

ΤΡΙΜΗΝΙΑΙΑ ΕΝΗΜΕΡΩΤΙΚΗ ΕΚΔΟΣΗ



# ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΚά Χρονικά

Εξωτερική Αξιολόγηση  
του τμήματος Οδοντικής Τεχνολογίας

Το τρισυπόστατο της Εκάτης  
και οι Τριαδικές Θεότητες

Φώς laser: 50 χρόνια  
δημιουργικής δράσης

ΤΕΥΧΟΣ

ΟΚΤΩΒΡΙΟΣ  
ΝΟΕΜΒΡΙΟΣ  
ΔΕΚΕΜΒΡΙΟΣ  
2010

23





# ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΚά Χρονικά

Ιδιοκτησία	ΤΕΙ Αθήνας
Εκδότης	Δημήτριος Νίνος Πρόεδρος ΤΕΙ Αθήνας
Διευθυντής	Αντώνιος Καμμάς
Συντακτική Επιτροπή	Δημήτριος Νίνος Μιχαήλ Μπρατάκος Ιωάννης Χάλαρης Απόστολος Παπαποστόλου Γεώργιος Γιαννακόπουλος
Επιμέλεια έκδοσης	Ιφιγένεια Αναστασάκου Δώρα Φραγκούλη Δανάη Κονδύλη
Καλλιτεχνική Επιμέλεια έκδοσης	Έφη Παναγιωτίδη, efiranpan@yahoo.gr

## ΣΥΜΒΟΥΛΙΟ ΤΕΙ ΑΘΗΝΑΣ

Πρόεδρος	Δημήτριος Νίνος
Αντιπρόεδρος	Αντώνιος Καμμάς
Αντιπρόεδρος	Μιχαήλ Μπρατάκος
Αντιπρόεδρος	Ιωάννης Χάλαρης
Διευθύντρια ΣΕΥΠ	Ζαμπία Βαρδάκη
Διευθυντής ΣΤΕΦ	Δήμος Τριάντης
Διευθυντής ΣΓΤΚΣ	Ζωή Γεωργιάδου
Διευθυντής ΣΔΟ	Γιώργος Γιαννακόπουλος
Διευθυντής ΣΤΕΤΡΟΔ	Γιώργος Αγγελούσης
Γενική Γραμματέας	Κωνσταντίνα Μασούρα
Γραμματέας Συμβουλίου	Αφροδίτη Λάσκαρη

## ΕΠΙΤΡΟΠΗ ΕΚΠΑΙΔΕΥΣΗΣ ΚΑΙ ΕΡΕΥΝΩΝ

Πρόεδρος ΕΕ&Ε	Μιχαήλ Μπρατάκος
Αντιπρόεδρος	Αντιπρόεδρος ΤΕΙ-Α
Αντιπρόεδρος	Ιωάννης Τσάκης
Μέλη ΕΕ&Ε	Αθανάσιος Νασιόπουλος Γεώργιος Παναγιάρης Διονύσιος Κάβουρας Ευαγγελία Πρωτόππαπα Περικλής Λύτρας
Γραμματέας ΕΕ&Ε	Ιφιγένεια Αναστασάκου



**1. ΣΗΜΕΙΩΜΑ ΤΗΣ ΕΚΔΟΣΗΣ**

ΣΕΛ. 4



**2. ΕΚΠΑΙΔΕΥΣΗ**

ΠΜΣ με τίτλο «Εργαστηριακή και κλινική νοσηλευτική καρδιολογία»

