙΧΕΙΑ



Εικόνα 6 Εικόνα στην είσοδο του αρχοντικού της Πούλκως από προσωπικό αρχείο

Ο Μακεδονικός Αρχιτεκτονικός τύπος , αναβιώνει ή καλύτερα παίρνει σάρκα και οστά μέσα από τις αρχοντικές και πολυτελείς κατοικίες των Σιατιστινών. Πριν από περίπου 260 χρόνια , στην πόλη της Σιάτιστας , χτίζονται 70 αρχοντόσπιτα τα οποία αποτελούν μέχρι τις μέρες μας ζωντανούς μάρτυρες των χαμένων χρόνων και της χρυσής εποχής της πόλης. Χρόνων ακμής του διαμετακομιστικού εμπορίου και προκοπής των Σιατιστινών εμπόρων στις μεγαλουπόλεις της Ευρώπης . Δύο ήταν οι βασικοί λόγοι δημιουργίας τόσο επιβλητικών κατοικιών:

- Η δημιουργία μιας κατοικίας φρουριακής κατασκευής για λόγους προστασίας των ιδιοκτητών .
- Η δημιουργία μιας κατοικίας που να δείχνει την οικονομική δύναμη και το εύρος της πολιτισμικής κουλτούρας των κατοίκων.

Τα σπίτια αυτά λοιπόν χτίζονται από συντεχνίες (ισνάφια) Μακεδόνων και Ηπειρωτών. Η λέξη ισνάφι δηλώνει κομπανία, μπουλούκι και ομάδα εργασίας. Επικεφαλής και συντονιστής αυτής της ομάδας ήταν ο πρωτομάστορας (ευρηματικός, οργανωτικός, σχεδιαστής). Τα υπόλοιπα μέλη ήταν οι μάστορες και οι παρακεντέδες. Πιο συγκεκριμένα το ισνάφι αποτελούνταν από δύο τεχνίτες της πέτρας (πελεκάνους), δύο τεχνίτες για το χτίσιμο των εσωτερικών τοίχων (κλειδοσάδες), δύο τεχνίτες για το χτίσιμο των εξωτερικών τοίχων, δύο νταμαρτζήδες για την εξόρυξη της πέτρας, δύο καλφάδες και δύο λασποπαίδια για το πηλοφόρι. Την ιεράρχηση ακολουθούσε και η κατανομή της αμοιβής τους. Σε όλη τη διάρκεια των εργασιών, η διατροφή και τα γενικά έξοδα του ισναφιού καθορίζονταν από τον πρωτομάστορα και μεταξύ τους χρησιμοποιούσαν μια συνθηματική γλώσσα επικοινωνίας τα κουδαρίτικα (Δόδουρα,2014). Όσον αφορά τα κτίσματα , είναι οικοδομημένα πάνω στο ίδιο σχέδιο και οι εσωτερικοί τους χώροι έχουν σχεδόν ίδια διαρρύθμιση (με ελάχιστες διαφορές) η οποία θυμίζει βυζαντινό αρχιτεκτονικό πρότυπο . Παρακάτω παρουσιάζονται τα περισσότερα κοινά στοιχεία της αρχιτεκτονικής των συγκεκριμένων κατασκευών.

- Όλα τα αρχοντικά διαθέτουν δύο ορόφους.
- Αποτελούνται από λιθόχτιστους τοίχους τεσσάρων ή πέντε μέτρων και διαθέτουν πλακόστρωτη αυλή .
- Στην αυλή συναντάμε βοηθητικά κτίσματα όπως το μαγειριό , τις αποθήκες , το φούρνο , το κίосκι , το πηγάδι και το παράσπιτο.
- Η είσοδος γίνεται από μια ξύλινη δίφυλλη σκεπαστή αυλόπορτα με κεραμίδια η οποία διακοσμείται με πλατυκέφαλα καρφιά και η ασφάλιση της θύρας αυτής επιτυγχάνεται με μεταλλική αμπάρα.
- Δεξιά της κύριας εισόδου , σε ύψος 5 μέτρων βρίσκεται σκαλισμένη η ημερομηνία ανέγερσης του εκάστοτε αρχοντικού.
- Με την είσοδό μας στο αρχοντικό βρισκόμαστε στη Μεσιά ή εμπατή , σήμερα θα λέγαμε στο ισόγειο της κατοικίας. Χαρακτηριστικό στοιχείο της μεσιάς είναι ότι αποτελεί ένα είδος εσωτερικής αυλής με εσωτερική πέτρα για να γίνεται και η εύκολη πρόσβαση των ζώων στο εσωτερικό του σπιτιού.
- Στο ισόγειο βρίσκεται το μαγαζί-μαγαζάκι ή νεγκότσιο (το μαγαζί του αφεντικού) και το κατώι με τα βαένια και τα κρασιά. Λέγεται μάλιστα πως στο μαγαζάκι υπάρχει

καταπακτή για διαφυγή στην πλησιέστερη εκκλησία σε περιπτώσεις έκτακτων αναγκών.

- Δύο διαφορετικές σκάλες οδηγούν στο μεσοπάτωμα(δεξιά σκάλα) και στον όροφο(αριστερή σκάλα).
- Ο πρώτος όροφος του αρχοντικού ονομάζεται μετζοπάτωμα-μεσοπάτωμα , στον χώρο αυτό η οικογένεια σκόπευε να περάσει το χειμώνα της. Εκεί συναντάμε τον “ντηλιακό” ή “ηλιακό” που στην ουσία είναι ένας ανοιχτός χώρος με πλούσια ξυλόγλυπτη διακοσμημένη οροφή και το οποίο φωτίζεται από μια σειρά τριών παραθύρων. Στον πρώτο αυτό όροφο επίσης, βρίσκονται τα χειμωνιάτικα δωμάτια πρόχειρης διαβίωσης της οικογένειας.
- Στον πρώτο όροφο υπάρχει επιπρόσθετα και κουζίνα η οποία όμως δεν χρησιμοποιείται συχνά. Σπάνια μαγείρευαν στο εσωτερικό του σπιτιού, καθώς η μεγαλύτερη επιφάνεια του ήταν ξύλινη και φοβόταν .
- Ο δεύτερος όροφος είναι και ο επίσημος όροφος του σπιτιού με τους καλούς οντάδες (δωμάτια). Ο όροφος των κοινωνικών εκδηλώσεων της οικογένειας , των γιορτών , των γλεντιών , των γάμων και γενικά των ευχάριστων γεγονότων. Στο κέντρο δεσπόζει η σάλα , με το φαρδύ μιντέρι. Δυο οντάδες αριστερά και δύο οντάδες δεξιά. Που ονομάζονται καφέ οντάδες , αντρών και γυναικών αντίστοιχα .
- Τα δωμάτια της νότιας πλευράς του κτιρίου προεξέχουν από το κυρίως κτίσμα και δημιουργούν τα σαχνισιά , οι υπόλοιποι οντάδες όχι. Τα σαχνισιά τοποθετούνται συμμετρικά με την κεντρική είσοδο ώστε να ελέγχεται η είσοδος στην οικεία καθώς και να αυξάνεται η ορατότητα σε αυτή . Θα μπορούσαμε να πούμε , ότι τα σαχνισιά αποτελούν τα παρατηρητήρια των οχυρών αυτών κτισμάτων.
- Στην Σιάτιστα συγκριτικά με άλλες περιοχές υπάρχει ισότητα μεταξύ των δυο φύλων(όσο φυσικά το επιτρέπει η εποχή) , οι άντρες λόγω των ασχολιών τους με το εμπόριο , τους μισούς και περισσότερους μήνες του χρόνου απουσιάζουν από το σπίτι στην ξενιτιά. Έτσι οι γυναίκες έχουν τον κύριο λόγο στο σπίτι και παίρνουν αποφάσεις που υπό άλλες συνθήκες θα έπαιρναν οι άντρες. Κάτι που φυσικά αιτιολογεί και την φρουριακή κατασκευή των σπιτιών αυτών. Αξίζει επίσης να σημειωθεί ότι τα περισσότερα αρχοντικά έχουν γυναικείο όνομα (Αρχοντικό Σανούκως, Αρχοντικό

Πούλκως κ.α.) κάτι που επίσης μας φανερώνει την υψηλή ιεραρχική θέση της γυναίκας.

- Η αντοχή της τοιχοποιίας ενισχύεται με τα χατίλια , τις οριζόντιες ξυλοδεσιές που απέχουν ένα μέτρο μεταξύ τους.
- Οι Τουρκοαλβανικές επιδρομές κάνουν τα αρχοντικά της Σιάτιστας να μοιάζουν με οχυρωμένα Μεσαιωνικά κάστρα που διαθέτουν σιδερόφρακτα παράθυρα , πολεμίστρες και τα σαχνισιά .
- Στα ταβάνια του αρχοντικού βλέπουμε να κυριαρχεί το ξύλο , έχοντας τη μορφή μικρών χρωματιστών τετραγώνων (αραβουργήματα) . Τα ταβάνια επίσης , έχουν τον ομφαλό από τον οποίο συνήθιζαν να κρεμάνε ρόδι ή πεπόνι από το οποίο μάλιστα έλειπε και ένα κομμάτι . Αυτό σκόπευε να δείξει αφενός την αφθονία αγαθών στο σπίτι και αφετέρου την προθυμία για προσφορά των ιδιοκτητών στους ξένους.
- Στον πάνω όροφο , στο ανώι , βρίσκεται το πιο όμορφο δωμάτιο του σπιτιού. Πέρα από τις περίτεχνες τοιχογραφίες του λέγεται πως εκεί γινόταν οι εμπορικές συμφωνίες των αντρών και υπήρχε το χρηματοκιβώτιο του εκάστοτε εμπόρου.



Εικόνα 7 Αρχοντικό Πούλκως Σιάτιστα από προσωπικό αρχείο



Εικόνα 8 Αρχοντικό Μανούση Σιάτιστα από προσωπικό αρχείο

3.1 ΟΙ ΧΑΡΑΚΤΗΡΙΣΤΙΚΕΣ ΤΟΙΧΟΓΡΑΦΙΕΣ ΤΩΝ ΑΡΧΟΝΤΙΚΩΝ ΚΑΤΟΙΚΙΩΝ ΤΗΣ ΣΙΑΤΙΣΤΑΣ

Επιμέλεια, λεπτομέρεια και περίτεχνη διακοσμητική διάθεση για κάθε σημείο της τοιχοποιίας των συγκεκριμένων αρχοντικών κατοικιών , προκαλούν τον θαυμασμό των επισκεπτών, οι οποίοι γοητεύονται από το επιβλητικό αποτέλεσμα που έχει διασωθεί μέχρι τις μέρες μας. Η θεματολογία των συγκεκριμένων τοιχογραφιών είναι πλούσια. Η ευρωπαϊκή εμπειρία των ανθρώπων εκείνων που ασχολούνταν με το εμπόριο οδηγεί σε αυτή ακριβώς την ρηξικέλευθη και προοδευτική μορφή για την εποχή εκείνη αρχιτεκτονική. Ωστόσο δεν υπάρχουν εξακριβωμένες πηγές για την καταγωγή και προέλευση των ζωγράφων και τεχνιτών αυτών . Ο Μέγας ,τονίζει ότι ήταν Έλληνες και όχι ξένοι αρχιτέκτονες. Ειδικότερα για την Σιάτιστα σημειώνει ότι , από επιγραφές που σώζονται και σήμερα σε επώνυμα Αρχοντικά , στην πόλη αυτή εργάστηκαν μάστορες από χωριά της Ηπείρου και της Κόνιτσας. Εξάλλου πολλά από τα χωριά της του Μετσόβου, των Χουλιαράδων, των Τζουμέρκων και της Κόνιτσας είναι γνωστά με την

επωνυμία «Μαστοροχώρια» καθώς οι κάτοικοί τους ήταν οικοδόμοι ή τεχνίτες. Η Ζωή Γοδόση στη μελέτη της για τον Χριστόδουλο Ιωάννου Ζωγράφου , αναφέρει: οι πληροφορίες για τους ζωγράφους στην εποχή της τουρκοκρατίας είναι συνήθως περιορισμένες , γιατί πολλά από τα έργα κοσμικής και θρησκευτικής ζωγραφικής είναι ανυπόγραφα , ενώ , ακόμα και όταν υπάρχουν υπογραφές , λείπουν οι πηγές από τις οποίες θα προκύψουν βιογραφικά στοιχεία. Οι ζωγράφοι και τεχνίτες προμηθεύονται με σχέδια της ευρωπαϊκής διακοσμητικής από τους πολυταξιδεμένους πελάτες τους. Αγκαλιές λουλουδιών, πανέρια που ξεχειλίζουν από καρπούς, σχηματοποιημένοι βλαστοί, λιμάνια της Αδριατικής και της Μαύρης Θάλασσας (Φρανκφούρτη, Βενετία, Κωνσταντινούπολη), φανταστικά τοπία μακρινών πρωτευουσών με μυθολογικά θέματα, αναπαραστάσεις με τους ολύμπιους θεούς , θηρία της μακρινής ζούγκλας και τέλος αναπαραστάσεις της καθημερινής ζωής είναι μερικά από τα ζωγραφικά θέματα που κυριαρχούν. Αξίζει να σημειωθεί ότι η επέμβαση του πελάτη (ιδιοκτήτη) στον ζωγράφο , οφείλεται στη θέληση του να επιδείξει τους πολιτισμικούς του δεσμούς με την Ευρώπη, η οποία όχι μόνο τον λύτρωσε από την ταπεινωτική θέση του ραγιά, αλλά του έδωσε την οικονομική ευχέρεια του Ευρωπαίου αστού (Μουτσόπουλος,1993). Οι Σιατιστινοί ιδιοκτήτες δηλαδή επιδίωκαν μέσω των κατοικιών τους να επιδείξουν τη δύναμη τους , τα πλούτη τους αλλά και τον πολυταξιδεμένο χαρακτήρα τους .

