

Ο ρόλος της αυτοκίνησης στην κουλτούρα του ελεύθερου χρόνου των ελληνικών μεσαίων και κατώτερων τάξεων κατά την περίοδο 1950 - 1970

Αλεξία Σοφία Παπαζαφειροπούλου*

Η αυτοκίνηση ως υλική έκφραση κοινωνικοπολιτισμικών μετασχηματισμών

Η αυτοκίνηση αποτελεί ένα τεχνολογικό σύστημα που έχει διαμεσολαβήσει περισσότερο ίσως από κάθε άλλο την σχέση των ανθρωπίνων κοινωνιών με το πολιτισμικό και φυσικό τους περιβάλλον κατά τον 20^ο αιώνα, σε επίπεδο τόσο μακροκλίμακας, όσο και μακροκλίμακας. Πέρα απ' το ότι οι οδικές υποδομές κυριαρχούν στην χωροταξική οργάνωση του νεωτερικού τοπίου παγκοσμίως, ή το ότι ο φορντισμός αποτέλεσε το πρότυπο σύγχρονης μαζικής βιομηχανικής παραγωγής, τα αυτοκίνητα έχουν αποτελέσει τα τεχνολογικά προϊόντα που έχουν συμβάλει στην δημιουργία συλλογικών καταναλωτικών και πολιτισμικών προτύπων περισσότερο από οποιαδήποτε άλλα.

Ως κοινωνικοί δρώντες όμως, που λειτουργούμε καθημερινά μέσα στο πλαίσιο πολιτισμικών και χωρικών σχέσεων, στην σύγχρονη εποχή τείνουμε να βλέπουμε ως «φυσικά» τα τεχνολογικά συστήματα που μας περιβάλλουν και των οποίων οι ίδιοι αποτελούμε μέρος τους.¹ Υπό αυτήν την έννοια συχνά παραγνωρίζεται ότι οι τεχνολογίες έχουν αποτελέσει προϊόν διαδικασιών που είναι απόλυτα συνυφασμένες με την ιστορία των ίδιων των κοινωνιών, με πολιτισμικές νοοτροπίες, με πρότυπα και κώδικες συμπεριφοράς, με πολιτικές παραμέτρους καθώς και με οικονομικά και κοινωνικά αιτήματα. Παρά το γεγονός λοιπόν, ότι τα τεχνολογικά συστήματα, όπως αυτό της αυτοκίνησης εκλαμβάνονται ως «παγκόσμια», στο βαθμό που αυτά εμβαπτίζονται σε συγκεκριμένα ιστορικά πλαίσια, είναι χρήσιμο να τα εξετάζουμε εντός των κοινωνικοπολιτισμικών τους συμφραζομένων.

Η μεθολογική αυτή προσέγγιση αποτέλεσε το εφαλτήριο για την ανάπτυξη του πεδίου των Σπουδών Επιστήμης και Τεχνολογίας από την δεκαετία του 1980 κι εξής, με σκοπό την μελέτη του αμοιβαίου επικαθορισμού των τεχνολογικών και κοινωνικοπολιτισμικών φαινομένων.² Επιπλέον από τη δεκαετία του 1990 κι εξής, στη διεθνή βιβλιογραφία συγκροτείται το λεγόμενο «παράδειγμα των Κινητικότητας».³ Με αφετηρία την παρατήρηση ότι κατά τη μεταπολεμική κυρίως εποχή παρατηρείται εντατικοποίηση της κινητικότητας ανθρώπων, κεφαλαίων, αγαθών, πληροφοριών, αλλά και ιδεών και κοινωνικών προτύπων,

* Αλεξία Σοφία Παπαζαφειροπούλου, υποψήφια διδάκτορας Ιστορίας της Τεχνολογίας, Εθνικό Μετσόβιο Πολυτεχνείο. Η παρούσα έρευνα έχει συγχρηματοδοτηθεί από την Ευρωπαϊκή Ένωση (Ευρωπαϊκό Κοινωνικό Ταμείο - ΕΚΤ) και από εθνικούς πόρους μέσω του Επιχειρησιακού Προγράμματος «Εκπαίδευση και Διά Βίου Μάθηση» του Εθνικού Στρατηγικού Πλαισίου Αναφοράς (ΕΣΠΑ) – Ερευνητικό Χρηματοδοτούμενο Έργο: Ηράκλειτος II Επένδυση στην κοινωνία της γνώσης μέσω του Ευρωπαϊκού Κοινωνικού Ταμείου.

¹ (Michael 2001, 60 – 3)

² (Callon 1997, 77 – 98. Hughes 1997, 51 – 82. Pinch –Bijker 1997, 17 – 50. Brey 2003, 33 – 72. Edwards 2003, 185 – 226).

³ (Urry, 1995. Urry, 2000. Urry 2007. Cresswell 2006. Cresswell – Merriman 2011)

υποστηρίζεται ότι οι κοινωνικές και πολιτισμικές ταυτότητες των σύγχρονων υποκειμένων κατασκευάζονται σε μεγάλο βαθμό σε συνάρτηση με τα δίκτυα κίνησης στα οποία συμμετέχουν. Επιπλέον, επεκτείνοντας την προβληματική του Pierre Bourdieu σύμφωνα με την οποία η κοινωνική διάκριση συντελείται βάσει όχι μονάχα χρηματικού αλλά και συμβολικού κεφαλαίου,⁴ στο πλαίσιο του παραδείγματος των Κινητικότητων υποστηρίζεται ότι η διαδικασία της κοινωνικής διάκρισης κατά την ύστερη νεωτερικότητα σχετίζεται σε μεγάλο βαθμό με το λεγόμενο κεφάλαιο κινητικότητας, που συνίσταται στην δυνατότητα για κίνηση και την προσβασιμότητα σε υποδομές, μέσα και υλικά ή συμβολικά προϊόντα διακίνησης (mobility capital ή motility).⁵

Εφορμώντας από τους παραπάνω μεθοδολογικούς προβληματισμούς, σκοπός της παρούσας εργασίας είναι να καταδείξει ότι η μελέτη της αυτοκίνησης ως υλικής έκφανσης της κουλτούρας μπορεί να συμβάλλει σημαντικά στην κατανόηση των κοινωνικοπολιτισμικών μετασχηματισμών που συνδέονται με την συγκρότηση ταυτοτήτων στην ελληνική μεταπολεμική κοινωνία. Υπό αυτό το ερευνητικό πρίσμα, το αυτοκίνητο μπορεί να ειπωθεί ως ένα εμβληματικό προϊόν της νεωτερικής και μετανεωτερικής καταναλωτικής κουλτούρας που μέσω των κυκλοφοριακών ροών οχημάτων, ανθρώπων αλλά και πολιτισμικών στερεοτύπων αναδιατάσσει τις κοινωνικές δομές. Οι αρχαιακές πηγές στις οποίες βασίστηκε κατά κύριο λόγο η παρούσα έρευνα περιλαμβάνουν στοιχεία της Εθνικής Στατιστικής Υπηρεσίας και του ειδικού Τύπου του αυτοκινήτου, και συμπληρωματικά, το Αρχείο του Ιδρύματος Καραμανλή καθώς και την τεχνική επετηρίδα της υπό μελέτη περιόδου, *Τεχνικά Χρονικά*.

Ο μεγαλοαστικός χαρακτήρας της αυτοκίνησης

Πως ακριβώς όμως λαμβάνει χώρα ο μετασχηματισμός της ελληνικής κοινωνίας αναφορικά με την αυτοκίνηση; Ο δημόσιος χώρος ήδη από την εποχή του Μεσοπολέμου, κυρίως στις πόλεις αλλά και στην ύπαιθρο βαθμιαία αναδιοργανώνεται έτσι ώστε να εξυπηρετήσει τις ιδιωτικές μετακινήσεις του αυτοκινήτου. Οι ιδιωτικές αυτές μετακινήσεις τις πρώτες δεκαετίες του 20^{ου} αιώνα έχουν δύο κύρια χαρακτηριστικά. Πρώτον αφορούν την μεγαλοαστική τάξη και δεύτερον συνδέονται με την αναψυχή και τον ελεύθερο χρόνο. Η χωροταξική αναδιάταξη των μετακινήσεων, σε μια εποχή που τα μέσα συγκοινωνίας ήταν ακόμη αρκετά περιορισμένα, λαμβάνει χώρα προς χάριν μιας προνομιούχας πλειοψηφίας επωγούμενων.⁶ Με αυτό το δεδομένο η κυκλοφορία του αυτοκινήτου στην ύπαιθρο και

⁴ (Bourdieu 2003, 155 – 162. Bourdieu, 14 – 25)

