

Μηχανοκίνητος αθλητισμός και τουρισμός στην Ελλάδα κατά την περίοδο 1950-1970

Αλεξία-Σοφία Παπαζαφειροπούλου

Περίληψη

Το άρθρο παρουσιάζει τη σχέση του μηχανοκίνητου αθλητισμού και του τουρισμού στην Ελλάδα κατά την περίοδο 1950-1970. Αφετηρία του συνιστά η υπόθεση ότι η αυτοκίνηση είναι ένας από τους σημαντικότερους παράγοντες ανάπτυξης του τουρισμού στην ελληνική επικράτεια κατά τον 20ό αιώνα, τόσο σε επίπεδο ανακατασκευής του χώρου μέσω των κατάλληλων υποδομών όσο και σε συμβολικό και ιδεολογικό επίπεδο. Σε αυτό το πλαίσιο, η σημασία του μηχανοκίνητου αθλητισμού υπήρξε καταλυτική. Αν και μεγαλοαστικό σπορ, οι αγώνες αυτοκινήτου εκείνη την εποχή υπήρξαν ένα λαοφιλές θέαμα, το οποίο αποθέωνε την τεχνολογία του αυτοκινήτου και πρόβαλλε στο συλλογικό φαντασιακό δύο εμβληματικά πολιτισμικά πρότυπα της νεωτερικότητας: την ατομική κινητικότητα ως έκφραση «ελευθερίας» και την ταχύτητα. Επιπλέον, ο μηχανοκίνητος αθλητισμός συνέβαλε στην προβολή της ελληνικής υπαίθρου ως εγχώριου και διεθνούς τουριστικού προορισμού. Η έρευνα βασίστηκε σε αρχειακές πηγές του ειδικού Τύπου της εποχής για το αυτοκίνητο καθώς και σε πηγές δευτερογενούς βιβλιογραφίας για τον τουρισμό, την αυτοκίνηση και τον ελληνικό μηχανοκίνητο αθλητισμό.

Λέξεις κλειδιά: μηχανοκίνητος αθλητισμός, κινητικότητες, αυτοκίνηση, οδικές υποδομές, ταχύτητα

1. Εισαγωγή

«Μια φορά κι έναν καιρό, πριν από πολλά-πολλά χρόνια, ο κόσμος γέμισε με μηχανές, που τρέχανε γρήγορα, όλο και πιο γρήγορα, κυνηγώντας να ξεπεράσουν η μια την άλλη. Οι άνθρωποι που προσπαθούσαν να τις θαυμάσουνε, τσακίζόντουσαν, και χάνανε και τη ζωή τους καμιά φορά, στην απελπισία τους να τις συγκρατήσουν. Αφού είδαν κι απέιδαν, κατάλαβαν ότι ο κόσμος πια τούς ανήκει κι έπαψαν να ελπίζουν ότι θα γλιτώσουν από αυτές. Σκαρφάλωσαν, λοιπόν, επάνω τους, κι άρχισαν να παίζουν το παιχνίδι τους. Δεν τους έμενε τίποτα άλλο, απ' το να γίνουν ένα με αυτές, και να ριχτούν στη μάχη. Βρέθηκε και ο αντίπαλος, ο χρόνος, και φυσικά βρέθηκαν και οι υποστηρικτές, οι οργανωτές, που τρίβανε τα χέρια τους με την καινούργια αγελάδα που βρήκανε τώρα ν' αρμέξουν. Αυτοκίνητα και μοτοσυκλέτες από εργαλεία γίνονται σπορ, αρκεί να ανοίξεις λίγο το γκάζι, και βέβαια, να το δηλώσεις ότι κάνεις σπορ».

Το παραπάνω απόσπασμα προέρχεται από το ντοκυμανταίρ του Νίκου Γραμματικόπουλου για το Ράλλυ Ακρόπολις, με τίτλο *Η Ακρόπολη... σε τροχούς* (1981). Συνιστά την κατατοπιστικότερη, ίσως, εισαγωγή στον κόσμο του μηχανοκίνητου αθλητισμού. Σε αυτό εντοπίζουμε όλα τα συστατικά που απαρτίζουν τη κουλτούρα του μηχανοκίνητου αθλητισμού: τον ενθουσιασμό για τα καινούργια επιτεύγματα της τεχνολογίας, τα αυτοκίνητα και τις μοτοσυκλέτες, που, από τις αρχές του 20ού αιώνα και εξής κυριαρχούν -σταδιακά ολοένα και περισσότερο- στον δημόσιο χώρο, και τη γοητεία του επικίνδυνου παιχνιδιού της ταχύτητας, για χάρη του οποίου κάποιοι διακινδυνεύουν ακόμη και τη ζωή τους. Αντίστοιχα στοιχεία που εντοπίζουμε είναι η εννοιολογική πρόσληψη του χρόνου ως «αντιπάλου» με τον οποίο μάχονται οι αγωνιζόμενοι, αλλά και η μετατόπιση της τεχνολογίας από την εργαλειοκίνητη χρηστικότητα σε δραστηριότητα αναψυχής. Σημαντικό στοιχείο της κουλτούρας του μηχανοκίνητου αθλητισμού είναι, ακόμα, το γεγονός ότι το σπορ αυτό προσφέρεται ως επικερδής επιχείρηση. Σημαντικότερο όλων, όμως, είναι ότι, όπως χαρακτηριστικά αναφέρεται παραπάνω, οι άνθρωποι κατάλαβαν ότι πλέον ο κόσμος ανήκει στις μηχανές, επομένως, «έγιναν ένα με αυτές». Στο σημείο αυτό, εντοπίζεται η ειδοποιός διαφορά του μηχανοκίνητου αθλητισμού από τις άλλες μορφές αθλητισμού: εν προκειμένω ο αγώνας δεν επικεντρώνεται στις σωματικές ανθρώπινες ικανότητες, αλλά διεξάγεται μεταξύ υβριδίων οδηγών και οχημάτων. Το ζήτημα αυτό είναι καίριο προκειμένου να κατανοήσουμε την κουλτούρα του

μηχανοκίνητου αθλητισμού, εξ ου και θα επανέλθουμε σε αυτό στη συνέχεια, διεξοδικότερα.

Ο μηχανοκίνητος αθλητισμός έχει διαδραματίσει σημαντικό ρόλο στην Ελλάδα της περιόδου 1950-1970 για πολλούς λόγους. Καταρχάς, υπήρξε σημαντικός φορέας διάχυσης της αυτοκίνησης, η οποία, με τη σειρά της, συνέβαλε στην ανακατασκευή του ελλαδικού χώρου μέσω των οδικών υποδομών, στην αναδιοργάνωσή του ως γεωγραφικής επικράτειας, στην πολιτισμική αναδιαμόρφωση της ελληνικής κοινωνίας, αλλά και στον κοινωνικοοικονομικό εκμοντερνισμό της, με τους όρους, τουλάχιστον, του 20ού αιώνα.

Η αυτοκίνηση, από τις απαρχές της διάδοσής της τον 20ό αιώνα, έχει συνυφανθεί άρρηκτα με τον τουρισμό. Ο κεντρικός ρόλος των οδικών υποδομών στην ανασημασιοδότηση συγκεκριμένων τόπων ως τουριστικών προορισμών κατά τη νεωτερικότητα είναι διεθνές φαινόμενο. «Το βλέμμα του τουρίστα», όπως εύγλωττα υποστηρίζει ο John Urry (1990), έχει καίριο ρόλο στην αναδιοργάνωση του χώρου σύμφωνα με τα πρότυπα του καταναλωτισμού και του φιλελευθερισμού ώστε να εξυπηρετεί τόσο τις ανάγκες της βιομηχανίας του τουρισμού όσο και της αυτοκίνησης. Εξ ου και, όπως έχει χαρακτηριστικά ειπωθεί, κατά τη νεωτερική εποχή ο πλανήτης μέσω των μεταφορικών μέσων έχει μετατραπεί σε ένα παγκόσμιο πολυκατάστημα αξιοθέατων (Schivelbusch, 1986).

Ειδικά, όμως, στην ελληνική περίπτωση, η σχέση αυτοκίνησης και τουρισμού είναι ακόμη εγγύτερη και, κυρίως, αμφίδρομη. Και αυτό διότι συχνά, δεν ήταν απλώς η κατασκευή οδικών υποδομών αυτή που έδωσε το έναυσμα για την ανάπτυξη του τουρισμού, αλλά και το αντίθετο. Η ανάδειξη, δηλαδή, του τουρισμού σε κεντρικό πυλώνα μεταπολεμικής οικονομικής ανάκαμψης και ενίσχυσης της ευρωπαϊκής προοπτικής της Ελλάδας θεωρήθηκε νευραλγικής σημασίας για τη διεύρυνση του οδικού δικτύου στην ελληνική περιφέρεια, για τη γεωγραφική ενοποίηση της νοούμενης ως εθνικής επικράτειας και για τον εκσυγχρονισμό της, σύμφωνα με τα θεωρούμενα ως ευρωπαϊκά πρότυπα.

Σε αυτό το πλαίσιο, η σημασία του μηχανοκίνητου αθλητισμού υπήρξε καταλυτική. Μέσω ενός πλήθους αθλητικών διοργανώσεων, που πραγματοποιούνται κατά την περίοδο που εξετάζουμε, ο ελληνικός χώρος χαρτογραφείται ως «μηχανικός» χώρος ή «αυτοκινητοχώρος», όπως υποστηρίζεται στη σχετική βιβλιογραφία, δηλαδή ως χώρος που οφείλει να κατακτηθεί μέσω οδικών υποδομών ώστε να εξυπηρετεί τις διαδρομές της αυτοκίνησης (Horvath, 1974, σελ. 167-168· Freund, 1993). Η διεξαγωγή των αγώνων αυτοκινήτου στην ελληνική ύπαιθρο προσφέρει μια νέου είδους πατριδογνωσία, καθότι οι καλλονές του ελληνικού τοπίου ξαναανακαλύπτονται μέσα

από ένα νέο πρίσμα. Ταυτόχρονα, το διεθνές ενδιαφέρον κάποιων διοργανώσεων, με διασημότερο όλων, το Ράλλυ Ακρόπολις, θεωρείται ότι διαφημίζει τις ομορφιές της Ελλάδας ως τουριστικού προϊόντος.