3.2 ΖΩΓΡΑΦΙΚΗ ΚΑΙ ΖΩΓΡΑΦΟΙ



Εικόνα 9 Τοιχογραφία στο Αρχοντικό Πούλκως Ανών από προσωπικό αρχείο

Οι Σιατιστινές αρχοντικές κατοικίες , δεν αποτελούν μια απλή λύση στεγαστικής ανάγκης. Τα σπίτια αυτά διαθέτουν μέχρι και σήμερα πανίσχυρους τοίχους, καταστόλιστους και γεμάτους καλαισθησία οντάδες (δωμάτια), επιβλητικές πόρτες , υαλογραφίες και ζωντανά χρώματα στις λαϊκές ζωγραφιές των τοίχων τους. Η οικονομική άνεση των ιδιοκτητών χαρίζει, ιδιαίτερο αρχιτεκτονικό ύφος στις κατοικίες τους το οποίο αποτελεί και μοναδικό δείγμα στη λαϊκή έκφραση της ελληνικής αρχιτεκτονικής. Οι πληροφορίες για τους ζωγράφους στην εποχή της τουρκοκρατίας είναι συνήθως περιορισμένη , γιατί πολλά από τα έργα της κοσμικής και θρησκευτικής ζωγραφικής είναι ανυπόγραφα , ενώ , ακόμα και όταν υπάρχουν υπογραφές , λείπουν οι πηγές από τις οποίες θα προκύψουν βιογραφικά στοιχεία. Ωστόσο ο εκάστοτε λαϊκός ζωγράφος χρησιμοποιεί την εκκεντρική του δεξιοτεχνία για να μορφοποιεί εικαστικά τους εσωτερικούς δεσμούς της προ νεωτερικής κοινότητας με μια πληθώρα αφηγηματικών παραστάσεων, άλλοτε ρεαλιστικά και άλλοτε λυρικά και ποιητικά για να εκφράσει την προσωπική του ερμηνεία για τον κόσμο αλλά και να μεταφερθεί ο ίδιος και ο θεατής του έργου του , στην προ νεωτερική αυτή εποχή (Τσανασιδης,2017).

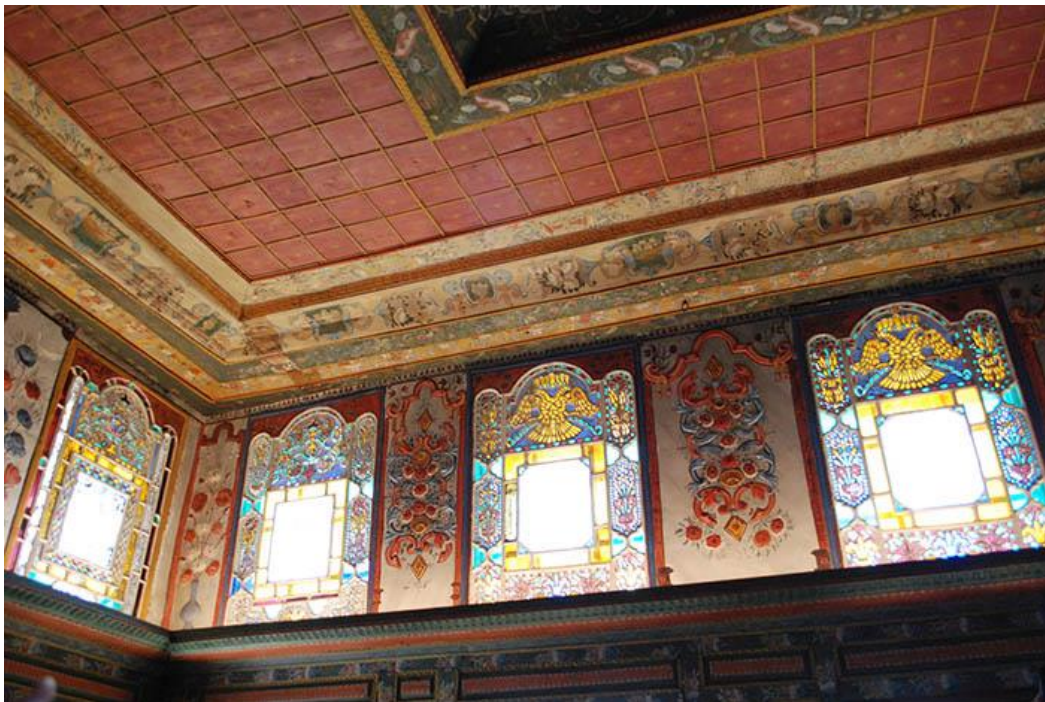
3.3 ΜΕΣΑΝΤΡΕΣ – ΜΟΥΣΑΝΤΡΕΣ

Πρόκειται για εντοιχισμένες ξύλινες κατασκευές στο εσωτερικό των οντάδων που πέρα από την πρακτική τους χρησιμότητα , είχαν και αισθητική σημασία για την διακόσμηση των κατοικιών της εποχής. Πιο συγκεκριμένα , μια μεσάντρα αποτελείται από δύο ή τρία ξυλόγλυπτα κανάτια τα οποία είναι χρωματιστά με πλούσια θεματολογία ώστε να εναρμονίζονται με τις τοιχογραφίες και τη θεματολογία των υπόλοιπων χώρων (Βεϊκου,1989). Εύλογα σε μια ντουλάπα ήταν λογικό να τοποθετούνται υφαντά , βελέντζες, στρωσίδια και ενδύματα ωστόσο μαρτυρίες ισχυρίζονται ότι οι μουσάντρες ή μεσάντρες (τουρκική ετυμολογική προέλευση) χρησίμευαν και ως κρυψώνες των γυναικόπαιδων σε περιπτώσεις κινδύνου. Τέλος μια μισάντρα αποτελούσε και το θησαυροφυλάκιο – χρηματοκιβώτιο της εποχής , μια ενδιαφέρουσα περιγραφή αυτής της χρησιμότητας εντοπίζεται σε διαθήκη του 1869 η οποία αναφέρει : Ιδού σε φανερώνω και τα όσα χρήματα έχω κρυμμένα εις στο σπίτι μου. Εις το ανώγειον έχω μίαν μεσάνδραν με πράγμα βουλωμένην (Σταματόπουλος,2001).



Εικόνα 10 Οι μουσάντρες και η τοιχογραφία με τον ποταμό Μάιν στην Φραγκφούρτη στο Αρχοντικό Αργυριάδη-Μαλίογκα

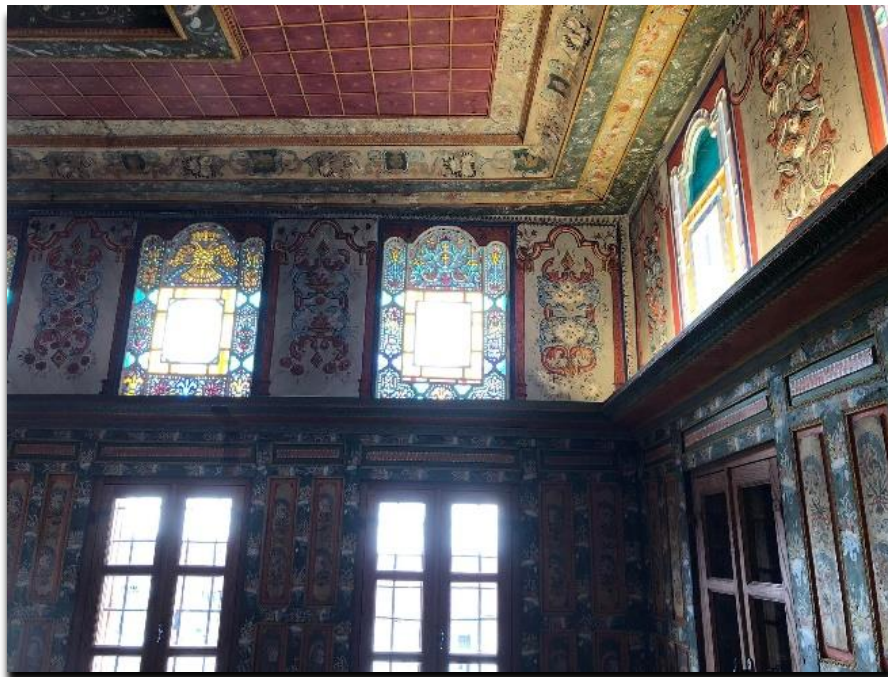
3.4 ΟΙ ΦΕΓΓΙΤΕΣ ΤΩΝ ΑΡΧΟΝΤΙΚΩΝ ΩΣ ΜΟΝΑΔΙΚΗ ΦΩΤΙΣΤΙΚΗ ΠΗΓΗ ΤΟΥ ΣΠΙΤΙΟΥ



Εικόνα 11 Φεγγίτες στο Αρχοντικό Πούλκως από προσωπικό αρχείο

Η μοναδική φωτιστική πηγή του σπιτιού . Οι φεγγίτες μας θυμίζουν τις βυζαντινές θυρίδες των Βυζαντινών και αποτελούν διαμάντια της Μακεδονίας ολόκληρης. Καλοφτιαγμένοι ,καταστόλιστοι, λεπτομερείς και μεγαλοπρεπείς γεμίζουν με τα χρώματά τους ολόκληρο το σπίτι . Το φως περνά από τις νευρώσεις , πέφτει στα χρωματιστά τζαμάκια, αντανακλάται και αφήνει τις αποχρώσεις του να διαχυθούν παντού (Μουτσόπουλος,1993). Χρονολογικά εντάσσονται στα μέσα του 18^{ου} αιώνα (ορισμένοι διασώζονται μέχρι σήμερα) και αποτελούνται κυρίως από μπλε , κίτρινο , πράσινο και κόκκινο χρώμα. Μικρά χρωματιστά τζαμάκια λοιπόν, επικολλιούνται πάνω σε γύψο και μας χαρίζουν αυτό το εκπληκτικό αποτέλεσμα. Όσον αφορά την τεχνική σχεδίασής τους , στα κάθε λογής χρωματιστά τζάμια έβαζαν ένα στρώμα “φούμο” (μαύρο χρώμα, καπνιά από τζάκι) και επάνω σε αυτό το στρώμα σχεδίαζαν με ένα αιχμηρό εργαλείο σχέδια και επιγραφές.