⁵ (Kaufmann – Bergman – Joye 2004, 745)

⁶ Παρά το ότι στην περιοχή τουλάχιστον του πολεοδομικού συγκροτήματος Αθηνών – Πειραιώς, από την δεκαετία του 1920 κι εξής υπάρχει σημαντική πύκνωση στα δίκτυα συγκοινωνιακών μεταφορών σε σχέση με

κυρίως στην πόλη εκλαμβάνεται αρχικά από τις υπόλοιπες οικονομικές και κοινωνικές ως μία «εισβολή» των μεγαλοαστών στο δημόσιο χώρο, που είχε τρόπον τινά και μία ταξική διάσταση. Αυτό το φαινόμενο παρατηρείται σε πολλές δυτικές κοινωνίες κατά τα πρώτα χρόνια διάδοσης του αυτοκινήτου και δικαιολογείται στο βαθμό που το νομοθετικό κενό σε σχέση με την κυκλοφορία αυτοκινήτου έδινε το περιθώριο για αυθαιρεσίες στην κυκλοφοριακή συμπεριφορά των μεγαλοαστών οδηγών. Το φαινόμενο αυτό ερμηνεύει προφανώς και την εχθρική διάθεση των κατωτέρων τάξεων προς τα οχήματα, με χαρακτηριστικό παράδειγμα τις περιπτώσεις επιθέσεων αγροτών σε αυτοκίνητα.⁷

Ως αντιπροσωπευτικό παράδειγμα που αφορά στην ελληνική περίπτωση μπορεί να αναφερθεί ότι σε δελτία που εκδίδονται από τα τμήματα Τροχαίας παρατηρείται ότι αυτονόητες οδηγίες κυκλοφοριακής συμπεριφοράς που δίνονται στους οδηγούς, όπως για παράδειγμα ότι οι οδηγοί δεν πρέπει να συναγωνίζονται μεταξύ τους σε ταχύτητα στους δρόμους της πόλης διατυπώνονται μάλλον ως συμβουλές παρά ως υποχρεωτικοί κανόνες, σε αντίθεση με τις οδηγίες κυκλοφοριακής αγωγής προς τους πεζούς οι οποίες είχαν υποχρεωτικό χαρακτήρα κι επέσυραν ποινές.⁸ Κατά συνέπεια, η αυτοκίνηση ανασηματοδοτεί τις κοινωνικές κατηγορίες, καθ' ότι ο διαχωρισμός της κυκλοφορίας μεταξύ πεζών κι επωχουμένων στο πλαίσιο κυρίως του αστικού και του περιαστικού περιβάλλοντος αποτέλεσε την υλική και τεχνολογική εκδήλωση του διαχωρισμού μεταξύ ανώτερων και κατώτερων εισοδηματικά στρωμάτων.

Η μετατόπιση της κοινωνικής σημασιοδότησης του αυτοκινήτου

Η κατάσταση αυτή αλλάζει σταδιακά κατά τις πρώτες μεταπολεμικές δεκαετίες από το 1950 έως το 1970. Παρατηρείται δηλαδή μία σημαντική μετατόπιση όσον αφορά στην κοινωνική σημασιοδότηση του αυτοκινήτου ως μεταφορικού μέσου ιδιωτικής χρήσης. Η μετατόπιση αυτή συνδέεται βέβαια με την διάδοση της χρήσης του σε ευρύτερα πληθυσμιακά στρώματα και κατά κύριο λόγο στην αναδυόμενη μεσαία τάξη. Αυτό είναι κατ' αρχάς εμφανές από τα σχετικά στοιχεία της Στατιστικής Υπηρεσίας, σύμφωνα με τα οποία κατά την εικοσαετία 1954 – 1974 ο αριθμός των κυκλοφορούντων οχημάτων συνολικά στην Ελλάδα, σημειώνει αύξηση στο σύνολο των οχημάτων 1.270% και αντίστοιχη ποσοστιαία αύξηση

την προγενέστερη περίοδο μέχρι και την δεκαετία του 1960 η πλειοψηφία του κόσμου μετακινείτο κυρίως πεζή. Από τα μέσα της δεκαετίας του 1960 κι εξής, η άνοδος του μέσου εισοδήματος επιτρέπει την χρήση μέσων συγκοινωνίας για μεγαλύτερες πληθυσμιακές ομάδες, κι έκτοτε γενικεύεται σταδιακά κι η χρήση του ιδιόκτητου αυτοκινήτου. (Smith 1963: XXII)

⁷ Για παράδειγμα αναφέρεται ότι μία προσφιλής συνήθεια των μεγαλοαστών που ανακάλυπταν νέες δραστηριότητες στη φύση με το αυτοκίνητό τους στην αμερικανική και την ευρωπαϊκή ύπαιθρο, ήταν να ανταγωνίζονται ποιος θα σκότωνε περισσότερα από τα οικόσιτα ζώα που περιφέρονταν γύρω από τις παρακείμενες φάρμες, γεγονός που μάλλον δικαιολογημένα προκαλούσε την οργή των αγροτών που στήριζαν τη διαβίωσή τους σε αυτά. (Ladd, 2012: 25).

⁸ («Ανακοίνωσις του β' τμήματος Τροχαίας»: 107)

2.396% ειδικά για τα επιβατικά οχήματα κατά την ίδια περίοδο.⁹ Οι ανοδικές τάσεις διαφαίνονται και από την αναλογία αυτοκινήτου ανά κεφαλή, για την ίδια περίοδο. Συγκεκριμένα, το 1954 ένα όχημα αντιστοιχεί σε 168 κατοίκους (αναλογία 0,59%), το 1964 ένα αυτοκίνητο αντιστοιχεί σε 44 κατοίκους (αναλογία 2,72%) και το 1974 αντιστοιχεί ένα αυτοκίνητο σε 14 κατοίκους (7,14%). Επιπλέον, ο αριθμός των επιβατικών αυτοκινήτων υπερέρχει συντριπτικά σε σχέση με το σύνολο των οχημάτων, και μάλιστα η αναλογία αυτή αυξάνεται από το 32,19% το 1954, στο 58,81% το 1974.¹⁰

Αντίστοιχη είναι η εικόνα που προκύπτει αναφορικά με την διάδοση της χρήσης του αυτοκινήτου σε ευρύτερα κοινωνικά στρώματα, εάν ληφθούν υπ' όψιν οι δαπάνες των διαφόρων εισοδηματικών κατηγοριών για τα μεταφορικά μέσα. Ενώ, το 1957 μόνο η ανώτερη τάξη δαπανά αξιοπρόσεκτο μέρος εισοδήματός της για Ι.Χ αυτοκίνητο ή μοτοποδήλατο, κατά την περίοδο 1957 – 1968, το μεγαλύτερο ποσοστό αύξησης στην αντίστοιχη κατηγορία δαπανών παρουσιάζεται στη μεσαία εισοδηματική κατηγορία και αντιστοιχεί σε 84,71%.¹¹

Πέρα όμως από τα στατιστικά στοιχεία, η μετατόπιση που αφορά στην κοινωνική σημασιοδότηση του αυτοκινήτου σε μεταφορικό μέσο όχι μόνο της μεγαλοαστικής, αλλά και της αναδυόμενης μεσαίας τάξης διαφαίνεται και από την μελέτη του Τύπου της εποχής και κυρίως του ειδικού Τύπου του αυτοκινήτου. Μέχρι την δεκαετία του 1950 ο ειδικός Τύπος αποτελείται από ένα σχετικά μικρό αριθμό εντύπων, μέρος των οποίων απευθύνεται στους αυτοκινητιστές και αφορά κυρίως σε θεματολογία σχετική με τα δικαιώματα και τις

⁹ Σε ό,τι αφορά τη μεταβολή του αριθμού των υπολοίπων κατηγοριών οχημάτων, κατά την εικοσαετία 1954 – 1974, τα ποσοστά αύξησης διαμορφώνονται σε 136% για τα λεωφορεία, 805% για τα φορτηγά αυτοκίνητα και 903% για τις μοτοσυκλέτες (Εθνική Στατιστική Υπηρεσία της Ελλάδος, 1976: 35 – 6).

¹⁰ Συγκεκριμένα το 1954 τα επιβατικά αποτελούν το 32,19% του συνόλου των οχημάτων, τα λεωφορεία το 11,53%, τα φορτηγά το 40,1% και οι μοτοσυκλέτες το 16,17%. Το 1974 αντίστοιχα τα επιβατικά αυτοκίνητα αντιστοιχούσαν στο 58,81%. Τα λεωφορεία αποτελούν το 2,1% του στόλου των αυτοκινήτων πανελλαδικά, και τα φορτηγά το 25,5%. Τέλος οι μοτοσυκλέτες αποτελούν το 13,57% (Εθνική Στατιστική Υπηρεσία της Ελλάδος, 1976: 35 – 36).