Με αφετηρία τα παραπάνω, το παρόν άρθρο παρουσιάζει τον μηχανοκίνητο αθλητισμό σε σχέση με τον τουρισμό κατά την περίοδο 1950-1970. Στο πρώτο μέρος, θα εξετάσουμε τη σχέση αυτοκίνησης και τουρισμού. Στο δεύτερο μέρος, θα εστιάσουμε τη ματιά μας στον μηχανοκίνητο αθλητισμό ώστε να επισημάνουμε τη σχέση του με την κουλτούρα του τουρισμού, ενώ στο τρίτο μέρος θα εμβυθύνουμε στην έμφυλη διάσταση της κουλτούρας τόσο της αυτοκίνησης εν γένει, όσο και ειδικότερα του μηχανοκίνητου αθλητισμού. Η έρευνα στηρίζεται σε αρχειακές πηγές του ειδικού Τύπου της εποχής για το αυτοκίνητο, καθώς και σε δευτερογενή βιβλιογραφία για τον τουρισμό, την αυτοκίνηση και τον ελληνικό μηχανοκίνητο αθλητισμό.

2. Το ιστορικό πλαίσιο: τουρισμός και αυτοκίνηση στην Ελλάδα κατά την περίοδο 1950-1970

Ο τουρισμός και η αυτοκίνηση έχουν παράλληλους βίους. Η ιδιοκτησία αυτοκινήτου στις αρχές του 20ού αιώνα αφορούσε, σχεδόν αποκλειστικά, στη μεγαλοαστική τάξη. Συνδεόταν, επομένως, με πρακτικές της κουλτούρας του ελεύθερου χρόνου και της αναψυχής. Ο τουρισμός, άλλωστε, κατά τα πρώτα χρόνια της εμφάνισής του, κατά τον 19ο αιώνα, ήταν μία πρακτική των ανώτερων οικονομικών στρωμάτων, συνδεδεμένη με την ανάπτυξη της τεχνολογίας των μεταφορικών μέσων (Schipper, 2009, σελ. 48-67). Από τα πρώτα στάδια ανάπτυξης του τουρισμού μέχρι και τις αρχές περίπου του 20ού αιώνα, τα τουριστικά ταξίδια εξυπηρετούνταν κυρίως μέσω των σιδηροδρομικών δρομολογίων, όπως το διάσημο Orient Express, ή λεωφορείων. Σταδιακά, ωστόσο, επικρατεί η ιδέα ότι οι δεσμεύσεις που επιβάλλουν τα ωράρια δρομολογίων των συγκοινωνιών, και κυρίως του σιδηροδρόμου, αντίκεινται στο ελεύθερο πνεύμα του τουρισμού. Ειδικά, μάλιστα, όπως υποστηριζόταν, τα σιδηροδρομικά ταξίδια είχαν το μειονέκτημα ότι υποχρέωναν τους επιβάτες ανώτερων εισοδηματικών στρωμάτων να συνταξιδεύουν με τις κατώτερες τάξεις, έστω και σε διαφορετική θέση (Schipper, 2009, σελ. 122). Εξ ου και κατά τη διάρκεια της Belle Époque, εμφανίζονται σε δυτικοευρωπαϊκές χώρες, όπως η Γαλλία, η Ιταλία και η Ολλανδία, περιηγητικές λέσχες που διοργάνωναν ποδηλατικές εκδρομές. Σταδιακά, τα ηνία στην κουλτούρα αυτών των ανεξάρτητων περιηγήσεων παίρνει το αυτοκίνητο.

Ενδεικτικό γεγονός της διασύνδεσης της αυτοκίνησης με τον τουρισμό είναι ότι οι πρώτοι σύλλογοι αυτοκινητιστών που ιδρύονταν εκείνη την περίοδο, όπως το Touring Club de France (1890) ή το Automobile Club de France (1895), είχαν ως κύρια δραστηριότητά τους τον περιηγητισμό. Ο ρόλος των συλλόγων αυτών υπήρξε ιδιαίτερα σημαντικός. Ελλείπει κρατικής νομοθεσίας για την κυκλοφορία των αυτοκινήτων, σύλλογοι όπως οι παραπάνω είναι οι πρώτοι που καταπιάνονται για πρώτη φορά με γραφειοκρατικά ζητήματα που αφορούν στην κυκλοφορία των αυτοκινήτων, όπως η έκδοση αδειών οδήγησης ή ειδικών τριπτύχων, τα οποία βεβαίωναν ότι το όχημα για το οποίο εκδίδονταν είχε άδεια εισόδου και εξόδου από τη χώρα για συγκεκριμένο χρονικό διάστημα, ώστε να διευκολυνθούν οι διεθνείς μετακινήσεις των αυτοκινητιστών. Ενδιαφέρον είναι, επίσης, ότι οι πρώτοι υπερεθνικοί οργανισμοί με αντικείμενο την αυτοκίνηση και τον τουρισμό, όπως το Permanent Association of Road Congress (1909) ή το International Road Federation (1948), προκύπτουν από τη συνένωση των αυτοκινητιστικών συλλόγων διαφόρων χωρών (Schipper, 2009, σελ. 176).

Στην Ελλάδα, από τα τέλη του 19ου αιώνα, τον καθοριστικό ρόλο για την καλλιέργεια του μεγαλοαστικού περιηγητισμού είχε το ποδήλατο. Εξ ου και συγκροτούνται εταιρείες, όπως η Ποδηλατική Εταιρεία, η οποία ιδρύεται το 1895, υπό την προστασία του τότε διαδόχου Κωνσταντίνου (Καφάογλου, 2013, σελ. 338-340). Από τις αρχές του 20ού αιώνα, ωστόσο, χάρη στην ανάπτυξη της αυτοκίνησης ο τουρισμός σταδιακά εντάσσεται στην κουλτούρα ευρύτερων κοινωνικών ομάδων. Επιπλέον, συνδέεται με ευρύτερα αναπτυξιακά αιτήματα, όπως η κατασκευή υποδομών που καθιστούν τους τουριστικούς προορισμούς προσβάσιμους.

Προς αυτήν την κατεύθυνση ιδιαίτερα καταλυτικός ήταν ο ρόλος της Ελληνικής Λέσχης Περιηγήσεων και Αυτοκινήτου (ΕΛΠΑ), η οποία ιδρύθηκε το 1924 από 117 επιφανή μέλη της ελληνικής κοινωνίας, όπως επιχειρηματίες και πανεπιστημιακοί συστάθηκε στα πρότυπα αντίστοιχων λεσχών αυτοκινήτου του εξωτερικού. Όπως ανέφερε χαρακτηριστικά το 1969 στο σεμινάριο κριτών της ΕΛΠΑ, ο Π. Σαργολόγος, ο οποίος εκτός μέλος του ΔΣ του σωματείου αυτού, είχε πρωτοστατήσει στη διοργάνωση αγώνων μηχανοκίνητου αθλητισμού από τα πρώτα μεταπολεμικά χρόνια:

«[...το 1923] (ν)εαροί Έλληνες επιστήμονες, οι οποίοι έχουν σπουδάσει εις το εξωτερικόν επιθυμούν να οργανωθούν διά να ικανοποιήσουν κατά συστηματικώτερον τρόπον την αγάπην τους προς το αυτοκίνητον και ακόμη να διαδώσουν το σχετικώς νέον επίτευγμα της τεχνικής εις τον πολύν κόσμον.

Κοντά τους έρχονται και άλλοι Αθηναίοι, οι οποίοι έχουν και εκείνοι την ίδια κοινή αγάπη. Έτσι γεννάται η ιδέα της δημιουργίας ενός ομίλου φίλων του αυτοκινήτου, η οποία καταλήγει το 1924 εις την ίδρυση της Ελληνικής Λέσχης Αυτοκινήτου και Περιηγήσεων, της Εθνικής μας Λέσχης, την οποίαν όλοι γνωρίζομεν περισσότερο ως ΕΛΠΑ. Μεταξύ των ιδρυτών της είναι ο καθηγητής του Πανεπιστημίου Μπένσης, ο οποίος εχρημάτισε και πρώτος πρόεδρος αυτής, ο καθηγητής του Πανεπιστημίου Χόνδρος, ο καθηγητής του Πολυτεχνείου Λαμπαδάριος, ο εν ενεργεία στρατηγός Βλαχόπουλος, ο Ι. Ψύχας και άλλοι» (Αποστολίδης, 2002, σελ. 172).

Όπως έχει καταδείξει η σχετική έρευνα του Η. Καφάογλου, η ΕΛΠΑ από τα πρώτα της βήματα λειτουργούσε παράλληλα με το Υπουργείο Συγκοινωνιών, διαδραματίζοντας κομβικό ρόλο τόσο για την αυτοκίνηση όσο και για τον τουρισμό (Καφάογλου, 2013, σελ. 344-354). Επί παραδείγματι, το 1925 η ΕΛΠΑ σε συνεργασία με την Ένωση Αυτοκινητιστών υπέβαλαν νομοσχέδιο στο ΥΠΕΘΟ για τη χρηματοδότηση δραστηριοτήτων που αφορούσαν στον τουρισμό. Επιπλέον, η ΕΛΠΑ σε συνεργασία με παράγοντες της αγοράς υπέβαλε στην κυβέρνηση του Βενιζέλου πρόταση για την ανάπτυξη μέσω συγκοινωνίας (αμαξιτούς δρόμους, σιδηροδρόμους, μέσα ατμοπλοΐας) ώστε να καταστούν προσβάσιμοι πολλοί τόποι τουριστικού ενδιαφέροντος (Βλάχος, 2016, σελ. 167, 174-175).