3.5 ΤΟ ΑΡΧΟΝΤΙΚΟ ΤΗΣ ΠΟΥΛΚΩΣ



Εικόνα 12 Αρχοντικό Πούλκως Ανώι



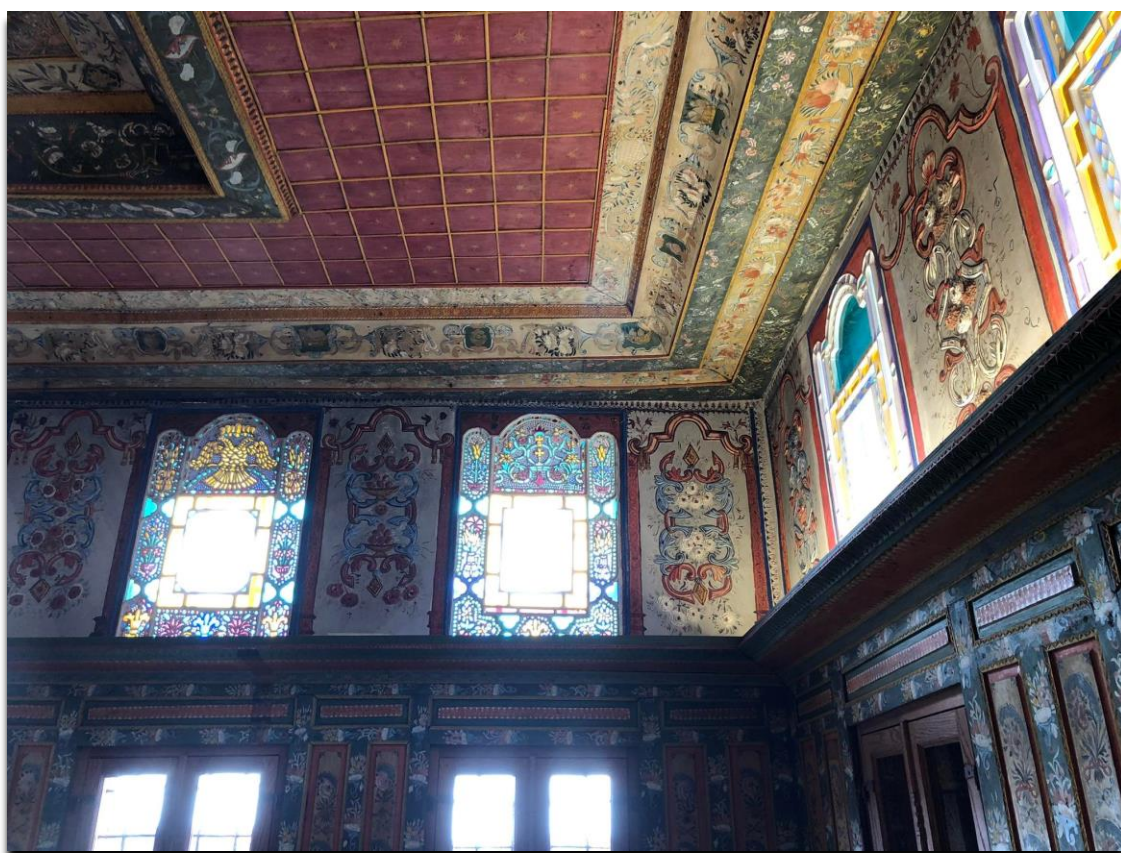
Εικόνα 13 Αρχοντικό Πούλκως είσοδος



Εικόνα 14 Αρχοντικό Πούλκως κύρια είσοδος πρόσοψη



Εικόνα 15 Αρχοντικό Πούλκως μεσάντρα και τοιχογραφίες



Εικόνα 16 Αρχοντικό Πούλκως Ανώι



Εικόνα 17 Αρχοντικό Πούλκως εξωτερικά

Ένα σπουδαίο και επιβλητικό κτίσμα σώζεται μέχρι και τις μέρες μας στην συνοικία της Γεράνειας. Το αρχοντικό της Πούλκως εντάσσεται χρονολογικά μεταξύ του 1752 και 1759 αποτελώντας ένα εξαιρετικό δείγμα αστικής αρχιτεκτονικής του 18^{ου} αιώνα. Χτίστηκε από τον έμπορο Εμμανουηλίδη Θωμά και αργότερα αγοράστηκε από τον έμπορο Πουλκίδη Λάζαρο για να προικίσει την κόρη του Ελένη. Ζωντανός μάρτυρας της ανάπτυξης των κατοίκων της περιοχής λόγω του διαμετακομιστικού εμπορίου στις μεγαλουπόλεις της Ευρώπης το συγκεκριμένο αρχοντικό μας μεταφέρει πίσω στο χρόνο. Οι Σιατιστινοί μετανάστες επιστρέφουν στην γενέτειρα τους γεμάτοι φλουριά, εμπειρίες, γνώσεις, οράματα, εικόνες και εξέχουσα αισθητική για να δημιουργήσουν από το μηδέν το σπίτι τους. Το συγκεκριμένο αρχοντικό, αποκαταστάθηκε το 2007-2013 μέσω του προγράμματος ΕΣΠΑ και συγχρηματοδοτήθηκε με 1,5 εκατομμύρια ευρώ από την Ευρωπαϊκή Ένωση και την Ελλάδα. Την ευθύνη του Αρχοντικού ωστόσο φέρει πλέον η Εφορεία αρχαιοτήτων Κοζάνης. Όπως και τα υπόλοιπα αρχοντικά, αρχιτεκτονικά εκτείνεται σε τρία επιμέρους επίπεδα. Την μεσιά ή εμπατή (σημερινή ονομασία ισόγειο), τον πρώτο όροφο και το ανώι (2^{ος} όροφος). Κάθε όροφος έχει ιδιαίτερη λειτουργικότητα και εξυπηρετεί διαφορετικές ανάγκες. Η μεσιά είναι

ένα είδος εσωτερικής - πλακόστρωτης αυλής από την οποία ξεκινούν δύο σκάλες. Η δεξιά σκάλα μας οδηγεί στον πρώτο όροφο και η αριστερή στο δεύτερο . Όλος ο υπόλοιπος χώρος του ισογείου καταλαμβάνεται από μαγαζιά (αποθήκες) και το κατώι , όπου φύλαγαν τα βαρέλια με το κρασί λόγω των κατάλληλων θερμοκρασιών του χώρου. Η οικογένεια το χειμώνα έμενε στους χειμωνιάτικους οντάδες του πρώτου ορόφου οι οποίοι διέθεταν τζάκι και τα σαχνισιά . Όσον αφορά τα σαχνισιά πρόκειται για προεξοχές του σπιτιού από το κυρίως κτίσμα που σχηματίζουν ένα γάμα στην κάτοψη του κτιρίου. Τα σαχνισιά προσέφεραν ορατότητα στους ιδιοκτήτες ως προς την είσοδο του σπιτιού για λόγους ασφαλείας . Όπως έχει ήδη ειπωθεί καθώς οι Σιατιστινοί γνώριζαν ότι ήταν πόλος έλξης ληστρικών επιδρομών, επιθυμούσαν να φτιάξουν σπίτια φρουριακής μορφής γι' αυτό το λόγο η αρχιτεκτονική τους έχει ως κύριο μέλημά της την ασφάλεια των ιδιοκτητών . Σε δεύτερη φάση , οι Σιατιστινοί μέσω των αρχοντικών κατοικιών τους , επιθυμούσαν να κερδίσουν το θαυμασμό των υπολοίπων και να επιδείξουν τη δύναμη και τα πλούτη τους . Επιπρόσθετα και σχετικά με το ανώι είναι ο χώρος τέλεσης των ευχάριστων στιγμών της οικογένειας , γιορτών , γάμων , γλεντιών αλλά και επικύρωσης των εμπορικών συμφωνιών. Το αρχοντικό της Πούλκως αξίζει να σημειωθεί ότι διαθέτει από τους πιο σπουδαίους ζωγραφικούς και διακοσμητικούς διακόσμους. Βιτρό – Φεγγίτες σπάνιοι και ελάχιστοι διασωθέντες σε ολόκληρη τη Μακεδονία. Τοιχογραφίες εξαιρετικού κάλλους που μας δείχνουν τα βιώματα και τις εικόνες των πολυταξιδεμένων δημιουργών τους . Τοίχοι επενδυμένοι με ξύλο και ζωγραφισμένη με ζωηρά χρώματα . Έξω από το σπίτι , στην αυλή υπήρχε φούρνος , μαγειριό , αποθήκη , πηγάδι , στάβλος , κοτέτσι , στέρνα και κιόσκι . Η εικόνα συμπληρώνεται από καταπράσινους κήπους με λουλούδια και κληματαριές. Συμπερασματικά θα λέγαμε, ότι τα σπίτια των αρχόντων πέρα από καλαισθητα ήταν και άκρως οργανωμένα ώστε να καλύπτουν όλες τις ανάγκες της εποχής . Φήμες λένε ότι στα αρχοντικά υπήρχαν και υπόγειοι δρόμοι διαφυγής σε περιπτώσεις κινδύνου.

3.6 ΙΔΙΟΚΤΗΤΗ ΠΑΡΑΔΟΣΙΑΚΗ ΚΑΤΟΙΚΙΑ ΤΑΤΙΑΝΑΣ ΤΖΩΝΟΥ ΚΑΙ ΧΡΗΣΤΟΥ ΤΣΙΟΤΣΙΟΥ

Δίπλα από το αρχοντικό της Πούλκως συναντάμε την ιδιόκτητη παραδοσιακή κατοικία του ζεύγους Τατιάνα Ντέρου και Χρήστου Τσιότσιου. Στην ουσία το συγκεκριμένο κτίσμα αποτελεί το παράσπιτο του αρχοντικού , το μέρος δηλαδή όπου κατοικούσαν οι βοηθοί των πλούσιων αρχόντων του διπλανού σπιτιού. Σύμφωνα με μαρτυρίες των Σιατιστινών κατοίκων, οι βοηθοί και όχι υπηρέτες, ήταν μέλη της οικογένειας που παρείχαν τις υπηρεσίες τους στους αφέντες τους (ισάξιοι και καθόλου υποβαθμισμένοι). Εδώ και λίγα χρόνια το συγκεκριμένο κτίσμα λειτουργεί ως λαογραφικό μουσείο της περιοχής , το οποίο φιλοξενεί χιλιάδες αντικείμενα που συλλέχθηκαν με κόπο και μεράκι από την ίδια την ιδιοκτήτρια. Στην αρχή , άρχισε να συλλέγει αντικείμενα από δικούς της συγγενείς και φίλους , μετά από μπαζότοπους και τέλος όλοι οι Σιατιστινοί προσέφεραν ότι ήθελε ο καθένας ώστε να δημιουργηθεί αυτή η τεράστια συλλογή εκθεμάτων. Μπαίνοντας κανείς στο σπίτι , αντικρύζει μια σειρά δωματίων και επίπλων τα οποία δίνουν στον επισκέπτη την εντύπωση ότι μπήκε σε ένα σπίτι εκείνων των εποχών πλήρως εξοπλισμένο και λειτουργικό . Κουζίνα με μαγειρικά σκεύη και τραπεζαρία , σαλόνι με καναπέδες και όμορφα υφάσματα , κρεβατοκάμαρες με σεντόνια και στρωσίδια , ντουλάπες με ενδύματα , παιδικά παιχνίδια , σημειώματα , νομίσματα , βαρέλια , αργαλειός , εργαλεία οικοτεχνίας , υφαντά , και ό,τι άλλο μπορεί κανείς να φανταστεί. Ένα εξαιρετικό δείγμα πέτρινης και ξυλόγλυπτης κατοικίας που διατηρεί βέβαια πιο απλή αρχιτεκτονική δομή , συγκριτικά με τις αρχοντικές κατοικίες των πλούσιων αρχόντων και πραγματευτάδων. Αξίζει επίσης να σημειωθεί , ότι το συγκεκριμένο κτίσμα αγοράστηκε το 1999 , έπειτα αναστηλώθηκε και από το 2007 είναι ανοιχτό στο ευρύ κοινό. Η συλλογή αποτελείται από 3800 αντικείμενα που όλα μαζί δημιουργούν ένα αξιόλογο λαογραφικό υλικό του 18^{ου} , 19^{ου} και 20^{ου} αιώνα.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4Ο

Όπως έχει ήδη αναφερθεί πρωταρχικό μέλημα της οπτικοακουστικής παραγωγής που επιχειρήθηκε στην παρούσα εργασία , είναι η αύξηση της τουριστικής ροής στον τόπο της Σιάτιστας. Επομένως είναι αδιαμφισβήτητα σημαντικό να προσεγγίσουμε τον όρο του Τουριστικού Μάρκετινγκ , την επιρροή των ψηφιακών μέσων σε αυτό και τέλος το βίντεο ως συστατικό επικοινωνίας.

4.1 ΟΡΙΖΟΝΤΑΣ ΤΟΝ ΟΡΟ ‘ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΟ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ’

Το τουριστικό Μάρκετινγκ αποτελεί ως επί το πλείστον μια προσχεδιασμένη επιχειρηματική πρακτική προσέλκυσης επισκεπτών, σε μια αρχικώς επιλεγμένη περιοχή. Συνδέεται δηλαδή άμεσα με την αύξηση της επισκεψιμότητας σε αυτόν τον τόπο η οποία αποτελεί και το ζητούμενο αυτού (Ashe-Edmunds,2017). Πριν όμως προχωρήσουμε, θα ήταν σκόπιμη μια ιστορική αναδρομή της έννοιας. Στον τουρισμό, η έννοια του marketing λαμβάνει υπόσταση για πρώτη φορά την δεκαετία του '50 στην Ευρώπη, όπου ο τουρισμός είναι ανεπτυγμένος και όπου ασχολούνται συστηματικά με την εμπορευματοποίηση και την προβολή του. Στην Ευρώπη λοιπόν , μετά το 1947 οι Εθνικοί Οργανισμοί Τουρισμού συνεργάζονται στα πλαίσια της Ευρωπαϊκής Επιτροπής Τουρισμού της Διεθνούς Ένωσης των Εθνικών Οργανισμών Τουρισμού (UIOOT) αναπτύσσοντας σταδιακά ένα τουριστικό μάρκετινγκ για τη διείσδυσή τους , στην βορειοαμερικανική αγορά. Από το 1970 και έπειτα αρχίζουν πλέον να γίνονται σαφείς οι στόχοι (ή σωστότερα το εύρος των στόχων) του τουριστικού μάρκετινγκ. Σύμφωνα με τον Χατζηνικολάου , το τουριστικό μάρκετινγκ θα μπορούσε να είναι μια σειρά μεθόδων και τεχνικών (έρευνας, ανάλυσης, επιβεβαίωσης, αξιολόγησης) που στοχεύουν στην ικανοποίηση της ανάγκης ταξιδιού υπό τις καλύτερες δυνατές ψυχοκοινωνικές συνθήκες για τους τουρίστες και τους κατοίκους των χωρών-δεκτών.

Πρόκειται δηλαδή για μία αμφίδρομη διαδικασία εκ της οποίας και οι επισκέπτες είναι ευχαριστημένοι αλλά και οι δέκτες των τουριστικών παροχών. Τέλος, η Kristie Lorrette, συντάκτρια του e-how, επισημαίνει ότι το Τουριστικό Μάρκετινγκ μπορεί να οριστεί ως τις αποτελεσματικές εκείνες στρατηγικές προώθησης οι οποίες χρησιμοποιούνται από τους τουριστικούς προορισμούς προκειμένου να προσελκύσουν επισκέπτες (Jončić,1988).