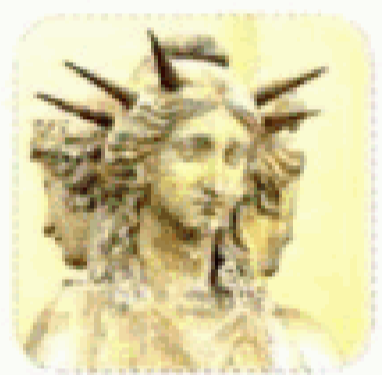
ΣΕΛ. 8

Συνάντηση Εργασίας

Προγράμματος Tempus

ΣΕΛ. 9

**3. ΑΡΘΡΑ - ΑΠΟΨΕΙΣ**



▪ **A. Καμμάς**

Το τρισυπόστατο της Εκάτης και οι Τριαδικές Θεότητες

ΣΕΛ. 11



▪ **Π. Μπουλανίκη**

Χημικές ουσίες

στα κατασκευαστικά υλικά των σπιτιών

ΣΕΛ. 14



▪ **Λ. Τσίλαγα και Α. Τζαναβέρα**

Βραχογραφίες:

Η προϊστορική ζωγραφική

ΣΕΛ. 19



▪ **A. Αραβαντινός**

Φώς laser: 50 χρόνια

δημιουργικής δράσης

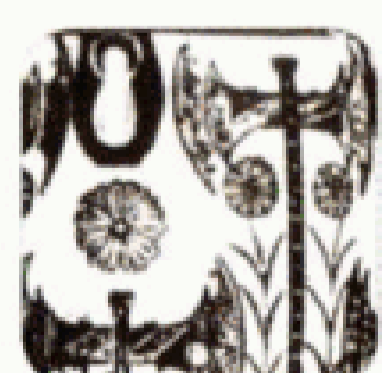
ΣΕΛ. 22



▪ **I. Μπουρής**

Δυστυχώς, ατενίζουμε τον ορίζοντα εμμένοντας να βλέπουμε την πρύμνη

ΣΕΛ. 28



▪ **Γ. Τσιούρης**

Η ιστορία της Κρήτης

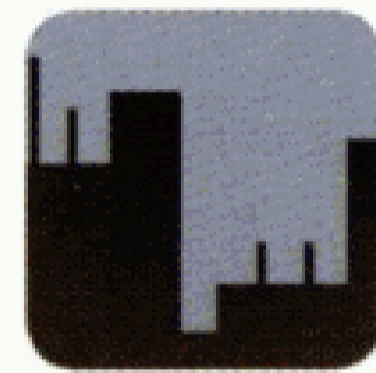
ΣΕΛ. 32



▪ **N. Χιωτίνης**

«Τελείωσαν τα ψέματα που είπαμ' ως εδώ...»

ΣΕΛ. 36



▪ **Σ. Στρατή**

Η διαφήμιση και η αρχιτεκτονική στην πόλη της Αθήνας: η περιγραφή μιας περίπτωσης αυθαιρεσίας