Περιστατικά όπως τα παραπάνω καταδεικνύουν τη συνάφεια αυτοκίνησης και τουρισμού. Για ποιον λόγο, όμως, η σχέση αυτή έχει ιδιαίτερη σημασία για την Ελλάδα; Με άλλα λόγια, γιατί πέρα από το ότι η αυτοκίνηση συνέβαλε στην ανάπτυξη του τουρισμού, όπως άλλωστε συνέβη στις περισσότερες ευρωπαϊκές χώρες, παρατηρείται και η αντίστροφη πορεία, δηλαδή ο τουρισμός να συντελεί στη διάδοση της αυτοκίνησης στις περισσότερες περιοχές της χώρας και κυρίως στην ύπαιθρο; Η ιδιαίτερη αυτή σχέση μπορεί να αναζητηθεί σε δύο, κυρίως, αίτια. Αφενός, στην ελλειμματική ανάπτυξη μεταφορικών υποδομών σε πολλές ελληνικές περιοχές, η οποία καθιστούσε επιτακτική την ανάγκη για τη συγκοινωνιακή ενοποίηση της ελληνικής επικράτειας. Αφετέρου, στο γεγονός ότι ο τουρισμός συνέβαλε στην οικοδόμηση ενός συλλογικού αφηγήματος με καίριο ρόλο για την εθνική αυτοεικόνα της ελληνικής μεταπολεμικής κοινωνίας.

Ας δούμε, όμως, πιο συγκεκριμένα, πώς ο τουρισμός χρησιμοποιείται ως όχημα για την ανάπτυξη των οδικών υποδομών στην Ελλάδα. Ήδη από τον Μεσοπόλεμο, οι διάφορες υπηρεσίες που είχαν συγκροτηθεί με αντικείμενο την τουριστική ανάπτυξη περιλάμβαναν, μεταξύ άλλων, τη δημιουργία συγκοινωνιακών διασυνδέσεων σε

περιοχές τουριστικού ενδιαφέροντος. Τον σημαντικότερο ρόλο όλων είχε ο ΕΟΤ, ο οποίος λειτούργησε αρχικά κατά την περίοδο 1929-1935, και επανασυστάθηκε μεταπολεμικά το 1950 (Νικολακάκης, 2017, σελ. 47-49). Στις δραστηριότητες του ΕΟΤ της μεσοπολεμικής περιόδου συγκαταλεγόταν η έκδοση χαρτών και οδηγών, ενώ ακόμη στο πλαίσιο της συνεργασίας του με την ΕΛΠΑ πραγματοποιήθηκαν σημαντικές πρωτοβουλίες με στόχο τη χωροταξική αναδιοργάνωση όχι μόνο της υπαίθρου και των επαρχιακών ελληνικών πόλεων αλλά και της ίδιας της πρωτεύουσας: οργανώθηκε η λειτουργία Τμημάτων Τροχαίας σε αρκετές ελληνικές πόλεις, τοποθετήθηκε οδοσήμανση στο υπάρχον οδικό δίκτυο, καταρτίστηκαν χάρτες με προτάσεις για κατασκευή οδών τουριστικού ενδιαφέροντος, και ιδρύθηκε συμβουλευτική επιτροπή για να συνδράμει τους αυτοκινητιστές στην αντιμετώπιση διαφόρων θεμάτων του κλάδου τους (Βλάχος, 2016, σελ. 178-179, 191). Επιπλέον, ο ΕΟΤ συνέβαλε στην εκπόνηση οικονομοτεχνικών μελετών με αντικείμενο την τουριστική ανάπτυξη διαφόρων περιοχών, για τις οποίες, στη συνέχεια, εισηγείτο προς τα αρμόδια Υπουργεία την ανάπτυξη τεχνικών υποδομών και, κυρίως, οδών, που θα καθιστούσαν εφικτή την ανάπτυξη αυτή (Μάνος, 1935, σελ. 347-355· Απέργης, 1938, σελ. 563).

Οι πολιτικές που εισηγούνταν παράγοντες, όπως οι παραπάνω, υιοθετήθηκαν σε μεγάλο βαθμό κατά τη διάρκεια του Μεσοπολέμου τόσο από τις δημοκρατικές κυβερνήσεις, όπως του Βενιζέλου, όσο και από τη δικτατορική κυβέρνηση του Μεταξά. Η ανάπτυξη του οδικού δικτύου με σκοπό την εξυπηρέτηση -μεταξύ άλλων- του τουρισμού είχε σημαντικό ρόλο στο πλαίσιο των αναπτυξιακών πολιτικών εκείνης της περιόδου. Μεταπολεμικά, ωστόσο, ο ρόλος αυτός αναβαθμίζεται περαιτέρω. Η σταδιακή ανάδυση των μεσαίων οικονομικοκοινωνικών στρωμάτων οδηγεί στη μαζοποίηση του τουρισμού. Η αναψυχή και ο ελεύθερος χρόνος εντάσσονται πλέον στην κουλτούρα ευρύτερων κοινωνικών στρωμάτων. Κατά συνέπεια, η νέα τάση στον τουρισμό δεν ήταν πλέον η εξυπηρέτηση μιας ελίτ, αλλά πολυάριθμων Βορειοευρωπαίων, κυρίως, ταξιδιωτών οι οποίοι αποζητούσαν τη μαζική κατανάλωση αυτών που προβάλλονται ως τα κερδοφόρα «τουριστικά προϊόντα» της Μεσογείου: ήλιος και θάλασσα (Νικολακάκης, 2017, σελ. 59-90· Papazafeiropoulou, Vattes, & Zacharopoulou, 2017, σελ. 299-326).

Επομένως, η κατασκευή συγκοινωνιακών υποδομών που θα επέτρεπαν σε αυτές τις «ειρηνικές ορδές» να έχουν πρόσβαση σε τουριστικούς προορισμούς καθίσταται μεταξύ των συμβατικών υποχρεώσεων του ελληνικού κράτους, προκειμένου αυτό να ανταποκριθεί στην πρόκληση της οικονομικοκοινωνικής του ανάπτυξης, σύμφωνα με τα πρότυπα του μεταπολεμικού κόσμου (Νικολακάκης, 2017, σελ. 59-90). Μάλιστα,

το οδικό δίκτυο τίθεται στην πρώτη προτεραιότητα των τεχνοκρατικών στοχεύσεων των ελληνικών κυβερνήσεων που θα εκσυγχρόνιζαν το ελληνικό κράτος, σύμφωνα με τα δυτικοευρωπαϊκά πρότυπα. Αυτό συμβαίνει επειδή το αυτοκίνητο, κατά τις πρώτες μεταπολεμικές δεκαετίες, θεωρείται η επιτομή του εκδημοκρατισμού των πολιτισμικών πρακτικών του ελεύθερου χρόνου. Μία χαρακτηριστική τοποθέτηση σχετικά με αυτήν την αντίληψη διατυπώνει ο Κ. Κιτσίκης, ένας από τους μηχανικούς της εποχής με ενεργό ρόλο στη διαμόρφωση των τεχνοκρατικών στοχεύσεων των μεταπολεμικών κυβερνήσεων:

«...[Τ]ο σπουδαιότερο έργο προσελκύσεως νέων περιηγητών θά είναι η λήψις όλων εκείνων των μέτρων, τα οποία θα καταστήσουν ευχερή την δι' αυτοκινήτου επίσκεψιν της Ελλάδος. Γιατί ο σημερινός τουρίστας έχει βρει πως το οικονομικώτερο συγκοινωνιακό μέσον είναι το αυτοκίνητο που διαθέτει» (Τσολάκης, 1965, σελ. 182).

Διαφαίνεται, λοιπόν, ότι η μεν αυτοκίνηση αναδεικνύεται σε κρίσιμο παράγοντα για την τόνωση του τουρισμού. Ο δε τουρισμός αναδεικνύεται, κυρίως από τη δεκαετία του 1960 και εξής ως ο παράγοντας οικονομικής ανάκαμψης της ελληνικής υπαίθρου, η οποία μετά τον Εμφύλιο έφθινε οικονομικά και πληθυσμιακά, λόγω των αστυφιλικών ρευμάτων κυρίως προς την πρωτεύουσα (Νικολακάκης, 2017, σελ. 92-99). Κατά συνέπεια, τα οδικά δίκτυα θεωρούνται νευραλγικής σημασίας στο πλαίσιο των μεταπολεμικών αναπτυξιακών πολιτικών τόσο των δημοκρατικών κυβερνήσεων όσο και της δικτατορίας των Συνταγματαρχών την περίοδο 1967-1973 (όπ.π., σελ. 128-130). Θεωρούνται ως η κατεξοχήν τεχνική υποδομή που υλοποιούσε τους μελλοντικούς αναπτυξιακούς οραματισμούς με απώτερο στόχο τον εκσυγχρονισμό του ελληνικού κράτους σύμφωνα με τις θεωρούμενες ως ευρωπαϊκές προδιαγραφές. Αν, μάλιστα, λάβουμε υπόψιν την ιδιαιτερότητα της Ελλάδας, όπου, αφενός, το έντονο γεωφυσικό ανάγλυφο δημιουργούσε περιοχές συγκοινωνιακά και κατ' επέκταση οικονομικοκοινωνικά απομονωμένες, όπως την Ήπειρο, αφετέρου, η σιδηροδρομική τους διασύνδεση ήταν οικονομοτεχνικά ασύμφορη, καταλαβαίνουμε ότι η επέκταση των οδικών δικτύων ήταν ζωτική για τη γεωγραφική ενοποίηση της ελληνικής επικράτειας από οικονομικής και κοινωνικής πλευράς. Κατά συνέπεια, η επέκταση οδικών και ταυτόχρονα τουριστικών δικτύων σε κάθε γωνιά της Ελλάδας θεωρήθηκε ταυτόσημος στόχος.