¹¹ Το 1957 και το 1968, για την εισοδηματική κατηγορία με εβδομαδιαίο εισόδημα έως 249 δρχ. καταγράφονται αντίστοιχοι μέσοι όροι εβδομαδιαίων δαπανών για μεταφορές 12,3 δρχ. και 5,9 δρχ. (μείωση 52,03%), για την κατηγορία με εισόδημα έως 449 δρχ. οι δαπάνες για μεταφορές είναι 29,2 δρχ. και 31,7 δρχ. (αύξηση 8,56%), για την κατηγορία με εβδομαδιαίο εισόδημα έως 799 δρχ. οι δαπάνες διαμορφώνονται σε 39,9 δρχ. και 73,7 δρχ. (αύξηση 84,71%), για την κατηγορία με εισόδημα έως 1.099 δρχ. οι εβδομαδιαίες δαπάνες για μεταφορές είναι 61,4 δρχ. και 84,7 δρχ. αντίστοιχα (αύξηση 37,94%), για την κατηγορία με εβδομαδιαίο εισόδημα έως 1.599 δρχ. δαπανώνται 100,3 δρχ. και 103,2 δρχ. αντίστοιχα (αύξηση 3,2%), και για την κατηγορία με εισόδημα από 1.600 δρχ. εβδομαδιαίως και πάνω, 170 δρχ. και 284,3 δρχ. (αύξηση 67,05%). Αξίζει να σημειωθεί ότι η μείωση για την κατώτερη εισοδηματική κατηγορία σημειώνεται μόνο αν συγκριθούν τα έτη 1957 και 1968, καθ' ότι τα προηγούμενα έτη παρατηρείται αύξηση στις δαπάνες για μεταφορές και σε αυτήν την κατηγορία. Σημαντικό είναι μάλιστα το γεγονός ότι για τις κατώτερες εισοδηματικές κατηγορίες οι κύριες δαπάνες που καταγράφονται για μεταφορικά μέσα δεν αφορούν την αγορά καινούριου αυτοκινήτου, αλλά είτε την συντήρηση οχήματος, είτε την αγορά μεταχειρισμένου. Ως κύρια μέσα μετακινήσεως καταγράφονται μέσα μαζικών μεταφορών, όπως λεωφορεία ή σιδηρόδρομος και ταξί (Εθνική Στατιστική Υπηρεσία της Ελλάδος, 1972: 26, 40).

υποχρεώσεις του επαγγελματικού τους κλάδου.¹² Τα αντίστοιχα έντυπα που περιλαμβάνουν θεματολογία που απευθύνεται και σε καταναλωτές είναι ολιγάριθμα, αλλά αυξάνονται κατά τις δεκαετίες 1960 και 1970, και βέβαια αυξάνονται κι οι αντίστοιχοι οδικοί – τουριστικοί οδηγοί. Το γεγονός αυτό καταδεικνύει την βαθμιαία καθιέρωση του αυτοκινήτου ως μέσο με σταθερή θέση στη καταναλωτική κουλτούρα της μεταπολεμικής ελληνικής κοινωνίας, και συνάδει με την διεύρυνση των οικονομικών και κοινωνικών κατηγοριών που αποτελούν χρήστες του αυτοκινήτου ιδιωτικής χρήσεως.

Η κωδικοποίηση της θεματολογίας του ειδικού Τύπου για το αυτοκίνητο μπορεί να οδηγήσει στην εξαγωγή κάποιων χρήσιμων συμπερασμάτων.¹³ Κατ' αρχάς, σημαντικό μέρος της θεματολογίας σε αυτά τα έντυπα αφιερώνεται στα δικαιώματα των καταναλωτών σε σχέση με ζητήματα όπως οι δασμοί, ή η κυκλοφοριακή νομοθεσία, ή σε πληροφορίες για το οδικό δίκτυο. Τα έντυπα αυτά γίνονται επί παραδείγματι σημαντικός φορέας μέσω του οποίου ασκείται κριτική ως προς το κατά πόσο το κράτος ανταποκρίνεται στις υποχρεώσεις του απέναντι στους πολίτες σε ζητήματα όπως τα έργα οδοποιΐας, η ποιότητα του οδικού δικτύου, η θέσπιση του κώδικα οδικής κυκλοφορίας, ή η φορολόγηση των οχημάτων που επιβαρύνει την τελική τιμή αγοράς αυτοκινήτου. Επιπλέον, περιλαμβάνει θέματα που προβάλλουν τα αυτοκίνητα ως καταναλωτικά προϊόντα, προσφέροντας περιγραφές των τεχνικών χαρακτηριστικών και του κόστους διαφόρων μοντέλων και παρέχοντας ταυτόχρονα συμβουλές για την συμφερότερη αγορά. Επομένως γύρω από την ολοένα μαζικότερη χρήση του αυτοκινήτου ως προϊόν της τεχνολογίας αιχμής της εποχής, δομείται μία νέα κατηγορία κοινωνικών δρώντων με ισχυρή πλέον εκπροσώπηση στην αυξανόμενα εύρωστη μεσαία εισοδηματική τάξη. Η νέα αυτή συλλογικότητα κατασκευάζεται με άξονα την καταναλωτική δραστηριότητα και ανασηματοδοτεί την κοινωνική της ταυτότητα γύρω από το ζήτημα των υποχρεώσεων και δικαιωμάτων που φέρουν οι καταναλωτές.¹⁴ Στο πλαίσιο της καταναλωτικής κουλτούρας που αναδεικνύεται καίριας σημασίας για την ιεράρχηση των μεταπολεμικών κοινωνιών, η κινητικότητα προβάλλεται ως δικαίωμα που συνδέεται με τα οικονομικά πρότυπα κατανάλωσης της καπιταλιστικής οικονομίας και της τεχνολογικής

¹² Βλ. ενδεικτικά (*Αυτοκινητιστική Επιθεώρησης* 1945 – 7, *Εργάτης Αυτοκινήτου* 1945 – 6, *Τα Νέα των Φορτηγών* 1960)

¹³ Για την παρούσα έρευνα επελέγησαν ενδεικτικά τα εξής έντυπα: (*Το Βολάν* 1955 – 1964, *Το Νέον Αυτοκίνητο* 1955 – 1979, *Auto Εξπρές* 1967 – 1972, *4 Τροχοί* 1978 – 1980, *Γνωρίστε την Ελλάδα με το αυτοκίνητό σας* 1959, *Τουριστικός Οδηγός για την Ελλάδα* 1965)

¹⁴ Για το ζήτημα της σχέσης διάχυσης τεχνολογικών προϊόντων στο πλαίσιο της κατανάλωσης και της δημιουργίας ταυτοτήτων στις μεταπολεμικές κοινωνίες, βλ. (Oldenziel: 107 – 139).

προόδου, αλλά και της χωροταξικής αναδιοργάνωσης της ελληνικής επικράτειας μέσω του οδικού δικτύου.¹⁵

Ένας δεύτερος θεματικός άξονας που αναδεικνύεται στο πλαίσιο του ειδικού Τύπου για το αυτοκίνητο αφορά πιο συγκεκριμένα στα καταναλωτικά πρότυπα που συνδέονται με τη σημειωτική δημόσια εικόνα της ταυτότητας των μεσαίων τάξεων, οι οποίες εν μέρει αναδιατάσσονται βάσει και των τεχνολογικών προϊόντων που χρησιμοποιούν. Κατ' αρχάς τα περιοδικά αυτά απευθύνονται κατά κύριο λόγο σε άνδρες και προβάλλουν το αυτοκίνητο ως ένα τέχνημα που συνιστά απαραίτητο συμπλήρωμα της δημόσιας αναπαράστασης της αναδύμενης μεσαίας τάξης που αποκτά ή επιδιώκει να αποκτήσει οικονομική ευρωστία. Το γεγονός ότι το αυτοκίνητο είχε κυρίως έμφυλη διάσταση δεν ήταν βέβαια νέο για την εποχή. Το καινούριο στοιχείο όμως είναι ότι αποσυνδέεται από τα στερεότυπα μεγαλοαστικής ευμάρειας που αντιπροσώπευε μέχρι το Μεσοπόλεμο. Η μετατόπιση αυτή σχετίζεται εν μέρει με το ότι τα αυτοκίνητα γίνονται πιο προσιτά στην τιμή, αλλά και με το ότι η αγορά αυτοκινήτου απαιτούσε πλέον ενημέρωση σε σχέση με τα τεχνικά χαρακτηριστικά των μοντέλων που διατίθενται, ώστε οι μεσαίας οικονομικής δυνατότητας καταναλωτές να καταλήξουν στην πιο συμφέρουσα επιλογή με κριτήρια σχέσης κόστους – απόδοσης.