ΣΕΛ. 40



▪ **M. Μπρατάκος**

2011: Διεθνές Έτος Χημείας

ΣΕΛ. 42



**4. ΥΓΕΙΑ ΚΑΙ ΖΩΗ**

▪ **Ψυχογενής Βουλιμία**

ΣΕΛ. 45

▪ **Η ψυχολογία στην αναπαραγωγή -**

Το στρες της σύλληψης

ΣΕΛ. 47



**5. ΤΑ ΝΕΑ ΤΟΥ ΤΕΙ**

Νέα της Διοίκησης

ΣΕΛ. 50

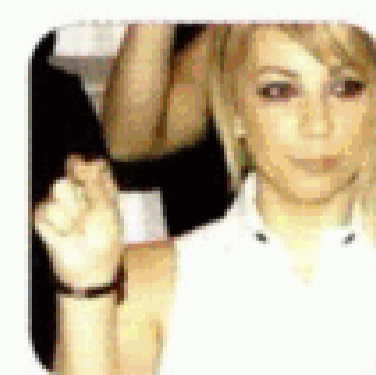
Νέα από τα Τμήματα

ΣΕΛ. 62

Νέα της Επιτροπής

Εκπαίδευσης και Ερευνών

ΣΕΛ. 84



**6. ΦΟΙΤΗΤΙΚΑ ΝΕΑ**

ΣΕΛ. 86



**7. ΗΜΕΡΟΛΟΓΙΟ ΕΚΔΗΛΩΣΕΩΝ**

ΣΕΛ. 90



Ο ΠΡΟΕΔΡΟΣ  
ΚΑΙ ΤΟ ΣΥΜΒΟΥΛΙΟ ΤΟΥ ΤΕΙ ΑΘΗΝΑΣ  
ΣΑΣ ΕΥΧΟΝΤΑΙ  
ΧΡΟΝΙΑ ΠΟΛΛΑ ΚΑΙ ΕΥΤΥΧΙΣΜΕΝΟ ΤΟ 2011

## 3

ΑΡΘΡΑ  
ΑΠΟΨΕΙΣ

- **Α. Καμμάς**  
Το τρισυπόστατο της Εκάτης  
και οι Τριαδικές Θεότητες
- **Π. Μπουλανίκη**  
Χημικές ουσίες  
στα κατασκευαστικά υλικά των σπιτιών
- **Λ. Τσίλαγα και Α. Τζαναβάρα**  
Βραχογραφίες: Η προϊστορική ζωγραφική
- **Α. Αραβαντινός**  
Φώς laser: 50 χρόνια δημιουργικής δράσης
- **Ι. Μπουρής**  
Δυστυχώς, ατενίζουμε τον ορίζοντα  
εμμένοντας να βλέπουμε την πρύμνη
- **Γ. Τσιούρης**  
Η ιστορία της Κρήτης
- **Ν. Χιωτίνης**  
«Τελείωσαν τα ψέματα που είπαμ' ως εδώ...»
- **Σ. Στρατή**  
Η διαφήμιση και η αρχιτεκτονική  
στην πόλη της Αθήνας: η περιγραφή  
μιας περίπτωσης αυθαιρεσίας
- **Μ. Μπρατάκος**  
2011: Διεθνές Έτος Χημείας

της Σ. Στρατή\*



## Η διαφήμιση και η αρχιτεκτονική στην πόλη της Αθήνας: η περιγραφή μιας περίπτωσης αυθαιρεσίας



Η διαφήμιση της πόλης -η «υπαίθρια» διαφήμιση στην καθιερωμένη της επωνυμία- στις μέρες μας χαρακτηρίζει το τοπίο της Αθήνας. Χωρίς σχεδιασμό ένταξης, η παρουσία της διαφημιστικής προβολής στην πόλη αποτελεί παράδειγμα της αυθαιρεσίας της κατάκτησης του τόπου της.

Οι προβολές της υπαίθριας διαφήμισης λειτουργούν επικοινωνιακά χρησιμοποιώντας διαύλους επικοινωνίας, δηλαδή σχετίζονται άμεσα με την αρχιτεκτονική της πόλης, το δημόσιο χώρο της και την κοινωνική ζωή.

Η διαπιστωμένη ένταση που η διαφήμιση προκαλεί στο χώρο αφορά και στη σχεδιαστική προβληματική του αστικού περιβάλλοντος.