Αφού περιγράψαμε το πώς η ελλειμματική συγκοινωνιακή διασύνδεση πολλών περιοχών της Ελλάδας μέσω μεταφορικών υποδομών κατέστησε τον τουρισμό

παράγοντα επέκτασης του οδικού δικτύου σε απομονωμένες περιοχές της ελληνικής υπαίθρου, μπορούμε τώρα να εστιάσουμε στον λόγο για τον οποίο η στενή συνάφεια τουρισμού και αυτοκίνησης είχε μεγάλη σημασία για τη συγκρότηση μιας εθνικής αυτοεικόνας που επιχειρείται να προβληθεί και διεθνώς. Στα τέλη του 19ου αιώνα, ο τουρισμός αφορούσε ένα στενό κύκλο μεγαλοαστών διανοουμένων, οι οποίοι, κατά τα πρότυπα αντίστοιχων ευρωπαϊκών κύκλων πραγματοποιούσαν φυσιολατρικές εξορμήσεις με στόχο την ανακάλυψη της «ελληνικότητας» του τοπίου. Σε αυτό το πλαίσιο, η φύση, οι ακρογιαλιές, το φως, τα μνημεία στοιχειοθετούνται ως συστατικά της ελληνικής ταυτότητας (Ξιφαράς, 1995, σελ. 1-14).

Επεκτείνοντας το παραπάνω ιδεολόγημα, το μεταξικό καθεστώς επιχειρεί να συνδέσει το εθνικιστικό με το τεχνοκρατικό ιδεώδες. Έτσι, έδωσε έμφαση σε κατασκευαστικά έργα, με κυριότερο την οδοποιΐα, σύμφωνα με τα πρότυπα των ολοκληρωτικών καθεστώτων της εποχής που προέτασσαν την τεχνολογική ως μέρος της εθνικής προόδου, και κατασκεύαζαν μεγαλεπήβολα έργα, όπως η Autostrada στην τότε φασιστική Ιταλία και η Autobahn στη ναζιστική Γερμανία. Ο Β΄ Παγκόσμιος Πόλεμος που μεσολάβησε κατέστρεψε σχεδόν ολοκληρωτικά το μεγαλύτερο μέρος των υποδομών που είχαν κατασκευαστεί ως τότε. Έκτοτε, μεγάλο μέρος των μεταπολεμικών αναπτυξιακών προγραμμάτων έχουν ως γνώμονα την ανάδειξη συγκεκριμένων χώρων ως αξιοθέατων. Ο στόχος αυτός εντάσσεται στα πενταετή αναπτυξιακά προγράμματα μεταπολεμικών κυβερνήσεων, όπως σε αυτό του Καραμανλή (Παπαζαφειροπούλου, 2024, σελ. 136-149, 153-190).

Ειδικά το ελληνικό οδικό δίκτυο αναπτύσσεται, σε μεγάλο βαθμό, βάσει διαδρομών που συνδέονται με αυτό που περιγράψαμε παραπάνω ως διαδικασία επέκτασης του «τουριστικού βλέμματος». Στο πλαίσιο αυτό, πραγματοποιείται η ιδεολογική και τεχνική ανακατασκευή του ελληνικού τοπίου με όρους τουριστικής βιομηχανίας: συγκεκριμένα τοπόσημα, όπως τα αρχαιολογικά μνημεία και οι παραλίες, ανακατασκευάζονται ως τουριστικά προϊόντα και ταυτόχρονα ως μετωνυμικά σύμβολα της εικόνας που προβάλλεται για την Ελλάδα διεθνώς. Με τον τρόπο αυτόν, η επιδιωκόμενη τουριστική ανάπτυξη εξυπηρετεί το ελληνικό κράτος διττά: πέρα από την οικονομική συνεισφορά λειτουργεί ως παράγοντας ανύψωσης της εθνικής εικόνας, προσφερόμενης τόσο για εγχώρια όσο και για διεθνή κατανάλωση (Νικολακάκης, 2017, σελ. 79-87).

3. Μηχανοκίνητος αθλητισμός και τουρισμός στην Ελλάδα

Κατά την πρώτη διοργάνωση του Διεθνούς Ράλλυ Ακρόπολις το 1957 η εφημερίδα *Η Καθημερινή* αποτύπωσε το αθλητικό αυτό γεγονός ως εξής:

«...[H] περιοδεία που αρχίζανε εκείνο το ξημέρωμα μερικοί διαλεχτοί ξένοι, επρόκειτο να βάλει πραγματικά την Ελλάδα σ' ένα καινούργιο χάρτη. Ήταν οι αυτοκινητισταί που ελάμβαναν μέρος εις τό πρώτο διεθνές ελληνικό ράλλυ, Γάλλοι, Γερμανοί, Γιουγκοσλάβοι, Ελβετοί, Καναδοί, Αιγύπτιοι, Άγγλοι, Ολλανδοί και ξένοι άσσοι, πρωτίστης κατηγορίας, νικηταί παγκοσμίων πρωταθλημάτων, ονόματα τρανταχτά εις την ειδικότητά τους, φίρμες άνεγνωρισμένες, ελάμβαναν μέρος με άμάξια πολυτελείας, όχι με τζιπ, ή με τάνκς... “Πού τρέξατε; Στην Ελλάδα;” Όλοι αυτοί μεθαύριο θα γυρίσουν πίσω εις τις πατρίδες τους και θα δώσουν συνεντεύξεις σε εφημερίδες και περιοδικά και θα γράψουν άρθρα και περιγραφές επαγγελματικές και θα βάλουν την Ελλάδα εις τον χάρτη των κρατών που βρίσκονται σε σημείο αρκετά εξελιγμένο, ώστε να διοργανώνουν αυτοκινητιστικούς αγώνες [...]Είναι σημεία και εκδήλωσις πολιτισμού αυτή η εφετεινή πρόσκλησις και η αντανάκλασίς της από τουριστικής απόψεως μπορεί να είναι ανυπολογίστου αξίας, μπορεί να μας στείλη του χρόνου χιλιάδες αυτοκίνητα με χιλιάδες χρησίμους περιηγητάς [...] Αυτοί οι επισκέπται είναι το νέο και πλούσιο αίμα που θα ζωντανέψη τις αναιμικές αρτηρίες της Ελλάδας. Όχι οι άλλοι που κατεβαίνουν σε οργανωμένα μπουλούκια από το υπερωκεάνειο και περνούν λίγες βιαστικές και αξόδευτες ώρες εις τα αξιοθέατα» (Η Καθημερινή, 28.4.1956, σελ. 9-10).

Το παραπάνω απόσπασμα είναι χαρακτηριστικό δείγμα του δημόσιου λόγου της εποχής για τον μηχανοκίνητο αθλητισμό. Όπως βλέπουμε, οι αγώνες αυτοκινήτου συνδέονται με την εξιδανίκευση του ελληνικού τοπίου και του αρχαιολογικού παρελθόντος. Συνδέονται, ταυτόχρονα, με τον εκσυγχρονισμό του κράτους μέσω, αφενός, των οδικών υποδομών και, αφετέρου, της οικειοποίησης τεχνολογικών προϊόντων αιχμής, όπως τα αυτοκίνητα. Τα στοιχεία αυτά συγκροτούν την εικόνα που επιθυμεί να προβάλλει διεθνώς η Ελλάδα ως λίκνο του ευρωπαϊκού πολιτισμού, και ταυτόχρονα ως εκσυγχρονισμένο κράτος που συμμετέχει στη χορεία των δυτικοευρωπαϊκών κρατών. Επιπλέον, όπως αναλύσαμε στην προηγούμενη ενότητα, τα στοιχεία αυτά συγκροτούν το εθνικό αφήγημα, στο πλαίσιο του οποίου η αυτοκίνηση και ο τουρισμός αποκτούν εργαλειακό ρόλο για τη μεταπολεμική οικονομική ανάπτυξη. Στην ενότητα αυτή θα δούμε πιο συγκεκριμένα το πώς επέδρασε ο μηχανοκίνητος αθλητισμός στην ελληνική μεταπολεμική κουλτούρα.

Οι αγώνες αυτοκινήτων διοργανώνονταν στην Ελλάδα, όπως και στο εξωτερικό, ήδη από τα πρώτα χρόνια που τα αυτοκίνητα κυκλοφόρησαν στους δρόμους των

πόλεων. Οι πρώτοι επίσημοι αυτοκινητιστικοί αγώνες διεξήχθησαν στην Ελλάδα το 1926, με πρωτοβουλία της ΕΛΠΑ (Αποστολίδης, 2002, σελ. 173). Με δεδομένο ότι η αυτοκίνηση ήταν μια πολιτισμική πρακτική αναψυχής της μεγαλοαστικής τάξης, ήταν αναμενόμενο οι ιδιοκτήτες αυτοκινήτων να επιδίδονται σε επίδειξη των τεχνικών δυνατοτήτων των οχημάτων τους. Άλλωστε, εκείνη την εποχή, η κυκλοφορία αυτοκινήτων συνιστούσε από μόνη της θέαμα στους δρόμους των πόλεων. Σε κάθε περίπτωση, με δεδομένο ότι η αυτοκίνηση συνδέεται στις απαρχές της με την κοινωνική επίδειξη, μπορούμε να κατανοήσουμε το πώς η αποθέωση της ταχύτητας καθίσταται συστατικό της κουλτούρας της (Karampatsos, 2017, σελ. 255-280).