4.2 Η ΕΠΙΡΡΟΗ ΤΩΝ ΟΠΤΙΚΟΑΚΟΥΣΤΙΚΩΝ ΜΕΣΩΝ ΣΤΟ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΟ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ

Καθώς οι νέες τεχνολογίες διεισδύουν στις ζωές μας με ολοένα και με γοργότερους ρυθμούς , η διαφημιστική διαδικασία ενός τουριστικού προορισμού αναγκάζεται να εκσυγχρονιστεί και να προσαρμοστεί στη νέα τάξη πραγμάτων. Το διαδίκτυο σήμερα μας δίνει ένα τεράστιο εύρος επιλογών και δυνατοτήτων, οι οποίες είναι αφενός ταχύτερες και αφετέρου οικονομικότερες (Παπαβασιλείου,2015). Θα λέγαμε ότι το βίντεο μπορεί να επικοινωνηθεί πιο εύκολα από κάθε άλλο μέσο μέσω της διαδικτυακής διαφήμισης και πολλές φορές με μηδαμινό κόστος (Μανιφάβα,2011). Μέσα σε πολύ λίγα λεπτά ή καλύτερα σε δευτερόλεπτα η οπτικοακουστική εικόνα διαδίδεται σε όλο τον κόσμο. Εκατομμύρια άνθρωποι ανά τον κόσμο έχουν πρόσβαση σε πλατφόρμες όπως το YouTube το Facebook ή το Instagram μέσω των οποίων μπορούν να προβληθούν όλες οι υπηρεσίες που μπορεί να προσφέρει ένας τόπος αλλά και να δοθούν όλες εκείνες οι απαραίτητες πληροφορίες που θα εξάψουν το ενδιαφέρον του κοινού – στόχου (Ανδριώτης,2007). Η δύναμη του βίντεο έγκειται επίσης στο γεγονός ότι συνδυάζει εικόνα και ήχο . Ο συνδυασμός αυτών των δύο στοιχείων με τον κατάλληλο τρόπο μπορεί να διαδώσει τα επιθυμητά μηνύματα γρήγορα, εύκολα, δημιουργικά , αποτελεσματικά και τέλος με ψυχαγωγικό τρόπο. Στην προκειμένη περίπτωση του παρεχόμενου βίντεο της εργασίας αυτής , από τη μια πλευρά φτάνουν στον δέκτη οι όμορφες εικόνες των τοπίων της Σιάτιστας και των αρχοντικών της και από την άλλη οι συνεντεύξεις , η μουσική και οι φωνές του βίντεο. Όλα τα παραπάνω δημιουργούν τον κατάλληλο συνδυασμό για την επιτυχία της τουριστικής διαφήμισης του τόπου. Τέλος ,η δύναμη της επεξεργασίας τόσο των χρωμάτων της εικόνας του βίντεο όσο και του γενικότερου πλαισίου είναι αξιοσημείωτη για τα οφέλη παραγωγής βίντεο ως προς τη διαφήμιση του τόπου.

4.3 BRANDING ΕΝΟΣ ΤΟΠΟΥ Η PLACE BRANDING

Η έννοια της μάρκας (brand) εμφανίστηκε για πρώτη φορά στον επιχειρηματικό κόσμο την δεκαετία του 1950 και μετεξελίχθηκε στα τέλη του ίδιου αιώνα. Όπως είναι ήδη γνωστό, ο ανταγωνισμός σε επίπεδο πόλεων και προορισμών αυξάνεται με αλματώδη τρόπο τις τελευταίες δεκαετίες και καθιστά την διαδικασία του place branding ζωτικής σημασίας ως προς την τουριστική ανάδειξη μιας περιοχής. Όσο πιο επιτυχημένη είναι δηλαδή η επικοινωνιακή διαχείριση ενός τόπου τόσο πιο επιτυχημένος γίνεται ο τόπος αυτός στα μάτια των προτεινόμενων τουριστών. Το branding του τόπου πλέον απαντάται χωρικά σε διαφορετικά επίπεδα, σε επίπεδο χώρας, τόπου, πόλης, προορισμού ως 'nation brand', 'place brand', 'city brand', 'destination brand' (Δέφνερ,2012) και συνδέεται κατά περίπτωση, λιγότερο ή περισσότερο, με τον σχεδιασμό και την εφαρμογή αναπτυξιακών στρατηγικών πολιτικών και στρατηγικών μάρκετινγκ του τόπου. Το Place Branding είναι σύμφωνα με τον ορισμό των Robert Govers, «η διαδικασία της ανακάλυψης, της δημιουργίας, της ανάπτυξης και της σύλληψης ιδεών και σχεδίων για την επανακατασκευή ταυτότητας του τόπου, καθορίζοντας τα χαρακτηριστικά και της ατμόσφαιρας του τόπου και στη συνέχεια την οικοδόμηση της αίσθησης της τοποθεσίας. Αυτό απαιτεί επενδύσεις σε εξοπλισμό (π.χ. υποδομές, κτίρια), λογισμικό (π.χ. εκδηλώσεις, ιστορίες), «orgware» (π.χ. συνεταιριστικές οργανωτικές δομές) και εικονική πραγματικότητα (π.χ. σύμβολα και συμβολικές ενέργειες, ιστοσελίδες). Κάθε τόπος επομένως, αποτελεί και ένα "προϊόν" ο οποίος προσφέρει μια συλλογική εμπειρία κατοίκησης/επίσκεψης ακόμη και εργασίας. Η εικόνα που αποκτά ο κάθε τόπος στο ευρύ κοινό, δύναται να συμπληρωθεί και να συσχετιστεί άμεσα με τη βοήθεια του πολιτιστικού συνόλου που αυτός προσφέρει. Όσο περισσότερα πολιτιστικά στοιχεία διαθέτει, τόσο μεγαλύτερη και η αναγνωσιμότητά του. Ένας τόπος είναι εμφανές ότι μέσω του place branding καθιερώνεται στο σύγχρονο ανταγωνιστικό περιβάλλον και διατηρεί κατ' αυτόν τον τρόπο τη ζωτικότητά του (Davidson and Rogers,2006). Η ταυτότητα του κάθε τόπου διαφέρει σύμφωνα και παράλληλα με τις εντυπώσεις/τις πεποιθήσεις και τις ιδέες που

έχει το κοινό για τον τόπο αυτό. Θετικές αντιλήψεις του κοινού για τον τόπο , οδηγούν στην αύξηση του τουριστικού ενδιαφέροντος αντίστοιχα.

Οι Kotler et al (1999), σύμφωνα με το μίγμα μάρκετινγκ, όπως προτάσσει το γενικό μάρκετινγκ, διακρίνουν τέσσερις ισάξιες στρατηγικές για τη βελτίωση της αναγνωρισιμότητας του τόπου, οι οποίες αποτελούν ταυτόχρονα και τα θεμέλια για τη δημιουργία ανταγωνιστικού πλεονεκτήματος. Αυτές είναι:

- Βασικές υπηρεσίες (τόπος ως πάροχος υπηρεσιών)
- Σχεδιασμός (τόπος ως χαρακτήρας)
- Υποδομές (χώρος ως σταθερό περιβάλλον)
- Αξιοθέατα (τόπος ως ψυχαγωγία και αναψυχή)

Συνοψίζοντας, γίνεται σαφές ότι το προϊόν προώθησης είναι ο τόπος και υποψήφιοι αγοραστές είναι όσοι συνδέονται με αυτόν άμεσα και έμμεσα καθημερινά και μη :

- οι κάτοικοι
- οι εργαζόμενοι
- οι επιχειρηματίες
- οι υποψήφιοι επισκέπτες
- οι επενδυτές (Kotler, 1993)

Αφενός λοιπόν , έχουμε την ικανοποίηση των αναγκών των κατοίκων του και αφετέρου την ικανοποίηση των προσδοκιών των επισκεπτών και των επενδυτών του τόπου , με γνώμονα την βελτίωση της ποιότητας ζωής των πρώτων.

4.4 ΤΟ ΒΙΝΤΕΟ ΩΣ ΣΥΣΤΑΤΙΚΟ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ

Το βίντεο στην εποχή μας συνιστά εκτός των άλλων , συστατικό επικοινωνίας και αυτό γιατί σε όλες τις εκφάνσεις της ζωής μας, το βίντεο έχει πρωταρχική παρουσία. Στην εκπαίδευση , στον πολιτισμό , στην υγεία , στο εμπόριο και στην πολιτική το βίντεο έχει τη δυνατότητα να επηρεάζει , να μετασχηματίζει και να δημιουργεί αντιλήψεις. Επομένως , η δυναμικότητα του βίντεο ως επικοινωνιακού μέσου διαφαίνεται με ποικίλους τρόπους. Ένα βίντεο επιπρόσθετα , αποτελεί εργαλείο για την οικοδόμηση

της ταυτότητας (brand name) ενός τόπου , ενός προσώπου , ενός προϊόντος και άλλων. Όσον αφορά την καθημερινότητά μας η δημοτικότητα των βίντεο έχουν εκθετικά αυξηθεί και έχουν αποκτήσει ανεκτίμητη αξία στις ζωές μας. Εκατομμύρια άνθρωποι ανά τον κόσμο , όχι μόνο παρακολουθούν βίντεο σε διάφορες πλατφόρμες αλλά τα επεξεργάζονται , τα δημιουργούν και τα δημοσιεύουν. Κάθε μήνα επίσης , επισκέπτονται το YouTube πάνω από 2 δισεκατομμύρια συνδεδεμένοι χρήστες. Ως προς τα παραπάνω το ερώτημα που ανακύπτει είναι : Γιατί οι χρήστες του διαδικτύου προτιμούν να προσλαμβάνουν πληροφορίες μέσω του βίντεο;

1. Ένα βίντεο εντάσσεται στις σιωπηλές γλώσσες (nonverbal communication) οι οποίες γλώσσες αποτελούν όλους τους τρόπους της ανθρώπινης επικοινωνίας που δεν περιέχουν προφορικό λόγο . Γκριμάτσες , χειρονομίες , κινήσεις σώματος, νοήματα, τα χρώματα κ.α. (Κάστορας, 2002). Το βίντεο δηλαδή εμπεριέχει στοιχεία λεκτικής και μη λεκτικής επικοινωνίας η οποία συνιστά για τους χρήστες κάτι πιο εύκολα προσβάσιμο χωρίς καμία προσπάθεια κατανόησης από τους ίδιους τους χρήστες. Όπως χαρακτηριστικά αναφέρουν οι Waters & Jones (2011), στη μορφή ενός βίντεο συγκεντρώνονται τα τρία βασικά στοιχεία της επικοινωνίας, τα τρία “V” της επικοινωνίας (Verbal-Vocal-Visual), δηλαδή λεκτικά , φωνητικά και οπτικά στοιχεία τα οποία είναι περισσότερο οικεία σε έναν χρήστη από ότι ένα κείμενο.
2. Το βίντεο μπορεί να μεταδώσει πιο αποτελεσματικά ένα μήνυμα και επιτρέπει την ανάκληση και απομνημόνευση περισσότερων πληροφοριών από ότι ένα γραπτό κείμενο. Συρρικνώνει τα νοήματα που θέλει να μεταδώσει και δημιουργεί συναισθήματα τα οποία δεν μπορούν να εκφραστούν με τόση ακρίβεια μέσα από ένα κείμενο.
3. Το βίντεο δύναται να προκαλέσει έντονα συναισθήματα. Θεωρείται το καταλληλότερο μέσο για να προκαλέσει κάποιος τα συναισθήματα ενός διασκορπισμένου κοινού, διαφορετικών κοινωνικών ομάδων , διαφορετικών πολιτιστικών υποβάθρων , διαφορετικών γλωσσών και αντιλήψεων . Αυτό οφείλεται κυρίως στο ότι ο χρήστης μπορεί να ακούσει τον τόνο της φωνής του ομιλητή, να δει τις εκφράσεις του προσώπου του με συνέπεια να συσχετιστεί/ταυτιστεί μαζί του. Όταν κάποιος καταφέρει να εισχωρήσει στα συναισθήματα ενός ατόμου, θα μπορέσει στη συνέχεια να εισχωρήσει και στο υποσυνείδητό του και να το επηρεάσει. Άρα ένας θεατής ταυτίζεται και με τις

εικόνες αλλά και με τα πρόσωπα του βίντεο με αποτέλεσμα οι πεποιθήσεις του ενός (του θεατή) να γίνονται ένα με τις πεποιθήσεις του άλλου.

Από όλα τα παραπάνω διαφαίνεται η δύναμη του βίντεο που έχει να κάνει ουσιαστικά με την αμεσότητα του , την ευκολία διάδοσής του , την εικόνα που περιέχει αλλά και την ικανότητά του να διεισδύει στο υποσυνείδητο του θεατή έτσι αυτός να ταυτίζεται και να ενστερνίζεται αυτά που πρεσβεύει το βίντεο .