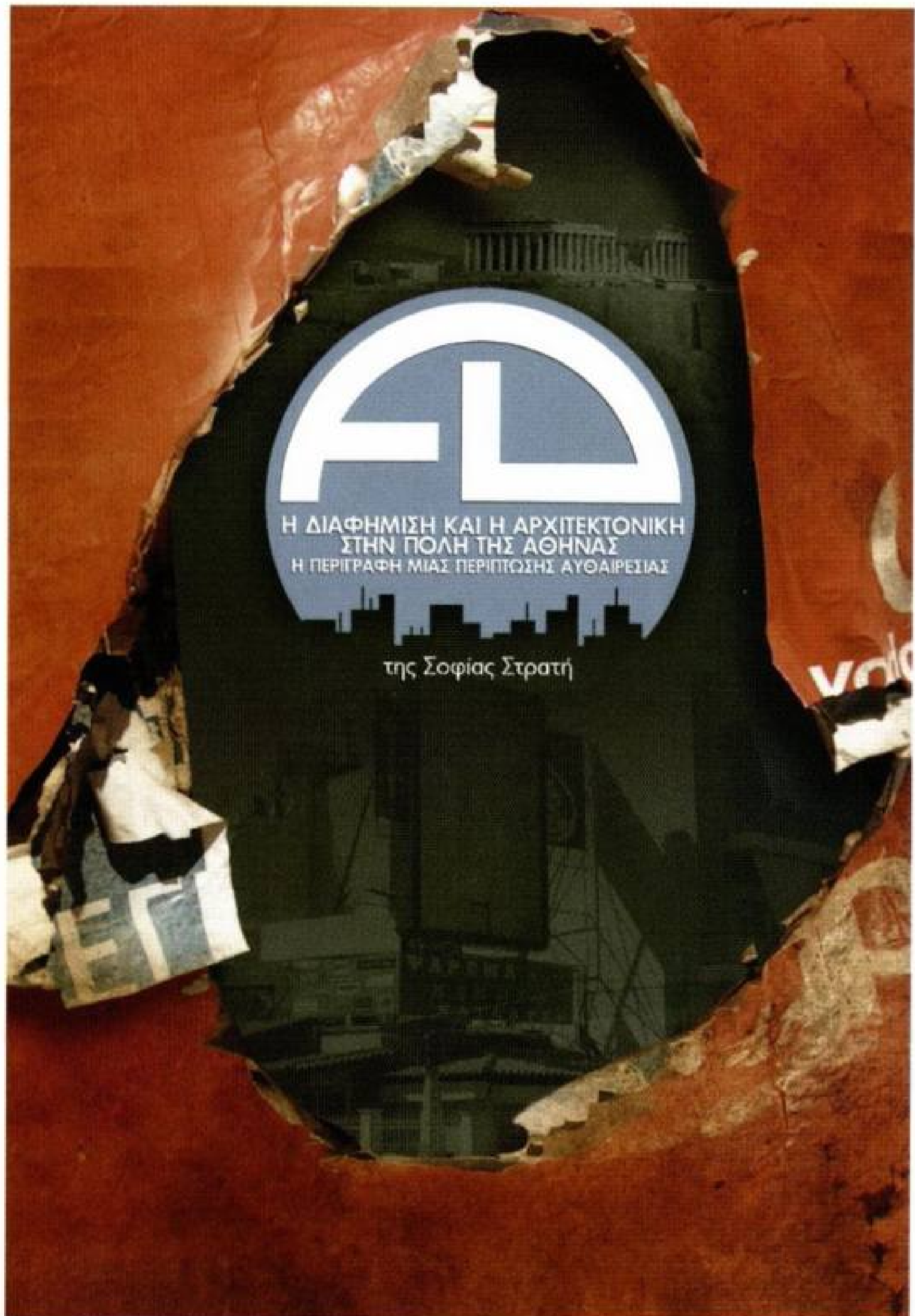
Η κατανομή των μηνυμάτων ενδιαφέρει ως χωροπλαστική λειτουργία κοινωνικού προϊόντος που πλάθει την εικόνα της πόλης και κατοπτρίζεται μέσα της ως πολιτισμικός δείκτης.

Τελικά, το αποτέλεσμα της σημερινής διαφημιστικής παρέμβασης συμβάλλει στην αποτύπωση μιας αταξίας στη συνολική εικόνα της πόλης, ώστε αν θέλουμε να προσεγγίσουμε το ζήτημα, θα έπρεπε να

διερευνήσουμε τους όρους και τους πιθανούς κανόνες κάτω από την εμφανιζόμενη «τυχαία» διάταξη της διαφήμισης.