Μεταπολεμικά, ο πρώτος αγώνας αυτοκινήτων που διεξήχθη ήταν το «Ελληνικόν Ράλυ 1951» ή «Ράλυ Shell» (*Επιθεώρησις Shell*, 1951, σελ. 19-20). Το 1952 ύστερα από εισήγηση του Αποστόλου Νικολαΐδη αντιπροέδρου της ΕΛΠΑ και προέδρου της μόνιμης επιτροπής αγώνων διεξήχθη ο πρώτος αγώνας αυτοκινήτων της ΕΛΠΑ (*Επιθεώρησις Shell*, 1952, σελ. 6-7). Την ίδια χρονιά ο αγώνας αυτός μετονομάστηκε σε Ράλλυ Ακρόπολις, και έκτοτε, για την περίοδο που εξετάζουμε, διοργανωνόταν σε ετήσια βάση, με εξαίρεση το 1974, που δεν πραγματοποιήθηκε λόγω της υφιστάμενης, τότε, πετρελαϊκής κρίσης (Ζαλμάς, 2003, σελ. 91). Στα χρόνια που ακολουθούν, πληθαίνουν οι διοργανώσεις αγώνων αυτοκινήτων, πολλές εκ των οποίων, όμως, είχαν ευκαιριακό χαρακτήρα: Σιρκουί Τατοΐου, Σιρκουί Χανίων, Σιρκουί Ρόδου, Σιρκουί Κέρκυρας, Ανάβαση Ριτσώνας, το Ράλλυ «Γύρος Πελοποννήσου», το Ράλλυ Θερμαϊκού κ.λπ. (Το Βολάν, 1964, σελ. 13-15· Νέο Αυτοκίνητο, 1966, σελ. 138-140· Νέο Αυτοκίνητο, 1971, σελ. 52-55· 4 Τροχοί, 1978, σελ. 84-86).

Σε κάθε περίπτωση, κορωνίδα όλων των ελληνικών διοργανώσεων μηχανοκίνητου αθλητισμού ήταν, όπως και σήμερα, παρά τις όποιες αντιξοότητες υπήρξαν κατά καιρούς, το Διεθνές Ράλλυ Ακρόπολις ή το «Ράλλυ των Θεών», όπως χαρακτηριζόταν στον ειδικό Τύπο. Ενδεικτικό της αίγλης του ήταν ότι ο αγώνας τελούσε υπό την προστασία του τότε βασιλιά της Ελλάδας Παύλου Α', ο οποίος πραγματοποιούσε, συχνά, αυτοπροσώπως τις απονομές των επάθλων. Το παράδειγμά του ακολούθησαν ο διάδοχός του Κωνσταντίνος Γλύξμπουργκ, και ο τότε πρωθυπουργός Κωνσταντίνος Καραμανλής (Το Ιδιωτικόν Ι.Χ. Αυτοκίνητον, 1960, σελ. 14-16· Το Βολάν, 1964, σελ. 15-17· Νέο Αυτοκίνητο, σελ. 184-187).

Η διεθνής απήχηση του Ράλλυ Ακρόπολης οφειλόταν, αφενός, στο ότι διέθετε εντυπωσιακές διαδρομές από πλευράς φυσικού περιβάλλοντος αλλά, ταυτόχρονα, στο ότι παρουσίαζε αυξημένο βαθμό δυσκολίας. Η δυσκολία αυτή αφορούσε πρωτίστως στο ελληνικό οδικό δίκτυο, το οποίο λόγω του έντονου γεωφυσικού

ανάγλυφου της χώρας ήταν σε πολλά σημεία ιδιαίτερα δύσβατο. Ο Τύπος της εποχής εξήρε τις προσπάθειες των συμμετεχόντων να φέρουν σε πέρας τη δύσκολη διαδρομή (*Το Ιδιωτικόν Αυτοκίνητον I.X.*, 1963, σελ. 11-15). Η ουσία του αγώνα, λοιπόν, βρισκόταν στην αναμέτρηση των οδηγικών ικανοτήτων και των αντοχών των συμμετεχόντων, με δεδομένο ότι ο αγώνας διαρκούσε δύο συνεχόμενα εικοσιτετράωρα (Ζαλμάς, 2003, σελ. 8). Επιπλέον, ο αγώνας αφορούσε στην αναμέτρηση της τεχνολογίας των αυτοκινήτων με τις συνθήκες του ελληνικού οδικού δικτύου. Μπορεί μεν στο απόσπασμα, που είδαμε παραπάνω να αναφέρεται ότι οι ελληνικοί δρόμοι δεν είναι πλέον δύσβατοι ή επικίνδυνοι «αλλά απλώς μέτριοι», στην πραγματικότητα, όμως, η οδήγηση σε αυτούς ήταν πραγματική πρόκληση. Εξ ου και σε πολλές πηγές η Κατάρα, για παράδειγμα, παρομοιαζόταν με «θηρίο», το οποίο έπρεπε να δαμάσουν οι οδηγοί (*Το Βολάν*, 1957, σελ. 4).

Η διαδρομή εκκινούσε από την Αθήνα, συνήθως διερχόταν από Πελοπόννησο, Δυτική Ελλάδα και Ήπειρο, κατευθυνόταν στη Θεσσαλονίκη και επέστρεφε στην Αθήνα. Σε αυτήν τη διαδρομή υπήρχαν κατά καιρούς παραλλαγές, ενώ ακόμη υπήρχαν και οι λεγόμενες ειδικές διαδρομές αυξημένης δυσκολίας που προσετίθεντο στο βασικό δρομολόγιο. Ιδιαίτερη θέση στη διαδρομή είχαν η δοκιμασία ανάβασης Πάρνηθας και το σιρκουί του Τατοΐου. Συνήθως, η εκκίνηση πραγματοποιείτο σε κάποιο κεντρικό σημείο της Αθήνας, όπως η Ακρόπολη ή το Παναθηναϊκό Στάδιο, και το τέρμα ήταν και πάλι στην Ακρόπολη, όπου κάποιες χρονιές οι διαγωνιζόμενοι έπρεπε να φέρουν σε πέρας μία δοκιμασία δεξιτεχνίας (Ζαλμάς, 2003, σελ. 4-15).

Κατά την πρώτη δεκαετία της διεξαγωγής του, η δυσκολία του αγώνα συνίστατο στη μεγάλη διάρκεια της διαδρομής του. Κατά τ' άλλα, η αυστηρότητα των ποινών δεν ήταν μεγάλη, εξ ου και κατόρθωναν να τερματίσουν περισσότερα από τα μισά πληρώματα. Σταδιακά, και κυρίως, κατά τη δεκαετία του 1970, η οποία έχει χαρακτηριστεί ως «η χρυσή εποχή του Ράλλυ Ακρόπολις», το επίπεδο δυσκολίας του αγώνα αυξάνει σημαντικά. Με δεδομένο ότι το κύρος του έχει πλέον καθιερωθεί διεθνώς, το θέαμα που προσφέρει οφείλει να είναι αντάξιο της φήμης του ώστε να παρουσιάζει ενδιαφέρον στους χιλιάδες ξένων επισκεπτών. Εξ ου και ο αγώνας γίνεται διαρκώς γρηγορότερος και απαιτητικότερος, ενώ η τεχνολογία των αυτοκινήτων εξελίσσεται περαιτέρω προκειμένου να ανταποκριθεί στις ανάγκες των διαδρομών. Η ανάγκη για διαρκώς νέες τεχνολογικές καινοτομίες στα αγωνιστικά αυτοκίνητα αυξάνει τόσο τον ανταγωνισμό των εταιρειών ως προς τα χρήματα που επενδύουν, αλλά και ως προς τους οδηγούς αγώνων που επιλέγουν. Γι' αυτό και κυριαρχούν μεγάλα ονόματα τόσο σε κατασκευαστές όσο και σε πληρώματα, τα οποία είναι στην πλειονότητά τους γαλλικά, βρετανικά και

σκανδιναβικά. Ο σχετικά αυθόρμητος χαρακτήρας των πρώτων χρόνων υποχωρεί, καθώς ο αυξημένος αριθμός των ξένων πληρωμάτων που συμμετέχουν δίνει έναν πιο επαγγελματικό χαρακτήρα στον μηχανοκίνητο αθλητισμό. Αυτό σημαίνει ότι ο σχεδιασμός της οργάνωσης γίνεται αρτιότερος, ωστόσο δεν παύει να είναι και μια επικερδής επιχείρηση, η οποία συνδέεται με τα οικονομικά συμφέροντα των αυτοκινητοβιομηχανιών. Κατά συνέπεια, οι πιθανότητες να πάρουν καλή θέση ανεξάρτητοι συμμετέχοντες που δεν χρηματοδοτούνται από εταιρείες σταδιακά καταλήγουν να είναι μηδαμινές (όπ.π., σελ. 73-81).

Μάλιστα, από τα μέσα της δεκαετίας του 1960 μειώνεται ο αριθμός ελληνικών πληρωμάτων που τερματίζουν στην πρώτη δεκάδα. Παρ' όλα αυτά, οι Έλληνες οδηγοί που συμμετείχαν στους αγώνες αυτοκινήτων, και ειδικά στο Ράλλυ Ακρόπολις απολάμβαναν μεγάλη αναγνωρισιμότητα στην εποχή τους. Ήδη από τον πρώτο αγώνα του Ράλλυ Ακρόπολις που διεξήχθη το 1953, διακρίθηκαν οδηγοί αυτοκινήτου οι οποίοι θα καθιερώνονταν ως ονόματα σε πολλές επόμενες διοργανώσεις, όπως ο Τζώνυ Πεσμαζόγλου, διευθυντής της ιστορικής αντιπροσωπείας αυτοκινήτων ΕΛΦΙΝΚΟ, ο Νίκος Παπαμιχαήλ και ο Αλέξανδρος Δαρδούφας (*Το Βολάν*, 1964, σελ. 3-7· Αποστολίδης, 2002, σελ. 34-45).