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 5Ο

ΣΤΑΔΙΑ ΠΑΡΑΓΩΓΗΣ ΠΡΟΩΘΗΤΙΚΟΥ ΒΙΝΤΕΟ

5.1 Η ΠΡΟΠΑΡΑΓΩΓΗ (PRE PRODUCTION)

Κατά το στάδιο της προπαραγωγής του προσδοκώμενου προωθητικού βίντεο , αναζητήθηκε αρχικά το σενάριο πάνω στο οποίο θα οικοδομηθεί βήμα βήμα η παραγωγή του. Το σενάριο θα λέγαμε ότι είναι η ιστορία του βίντεο ή καλύτερα ένα είδος γραπτής προσκηνοθεσίας λίγο πριν τα γυρίσματα. Πριν δηλαδή ξεκινήσουν τα γυρίσματα, καταγράφηκαν σημειώσεις ως προς τις σκηνές που πρόκειται να διαθέτει το βίντεο και έπειτα προχωρήσαμε στο ρεπεράζ , την εύρεση δηλαδή των τοποθεσιών των γυρισμάτων. Ως προς τα παραπάνω επιλέχθηκαν τα εξής μέρη-τοποθεσίες : Αρχοντικό Πούλκως (πρωταγωνιστικά πλάνα) , Αρχοντικό Μανούση , Αγία Παρασκευή, Ιδιώκτητη παραδοσιακή κατοικία Τατιάνας Ντέρου και Χρήστου Τσιότσιου και Αρχοντικό Δόλγκηρα. Αξίζει να σημειωθεί ότι η επιλογή των τοποθεσιών έγινε με βάση τις υπάρχουσες κοινωνικές συνθήκες που μας επιβάλλει συνεχώς η πανδημία του COVID19 αλλά και με βάση την παροχή αδειών από το Δημαρχείο Σιάτιστας και την Εφορία Αρχαιοτήτων Κοζάνης στην οποία υπογράφηκε υπεύθυνη δήλωση ότι η άντληση υλικού θα αφορά μόνο την συγκεκριμένη εργασία και τις ανάγκες αυτής. Το Αρχοντικό της Πούλκως αποτελεί τον ακρογωνιαίο λίθο της συγκεκριμένης παραγωγής από το οποίο θα αντληθεί το περισσότερο υλικό (φωτογραφίες - βίντεο). Η επιλογή αυτή δεν είναι τυχαία , είναι αφενός το πιο αντικατοπτριστικό παράδειγμα αρχοντικών κατοικιών της περιοχής και αφετέρου το πιο καλοσυντηρημένο εξ αυτών. Μετά την επιλογή των τοποθεσιών έπρεπε να προγραμματιστεί το χρονοδιάγραμμα των γυρισμάτων και ο χρόνος που θα απαιτηθεί για την ολοκλήρωση των γυρισμάτων . Τα γυρίσματα διήρκεσαν 11 μήνες περίπου

κατά τους οποίους επιλέγησαν οι πιο φωτεινές μέρες και ώρες της ημέρας για να είναι πιο εύκολη η διαδικασία των γυρισμάτων (φωτεινά πλάνα και φωτογραφίες) και το αποτέλεσμα να είναι αισθητικά ικανοποιητικό. Σημαντικός και καθοριστικός παράγοντας ήταν δηλαδή οι καιρικές συνθήκες. Όλα τα πλάνα ήταν σχεδιασμένα σύμφωνα με το τι επέτρεπε ο καιρός την εκάστοτε χρονική περίοδο. Η διαδικασία ήταν συγκεκριμένη. Όσο μπορούσαμε να προβλέψουμε τον καιρό πορευόμασταν σύμφωνα με τα προγνωστικά. Υπήρξαν φυσικά πολύωρα γυρίσματα σε πολύ κρύο που ήταν αναπόφευκτα λόγω περιορισμένου χρόνου στη περιοχή. Υπήρξαν επίσης κάποιες δώρες περίπου καθυστερήσεις στο ξεκίνημα κάποιων γυρισμάτων λόγω ελαφριάς βροχής που παρόλα αυτά δεν επέτρεπε την έξοδό μας σε ανοιχτό χώρο λόγω του εξοπλισμού. Τέλος στο στάδιο της προπαραγωγής, έγινε ο σχεδιασμός για τα άτομα που ήταν απαραίτητο να συμμετέχουν στο βίντεο και η συνενόηση με αυτούς, κρατήθηκαν ακριβείς σημειώσεις για τις ερωτήσεις που τους τέθηκαν, για το περιεχόμενο των συζητήσεων τους, για τις ημέρες και ώρες που θα πραγματοποιούσαν τα γυρίσματά τους αλλά και για τις συνθήκες κάτω από τις οποίες έπρεπε να γίνουν τα γυρίσματα ώστε να παραμένουμε όλοι ασφαλείς τηρώντας τα μέτρα ασφαλείας κατά της εξάπλωσης της πανδημίας. Από όλα τα παραπάνω διαφαίνεται ότι το στάδιο της προ-παραγωγής (pre-production), που περιλαμβάνει όλα αυτά που έχουμε αναφέρει, είναι ίσως το πιο δύσκολο και σημαντικότερο κομμάτι για την έκβαση της παραγωγής και την ολοκλήρωση της. Αν δηλαδή εξαλειφτούν τα όποια προβλήματα και δυσκολίες κατά την προ παραγωγή, και προγραμματιστούν όλα σωστά τότε η πορεία μέχρι και το τέλος θα είναι πιο εύκολη αλλά και πιο ευχάριστη. Κλειδί για όλο αυτό είναι η καλή ψυχολογία, η όρεξη για δουλειά, το μεράκι, η συνεργασία και η υπευθυνότητα σε όλα τα επίπεδα. Ο λαός άλλωστε λέει ότι η αρχή είναι το ήμισυ του παντός και στην προκειμένη περίπτωση αρχή είναι η διαδικασία της προ παραγωγής.

5.2 Η ΠΑΡΑΓΩΓΗ (PRODUCTION)

Το δεύτερο στάδιο για την ολοκλήρωση μιας οπτικοακουστικής παραγωγής είναι η κύρια παραγωγή που περιλαμβάνει τα γυρίσματα, τις σκηνές, την ηχοληψία και την εφαρμογή του φωτισμού για μία σωστή και ολοκληρωμένη βιντεοσκόπηση. Είναι σε

μεγάλο βαθμό αυτό που βλέπει και ακούει τελικά ο θεατής. Στο στάδιο της παραγωγής δηλαδή, ξεκινάει η υλοποίηση του βασικού Project. Αναλυτικότερα, ξεκινούν τα γυρίσματα και η εφαρμογή των ιδεών που αναφέρθηκαν στο στάδιο της προ-παραγωγής. Η διαδικασία των γυρισμάτων απαιτεί αρκετό χρόνο, καλή οργάνωση και συντονισμό. Όλα τα πλάνα της συγκεκριμένης παραγωγής τραβήχτηκαν από συσκευή κινητού τηλεφώνου με την βοήθεια τρίποδα αλλά και droll . Αφού, λοιπόν τηρήθηκε ένα πλήρες πλάνο, υπήρχε το κινητό τηλέφωνο και σχέδιο για τα σημεία τα οποία θα φωτογραφίζαμε , ξεκινήσαμε τις επισκέψεις στους αντίστοιχους προορισμούς. Κατά την άφιξη μας στους χώρους, έπρεπε πολύ προσεκτικά να βολιδοσκοπήσουμε την περιοχή να αποφασίσουμε από θα ξεκινήσουμε και που θα τελειώσουμε. Καθώς ολοκληρώθηκαν τα γυρίσματα και οι λήψεις το αποτέλεσμα ήταν να συλλέξουμε 657 φωτογραφίες και 3:30 ώρες βίντεο. Στην ολοκλήρωση της παραγωγής είχαμε διαθέσιμο όλο το υλικό και είμασταν έτοιμοι για την μετάβαση στο επόμενο στάδιο. Στο καθοριστικότερο στάδιο της τελικής διαμόρφωσης του προωθητικού μας βίντεο. Φυσικά ένα μεγάλο ποσοστό των λήψεων ήταν μη ικανοποιητικό και δεν χρησιμοποιήθηκε εν τέλη στη συνολική παραγωγή.

5.3 Η ΜΕΤΑΠΑΡΑΓΩΓΗ

Η σύγχρονη επεξεργασία του οπτικοακουστικού υλικού που έχουμε ήδη συλλέξει (αριθμεί σε 657 φωτογραφίες και 3:30 ώρες βίντεο) είναι γνωστή και ως μετα-επεξεργασία (post-editing). Χρησιμοποιείται τόσο από ερασιτέχνες όσο και από επαγγελματίες. Η μεταφόρτωση δηλαδή του οπτικοακουστικού υλικού σε μια σύγχρονη οπτικοακουστική παραγωγή και η συνολική επεξεργασία του υλικού που έχουμε στα χέρια μας , εντάσσεται στο στάδιο της μετά παραγωγής. Αυτό προϋποθέτει φυσικά το οπτικοακουστικό υλικό να υπάρχει αποθηκευμένο σε ψηφιακή μορφή ώστε να είναι ασφαλές και να μπορούμε να προχωρήσουμε στην κυρίως επεξεργασία του.

Στο συγκεκριμένο στάδιο , η ταινία αρχίζει να παίρνει την τελική της μορφή. Γίνεται προσεκτική επιλογή του υλικού που θα χρησιμοποιηθεί από τα γυρίσματα και στη συνέχεια όλες οι σκηνές και τα πλάνα ενώνονται (μοντάζ), για να αποτελέσουν στο τέλος ένα ενιαίο οπτικό θέμα. Να σημειωθεί ότι το υλικό προβάλλεται ξανά και ξανά για να εντοπιστούν τα καλύτερά του σημεία αλλά και τα σημεία που θα μπορέσουν εν τέλει να κολλήσουν μεταξύ τους. Ύστερα από τη σύνδεση όλων των στοιχείων ρυθμίζονται διάφορες παράμετροι και πραγματοποιούνται διαφόρων ειδών

βελτιώσεις, μεταβολές και τροποποιήσεις. Βασικό ρόλο για το τελικό αισθητικό οπτικό αποτέλεσμα παίζει η επεξεργασία διόρθωσης των χρωμάτων (colour correction), καθώς και του φωτισμού των πλάνων. Παράλληλα, στο πλαίσιο του ηχητικού τομέα της ταινίας, γίνονται όλες οι αναγκαίες διορθώσεις και η κατάλληλη επεξεργασία που χρειάζεται, όπως συμπληρωματικές ηχογραφήσεις, ηχητικός σχεδιασμός και η τελική μίξη του ήχου. Ως επί το πλείστον το στάδιο αυτό απαιτεί περισσότερο χρόνο ακόμη και από τα ίδια τα γυρίσματα. Κατά τη διάρκεια της μετά παραγωγής χρειάστηκε να επισκεφτούμε ξανά μέρη των οποίων το υλικό που είχε συγκεντρωθεί κρίθηκε ελλιπές , χρειάστηκε επίσης να μην χρησιμοποιηθεί υλικό από πολλά σημεία των γυρισμάτων και τέλος χρειάστηκε η αυστηρή επιλογή των κατάλληλων σημείων τα οποία θα μας ικανοποιούσαν στο τέλος.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 6^ο

Η δημιουργία-διαχείριση βίντεο καθώς και η σωστή στρατηγική βίντεο μάρκετινγκ δεν είναι εύκολη υπόθεση αλλά σίγουρα αξίζει τον κόπο και μπορεί να έχει αποτελέσματα πέρα από κάθε προσδοκία. Στην συγκεκριμένη εργασία δημιουργήθηκε βίντεο με τη χρήση του προγράμματος Filmora με σκοπό την προβολή των παραδοσιακών αρχοντικών κατοικιών του Δήμου Βοΐου. Η διαδικασία υλοποίησης αποτέλεσε ιδιαίτερο ενδιαφέρον. Αρχικά συλλέχθηκε οπτικοακουστικό υλικό (φωτογραφίες και βίντεο) με τη χρήση smartphone (iphone11) και drone (DJI manic pro) , έπειτα συλλέχθηκαν πληροφορίες σε ότι αφορά το Δήμο και την ιστορία του τόπου και ύστερα επιλέχθηκαν τα επιθυμητά σημεία. Κατόπιν τούτου , έγινε επίσκεψη των σημείων αυτών και τραβήχτηκαν σχετικές φωτογραφίες και βίντεο. Μετά την συλλογή του οπτικοακουστικού υλικού έγινε έλεγχος υλικού και αρχειοθέτηση σε ψηφιακούς φακέλους ώστε η διαδικασία να είναι πιο εύκολη και τέλος όλα αυτά επεξεργάστηκαν με τέτοιο τρόπο , ώστε να αποτελέσουν ένα ενιαίο σύνολο. Τη συσκευή επεξεργασίας και αποθήκευσης αποτέλεσε το Huawei MatebookD15 με λειτουργικό σύστημα Windows 10 Home.