Ένα στοιχείο όμως που συνδέεται ακόμη περισσότερο με την έμφυλη και ταυτόχρονα οικονομική διάσταση των χρηστών του αυτοκινήτου αφορούσε στο ότι αυτοί έπρεπε πλέον να «εκπαιδευτούν» τεχνολογικά σε σχέση με το προϊόν που αποτελούσε το υλικό σύμβολο του ανδρισμού τους και της οικονομικής τους επιφάνειας. Σε αντίθεση με τους μεγαλοαστούς οδηγούς της μεσοπολεμικής εποχής, οι οποίοι διέθεταν επαγγελματίες σωφέρ όχι μονάχα για την μετακίνησή τους αλλά και για την αντιμετώπιση των καθημερινών τεχνικών προβλημάτων που ενδεχομένως παρουσίαζαν τα αυτοκίνητά τους, οι οδηγοί της νέας μεσοαστικής και μικροαστικής τάξης επιφορτίζονταν οι ίδιοι με τα καθήκοντα αυτά. Τα περιοδικά ειδικού Τύπου λοιπόν ανταποκρινόμενα σε αυτήν την τάση αναλάμβαναν την τεχνική κατάρτιση των καταναλωτών σε στοιχειώδη θέματα λειτουργίας των αυτοκινήτων, διαθέτοντας εκτενή άρθρα με απλοποιημένες περιγραφές της τεχνολογίας του αυτοκινήτου έτσι ώστε αυτή να γίνει προσιτή στο μέσο χρήστη, και συμβουλές για την επίλυση των πιο συχνών προβλημάτων. Με αυτόν τον τρόπο, η κοινωνική κατηγορία των ανδρών καταναλωτών μεσαίας τάξης δομεί την έμφυλη ταυτότητά της σε συνάρτηση όχι μόνο με τη χρήση τεχνολογικών προϊόντων, αλλά και με την «εκπαίδευσή» της σε σχέση με αυτά. Το γεγονός ότι τα αυτοκίνητα μπορούσαν πλέον να γίνουν αντικείμενο τεχνικών παρεμβάσεων

¹⁵ Για την ανάδειξη της κινητικότητας ως δικαίωμα που συνδέεται με τα πρότυπα της φιλελεύθερης καπιταλιστικής οικονομίας βλ. (Ugry, 2007: 184 – 194).

και βελτιώσεων από τους χρήστες τους τα συνδέει λοιπόν με πρότυπα που αφορούν σε υλικές πρακτικές μιας ανδρικής τεχνολογικής κουλτούρας.

Η έμφυλη διάσταση που αποκτά η ενασχόληση με την τεχνολογία του αυτοκινήτου εκείνη την εποχή συνδέεται με δύο φαινόμενα. Αφ' ενός λόγω των περιοριστικών δασμών η πλειοψηφία των αυτοκινήτων που διοχετεύονταν στην ελληνική αγορά κατά τις δεκαετίες 1950 – 1980 κυριαρχείτο σε μεγάλο βαθμό από μεταχειρισμένα οχήματα, τα οποία ήταν αρκετά δημοφιλή καθ' ότι πιο προσιτά στην τιμή. Αφ' ετέρου, εκείνη την εποχή η τεχνολογία του αυτοκινήτου ήταν πολύ περισσότερο ανοικτή σε παρεμβάσεις από τους ίδιους τους χρήστες. Δεν έχει ακόμη εισαχθεί στα αυτοκίνητα η πληθώρα ηλεκτρονικών συστημάτων που κατέστησε την τεχνολογία τους διαχειρίσιμη μόνο από ειδικούς, όπως συνέβη από τη δεκαετία του 1990 κι εξής.¹⁶ Επομένως οι οδηγοί αυτοκινήτων της μεσαίας κυρίως τάξης εκείνη την εποχή αποκτώντας οι ίδιοι μια τεχνολογική κουλτούρα μπορούν να παρέμβουν στην διαμόρφωση του αυτοκινήτου τους ως τεχνήματος, πραγματοποιώντας βελτιώσεις ή και μετατροπές, για τις οποίες παρέχονται συμβουλές στα περιοδικά αυτοκινήτων. Ακόμη, ένα σημαντικό μέρος των πρακτικών βελτιώσεων οχημάτων εντάσσεται στη λεγόμενη νεανική κουλτούρα, καθ' ότι πολλοί νέοι μιμούνται τους αστέρες που αναδεικνύονται εκείνη την εποχή ως οδηγοί αγώνων αυτοκινήτου και πραγματοποιούν μετατροπές απλών αυτοκινήτων σε αγωνιστικά με τα οποία στην συνέχεια λαμβάνουν μέρος σε αυτοσχέδιους και συχνά παράνομους αγώνες αυτοκινήτων.¹⁷ Παρά το γεγονός ότι το αυτοκίνητο κατέχει κεντρική θέση στην έμφυλη κουλτούρα, θα πρέπει βέβαια να επισημανθεί ότι η οδήγηση αυτοκινήτου ως παραδοσιακά νοούμενη «ανδρική» πρακτική καθίσταται από τις κατεξοχήν πρακτικές σημειωτικής της γυναικείας χειραφέτησης εκείνη την εποχή. Επιπλέον, είναι αξιοσημείωτο ότι στον ειδικό Τύπο του αυτοκινήτου συμπεριλαμβάνονται ειδικά άρθρα που απευθύνονται σε γυναίκες οδηγούς, σε πολύ μεγαλύτερο βαθμό απ' ότι αυτό συμβαίνει από τη δεκαετία του 1980 κι εξής, κατά την οποία η κουλτούρα του αυτοκινήτου υποτίθεται ότι δεν είναι πλέον ανδρική αλλά άφυλη.¹⁸

Ανεξαρτήτως όμως της έμφυλης ή ηλικιακής διάστασης των ομάδων στα οποία απευθύνεται ο ειδικός Τύπος για το αυτοκίνητο, αυτό που καθιστά η μελέτη της θεματολογίας των περιοδικών αυτοκινήτου σαφές, είναι ότι απευθύνεται σε ένα αναγνωστικό κοινό των μεσαίων εισοδηματικών κατηγοριών, προβάλλοντας την αυτοκίνηση ως μία

¹⁶ (Borg 2007: 31 – 35)

¹⁷ Χαρακτηριστικό είναι το παράδειγμα αυτών των αγώνων σε πολλά σημεία της παραλιακής Αθηνών – Σουνίου. Για περισσότερες πληροφορίες βλ. (Papazafeiropoulou: 157 – 178).

¹⁸ Για περισσότερες πληροφορίες σε σχέση με την έμφυλη διάσταση της κουλτούρας του αυτοκινήτου στην ελληνική κοινωνία, βλ. (Παπαζαφειροπούλου: 1 – 14).

πολιτισμική και καταναλωτική δραστηριότητα που είναι σύμφωνη με τα συνολικότερα αιτήματα της αναδυόμενης μεσαίας τάξης.

Η αυτοκίνηση κι η κουλτούρα του ελεύθερου χρόνου

Στο προηγούμενο μέρος αναλύθηκε η μετατόπιση της κοινωνικής σημασιοδότησης του αυτοκινήτου ως αντικείμενο της κουλτούρας της αναδυόμενης μεσαίας οικονομικής και κοινωνικής τάξης. Η ανάλυση αυτή υπήρξε απαραίτητη προκειμένου να γίνει κατανοητή μια ιδιαίτερη πτυχή του φαινομένου της αυτοκίνησης, η οποία αφορά στην σύνδεσή της με την κουλτούρα του ελεύθερου χρόνου. Η σύνδεση αυτή αποτελεί μία θεματική με κεντρική θέση στον ειδικό Τύπο του αυτοκινήτου, στον οποίο απαντούν εκτενή άρθρα αναφορικά με μία, σχετικά καινούρια για την εποχή, πολιτισμική πρακτική, τα ταξίδια και τις εκδρομές.