Τη δεκαετία του 1960 αναδεικνύονται πολλά ακόμα ονόματα Ελλήνων οδηγών: ο Σταύρος Ζαλμάς, ο Γιώργος Μοσχούς, ο Σωτήρης Σοφιανόπουλος, ένας εκ των ιδιοκτητών της χημικής βιομηχανίας «Χρωπεί», ο οποίος χρησιμοποιούσε το ψευδώνυμο «Ειπώρχ», ο Παύλος Κανελλάκης ή «Ναυτίλος», ο Αλέξανδρος Μανιατόπουλος ή «Ύψηλάντης», ο οποίος διηύθηγε την αντιπροσωπεία αυτοκινήτων ΜΑΥΑ, και ο Γιάννης Μεϊμαρίδης, επίσης επιχειρηματίας, ο οποίος αγωνιζόταν με το ψευδώνυμο «Μαύρος» και ήταν ένας από τους «πесόντες» στον βωμό του επικίνδυνου σπορ, καθότι έχασε τη ζωή του το 1971 κατά τη διάρκεια του Σιρκουί Ρόδου. Στη μεγάλη τους πλειονότητα οι Έλληνες οδηγοί αγώνων ήταν επιχειρηματίες ή γόννοι της εγχώριας ελίτ, ενώ πολλοί από αυτούς δραστηριοποιούνταν στον χώρο της εμπορείας αυτοκινήτου. Ιδιαίτερο ταλέντο θεωρείτο ο Γιώργος Ραπτόπουλος, ο οποίος ήταν από τις ελάχιστες περιπτώσεις οδηγών μηχανοκίνητου αθλητισμού που δεν προερχόταν από τα ανώτερα κοινωνικά στρώματα. Οι επιδόσεις του ήταν αξιοσημείωτες δεδομένου ότι καταλάμβανε πρώτες θέσεις παρότι είχε να ανταγωνιστεί με αυτοκίνητα πολύ πιο προηγμένα τεχνολογικά, κυρίως από τους ξένους συμμετέχοντες (*Το Βολάν*, 1964, σελ. 10-14· *Το Ιδιωτικόν Αυτοκίνητον Ι.Χ.*, 1964, σελ. 13· Αποστολίδης, 2002, σελ. 38-128). Αργότερα, κατά τη δεκαετία του 1970, αναδεικνύεται ο «Ιαβέρης», κατά κόσμον Γάσος Μαρκουΐζος, ο οποίος καθιερώνεται στο ελληνικό κοινό ως ένας από τους δημοφιλέστερους οδηγούς

μηχανοκίνητου αθλητισμού. Την ίδια δεκαετία, σημαντικές διακρίσεις κατέκτησε και ο Τάσος Λιβιεράτος ή «Σιρόκο» (*Νέο Αυτοκίνητο*, 1971, σελ. 52-55· *Νέο Αυτοκίνητο*, 1971, σελ. 75-78).

Σε κάθε περίπτωση, όπως βλέπουμε από τις περιπτώσεις των περισσότερων οδηγών αγώνων, ο μηχανοκίνητος αθλητισμός ήταν ένα κοσμικό γεγονός της μεγαλοαστικής κοινωνίας. Όπως αναφερόταν χαρακτηριστικά στο περιοδικό *Εικόνες* του 1961, η συμμετοχή σε αγώνες αυτοκινήτων ήταν υπόθεση μιας «κάστας μηχανοκίνητης αριστοκρατίας» (Ζαλμάς, 2003, σελ. 43). Ελάχιστη προϋπόθεση συμμετοχής ήταν η ιδιοκτησία αυτοκινήτου τελευταίας τεχνολογίας, κάτι που για την πλειονότητα των Ελλήνων της εποχής ήταν απαγορευτικό. Περιπτώσεις όπως αυτή του Γιώργου Ραπτόπουλου ήταν εξαιρέσεις. Παρ' όλα αυτά, ο μηχανοκίνητος αθλητισμός κατέστη λαοφιλές θέαμα με απήχηση πολύ μεγαλύτερη απ' ό,τι σήμερα. Οι κάτοικοι των περιοχών τις οποίες διέσχιζαν οι αγωνιστικές διαδρομές συνέρρεαν στις άκρες του δρόμου και περίμεναν με τις ώρες να δουν για λίγα δευτερόλεπτα το σύννεφο σκόνης που σηκωνόταν από τα διερχόμενα αυτοκίνητα, τα οποία οδηγούσαν τα μεγάλα ονόματα της εποχής. Όπως χαρακτηριστικά ανέφερε ο Σαράντης Αποστολίδης, ο οποίος είχε εκτελέσει χρέη αλυτάρχη αγώνων το 1966 στην Ανάβαση Ριτσώνας:

«Το πρόβλημα με όλες τις αναβάσεις ήταν (και είναι) ο μεγάλος αριθμός των θεατών που στήνονται κατά μήκος της διαδρομής για να παρακολουθήσουν τον αγώνα [...] Όσο πιο πολύς ο κόσμος, τόσο και μεγαλύτερα τα προβλήματα ελέγχου [...] Το πιο ενοχλητικό και επικίνδυνο όμως είναι τούτο: ο πολύς κόσμος έρχεται να δει τους πρωταθλητές. Έχουν κι αυτοί τη Θύρα τους και τους οπαδούς τους. Γιατί όχι; Οι πρωταθλητές, όμως, την εποχή στην οποία αναφερόμαστε, ξεκινούσαν πρώτοι, και οι θεατές, όταν έβλεπαν τον «δικό» τους, βαριούνταν να μείνουν ώσπου να τελειώσει ο αγώνας και ξεχύνονταν στον δρόμο για να πάνε να φάνε στην πλησιέστερη ψησταριά. Κυριακή, γαρ. Έτσι διακοπτόταν ο αγώνας για πολλή ώρα, ώσπου να καθαρίσει ο δρόμος, να τον κλείσει ο Αλυτάρχης και να μπορέσουν οι υπόλοιποι αγωνιζόμενοι να ξεκινήσουν τον αγώνα» (Αποστολίδης, 2002, σελ. 93-94).

Η δημόσια επίδειξη των τεχνολογικών δυνατοτήτων των αυτοκινήτων στο πλαίσιο του μηχανοκίνητου αθλητισμού καθιερώνει την αυτοκίνηση ως ένα τεχνοκοινωνικό σύστημα που συνδέεται με την κατασκευή δύο κατεξοχήν νεωτερικών προτύπων: της κινητικότητας και της αποθέωσης της ταχύτητας. Έτσι, βάζει τη σφραγίδα

του στο συλλογικό φαντασιακό της μεταπολεμικής μαζικής κουλτούρας. Συνεπώς, οι αγώνες αυτοκινήτου συνέβαλαν στο να καταστεί η ιδιοκτησία αυτοκινήτου καταναλωτικό πρότυπο για το σύνολο της κοινωνίας, και ιδίως για την αναδυόμενη -τότε- μεσαία τάξη.

Πώς, όμως, επηρέασε τη μεταπολεμική ελληνική κοινωνία ο μηχανοκίνητος αθλητισμός; Υπάρχουν δύο σημαντικές πτυχές της, στις οποίες οι αγώνες αυτοκινήτων υπήρξαν επιδραστικοί: η διάχυση τεχνολογικής κουλτούρας, η οποία συνδέεται με την άνοδο της ιδιοκτησίας -κυρίως μεταχειρισμένων- αυτοκινήτων, και η διάδοση της πρακτικής του εσωτερικού τουρισμού ως μίας νέας μορφής πατριδογνωσίας.

Οι αγώνες αυτοκινήτων έχουν λειτουργήσει ανέκαθεν για τους αυτοκινητοβιομηχανίες ως πεδίο πειραματισμού για καινοτομίες. Προκειμένου να μπορούν να αντεπεξέλθουν στις διαρκώς αυξανόμενες απαιτήσεις των αγώνων, οι οδηγοί έφθαναν κάθε φορά τα οχήματά τους στα όρια των τεχνολογικών τους δυνατοτήτων. Για τον λόγο αυτόν, οι μηχανικοί των διαφόρων εταιρειών επιδίδονταν σε έναν ανταγωνισμό ως προς τις κατασκευαστικές προδιαγραφές των αυτοκινήτων για ταχύτητα, αντοχή και ασφάλεια. Παράλληλα, προέβαιναν διαρκώς στη δοκιμή τεχνολογικών λύσεων για το πλήθος των προβλημάτων που προέκυπταν κατά τη διάρκεια των αγώνων. Επομένως, οι αγώνες μηχανοκίνητου αθλητισμού στάθηκαν αφορμή για σημαντικές τεχνολογικές εξελίξεις και ρηξικέλευθες καινοτομίες, τις οποίες στη συνέχεια εφαρμόζαν οι αυτοκινητοβιομηχανίες και στα μη αγωνιστικά αυτοκίνητα. Λειτουργούσαν, δηλαδή, ως ένα πεδίο καλλιέργειας τεχνογνωσίας.