Εικόνα 18 Λογότυπο προγράμματος Επεξεργασίας Filmora

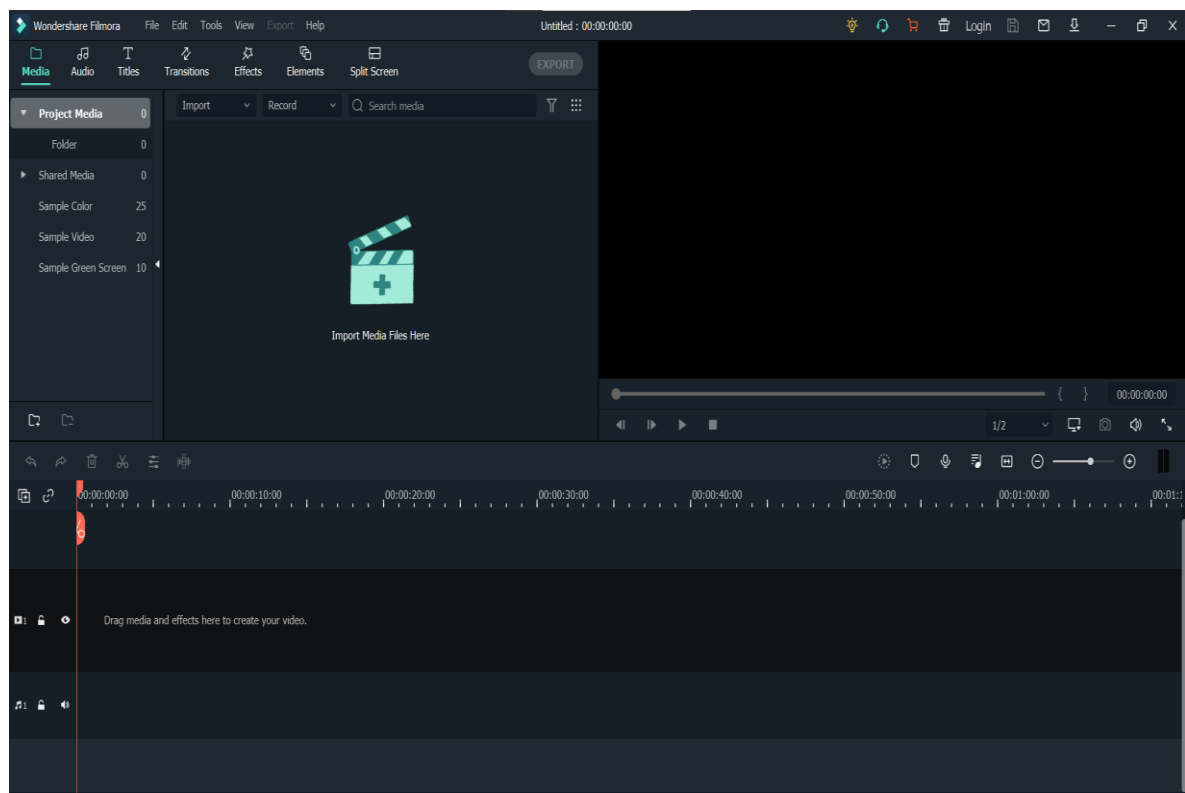
6.1 ΤΟ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ ΕΠΕΞΕΡΓΑΣΙΑΣ ΤΟΥ ΠΡΟΩΘΗΤΙΚΟΥ ΒΙΝΤΕΟ

Πριν την ραγδαία εξέλιξη των υπολογιστών και την δυναμική εισαγωγή τους στον κινηματογράφο και γενικότερα στις οπτικοακουστικές παραγωγές, η διαδικασία της επεξεργασίας και του μοντάζ ενός βίντεο ή μιας ταινίας ήταν αρκετά κουραστική εργασία και απευθυνόταν αποκλειστικά σε επαγγελματίες και σε έμπειρους χρήστες. Από τις αρχές της δεκαετίας του 1990 με την πρώτη κυκλοφορία προγραμμάτων επεξεργασίας βίντεο σε επιτραπέζιους υπολογιστές, η επεξεργασία των βίντεο πέρασε σε άλλη διάσταση. Από γραμμική που ήταν η επεξεργασία (συρραφή αποσπασμάτων από κασέτες σε κασέτα) πλέον έγινε μη-γραμμική και πλέον έχουμε να κάνουμε με το ψηφιακό οπτικοακουστικό περιεχόμενο και τα οφέλη του. Σήμερα, υπάρχουν προγράμματα που απευθύνονται σε επαγγελματίες και ερασιτέχνες, κάνοντας την επεξεργασία βίντεο πιο εύκολη από ποτέ. Για την επεξεργασία των βίντεο που τραβήχτηκαν και για την σύνθεση αυτών σε ένα ενιαίο βίντεο χρησιμοποιήθηκε η εφαρμογή πολυμέσων Filmora. Πρόκειται για ένα δωρεάν πρόγραμμα αναπαραγωγής και σύνταξης βίντεο που κυκλοφόρησε από την Wondershare Software (H.K.) Co., Ltd. Η εφαρμογή wondershare filmora μπορεί να δημιουργήσει, να επεξεργαστεί, να κόψει και να μετατρέψει βίντεο. Επί της ουσίας το Filmora είναι ένα ισχυρό πρόγραμμα επεξεργασίας βίντεο εύκολο και ολοκληρωμένο για ιδιωτική και επαγγελματική χρήση. Κατέχει 12.774.289 εκατομμύρια θετικές κριτικές και χρησιμοποιείται από πλήθος

γνωστών Youtuber και Instagramer. Οι δυνατότητες που προσφέρει στον χρήστη είναι οι εξής:

- Περικοπή βίντεο.
- Αποκοπή βίντεο.
- Διαγραφή μεσαίου τμήματος βίντεο.
- Μετακίνηση βίντεο και φωτογραφιών.
- Προσαρμογή σειράς φωτογραφιών και βίντεο.
- Προσθήκη προσωπικής μουσικής ηχογραφημένης και μη.
- συγχρονισμό ήχου και βίντεο.
- Συνδυασμός πολλαπλών ήχων.
- Προσθήκη ηχητικών εφέ.
- Προσαρμογή ταχύτητας βίντεο.
- Έλεγχος της έντασης για δύο και περισσότερα πρωτότυπα βίντεο και ήχου.
- Προσθήκη κειμένου σε βίντεο και φωτογραφία.
- Προσθήκη Emoji στην φωτογραφία.
- Συγχρονισμό βίντεο και κειμένου.
- Φιλτράρισμα βίντεο.
- Φιλτράρισμα εικόνων.
- Προσθήκη εικόνων και βίντεο πάνω στο κύριο βίντεο.

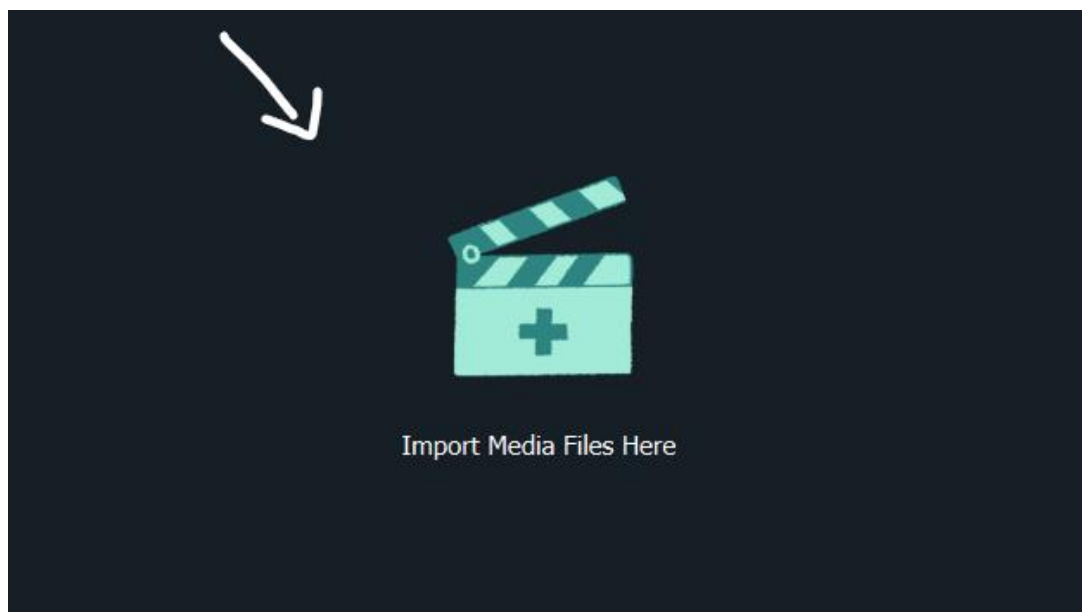
6.2 ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝ ΠΕΡΙΗΓΗΣΗΣ ΤΟΥ FILMORA ΚΑΙ ΑΝΑΛΥΤΙΚΗ ΠΑΡΟΥΣΙΑΣΗ ΤΩΝ ΔΥΝΑΤΟΤΗΤΩΝ ΤΟΥ



Εικόνα 19 Βήμα 1ο

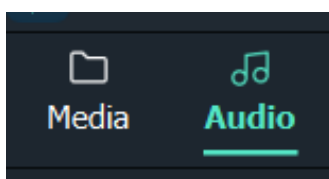
Στην πρώτη εικόνα βλέπουμε την αρχική σελίδα ή καλύτερα το αρχικό περιβάλλον περιήγησης, το οποίο εμφανίζεται με το που ανοίγουμε το πρόγραμμά μας. Αυτός ο χώρος εργασίας είναι δηλαδή η καρδιά του προγράμματος με τα εικονίδια των

συνολικών του λειτουργιών. Όπως μπορούμε να παρατηρήσουμε , όλες οι λειτουργίες του προγράμματος είναι ευδιάκριτες και κατανοητές συγκριτικά με άλλα προγράμματα περιήγησης.



Εικόνα 20 Βήμα 2ο

Με το παραπάνω εικονίδιο (εικόνα2) εισάγουμε στο πρόγραμμα όλα τα αρχεία των βίντεο και των εικόνων που σκοπεύουμε να χρησιμοποιήσουμε για την σύνθεση που πρόκειται να κάνουμε. Το πρόγραμμα είναι σημαντικό να αναφέρουμε ότι δεν μας περιορίζει στο πλήθος των αρχείων που μπορούμε να εισάγουμε . Επίσης, ανά πάσα στιγμή μπορούμε κάνοντας δεξί κλικ πάνω σε ένα βίντεο ή σε μια εικόνα να το αφαιρέσουμε από το περιβάλλον περιήγησής μας επιλέγοντας το delete.



Εικόνα 21 Βήμα 3ο

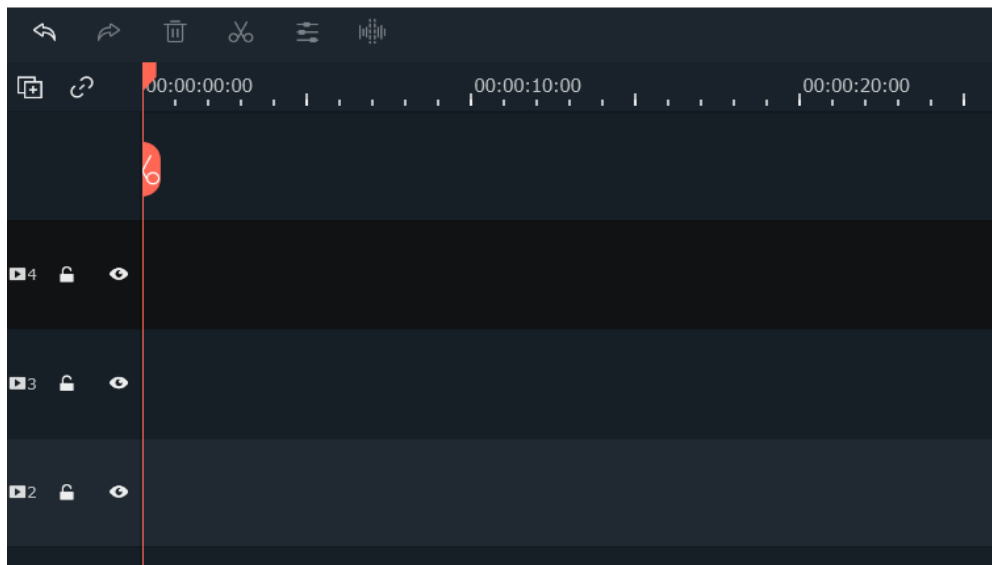
Δίπλα από το εικονίδιο Media και πάνω αριστερά βλέπουμε το Audio (εικόνα3) . Με την επιλογή αυτή , μας δίνεται η δυνατότητα να εμπλουτίσουμε το βίντεο μας με προσωπικές μας ηχογραφήσεις , με μουσική την οποία διαθέτουμε στα αρχεία μας , με μουσική που μπορούμε να κατεβάσουμε από το διαδίκτυο , με μουσική που μας

προτείνει το πρόγραμμα αλλά και με διάφορα ηχητικά εφέ που μας δίνονται επίσης δωρεάν.



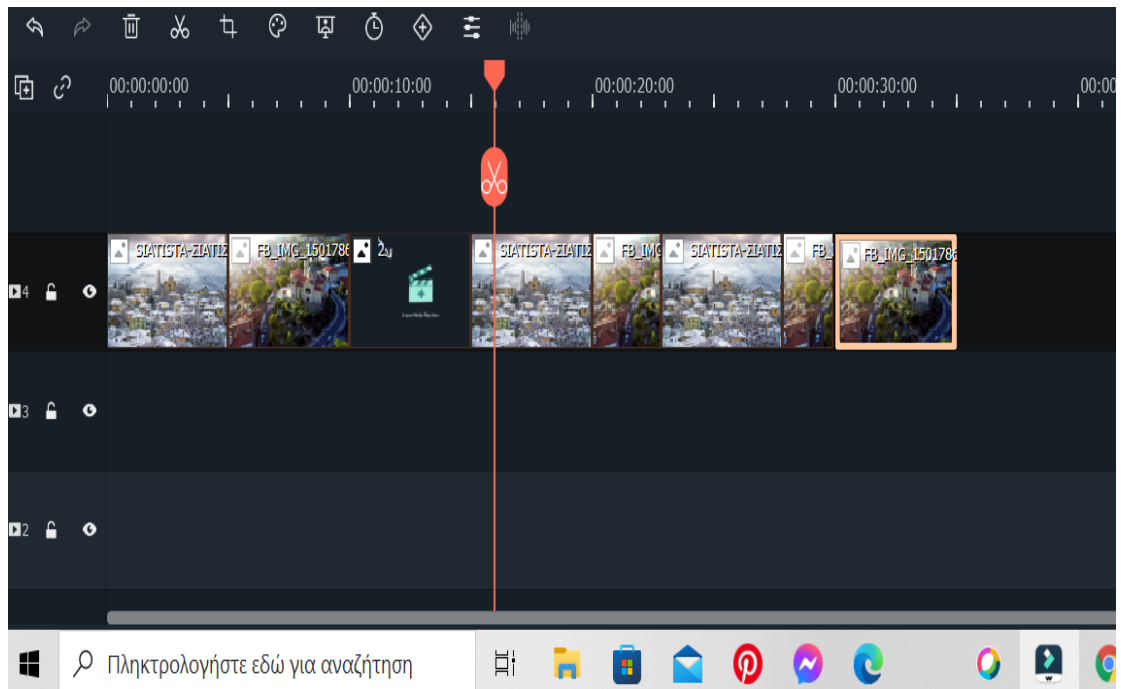
Εικόνα 22 Βήμα 4ο

Επιλέγοντας το παραπάνω εικονίδιο(εικόνα4) μπορούμε να προσθέσουμε κείμενο πάνω σε εικόνες , πάνω σε βίντεο , σε κενά φόντα αλλά και παράλληλα να τα επεξεργαστούμε επιλέγοντας μέγεθος, χρώμα , στυλ , γραμματοσειρά, μορφή εμφάνισης καθώς και να καθορίσουμε την ακριβή τους θέση .