*Το θέμα αυτό αφορά στη μελέτη του φαινομένου της διαφήμισης στην αρχιτεκτονική της πόλης σήμερα - μιας αυθαίρετης έκφρασης στο σύγχρονο πολιτισμικό περιβάλλον, καθώς και στη διατύπωση της διαρθρωτικής λογικής και της ερμηνείας της λειτουργίας της ως πιθανών θεωρητικών διαχειριστικών εργαλείων του ζητήματος της συνολικής αυθαιρεσίας των κοινωνικών αντιλήψεων και δράσεων στον παρόντα χρόνο και τόπο.*

\*Η κ. Σ. Στρατή είναι καθηγήτρια του τμήματος Γραφιστικής της ΣΓΤΚΣ του ΤΕΙ-Α



Η προσοχή εστιάζεται στην Αθήνα, ελληνική πόλη που αναζητά τη φυσιογνωμία της και διεκδικεί την οντότητά της ως ευρωπαϊκής πρωτεύουσας την αυγή του 21<sup>ου</sup> αιώνα.

Η προσπάθεια προσέγγισης του ζητήματος της υπαίθριας διαφήμισης εντάσσεται στον ευρύτερο προβληματισμό του θέματος της υποβάθμισης του περιβάλλοντος. Ειδικότερα, η αναζητήσή μας συγκεκριμενοποιείται στην ποιότητα της ζωής στην πόλη.

Τα ερωτήματα που θέτουμε ως πρωταρχικά είναι:

- Τι υπάρχει πίσω από τη φαινομενική σύγχυση της χωρικής οργάνωσης;
- Πώς με το σχεδιασμό και την ένταξη στην πόλη τα διαφημιστικά στοιχεία θα λειτουργούσαν ως εμπρόθετα επιλεγμένοι πολιτισμικοί προσδιορισμοί χωρικών συντελεστών;

Σύμφωνα με τις βασικές υποθέσεις της σχετικής εργασίας και την προτεινόμενη μεθοδολογία, θεωρούμε ότι για να αντιμετωπιστεί η πολλαπλότητα των προβλημάτων που ζητούν λύση χρειάζονται

ισχυρά και διαπεραστικά εργαλεία ανάλυσης και ταξινόμησης, συστηματικές τεχνικές και ικανές μέθοδοι σχεδιασμού, έτσι ώστε η συγκρότηση της λογικής των παρεμβάσεων σε κοινή εξέταση με την αυθαιρεσία να επαναπροσδιορίσει θετικά το κοινωνιολογικό νόημα της αρχιτεκτονικής της πόλης: «το πώς βρισκόμαστε μαζί» που παραμένει ποθητό και ζητούμενο στη σύγχρονη σκέψη.

Ευελπιστούμε η οριοθετημένη μελέτη του ζητήματος της υπαίθριας διαφήμισης στην Αθήνα να ικανοποιήσει την πρόθεσή μας να αξιοποιηθεί η προηγούμενη εμπειρία στη διαλεύκανση του θέματος και στη διατύπωση πρότασης ανατροπής του διάχυτου κανόνα. Δηλαδή, συγκεκριμένα να συνεισφέρει στην άρθρωση λόγου συναγωγής συμπερασμάτων, που θα μπορούσαν να φανούν χρήσιμα τόσο στην εκπαίδευση, όσο και στην έρευνα σε θέματα επικοινωνίας στο δημόσιο χώρο που αφορούν στη σχετική τρέχουσα πρακτική υλοποίησης παρεμβάσεων, καθώς και στην πολιτισμική απήχησή τους.