Πέρα από αυτό, όμως, ειδικά για την ελληνική αγορά, υπήρχε ένας επιπλέον λόγος για τον οποίον, η τεχνογνωσία που καλλιεργείτο στο πλαίσιο των αγώνων μηχανοκίνητου αθλητισμού είχε εξέχουσα σημασία. Ο λόγος αυτός ήταν ότι εκείνη την εποχή, μέχρι περίπου και τις αρχές της δεκαετίας του 1980, η ελληνική αγορά κυριαρχείτο από μεταχειρισμένα αυτοκίνητα (Καφάογλου, 2013, σελ. 490-497· *Το Ιδιωτικόν Ι.Χ. Αυτοκίνητον*, 1963, σελ. 8· *Το Ιδιωτικόν Ι.Χ. Αυτοκίνητον*, 1963, σελ. 5· *Το Ιδιωτικόν Αυτοκίνητον Ι.Χ.*, 1964, σελ. 16). Παρά την αλματώδη αύξηση των αυτοκινήτων που κυκλοφορούσαν στους ελληνικούς δρόμους, η αγορά καινούργιου αυτοκινήτου ήταν πέρα από τις δυνατότητες του μέσου καταναλωτή. Για τον λόγο αυτόν, η αγορά αυτοκινήτου μέχρι τουλάχιστον τις αρχές της δεκαετίας του 1980 κυριαρχείται από μεταχειρισμένα οχήματα.

Η επισκευή μεταχειρισμένων αυτοκινήτων απαιτούσε ιδιαίτερες δεξιότητες τεχνογνωσίας. Οι κατεξοχήν, λοιπόν, φημισμένοι μηχανικοί αυτοκινήτων που είχαν μεγάλη εμπειρία σε επισκευές αλλά και σε μετασκευές ήταν εκείνοι που είχαν θητεύσει στο σημαντικό φυτώριο τεχνογνωσίας που λεγόταν αγώνες αυτοκινήτων.

Χαρακτηριστικό παράδειγμα τεχνίτη, ο οποίος μέσω των μετατροπών που έκανε σε οχήματα κατόρθωσε να διακριθεί σε ελληνικές και ξένες διοργανώσεις αγώνων, υπήρξε ο Γιώργος Ραπτόπουλος, στον οποίο αναφερθήκαμε παραπάνω. Ο Ραπτόπουλος, ο οποίος άφησε εποχή στον ειδικό Τύπο της εποχής με τις επιδόσεις που σημείωνε με το θρυλικό DKW του, εκτός από επιτυχημένος οδηγός αγώνων ήταν και μηχανικός. Είχε ξεκινήσει ως μαθητευόμενος τεχνίτης σε συνεργεία, κατά τη διάρκεια της Κατοχής, ενώ μεταπολεμικά εκπαιδεύτηκε στο εργοστάσιο της BMW στη Γερμανία και αργότερα εργάστηκε στις μονάδες συναρμολόγησης της ΒΙΑΜΑΞ στην Αθήνα. Ο Ραπτόπουλος χρησιμοποιούσε τις τεχνικές του γνώσεις και την εφευρετικότητά του στη μετασκευή απλών επιβατικών αυτοκινήτων όπως το αγαπημένο του DKW ή ένα BMW σε αγωνιστικά. Ο ίδιος, μάλιστα, επισημαίνει ότι, περισσότερο και από τα μετάλλιά του ακόμη, ήταν περήφανος κυρίως επειδή οι συναγωνιζόμενοί του οδηγούσαν εργοστασιακών προδιαγραφών αγωνιστικά αυτοκίνητα. Μάλιστα, προκειμένου να ανταποκριθούν στις διαφορετικές απαιτήσεις που είχε το είδος της διαδρομής του κάθε αγώνα πολλοί ξένοι κατά κανόνα αγωνιζόμενοι χρησιμοποιούσαν συχνά διαφορετικό αγωνιστικό όχημα σε κάθε διοργάνωση. Από την άλλη, αρκετοί Έλληνες οδηγοί αγώνων μετέτρεπαν και βελτιώναν κάθε φορά τα αυτοκίνητά τους ανάλογα με το είδος και τις απαιτήσεις της κάθε διαδρομής (Καφάογλου, 2013, σελ. 504-515).

Ένα ακόμη παράδειγμα Έλληνα μηχανικού αυτοκινήτου με μεγάλη συμβολή στην τεχνογνωσία των επισκευών είναι ο Χρήστος Βαλασσόπουλος. Οι ευρεσιτεχνίες του τον είχαν καταστήσει διάσημο μεταξύ των οδηγών, ενώ, μάλιστα, χάρη σε αυτές κέρδισε βραβεία στη Διεθνή Εμπορική Έκθεση της Γενεύης. Ο Βαλασσόπουλος, γνωστός και ως «Μπούμπης», ήταν αυτοδίδακτος. Είχε ξεκινήσει να εργάζεται, όντας έφηβος ακόμη, στο 301 Εργοστάσιο Βάσεως, το οποίο ιδρύθηκε το 1945 στους Αγίους Αναργύρους και ήταν το πρώτο εργοστάσιο του Τεχνικού Σώματος του Ελληνικού Στρατού. Αντικείμενο του εργοστασίου αυτού ήταν η επισκευή και μετασκευή τεχνικών υλικών και, κυρίως, ανταλλακτικών. Στη συνέχεια ο Βαλασσόπουλος εργάστηκε σε ένα συνεργείο που εξειδικευόταν σε Alfa Romeo, ενώ, στο τέλος, άνοιξε δικό του συνεργείο με εξειδίκευση στην κατασκευή ή μετασκευή εκκεντροφόρων αξόνων. Μάλιστα, είχε κατασκευάσει και δικά του πρωτότυπα μοντέλα αγωνιστικών αυτοκινήτων με μηχανικά μέρη που προέρχονταν κυρίως από Alfa Romeo και BMW (όπ.π., σελ. 337, 471-482).

Η μαρτυρία του Βαλασσόπουλου είναι χαρακτηριστική αναφορικά με τις καινοτομίες που πραγματοποιούσαν οι Έλληνες μηχανικοί, στο πλαίσιο των πρακτικών τεχνουργίας:

«Επειδή οι ελληνικοί δρόμοι είναι σπαστήρια, το πρώτο πράγμα που είχαμε στο νου μας και με το οποίο ασχολούμαστε ήταν να τοποθετούμε ποδιά κάτω από το αυτοκίνητο, να προστατεύσουμε τα μηχανικά μέρη, γιατί από τις πέτρες έσπαγαν. Φτιάχναμε ποδιές από μπακλαβαδωτή λαμαρίνα. Στο σημείο αυτό, η εμπειρία του Ράλλυ Ακρόπολις είναι πολύ σημαντική. Επίσης ενισχύσαμε σε πολλά σημεία την καρότσα, να μη διαλύσει, τη ράβαμε. Ασχολιόμαστε και με την σκόνη, στα χωνιά των καρμπυρατέρ λόγου χάριν» (Καφάογλου, 2013, σελ. 472).

Διαφαίνεται ότι πολλές από τις τεχνολογικές λύσεις που εφαρμόζονταν στα συνεργεία ως προς τις επισκευές, μετασκευές, συναρμολογήσεις ή «βελτιώσεις» -σύμφωνα τουλάχιστον με τη σχετική ιδιόλεκτο- των μεταχειρισμένων αυτοκινήτων, ήταν απότοκος της τεχνογνωσίας που είχε προκύψει στο πλαίσιο των αγώνων. Με αυτόν τον τρόπο, ολοένα και περισσότεροι Έλληνες μεσαίων ή κατώτερων τάξεων μπορούσαν να εκπληρώσουν το όνειρο απόκτησης αυτοκινήτου, έστω και αν αυτό ήταν μετασκευασμένο ή επανασυναρμολογημένο.

Οι αγώνες αυτοκινήτου συνέβαλαν σημαντικά και σε μία ακόμη πτυχή της μεταπολεμικής κουλτούρας την Ελλάδα: την ανάπτυξη του εσωτερικού τουρισμού. Η προβολή των αυτοκινητιστικών διαδρομών στα μέσα της εποχής ως προς τις φυσικές ομορφιές της ελληνικής υπαίθρου συντελεί στην εκ νέου ανακάλυψή της ως τόπου αναψυχής. Άλλωστε, το γεγονός ότι τονίζεται επανειλημμένα, όπως είδαμε και προηγουμένως, η σημασία των αγώνων στη διεθνή προβολή της χώρας ως τουριστικού προορισμού συμβάλλει στη «διαφήμισή» της και στο εγχώριο κοινό. Με τον τρόπο αυτόν, οι περιηγήσεις και δη οι οδικές εντάσσονται ως πολιτισμική πρακτική στην κουλτούρα σχεδόν του συνόλου της μεταπολεμικής ελληνικής κοινωνίας (Nikolakakis, 2015, σελ. 5-17).

Οι αυξανόμενες ροές εσωτερικής τουριστικής κινητικότητας ενθαρρύνονται από δύο, κυρίως, παράγοντες. Κατ' αρχάς, η ελληνική επικράτεια σταδιακά αναδιοργανώνεται ως προς τις οδικές και τις τουριστικές της υποδομές. Πολλοί τόποι τουριστικού ενδιαφέροντος γίνονται προσβάσιμοι οδικά. Επιπλέον, κατά μήκος των δρόμων που κατασκευάζονται, συναντά πλέον κανείς πρατήρια καυσίμων, σταθμούς ανεφοδιασμού αλλά και κέντρα διασκέδασης και ξενοδοχεία. Εμβληματική είναι, βέβαια, η περίπτωση των ξενοδοχείων «Ξενία» που κτίζονται σε πολλές περιοχές της Ελλάδας (*Το Βολάν*, 1964, σελ. 24. *Εμπρός*, 29.7.1953· Papazafeiropoulou, Vattes & Zacharopoulou, 2017, σελ. 299-326).