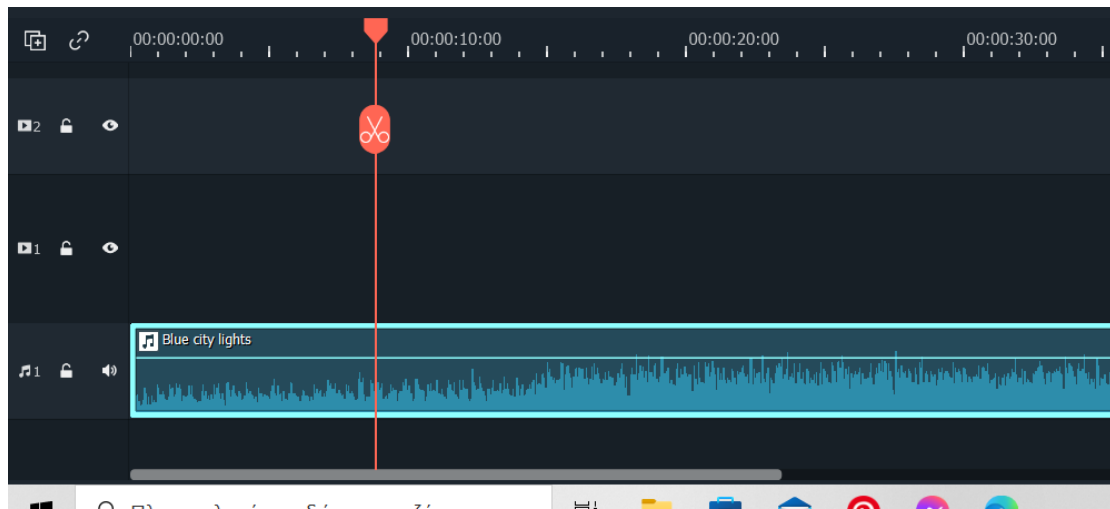
Εικόνα 23 Βήμα 5ο

Για να προσθέσουμε από τα media στο κυρίως βίντεο μας τα διάφορα αρχεία μας , πρέπει να τα σύρουμε από πάνω προς την παρακάτω σκούρα γραμμή. Με το που προσθέσουμε εικόνα ή βίντεο στην παραπάνω γραμμή ξεκινάει η κυρίως επεξεργασία μας (εικόνα5).



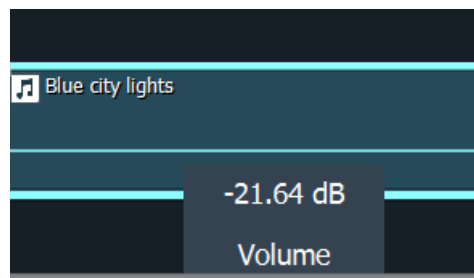
Εικόνα 24 Βήμα 6ο

Έχουμε προσθέσει τα αρχεία μας με τη σειρά που θέλουμε να προβληθούν και ο κόκκινος κέρσορας (εικόνα6) ή αλλιώς χρονοδιάδρομος timeline κινείται ανάλογα με το τι προβάλλεται. Μπορούμε να αλλάξουμε τη σειρά των αρχείων σύροντάς τα πάνω στην γραμμή εργασίας ενώ παράλληλα μπορούμε να αφαιρέσουμε όποιο από τα αρχεία έχουμε επιλέξει πατώντας δεξί κλικ και delete. Με το πάτημα του ψαλιδιού μου δίνεται αυτόματα η δυνατότητα να κόψω το βίντεο μου σε κομμάτια , κρατώντας μόνο αυτά που επιθυμώ ή μεταφέροντάς τα σε κάποιο άλλο σημείο του βίντεο (προηγούμενο και επόμενο). Η διαδικασία του κοψίματος είναι αρκετά χρονοβόρα καθώς και ιδιαίτερα απαιτητική διότι τα πλάνα τα οποία θα κοπούν πρέπει να συγχρονιστούν μεταξύ τους αλλά και με την αντίστοιχη μουσική που έχει επιλεγεί να παίζει παράλληλα.



Εικόνα 25 Βήμα 7ο

Στο βίντεο μου, επέλεξα να προσθέσω από την επιλογή audio την ηχογράφηση της φωνής μου αρχικά και έπειτα μουσική (κατεβασμένη από το διαδίκτυο) . Φυσικά και εδώ μπορούμε να περικόψουμε σημεία της μουσικής , να μετακινήσουμε τη μουσική όπως επιθυμούμε καθώς και να επιλέξουμε την έντασή της , ανεβοκατεβάζοντας την συγκεκριμένη μπλε γραμμή, η οποία μας ενημερώνει για τα εκάστοτε ντεσιμπέλ (εικόνα8).



Εικόνα 26 Βήμα 8ο



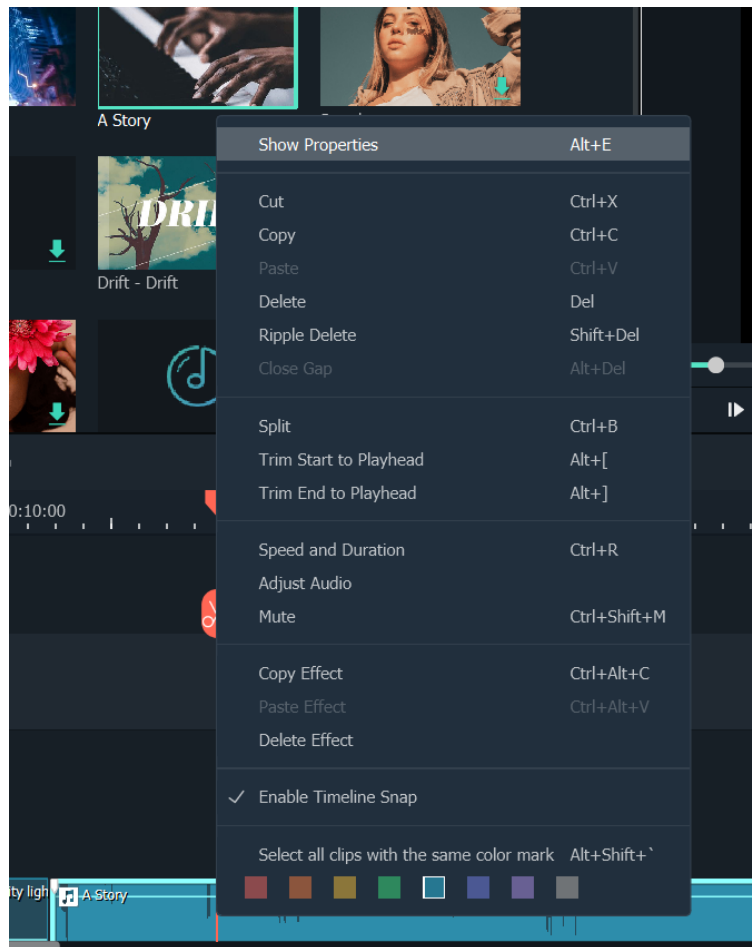
Εικόνα 27 γραμμή εργαλείων

Η συγκεκριμένη γραμμή εργαλείων μας επιτρέπει να αναιρέσουμε ένα βήμα που κάναμε ή να πάμε ένα βήμα μπροστά αντίστοιχα. Μας επιτρέπει επίσης να επιλέξουμε ένα κομμάτι και να το διαγράψουμε πατώντας τον κάδο , μας επιτρέπει να κάνουμε ρυθμίσεις διάρκειας προβολής εικόνας , διάρκειας προβολής βίντεο , να προσθέσουμε φίλτρα πάνω σε μια εικόνα ή ένα βίντεο και να κάνουμε crop των εικόνων μας ανάλογα με το τι θέλουμε να φαίνεται και τι όχι.



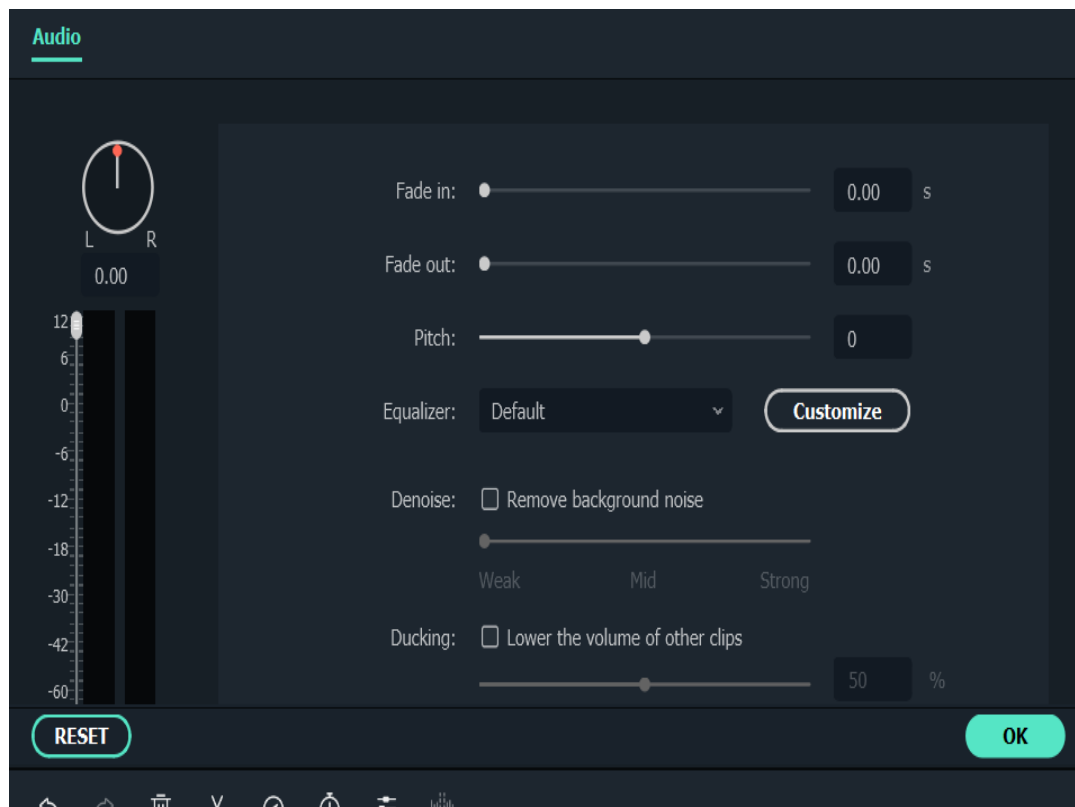
Εικόνα 28 Transitions

Όσον αφορά το εικονίδιο transitions (εικόνα10) αφορά τη σύνδεση των εικόνων και των βίντεο ώστε να είναι ομαλή η μετάβαση από το ένα αρχείο στο άλλο . Η μετάβαση είναι παραδοσιακή τεχνική των κινηματογραφιστών για την μεταφορά από μια σκηνή σε μία άλλη. Έτσι και στα προγράμματα επεξεργασίας αφού έχουμε ολοκληρώσει την αποκοπή των αποσπασμάτων μπορούμε να εισάγουμε και μεταβάσεις μεταξύ τους για πιο εντυπωσιακό αποτέλεσμα . Μπορούμε να ρυθμίσουμε την διάρκεια της μετάβασης αλλά και το είδος. Μερικές κατηγορίες μεταβάσεων είναι: η Εξαφάνιση (Fade) ,η διάλυση (Dissolve), το Σβήσιμο (Wipe), η Κίνηση 3D (3D motion), κ.α. Οι παραπάνω κατηγορίες περιέχουν πολλούς τύπους και τρόπους μετάβασης οι οποίοι είναι συνήθως επεξεργάσιμοι. Οι μεταβάσεις κάνουν δηλαδή τα αρχεία μας, να φαίνονται ως ενιαίο σύνολο με φυσιολογικές εναλλαγές και διακυμάνσεις. Μπορούμε να επιλέξουμε επίσης τα δευτερόλεπτα που θα διαρκούν αυτές οι εναλλαγές και αυτό είναι πολύ σημαντικό για να επιτευχθεί η σωστή διαδοχή.



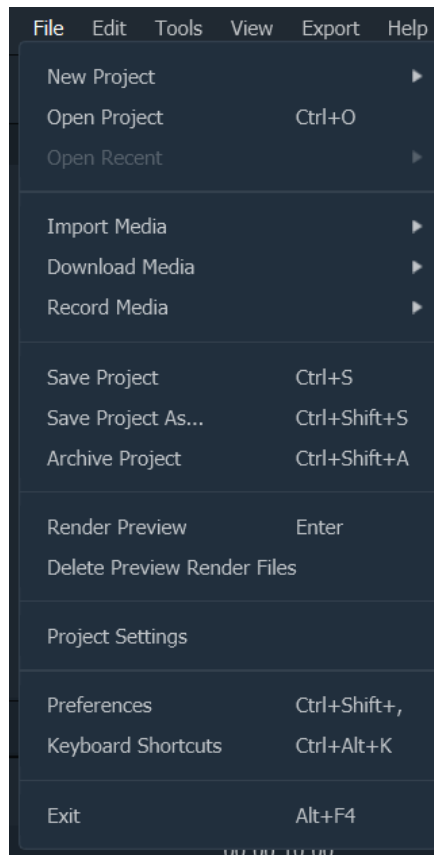
Εικόνα 29 περαιτέρω δυνατότητες

Κάνοντας δεξί κλικ πάνω στον ήχο μας , εμφανίζεται η δυνατότητα show properties.