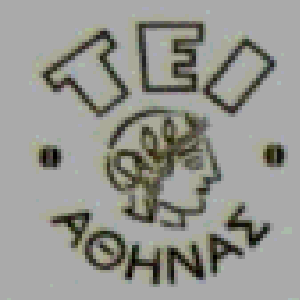
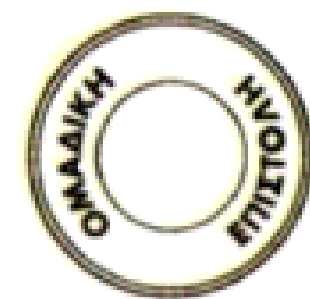
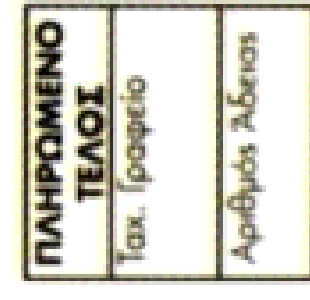
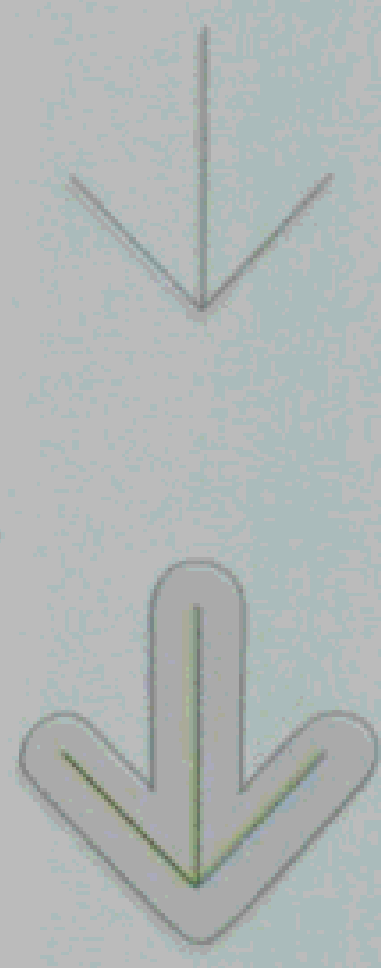


### **Δημοσίευση άρθρων**

Γίνονται δεκτά άρθρα που πραγματεύονται **επίκαιρα ζητήματα στο χώρο της εκπαίδευσης ή και θέματα γενικότερου ενδιαφέροντος**. Τα κείμενα πρέπει να αποστέλλονται με e-mail, σε μορφή Word, ενώ οι φωτογραφίες που τα συνοδεύουν πρέπει να είναι σε ηλεκτρονική μορφή (.tiff ή .jpg) σε υψηλή ανάλυση. Η βιβλιογραφία, αν υπάρχει, παρατίθεται μόνο με τη μορφή υποσημειώσεων. Τα άρθρα, τα οποία μπορεί να είναι πρωτότυπα ή αναδημοσιεύσεις, δεν επιτρέπεται κατά κανόνα να υπερβαίνουν τις 2.000 λέξεις.

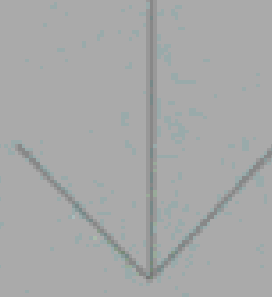
Για να δημοσιευτεί ένα κείμενο, πρέπει να εγκριθεί από την Συντακτική Επιτροπή. Η μερική ή ολική αναπαραγωγή κειμένων του περιοδικού επιτρέπεται μόνο με την άδεια του Εκδότη.

Οι ενδιαφερόμενοι μπορούν να επικοινωνούν με την κα Ι. Αναστασάκου, τηλ.: 210 5385174,  
Fax: 210 5385852, e-mail: [eee@teiath.gr](mailto:eee@teiath.gr)



Αγ. Σπυριδωνος, 122 10 Αιγάλεω  
Τηλ.: 210 538 5100, fax: 210 591 1590  
e-mail: [info@teiath.gr](mailto:info@teiath.gr), [webmaster@teiath.gr](mailto:webmaster@teiath.gr)

ISSN 1791-7247



[www.teiath.gr](http://www.teiath.gr)