

Η εξέλιξη του πλοίου μέσα από καρτολίνες σιγαρέτων



Στις αρχές του 20ου αιώνα εικόνες πολιτικών, ηθοποιών ή γεγονότων της εποχής εμφανίζονται σε κάρτες τσιγάρων. Από την νέα μόδα δεν απέχουν και τα πολυτελή υπερωκεάνια τα οποία απεικονίζονται στις καρτολίνες ως μέσο διαφήμισης. Από τις μοναδικές συλλογές των καρτολινών που έχουν εκδοθεί σε ειδικά περιοδικά μπορεί κανείς να παρακολουθήσει ακόμα και την εξέλιξη του πλοίου ανά τους αιώνες. Γράφει ο συγγραφέας-πλοίαρχος Α. Ι. Τζαμτζής

Το 1878 στην Αμερική η σιγαρεττοβιομηχανία που κατασκεύαζε τα τσιγάρια «Marquis of Lorne» τοποθετεί στο εσωτερικό των πακέτων της μια μικρή φωτογραφία της ομώνυμης μαρκησίας, μας πληροφορεί η Πηνελόπη Γιακουμάκη στο βιβλίο της «Η Ιστορία του Ελληνικού Τσιγάρου» (έκδοση ΕΛΙΑ 1997) και συνεχίζει: «Το κοινό σκύβει με ενδιαφέρον στους μικρούς ρεαλιστικούς πίνακες που ταχυδακτυλουργικά, σχεδόν μαγικά, βγαίνουν από τα σκοτεινά κουτιά και παρουσιάζονται στα χέρια των φωτογράφων... Το 1901 οι πρώτες θαυμάσιες σειρές καρτών για τσιγάρια είναι πραγματικότητα. Στα πακέτα της «American Tobacco Company» εισέρχουν φωτογραφίες πολιτικών, ηθοποιών ή γεγονότων της εποχής». Η πλημμυρίδα μικρών καρτών, 7 x 3,5 εκατοστά, έμπαιναν στα πακέτα των τσιγάρων και κατακλύζανε την αγορά, με τα θέματα να ποικίλουν σε έμπνευση, πρωτοτυπία, ποιότητα και αισθητική. Με το γύρισμα του αιώνα σχεδόν όλες οι αγγλικές καπνοβιομηχανίες ακο-

λουθούν το αμερικανικό εγχείρημα, με αποτέλεσμα να παράγονται όγκοι από cigarette cards σε αφάνταστη ποικιλία θεμάτων. Γύρω στο 1930 στην Αγγλία, τη χώρα των χόμπι και των συλλογών, εμφανίζονται οι πρώτοι έμποροι των cigarette cards. Λέσχες «καρτοφίλων» ιδρύονται σε ολόκληρη τη χώρα και εκδίδονται ειδικά περιοδικά και βιβλία. Οι κάρτες προβιβάζονται σε συλλεκτικά αντικείμενα.

ΥΠΕΡΩΚΕΑΝΙΑ ΣΕ ΚΑΡΤΟΛΙΝΕΣ

Οι πρώτες δεκαετίες του εικοστού αιώνα ήταν η εποχή της ακμής των υπερωκεανίων. Οι πλοιοκτήτριες εταιρείες τους με άρθρα στον Τύπο ή με κάθε είδους διαφήμιση προσπαθούσαν να προωθήσουν την καλή φήμη των πλοίων τους και των υπηρεσιών που προσφέροναν. Για κάθε καινούργιο υπερωκεάνιο σχεδόν χωρίς εξαίρεση χρησιμοποιούσαν το χαρακτηρισμό «πλωτή πόλη», προκειμένου να το περιγράψουν και με το χαρακτηρισμό αυτόν προσπαθούσαν να εντυπωσιάσουν τους μέλλοντες ταξιδιώτες με το μέγεθος και την α-

σφάλεια του πλοίου με το οποίο θα περνούσαν τον ωκεανό.

Οι διαφημιστές συναγωνίζονταν στη χρήση και των πιο φανταχτερών εκφράσεων της εποχής εκείνης, προκειμένου να εντυπωσιάσουν τους πελάτες. Ευρύχωρα, μεγαλειώδη, μυθώδη και πολλά άλλα παρόμοια ήταν τα επίθετα με τα οποία συνόδευαν τις περιγραφές των «πλωτών ανακτόρων» των δεκαετιών του είκοσι και τριάντα. Εικονογραφημένα περιοδικά, αφίσες και φυλλάδια κάθε είδους κυκλοφορούσαν στις ευρωπαϊκές πρωτεύουσες και πόλεις με σχέδια και καλλιτεχνικές εικονογραφίες που σχεδιάζονταν από έμπειρους διαφημιστές, προκειμένου να δείξουν το μέγεθος και την εσωτερική πολυτέλεια των πλοίων αυτών. Με σκοπό να προσελκύσουν οι πελάτες επιστρατεύονταν κάθε τύπος διαφήμισης και κάθε είδος προβολής. Καθώς η περίοδος αυτή χαρακτηριζόταν «περίοδος των υπερωκεανίων» φυσικό ήταν και το πάντρεμά τους με τη μόδα των «καρτών των τσιγάρων». Έτσι τα πιο διάσημα υπερωκεάνια απεικονίζονταν ►