Εικόνα 30 Ρυθμίσεις ήχου και μουσικής

Και πατώντας show properties έχουμε τη δυνατότητα να κάνουμε fade in και fade out στη μουσική ή στην ηχογραφημένη φωνή μας . Fade in είναι η εναρμονισμένη και ισορροπημένη εισαγωγή της φωνής μας ενώ fade out το πως αυτή τελειώνει χωρίς να γίνεται απότομη εναλλαγή (εικόνα12).



Εικόνα 31 Εξαγωγή βίντεο

Για να μπορέσουμε να πραγματοποιήσουμε εξαγωγή του βίντεο χρειάστηκε να πάμε σε αυτήν την οθόνη του προγράμματος , να επιλέξουμε save project as να το τοποθετήσουμε στην επιφάνεια εργασίας μας, να ονομάσουμε το αρχείο μας , να επιλέξουμε τον τύπο που θα γίνει η εξαγωγή και να δούμε αν θέλουμε να αλλάξουμε κάτι στις ρυθμίσεις (εικόνα13).

6.3 ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ- ΠΡΟΒΛΗΜΑΤΑ- ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ

Μετά από όλους αυτούς τους μήνες προσπάθειας, οι οποίοι αποσκοπούσαν στην διεκπεραίωση της Διπλωματικής εργασίας ,μπορούμε να επισημάνουμε πως η νέα τάξη πραγμάτων που μας επέβαλε η πανδημία του Covid 19 δυσχεραίνει σε πολύ μεγάλο βαθμό το ακαδημαϊκό έργο χιλιάδων φοιτητών, οι οποίοι εκτός των άλλων προβλημάτων βρέθηκαν για μεγάλο χρονικό διάστημα αντιμέτωποι με κλειστές

βιβλιοθήκες και απαγορεύσεις κυκλοφοριών κάτι που φανταζόμαστε ότι θα τους καθυστέρησε δραματικά . Επιπρόσθετα , αξίζει να σημειωθεί ότι για το καλύτερο επιθυμητό αποτέλεσμα είναι απαραίτητος ένας επαγγελματικός εξοπλισμός. Μια αξιοπρεπής φωτογραφική μηχανή και ένα γερό και βαρύ τρίποδο για να αποφεύγονται οι κραδασμοί. Η μελέτη των καιρικών συνθηκών επίσης με σκοπό συγκεκριμένες λήψεις ποτέ δεν θα είναι επαρκής αφού υπάρχουν τα απρόοπτα να ανατρέπουν τα πλάνα και να πρέπει να επανασχεδιάζονται μέχρι την τελευταία στιγμή. Επίσης, τα διαδικαστικά που πρέπει να ακολουθήσει κανείς για την είσοδό του στους συγκεκριμένους αρχαιολογικούς χώρους πρέπει να συμπεριληφθούν στην όλη οργάνωση των γυρισμάτων. Οι εφορίες αρχαιοτήτων απαιτούσαν πολύ καιρό πριν να γνωρίζουν ακριβείς ημερομηνίες άφιξης στον αρχαιολογικό χώρο, ακόμα και συγκεκριμένες ώρες, το οποίο λόγω εργασίας ήταν δύσκολο. Όπως γίνεται κατανοητό τα προβλήματα ήταν αναπόφευκτα, ωστόσο προσπαθήσαμε να προσαρμοστούμε για το καλύτερο δυνατό αποτέλεσμα. Το θετικό της υπόθεσης είναι ότι πλέον υπάρχουν χιλιάδες δωρεάν εφαρμογές για επεξεργασία βίντεο και φωτογραφιών , τα οποία είναι προσβάσιμα σε όλους τους χρήστες και επιτρέπουν τη δημιουργία υλικού ικανού να ανταγωνιστεί αντίστοιχα επαγγελματικά δημιουργήματα . Τέλος όσον αφορά μελλοντικές διορθώσεις και βελτιώσεις της εργασίας , σε αυτές θα μπορούσαν να συμπεριληφθούν η μετάφραση της εργασίας στα αγγλικά καθώς και η προσθήκη περισσότερων αρχοντικών στο θεωρητικό και οπτικοακουστικό περιεχόμενο.

Βιβλιογραφία

A., M. (2003). Μέσα Επικοινωνίας . Πάτρα : ΕΑΠ.

A., M. (2005). Καλλιτεχνική επικοινωνία , μαζικά μέσα και δημοκρατία . Αθήνα .

Αθανασοπούλου. (2003). Πολιτιστική Επικοινωνία , Μέσα επικοινωνίας . Πάτρα : ΕΑΠ.

Αποστόλου. (2005). Ιστορία της Σιάτιστας . Αθήνα : Εκδοτικός οίκος Δημητρίου Α.Ε

- Βεϊκου, Ν. ., (1989). Ελληνική Παραδοσιακή Αρχιτεκτονική Σιάτιστα. Αθήνα :
Μέλισσα .
- εργασία, Ο. (2008). Σιάτιστα η πόλη των κρυμμένων θησαυρών . Κοζανη : ANKO .
- Κοντολέκα, Μ. (2005). Η αρχιτεκτονική της Σιάτιστας (17ος-19ος αι) . Θεσσαλονίκη
: ΚΟΝΤΟΠΑΝΑΓΟΥ .
- Μουτσόπουλος, (1961-1964). Τα αρχοντικά της Σιάτιστας . Θεσσαλονίκη .
- Μουτσόπουλος, (1982). Οι ρίζες της παραδοσιακής μας Αρχιτεκτονικής . 57 . Αθήνα:
Ακαδημία Αθηνών.
- Μουτσόπουλος, (1993). Τα αρχοντικά της Μακεδονίας 15ος - 19ος Αιώνας .
Θεσσαλονίκη .
- Μουτσόπουλος, Ν. (1982). Οι ρίζες της παραδοσιακής αρχιτεκτονικής. 57. Αθήνα:
Ακαδημία Αθηνών.
- Μπόντας, Γ. (1978, Μάρτιος). Η Σιάτιστα με τα αρχοντικά της. *Βοϊακή ζωή* .
- Μπόντας, Γ. (2005). Τα αρχοντικά της Σιάτιστας . Κοζάνη : θάρρος .
- Νικόλαος, Μ. (χ.χ.). Οι ρίζες της παραδοσιακής μας αρχιτεκτονικής. 57. Αθήνα:
Ακαδημία Αθηνών.
- Σιδέρης, Π. (2002). Ο πολιτισμός ως εναλλακτικός τρόπος εκπαίδευσης και
ψυχαγωγίας στα μουσεία . Πάτρα : ΕΑΠ.
- Τσανασίδης. (2017). Η λαϊκή ζωγραφική στη Σιάτιστα : απο τον ζωγραφικό διάκοσμο
των αρχοντικών 18ος-19ος αι. στην σύγχρονη προσωπική λαϊκή ζωγραφική .
Αθήνα : Αδελφοί Βλάσση .
- Δέφνερ, Α. κ.συν. (2012), «Εισαγωγή-Το marketing και Branding του Τόπου στην
Ελλάδα» στο Δέφνερ, Α. & Καραγάλης, Ν.(επιμ.), Marketing και Branding τόπου : Η
διεθνής εμπειρία και πραγματικότητα, Βόλος: Πανεπιστημιακές Εκδόσεις Θεσσαλίας,
σ.17-37.
- Davidson R. & Rogers T., (2006), «Marketing destinations and venues for
conferences», Conventions and Business Events, Great Britain: Elsevier.

Kotler P., Asphund C., Rein I. and Heider D., (1999), «Marketing Places Europe: Attracting Investments, Industries, Residents and Visitors to European Cities, Communities, Regions and Nations», Pearson Education

Kotler, P., Haider, D. and Rein, I. (1993) Marketing Places. Attracting Investment, Industry and Tourism to Cities, States, and Nations. Maxwell Macmillan Int, New York.

Waters, R. D., & Jones, P. M. (2011). Using video to build an organization's identity and brand: A content analysis of nonprofit organizations' YouTube videos. *Journal of Nonprofit & Public Sector Marketing*

ΔΙΑΔΙΚΤΥΑΚΕΣ ΠΗΓΕΣ

Αθανασιάδης, Θ. (2019). Μοναδικό Χρώμα στη Σιάτιστα Κοζάνης. Ανακτήθηκε στις 3 Αυγούστου του 2020 από : <https://www.autotriti.gr/touring/news/data/ekdromes/144745.asp>

Ζωγράφου, Α. (2016). Σιατιστινοί γράφουν για την Σιάτιστα . Ανακτήθηκε στις 2 Αυγούστου του 2020 από : <http://www.siatistanews.gr/thema/thema-1-bibliografia-21-8-2016.html>

Δόδουρα, Χ. (2015). Αποκατάσταση του αρχοντικού Νερατζόπουλου στη Σιάτιστα Restoration of Neratzopoulos Mansion in Siatista. Ανακτήθηκε στις 3 Αυγούστου του 2020 από : <http://ikee.lib.auth.gr/record/285104>

Κουνταρατζής, Σ. (2021). Μελέτη Αποκατάστασης Ιερού Ναού Αγίου Ιωάννη του Προδρόμου στην Σιάτιστα. Ανακτήθηκε στις 2 Ιανουαρίου 2021 από : <http://ikee.lib.auth.gr/record/332132/?ln=en>

Τα αρχοντικά της Ανακτήθηκε στις 3 Δεκεμβρίου του 2020 από το my voio : Σιάτιστας <https://myvoio.com/> .

Together mag (2018) Αρχοντικό Πούλκως : Ιστορία μνήμες σαν παραμύθι
Ανακτήθηκε στις 17 Μαρτίου 2020 από : https://www.siatista-info.com/2017/11/blog-post_226.html

Χαρισσοπούλου, Β. (2017) Το αρχοντικό της Πούλκως ανοίγει τις πόρτες του
Ανακτήθηκε στις 17 Μαρτίου 2021 από : <https://parallaximag.gr/epikairotita/ellada/to-archontiko-tis-poulkos-anoigei-tis-portes-tou>

Αθανασιάδης, Θ. (2016) Σιάτιστα Αλαργινό Παλάτι . Ανακτήθηκε στις 17 Μαρτίου του 2020 από : <https://viewsofgreece.gr/siatista-arhontika/>

Κανατσούλη, Μ. (1984). Με αφορμή μια τοιχογραφία στο αρχοντικό Μανούση στη Σιάτιστα
Ανακτήθηκε στις 17 Φεβρουαρίου του 2021 από : <https://ejournals.epublishing.ekt.gr/index.php/makedonika/article/view/5828>

Καραμόσχος , Α. (2015) ΖΗΤΗΜΑΤΑ ΤΟΠΙΚΗΣ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ : Η ΠΕΡΙΠΤΩΣΗ ΤΟΥ ΔΗΜΟΥ ΒΟΪΟΥ. Ανακτήθηκε στις 17 Φεβρουαρίου 2021 από : <https://ir.lib.uth.gr/xmlui/bitstream/handle/11615/46753/14047.pdf?sequence=1>

Λινάκη , Ε. (2018) Πρόταση θεσμικού πλαισίου προστασίας παραδοσιακού οικισμού Σιάτιστας Βοΐου Κοζάνης
Protection framework for the traditional settlement of Siatista Voios Kozani and proposal for a coherent protection regulation. Ανακτήθηκε στις 6 Ιανουαρίου του 2022 από : <http://ikee.lib.auth.gr/record/299269>

Μουστάκας, Β. (2010) Εναλλακτικές μορφές οικονομικής ανάπτυξης υποβαθμισμένων περιοχών Βοΐου. Ανακτήθηκε στις 30 Αυγούστου του 2020 από : <https://anaktisis.uowm.gr/2392/>

Τσιόδουλος, Σ. (2015) Η διακοσμητική ζωγραφική των οικιών. Ανακτήθηκε στις 28 Αυγούστου 2020 από : <https://repository.kallipos.gr/handle/11419/3931>

Οικονόμου, Α. (2007) Συγκριτική διερεύνηση της αρχιτεκτονικής συγκρότησης και της περιβαλλοντικής συμπεριφοράς των παραδοσιακών κατοικιών του 19ου αιώνα στην Φλώρινα. Ανακτήθηκε στις 28 Αυγούστου 2020 από : <https://www.didaktorika.gr/eadd/handle/10442/19960>

Σαμαρά , Χ. (2012) Τουριστικό Μάρκετινγκ: η περίπτωση των έντυπων διαφημίσεων του ΕΟΤ για την προβολή της
Tourism marketing: the case study of the printed advertisements which were published by the Greek National Tourism Organization to promote Greece abroad from 2004 until today. Ανακτήθηκε στις 20 Μαρτίου του 2020 από : <http://ikee.lib.auth.gr/record/130819>

Σμαραγδάκη, Θ. (2008) Τουριστικό Μάρκετινγκ. Ανακτήθηκε στις 20 Μαρτίου του 2020 από: <https://apothesis.lib.hmu.gr/handle/20.500.12688/6983>