Στα άρθρα αυτά γίνεται λόγος για την ασφυκτική ζωή της πόλης, από τα οποία το αυτοκίνητο προσφέρει πλέον δυνατότητα απόδρασης. Με αυτό το σκεπτικό το αναγνωστικό κοινό καλείται να «ανακαλύψει» τις ομορφιές της Ελλάδας, παίρνοντας ταυτόχρονα πληροφορίες για τις οδικές διαδρομές που μπορεί να ακολουθήσει με βάση την ποιότητα του οδικού δικτύου, τις χιλιομετρικές αποστάσεις, ή τις υποδομές όπως πρατήρια καυσίμων, ή καταλύματα. Στα περιοδικά αυτοκινήτου εντοπίζονται επίσης μόνιμες στήλες με αφιερώματα στα αξιοθέατα και τις φυσικές καλλονές στα οποία παρέχει πρόσβαση το οδικό δίκτυο, βάσει των οποίων οι εκδρομείς μπορούν να χαράξουν ταξιδιωτικές διαδρομές. Θα μπορούσε να υποστηριχθεί ότι μέσω αυτών των άρθρων καλλιεργείται μια νέου είδους «πατριδογνωσία» η οποία ανασηματοδοτεί την ελληνική επαρχία κι ύπαιθρο ως αξιοθέατο. Στο πλαίσιο του λόγου που συγκροτείται στα περιοδικά αυτοκινήτου, τα βυζαντινά μοναστήρια, οι δρυμοί και κυρίως οι αρχαιολογικοί χώροι κι οι παραλίες, προβάλλονται ως πολιτισμικά προϊόντα με σημασιολογικό φορτίο εθνικού χαρακτήρα και μετωνυμικά σύμβολα της νεοελληνικής κουλτούρας. Η συμβολική τους «κατανάλωση» μέσω της πρόσβασης που προσφέρει σε αυτά η αυτοκίνηση συνδυάζει την εθνική αυτογνωσία μέσω της πληροφόρησης για το ιστορικό παρελθόν και τη φύση της Ελλάδας, που προσφέρονταν στα περιοδικά αυτοκινήτου, με τα νέα καταναλωτικά πρότυπα ευμάρειας και κινητικότητας. Στα περιοδικά αυτά απαντούν κι οι πρώτες αναφορές τόπων που αναδείχθηκαν σε εμβληματικούς προορισμούς μαζικής τουριστικής προσέλευσης κατά τη μεταπολεμική εποχή, όπως τα Μετέωρα, το φαράγγι της Σαμαριάς, τα Καλάβρυτα, το Ναύπλιο, το Σούνιο. Πέρα όμως από τους δημοφιλείς προορισμούς, όπως υποστηρίζεται στον ειδικό Τύπο κυρίως από τα τέλη του 1960 κι εξής, οι «λάτρεις της περιπέτειας» καλούνται να ανακαλύψουν και να κατακτήσουν ακόμη πιο απομακρυσμένα και «απόρθητα» μέρη μέσω του αυτοκινήτου τους, ενώ ακόμη και το κακό

οδικό δίκτυο μπορεί να θεωρηθεί ως μέρος αυτής της περιπέτειας, για την οποία βέβαια τα περιοδικά μπορούν να προσφέρουν και τεχνικές συμβουλές.

Επομένως, το αυτοκίνητο αποτελεί το κατεξοχήν μέσο που προσφέρει στη μεσαία τάξη τη δυνατότητα να υιοθετεί συνήθειες που άλλοτε αποτελούσαν μέρος της μεγαλοαστικής κουλτούρας. Όπως υποστηρίχθηκε στο προηγούμενο μέρος, το αυτοκίνητο αποτέλεσε από τα μέσα της δεκαετίας του 1950 ένα τεχνολογικό προϊόν με κεντρικό ρόλο αφ' ενός στην συγκρότηση της μεσαίας τάξης με άξονα την καταναλωτική δραστηριότητα, κι αφ' ετέρου στη μεταβολή της σημειωτικής της δημόσιας εικόνας της. Στην μετατόπιση αυτή, οι πρακτικές του ελεύθερου χρόνου έχουν κεντρική θέση. Ακόμη κι αν στατιστικά το αυτοκίνητο χρησιμοποιείται από τις μεσαίες εισοδηματικές κατηγορίες για λόγους χρηστικότητας περισσότερο απ' ότι για δραστηριότητες του ελεύθερου χρόνου, είναι οι δεύτερες που καθορίζουν πολύ πιο έντονα την μετατόπιση της δημόσιας εικόνας της κοινωνικής τους ταυτότητας. Αυτό συμβαίνει επειδή οι πρακτικές του ελεύθερου χρόνου συνίστανται στην κατανάλωση προϊόντων πολιτισμικής βιομηχανίας, μέσω της οποίας συγκροτείται το λεγόμενο, συμβολικό κεφάλαιο. Η συσσώρευση του συμβολικού κεφαλαίου είναι ίσως σημαντικότερη από αυτήν του χρηματικού κεφαλαίου για την συγκρότηση των κοινωνικών και πολιτισμικών ταυτοτήτων, ειδικά στην ύστερη νεωτερικότητα.

Το αυτοκίνητο λοιπόν ως μετωνυμία κοινωνικής διάκρισης συνεισέφερε σημαντικά αφ' ενός στην συμβολική πρόσβαση σε άλλοτε μεγαλοαστικές πολιτισμικές πρακτικές, τουτέστιν τις εκδρομές και τα ταξίδια κι αφ' ετέρου στην χωροταξική πρόσβαση σε μέρη που νοηματοδοτούνται ως τόποι αναψυχής. Η διεύρυνση της νέας αυτής κοινωνικής συνήθειας σε μεγαλύτερες πληθυσμιακές ομάδες αφορούσε βέβαια κυρίως στους κατοίκους των αστικών περιοχών και συνυπήρξε με ένα άλλο σημαντικό ρεύμα κινητικότητας που εν μέρει ενθαρρύνθηκε από την ανάπτυξη των οδικών δικτύων, δηλαδή την αστυφιλία εξ αιτίας της οποίας η επαρχία κι η ύπαιθρος που μετατρέπονται σε προορισμούς εκδρομών, έχουν ταυτόχρονα απωλέσει μεγάλο μέρος των κατοίκων τους και των παραγωγικών τους δραστηριοτήτων. Όπως είναι λοιπόν αναμενόμενο οι περισσότερες αναφορές για μαζική «έξοδο» από τις πόλεις με την ευκαιρία εορτών και αργιών αφορούν στο αστικό συγκρότημα της πρωτεύουσας.

Ήδη από τη δεκαετία του 1950 αναφέρεται ότι πλήθος κατοίκων του λεκανοπεδίου σε αργίες όπως το Πάσχα ή η Καθαρά Δευτέρα ταξίδευαν μαζικά σε κοντινές εξοχικές περιοχές. Εκείνη την εποχή βέβαια μονάχα ένα μέρος των ταξιδιωτών χρησιμοποιούσε ιδιωτικό

αυτοκίνητο, ενώ η πλειοψηφία επέλεγε μέσα όπως τρένο ή λεωφορείο.¹⁹ Ωστόσο, από αυτήν την δεκαετία ο Τύπος αναφέρει ότι η κυκλοφοριακή συμφόρηση που παρατηρείται στο λεκανοπέδιο, όπου συγκεντρωνόταν κι ο μεγαλύτερος αριθμός των κυκλοφορούντων πανελλαδικά οχημάτων δεν οφειλόταν μονάχα στο ελλιπές οδικό δίκτυο, αλλά και στον ωραίο ελληνικό καιρό που παρέσυρε τους Έλληνες οδηγούς να κάνουν βόλτες με το αυτοκίνητό τους έως αργά το βράδυ, σε πολύ μεγαλύτερο ποσοστό απ' ό,τι άλλοι Ευρωπαίοι. Η αναλογία πάντως των ταξιδιωτών που μετακινούνται με αυτοκίνητο τουλάχιστον στην Αθήνα, αλλάζει σταθερά μέχρι τη δεκαετία του 1970, ενώ παράλληλα διογκώνεται κι ένα ακόμη φαινόμενο που απασχολεί έντονα τον Τύπο της εποχής, τα τροχαία και συχνά θανατηφόρα ατυχήματα κατά τη διάρκεια των γιορτινών «εξόδων» κι «επιστροφών» από και προς τις πόλεις.²⁰ Την ίδια δεκαετία, το πρότυπο απόκτησης αυτοκινήτου συνδυάζεται με ένα ακόμη καταναλωτικό «στόχο» της μεσαίας ή μικρομεσαίας κυρίως αθηναϊκής οικογένειας, τουτέστιν την απόκτηση εξοχικού οικοπέδου, ιδανικά σε κάποια παραλιακή περιοχή.

Η ραγδαία εξάπλωση του οικιστικού συγκροτήματος της πρωτεύουσας η οποία διευκολύνθηκε μεταξύ άλλων και από την αυτοκίνηση, επεξέτεινε διαρκώς την πρόσβαση σε ολόένα και πιο απομακρυσμένες σε σχέση με την Αθήνα εξοχικές περιοχές, όπως η Νέα Μάκρη ή η Ανάβυσσος, ενώ ταυτόχρονα οι αλλοτινοί προορισμοί εκδρομών ή παραθερισμού, όπως η Βάρκιζα, το Χαλάνδρι ή η Κηφισιά ενσωματώνονταν στο οικιστικό συγκρότημα. Στο πλαίσιο της «αξιοποίησης» των περιοχών αυτών μέσω της αυτοκίνησης, ιδιαίτερη έλξη παρουσιάζουν οι παραλιακές ζώνες και τα νησιά του Σαρωνικού που παρουσιάζουν πληθυσμιακή αύξηση κι οικοδομική δραστηριότητα.²¹ Η ανακατασκευή του αττικού τουλάχιστον τοπίου μέσω και των οδικών δικτύων προτάσσει σαφώς τον προσανατολισμό προς τη θάλασσα, εκφράζοντας την πολιτισμική μετατόπιση που συνδέει την παραλία με δραστηριότητες αναψυχής, οι οποίες συνδέονται με τις έννοιες εμπορικής εκμετάλλευσης κι οικονομικής ανάπτυξης της περιοχής. Οι ακτές που αποτελούσαν κατά το Μεσοπόλεμο ερημικά μέρη στα οποία κατά τόπους εναλλάσσονταν φτωχά ψαροχώρια με θέρετρα μεγαλοαστών, μετατρέπονται μέσω της οδικής τους προβασιμότητας σε τόπους συνάθροισης ευρύτερων κοινωνικών ομάδων κι οικοδομούνται είτε με πολυτελή

¹⁹ Ενδεικτικά, το Πάσχα του 1952 σημειώθηκε μεγάλη έξοδος από την Αθήνα προς επαρχία, κατά την οποία 4.500 ταξίδεψαν με τακτικά τρένα 24.000 με ιδιωτικά λεωφορεία και 17.000 με αυτοκίνητα, ενώ ακόμη 74 ωτομοτρίες αναχώρησαν προς Τρίπολη, Καλαμάτα και Πάτρα (Καιροφύλας, 1993: 74).

²⁰ Επί παραδείγματι, η έξοδος των Αθηναίων την Καθαρά Δευτέρα του 1972 ξεπέρασε κάθε προηγούμενο. Υπολογίστηκε ότι περισσότερα από 170.000 αυτοκίνητα βγήκαν από την πόλη, κι ότι οι εκδρομείς ήταν περίπου 600.000. Δέκα άνθρωποι σκοτώθηκαν σε τροχαία, κι οι τραυματίες ήταν αναρίθμητοι. Στην επιστροφή, για μία απόσταση 50 χλμ. χρειάζονταν έως και 3 ώρες. Ενδεικτικά επίσης, κατά την πασχαλινή έξοδο του 1977 σημειώθηκαν 31 θάνατοι και 337 τραυματισμοί. Τότε καθιερώθηκε ο τηλεφωνικός αριθμός του ΕΚΑΒ (Καιροφύλας, 2006: 133, 249).

²¹ (Burgel, 1976: 44)

ξενοδοχειακά συγκροτήματα και νυχτερινά κέντρα, είτε με καταλύματα και ταβέρνες που απευθύνονται σε μεσαίες και λαϊκές εισοδηματικές κατηγορίες.²²

Η αλλαγή στις πολιτισμικές συνήθειες αντικατοπτρίζεται στην εικονογραφία των στίχων των λαϊκών τραγουδιών της εποχής: «Βρε Μανώλη τραμπαρίφα/ βάλε τη διπλή ταρίφα/ φουλαριστός τράβα ντουγρού/ στη λεωφόρο του Συγγρού/ Απόψε το κορίτσι θέλει θάλασσα/ κι εγώ ποτέ χατήρι δεν του χάλασα...Στα θαλασσινά μπαράκια/ μπίρες και καλαμαράκια/ κιθάρες, ντέφι και βιολιά/ και ξάπλες στην ακρογιαλιά/ Απόψε που υπάρχουνε τα τάληρα/ ρε μάγκες θα οργώσουμε τα Φάληρα».²³ «Με αμάξι πρώτη μάρκα/ ξεκινήσαμε για τσάρκα/ Πόρτο Ράφτη και Ραφήνα/ ήμουν κάργα από βενζίνα/ Με την πρώτη κατηφόρα/ πήρε η μηχανή μας φόρα/ και ρολλάραμε ωραία/ κι ας εφώναζε η Τροχαία... Όλο ίσα το τιμόνι/ στα τριάντα το γαλόνι/ και θα κάνω Καπανδρίτι/ επαφή ίσαμε την Κρήτη/ Βγήκε – βγήκε το φεγγάρι/ και το φρένο μας λασκάρει/ κι όταν φτάσαμε Καστέλλα/ ξεφεύσκει η σαμπρέλλα».²⁴

Όπως προαναφέρθηκε η μεταβολή αυτή συμπίπτει χρονικά με την ανακατασκευή του ελληνικού τοπίου ως τουριστικού αξιοθέατου μέσω του οδικού δικτύου. Εκείνη την περίοδο το αυτοκίνητο, κι όχι το αεροπλάνο όπως συμβαίνει μεταγενέστερα, καθίσταται σε εμβληματικό μέσο του ελεύθερου χρόνου και κυρίως του τουρισμού για τις μεσαίες τάξεις των Βορειοευρωπαίων και Δυτικοευρωπαίων, οι οποίοι πραγματοποιούν περιηγήσεις με το ιδιωτικό τους αυτοκίνητο τους σε ολόκληρη την ήπειρο και κυρίως τις νότιες χώρες. Παράλληλα, ήδη από την πρώτη μεταπολεμική περίοδο, με την ενθάρρυνση και των Αμερικανών εκπροσώπων της αποστολής για το σχέδιο Marshall καλλιεργήθηκε η άποψη ότι το οδικό δίκτυο θα μπορούσε να συμβάλλει στην ανάπτυξη της ελληνικής οικονομίας μέσω

²² Σύμφωνα με την περιγραφή του Guy Burgel, τη δεκαετία του 1950, «το Παλαιό Φάληρο ήταν ακόμα ένα ήσυχο λιμάνι ψαράδων, τα παιδιά των πλούσιων Αθηναίων πήγαιναν για μπάνιο σε μικρές ταχτοποιημένες ακρογιαλιές και όσοι υπέφεραν από ρευματισμούς πήγαιναν για ζεστά θαλάσσια λουτρά στο ξενοδοχείο Φρύνη, ενώ ορισμένοι καλοστεκούμενοι αστοί προτιμούσαν ήδη τη μυρωδιά της θάλασσας και το ηλιοβασίλεμα της Αίγινας από τις πολυσύχναστες και κοσμικές πλαγιές του Λυκαβηττού. Σήμερα [τη δεκαετία του 1970] οι ακρογιαλιές αυτές έχασαν την υψηλή πελατεία τους, που προτιμάει τα αθλητικά και πολυτελή συγκροτήματα που βρίσκονται πιο μακριά στη νοτιανατολική ακτή, από τη Βουλιαγμένη ως το Λαγονήσι... Από τη Βάρκιζα ως το Σούνιο, ο παραλιακός δρόμος περνούσε από καταπληκτικά και σχεδόν ερημικά τοπία, όπου οι βίλες ορισμένων βιομηχάνων και πάμπλουτων εφοπλιστών δημιουργούσαν πραγματικές οάσεις στις οποίες το νερό έφθανε με βυτιοφόρα από την Αθήνα. Σήμερα, κάθε λιμανάκι έχει την ταβέρνα του ή το ξενοδοχείο του και καταλαμβάνεται κάθε Κυριακή από ένα μηχανοκίνητο και θορυβώδες πλήθος που διψάει για ήλιο, θάλασσα και φαγητό στην ύπαιθρο. Στη Βάρκιζα έχει σχεδόν τελειώσει ένα ξενοδοχειακό συγκρότημα με πλαζ και μερικές χιλιάδες κρεβάτια. Πιο νότια η Ανάβυσσος που ζούσε από τις αλυκές της αυξάνεται ... [με την] οικοδόμηση ενός συνόλου πολλών δεκάδων πολυκατοικιών...» (Burgel, 1976: 42 – 5).

²³ Το τραγούδι «Ο τραμπαρίφας» σε στίχους Αλ. Σακελλάριου – Χρ. Γιαννακόπουλου και μουσική Μ. Σουγιούλ κυκλοφόρησε το 1951 και ερμηνεύθηκε από διαφόρους τραγουδιστές της εποχής, όπως ο Ν. Γούναρης, ο Τ. Μαρούδας κι η Β. Μοσχολιού.

²⁴ Το τραγούδι «Σιγά Μανώλη σιγά» σε στίχους Γ. Ασημακόπουλου και μουσική Γ. Μουζάκη κυκλοφόρησε ως δισκογραφική δουλειά το 1993 ερμηνευμένο από τη Βίκυ Μοσχολιού, αλλά ήταν επιτυχία ήδη από το 1970 (Καιροφύλας, 2006: 94).

και του τουρισμού.²⁵ Οι ελληνικές κυβερνήσεις υιοθετούν ανάμεσα στις προτεραιότητές τους για την μεταπολεμική κρατική ανάπτυξη την κατασκευή οδικού δικτύου, ως υποδομή όχι μόνο ευρύτερης οικονομικής αλλά και τουριστικής σημασίας, με το σκεπτικό ότι η εκμετάλλευση των αξιοθέατων που καθίσταντο οδικώς προσβάσιμα μπορούσε να συμβάλλει καίρια στον εκσυγχρονισμό και την οικονομική ανάπτυξη. Επιπλέον θα συνεισέφερε στον συμβολικό «εξευρωπαϊσμό» της χώρας αφού η ανάδειξη του αρχαιολογικού παρελθόντος είναι αυτή που διευκόλυνε την αναγνωρισιμότητα της Ελλάδας σε ευρωπαϊκό επίπεδο ως κοιτίδας του ευρωπαϊκού πολιτισμού.

Ο ιδεολογικός αυτός προσανατολισμός εντοπίζεται στα τουριστικά και κατασκευαστικά προγράμματα των κυβερνήσεων της περιόδου 1950 – 1970. Μεγάλο μέρος αυτών των προγραμμάτων υλοποιήθηκε στο πλαίσιο των έργων του Κ. Καραμανλή ο οποίος χρημάτισε αρχικά υπουργός Δημοσίων Έργων και στην συνέχεια πρωθυπουργός.²⁶ Στο πλαίσιο των πολιτικών αυτών τα έργα οδοποιΐας συνδυάζονταν σε πολλές περιπτώσεις με έργα ανάπλασης περιοχών που σημασιοδοτούνταν ως τουριστικές ή αρχαιολογικών χώρων. Η πιο χαρακτηριστική περίπτωση είναι η κατασκευή της λεωφόρου Αθηνών – Σουνίου, για την οποία ο Σπυρίδων Μαρκεζίνης είχε υποστηρίξει κατά τη διάρκεια της επέκτασής της, ότι θα έκανε την Ελλάδα γνωστή διεθνώς καθ' ότι θα γινόταν η ωραιότερη παραλιακή του κόσμου.²⁷ Η λεωφόρος αυτή συνεχίζοντας παραλιακά τη διαδρομή της λεωφόρου Συγγρού ενώνει τα τρία σημαντικότερα αρχαιολογικά μνημεία της Αττικής, τον Παρθενώνα, το ναό του Ολυμπίου Διός και τον ναό του Ποσειδώνα προσφέροντας παράλληλα πρόσβαση στις αττικές παραλίες, οι οποίες αναδιαμορφώνονται με την κατασκευή ξενοδοχείων και νυχτερινών κέντρων.²⁸ Η κατασκευή του οδικού δικτύου στην Ελλάδα ήταν λοιπόν άμεσα συνδεδεμένη με την δημιουργία τόπων ως τουριστικών προορισμών και αυτό είναι μια ιδέα που συμερίζονταν σε μεγάλο βαθμό πολλοί μηχανικοί της εποχής.²⁹ Σύμφωνα με μια χαρακτηριστική άποψη μηχανικού σε συνέδριο της Ελληνικής Περιηγητικής Λέσχης το 1967 «το γεγονός ότι η διαδρομή με το αυτοκίνητο αποτελεί για τον τουρίστα όχι ταξίδι προς κάποιον προορισμό, αλλά αυτοσκοπό, πρέπει να λαμβάνεται υπ' όψη κατά τον σχεδιασμό του οδικού δικτύου».³⁰

²⁵ Schipper 2009: 174, 211 – 2

²⁶ («Πενταετές πρόγραμμα τουριστικής αναπτύξεως 1959 – 1963»: 3.35 – 3.48. «Πρακτικά Σύσκεψης Υπουργείου Δημοσίων Έργων» 14 – 6 – 1962, «Πρακτικά Συνεδριάσεων Βουλής» 15 – 5 – 1956. “Notes on investments on roads”: 52.2158 – 63)

²⁷ (*Η Καθημερινή* 15 – 2 – 1953)

²⁸ (*Εμπρός* 29 – 7 – 1953, 27 – 8 – 1953. Σβολόπουλος 1992, Τ. 1: 234, 249. Τ. 4: 34, 51 – 55, 224)

²⁹ Βλ. ενδεικτικά (Μάρκου: 7 – 12 . Απέργης: 563 – 5. Παπαμιχαλάκης: 30 – 36. Δημητρακόπουλος: 31 – 2)

³⁰ (Ελληνική Περιηγητική Λέσχη, 1967: 4)

Οι παραπάνω πολιτισμικές και χωροταξικές μεταβολές προβάλλονται μέσω του Τύπου της εποχής ως διαδικασία εκδημοκρατισμού των καταναλωτικών και πολιτισμικών πρακτικών. Το φαινόμενο αυτό όμως δεν ήταν μονοδιάστατο, καθ' όσον τα έργα ανάπλασης και διάνοιξης δρόμων σήμαναν τον εκτοπισμό πολλών κοινωνικών ομάδων από το δημόσιο χώρο. Πολλά προσφυγικά παραπήγματα στις αττικές ακρογιαλιές τα οποία έμπαιναν ως ανάχωμα στην πορεία προόδου, όπως αναφερόταν στον Τύπο της εποχής, απαλλοτριώθηκαν. Επίσης, οι πεζοί κάτοικοι των περιοχών στις οποίες γίνονταν λεωφόροι, και άνηκαν στα κατώτερα εισοδηματικά στρώματα έβλεπαν να αλλάζει η γεωγραφία των κοινωνικών τους δικτύων μετακίνησής τους περιορίζοντας την πρόσβασή τους στο δημόσιο χώρο.

Επομένως, η διασύνδεση της αυτοκίνησης με τις πρακτικές του ελεύθερου χρόνου βρίσκεται σε πλήρη συνάφεια με τα πρότυπα οικονομικής και χωροταξικής οργάνωσης της φιλελεύθερης αστικής δημοκρατίας και καπιταλιστικής οικονομίας, στο πλαίσιο των οποίων η συγκρότηση κοινωνικών και πολιτισμικών ταυτοτήτων συνδέεται με αιτήματα πρόσβασης σε συμβολικά κεφάλαια κατανάλωσης και κινητικότητας. Επιπλέον, το αυτοκίνητο ως μετωνυμία νέων πολιτισμικών συμβολισμών όπως η «απόδραση» κι η «ανεξαρτησία» συνδέεται άμεσα με τη σημειολογική μετατόπιση της δημόσιας αναπαράστασης όχι μόνο των μεσαίων κοινωνικών τάξεων, αλλά και πολιτισμικών ομάδων που διεκδικούν δημόσια αναγνώριση, όπως οι γυναίκες κι οι νέοι.

Με δεδομένο ότι τα αιτήματα αυτά αφορούν κατά τη μεταπολεμική περίοδο διευρυμένες πληθυσμιακές ομάδες δικαιολογείται εν μέρει η προβολή των μετασχηματισμών αυτών ως διαδικασία κοινωνικής ένταξης κι εκδημοκρατισμού, ειδικά εάν ληφθεί υπ' όψη ότι στη μετεμφυλιακή περίοδο υπήρξε αυξημένη ανάγκη για αποσόβηση των κοινωνικών εντάσεων κι ανισοτήτων στην ελληνική κοινωνία. Αυτήν την ανάγκη εξυπηρετούσε άλλωστε κι η εκ νέου ανακάλυψη της υπαίθρου, η οποία είχε ερημώσει λόγω του Εμφυλίου και της οικονομικής κρίσης, ως χώρου αναψυχής. Ωστόσο, οι μετασχηματισμοί αυτοί έλαβαν χώρα στο πλαίσιο μίας καταναλωτικής κουλτούρας χωρίς αντίστοιχο πολιτικό και κοινωνικό υπόβαθρο. Επομένως είχαν μεν ως αποτέλεσμα την αναδιανομή του πλούτου προς τα κάτω, αλλά δημιούργησαν νέες ιεραρχήσεις και διαχωρισμούς για όσες ομάδες αποκλείονταν την δυνατότητα πρόσβασης στα κεφάλαια κατανάλωσης και κινητικότητας.

Βιβλιογραφία

- Borg, Kevin, *Auto Mechanics. Technology and Expertise in 20th century America*, Baltimore: The John Hopkins University Press, 2007.
- Bourdieu, Pierre, "Social Space and Symbolic Power", *Sociological Theory*, 7,1 (1989): 14 – 25.
- Bourdieu, Pierre, *Η Διάκριση*, Αθήνα (ε' έκδοση): Πατάκης 2003.
- Brey, Philip, "Theorizing Modernity and Technology", στο Thomas J. Misa – Philip Brey (επιμ.), *Modernity and Technology*, Cambridge – London: The MIT Press 2003: 33 – 72.
- Burgel, Guy, *Αθήνα. Η ανάπτυξη μιας μεσογειακής πρωτεύουσας*, Αθήνα: Εξάντας 1976.

- Callon, Michel, "Society in the Making: The Study of Technology as a Tool for Sociological Analysis", in Wiebe Bijker, κα. (επιμ.) *The Social Construction of Technological Systems*, Cambridge – London: MIT 1997 (στ' έκδοση): 83 – 106 .
- Cresswell, Tim – Merriman, Peter (επιμ.), *Geographies of Mobilities: Practices, Spaces, Subjects*, Surrey – Burlington: Ashgate 2011.
- Cresswell, Tim, *On the Move. Mobilities in the Modern Western World*, London – New York: Routledge 2006.
- Edwards, Paul N., "Infrastructure and Modernity: Force, Time and Social Organization", στο Thomas J. Misa – Philip Brey (επιμ.), *Modernity and Technology*, Cambridge – London: The MIT Press 2003: 185 – 226.
- Hughes, Thomas, "The Evolution of Large Technical Systems" στο Wiebe Bijker κα. (επιμ.) *The Social Construction of Technological Systems*, Cambridge – London: MIT 1997 (στ' έκδοση): 51 – 82.
- Kaufmann, Vincent – Bergman, Manfred Max – Joye Dominique, "Motility: Mobility as Capital", *International Journal of Urban and Regional Research*, 28, 4 (2004): 745 – 756.
- Ladd, Brian, *Αυτοκινητοφοβία*, Αθήνα: Εκδόσεις του Εικοστού Πρώτου 2012.
- Michael, Mike, "The Invisible Car: The Cultural Purification of Road Rage", στο Daniel Miller (επιμ.), *Car Cultures*, Oxford – New York: Sage 2001: 59 – 80.
- Oldenziel, Ruth "Europe's Mediation Junction: Technology and Consumer Society in the 20th Century", *History and Technology*, 21, 1, (2005): 107 – 139.
- Papazafeiropoulou, Alexia – Sofia, "Technology Users as Empirically Trained Mechanics. Assembly and Decoration of Improvised Vehicles in Greece during and after World War II", *ICON – Journal of the International Committee for the History of Technology*, 18 (2012): 157 – 178.
- Pinch, Trevor J. – Bijker Wiebe E., "The Social Construction of Facts and Artifacts: Or How the Sociology of Science and the Sociology of Technology might Benefit from Each Other, in Wiebe E. Bijker κα. (επιμ.) *The Social Construction of Technological Systems*, Cambridge – London: MIT 1997 (στ' έκδοση): 17 – 52.
- Schipper, Frank, *Driving Europe. Building Europe on roads in the twentieth century*, Alkmaar: Aksant 2009.
- Smith, Wilbur & Associates, *Έρευνα Μελέτης και Κυκλοφορίας του λεκανοπεδίου Αθηνών*, Αθήνα: Υπουργείο Δημοσίων Έργων 1963.
- Urry John, *Consuming Places*, London – New York: Routledge 1995.
- Urry John, *Mobilities*, Cambridge – Malden: Polity 2007.
- Urry, John, *Sociology beyond Societies*, London – New York: Routledge 2000.
- Απέργης, Νίκος, «Η οδός Βύρωνος προς την Ελλάδα», *Τεχνικά Χρονικά*, 156 (1958): 563 – 5. *Αυτοκινητιστική Επιθεώρησης* (1945 – 7).
- Γνωρίστε την Ελλάδα με το αυτοκίνητό σας*, Αθήνα: Μόμπιλ Οιλ Ελλάς 1959.
- Δημητρακόπουλος, Ανάργυρος, «Ένα βλέμμα εις την πολεοδομική εξέλιξιν της πρωτεύουσας και την εξ αυτής διαγραφόμενη προοπτική», *Τεχνικά Χρονικά*, 191 (1960): 31 – 2.
- Εθνική Στατιστική Υπηρεσία της Ελλάδος, *Έρευνα Οικογενειακών Προϋπολογισμών*, Αθήνα 1972.
- Εθνική Στατιστική Υπηρεσία της Ελλάδος, *Στατιστική Συγκοινωνιών κι Επικοινωνιών 1974*, Αθήνα 1976.
- Ελληνική Περιηγητική Λέσχη, *Το Συγκοινωνιακό Πρόβλημα κι η Τουριστική Ανάπτυξις – Χερσαίαι Συγκοινωνίαι*, Αθήνα: Ελληνική Περιηγητική Λέσχη – Κέντρο Τουριστικών Ερευνών 1967 (τ. Β').
- Εργάτης Αυτοκινήτου*, Δεκαπενθήμερον Όργανον του Συνδικάτου Εργατών Αυτοκινήτου (1945 – 6). *Η Καθημερινή*, 15 – 2 – 1953.
- Καιροφύλας, Γιάννης, *Η Αθήνα τη δεκαετία του '50*, Αθήνα: Φιλιππότης 1993.
- Καιροφύλας, Γιάννης, *Η Αθήνα τη δεκαετία του '70*, Αθήνα: Φιλιππότης 2006.
- Μάρκου, Γεώργιος, «Συγκοινωνία και σχέδιο πόλεως», *Τεχνικά Χρονικά*, 307 (1950): 7 – 12.
- Παπαζαφειροπούλου, Αλεξία – Σοφία, «Η γυναικεία ταυτότητα κι η αυτοκίνηση στην Ελλάδα την περίοδο 1950 – 1970, στο πλαίσιο της θεωρίας του Τεχνοφεμινισμού», Ανακοίνωση στην Ομάδα Μελέτης Φύλου, 14 – 3 – 2013: 1 – 14.
- <https://omadafylou.files.wordpress.com/2013/06/papazafeiropoulou-h-gynaikeia-tautotita-kai-h-autokinisi-stin-ellada-1950-70.pdf>

Παπαμιχαλάκης, Γεώργιος, «Μερικές σκέψεις για την Αθήνα μας, *Τεχνικά Χρονικά*, 187 – 8 (1960): 30 – 6.

Σβολόπουλος, Κωνσταντίνος, *Κ. Καραμανλής. Αρχείο. Γεγονότα και Κείμενα*, Αθήνα: Η Καθημερινή 1992.

4 Τροχοί (1978 – 1980).

Αυτο Εξπρές, Μηνιαία Επιθεώρησης για το αυτοκίνητο (1967 – 1972).

Τα Νέα των Φορτηγών, Δεκαπενθήμερον Όργανον των φορτηγών αυτοκινητιστών Δημοσίας Χρήσεως (1960).

Το Βολάν, Περιοδικό των αυτοκινητιστών (1955 – 1964).

Το Νέον Αυτοκίνητον, Μηνιαία παναυτοκινητιστική και τουριστική επιθεώρησης (1955 – 1979).

Τουριστικός Οδηγός για την Ελλάδα, Αθήνα: Οργανισμός Τουριστικών Εκδόσεων 1965.

“Notes on investments on roads”, Αρχείο Ιδρύματος Κ. Καραμανλή: 52.2158 – 63.

«Ανακοίνωσις του β΄ Τμήματος Τροχαίας Κινήσεως του Υπουργείου Πρωτεύουσας», *Τεχνικά Χρονικά* (1940): 107.

«Η Δυτική πύλη κι η δυτική οδός μεταφοράς», *Τεχνικά Χρονικά*, 256 (1965): 19 – 23.

«Πενταετές πρόγραμμα τουριστικής αναπτύξεως της Ελλάδος εκ κεφαλαίων δημοσίων επενδύσεων 1959 – 1963», Αρχείο Ιδρύματος Κ. Καραμανλή: 3.35 – 3.48.

«Πρακτικά Συνεδριάσεων Βουλής», 15 – 5 – 1956, Αρχείο Ιδρύματος Κ. Καραμανλή.

«Πρακτικά Σύσκεψης Υπουργείου Δημοσίων Έργων», 14 – 6 – 1962, Αρχείο Ιδρύματος Κ. Καραμανλή.