Ο δεύτερος παράγοντας που συμβάλλει στην ανάπτυξη του εσωτερικού

τουρισμού είναι η διάχυση πληροφορίας για τα μνημεία, τα αξιοθέατα, και τις φυσικές καλλονές, αλλά και την οδική πρόσβαση σε αυτά. Η έκδοση τουριστικών οδηγών και οδικών χαρτών συμβάλλει αποφασιστικά στην επαναπρόσληψη του εθνικού χώρου ως αντικειμένου συμβολικής και ταυτόχρονα γνωστικής κατάκτησης μέσω της τουριστικής περιήγησης. Η εκφορά του λόγου σε αυτούς τους οδηγούς, μάλιστα, παρουσιάζει ενδιαφέρον, διότι σε αυτήν μπορεί να εντοπίσει κανείς δύο ιδεολογήματα. Αφενός, η ελληνική φύση προβάλλεται ως τόπος απόδρασης από τις ασφυκτικές συνθήκες ζωής της πόλης. Αφετέρου, ο εσωτερικός τουρισμός προβάλλεται ως εργαλείο πατριδογνωσίας για τους Έλληνες, αλλά και μιας μορφής προσκυνηματική διαδικασία μέσω της οποίας τονωνόταν το εθνικό φρόνημα.

Όπως χαρακτηριστικά αναφέρεται σε έναν τουριστικό οδηγό του 1965:

«Θα συνιστούσα σ' έναν κουρασμένο κι εκνευρισμένο από την καθημερινή ζωή Αθηναίο, αν δεν μπορή να ταξιδέψη, να πάρη να διαβάση λίγες σελίδες από τον Οδηγό... Με τον Τουριστικό Οδηγό του 1962 προσφέρεται στον τόπο μας... γνώση που χρειάζεται ... για να της δώσουμε τον εαυτό μας, σ' ένα ταξίδι χαράς, επιστροφής στη φύση και τους προγονικούς μας ανθρώπους, γνωριμίας με την Ελληνική γη, που θα μας κάμη περισσότερο Έλληνες!»
(Τουριστικός Οδηγός για την Ελλάδα, 1965, σελ. 7-8).

Σημαντική πηγή τουριστικής προβολής της Ελλάδας, αλλά και διάχυσης της κουλτούρας του τουρισμού σε ευρύτερα κοινωνικά στρώματα ήταν, ακόμη, τα περιοδικά αυτοκινήτων, τα οποία εκδίδονταν ως επί το πλείστον από ανθρώπους που δραστηριοποιούνταν είτε στον χώρο της διοργάνωσης αγώνων αυτοκινήτου είτε στην εμπορεία αυτοκινήτων. Στα περιοδικά αυτά, η οδική πρόσβαση σε κάθε γωνιά της Ελλάδας συνδυάζει την εθνική αυτογνωσία με τα νέα καταναλωτικά πρότυπα ευμάρειας και κινητικότητας. Στα περιοδικά αυτά συναντούμε για πρώτη φορά μια θεματική ενότητα που καθιερώθηκε αργότερα σε πολλά περιοδικά ποικίλης ύλης: τα αφιερώματα σε διάφορα τουριστικού ενδιαφέροντος μέρη, είτε σε μόνιμες στήλες είτε σε ειδικά ένθετα. Πολλά από τα μέρη που προβάλλονται αναδείχθηκαν μεταπολεμικά σε προορισμούς μαζικής τουριστικής προσέλευσης, όπως τα Μετέωρα, το φαράγγι της Σαμαριάς, τα Καλάβρυτα, το Ναύπλιο, και το Σούνιο.

Πέρα, όμως, από αυτούς τους δημοφιλείς προορισμούς, χάρη στο αυτοκίνητο, οι «λάτρεις της περιπέτειας», όπως αναφέρεται χαρακτηριστικά στα περιοδικά αυτοκινήτου, έχουν την ευκαιρία να ανακαλύψουν ακόμη και τα πιο απομακρυσμένα

και «απόρθητα» μέρη. Μέσα από σχετικά άρθρα, τα περιοδικά αυτά φιλοδοξούσαν να ενημερώσουν τους κινούμενους καταναλωτές ακόμα και για την πιο άγνωστη γωνιά και το απομακρυσμένο χωριό της Ελλάδας (4 *Τροχοί*, 1979, σελ. 116). Κατά το πρότυπο, μάλιστα, των αγώνων μηχανοκίνητου αθλητισμού, ακόμη και το κακό οδικό δίκτυο περιγραφόταν ως μέρος αυτής της περιπέτειας, για την οποία βέβαια τα περιοδικά μπορούν να προσφέρουν και τεχνικές συμβουλές. Άλλωστε, είναι χαρακτηριστικό ότι στα άρθρα τουριστικού ενδιαφέροντος διατυπώνονται όχι μόνο ιδέες για διαδρομές και προορισμούς διακοπών αλλά και συστάσεις για τα προληπτικά μέτρα που πρέπει να λάβουν οι οδηγοί σε σχέση με το αυτοκίνητό τους πριν ξεκινήσουν το ταξίδι τους. Στο πλαίσιο της μαζικής τουριστικής κουλτούρας που καλλιεργείται στα περιοδικά αυτοκινήτου εντοπίζονται ακόμη νέες πρακτικές που απευθύνονται σε ευρέα οικονομικοκοινωνικά στρώματα: η διαμονή σε κάμπινγκ και η ιδιοκτησία τροχόσπιτου. Οι σχετικές διαφημίσεις αυξάνονται ιδίως από τα τέλη της δεκαετίας του 1960 και καθ' όλη τη διάρκεια της δεκαετίας του 1970 (*Το Ιδιωτικόν Αυτοκίνητον I.X.*, 1960, σελ. 6-7· *Νέο Αυτοκίνητο*, 1966, σελ. 127-128· *Νέο Αυτοκίνητο*, 1971, σελ. 75-78· *Νέο Αυτοκίνητο*, 1971, σελ. 30· 4 *Τροχοί*, 1978, σελ. 84-86).

Βλέπουμε, επομένως, ότι η διάχυση της αυτοκίνησης πλαισιώνει ένα πλήθος νέων πολιτισμικών πρακτικών που εντάσσονται στην κουλτούρα του ελεύθερου χρόνου των μεσαίων και κατώτερων οικονομικοκοινωνικά τάξεων. Τα πρότυπα που διέπουν την ανάπτυξη των πρακτικών αυτών προέρχονται κατά κόρον από τον χώρο του μηχανοκίνητου αθλητισμού: την ανάπτυξη της κινητικότητας, τη δεξίωση των νέων τεχνολογιών και της σχετικής τεχνογνωσίας που απαιτεί η ιδιοκτησία αυτοκινήτου, τη γοητεία της ταχύτητας, το στοιχείο περιπέτειας και της απόδρασης από την αστική ζωή και, κυρίως, τη χρήση της αυτοκίνησης ως μέσου επαναπρόσληψης της φύσης και των αξιοθέατων της Ελλάδας ως τόπων αναψυχής και, ταυτόχρονα, αντικειμένων πατριδογνωσίας.

4. Αγώνες έμφυλων υβριδίων

Στα προηγούμενα κεφάλαια του κειμένου, παρουσιάσαμε συνοπτικά κάποια καίρια σημεία της κουλτούρας του μηχανοκίνητου αθλητισμού. Όπως υποστηρίξαμε, οι αγώνες αυτοκινήτου ως δημόσια επίδειξη της τεχνολογίας αιχμής της εποχής συνέβαλαν στη νοηματοδότηση του αυτοκινήτου ως αθλητικού και ψυχαγωγικού μέσου, στην καθιέρωσή του ως κατεξοχήν καταναλωτικού προτύπου της μεταπολεμικής κουλτούρας, καθώς και στον επαναπροσδιορισμό της ελληνικής υπαίθρου ως τουριστικού προορισμού.

Πέρα, όμως, από τα παραπάνω, ένα καίριο στοιχείο του μηχανοκίνητου αθλητισμού είναι το ότι ο αγώνας δεν διεξάγεται μεταξύ ανθρώπων που θέτουν σε δοκιμασία τις σωματικές ικανότητές τους, αλλά μεταξύ υβριδίων οδηγών και οχημάτων. Επιπλέον, παρά το γεγονός ότι υπάρχει μια μειοψηφία γυναικών που συμμετέχουν στα πληρώματα των αγώνων αυτοκινήτου, ο μηχανοκίνητος αθλητισμός θεωρείται αδιαμφισβήτητα ένα ανδρικό άθλημα. Στην ενότητα αυτή, θα εξετάσουμε, επομένως, το ζήτημα της έμφυλης και ταυτόχρονα υβριδικής ταυτότητας των συμμετεχόντων στον μηχανοκίνητο αθλητισμό.

Στο πλαίσιο της μαζικής μεταπολεμικής κουλτούρας, η σχέση που καλλιεργείται μεταξύ οδηγού και αυτοκινήτου είναι ιδιαίτερα στενή, καθότι το αυτοκίνητο συνιστά κεντρικό στοιχείο της δημόσιας υλικής αναπαράστασης της ταυτότητας των σύγχρονων καταναλωτών. Επομένως, οι κοινωνικές σχέσεις διαμεσολαβούνται σε πολύ μεγάλο βαθμό από τεχνολογίες, όπως από τα αυτοκίνητα. Πέρα από το γεγονός ότι η αυτοκίνηση κυριαρχεί στην οργάνωση του σύγχρονου χώρου, η σύγχρονη δημοκρατία νοηματοδοτείται σε μεγάλο βαθμό βάσει των αξιών του φιλελευθερισμού και του καταναλωτισμού. Γι' αυτό και οι σύγχρονες κοινωνίες θεωρείται ότι έχουν μετατραπεί από κοινωνίες πολιτών σε κοινωνίες οδηγών (Seiler, 2009). Η καταλυτική επίδραση των αυτοκινήτων στις υλικές και σημειωτικές ταυτότητες των καταναλωτών υποστηρίζεται ότι συγκροτεί μια νέα ταξινομική κατηγορία: το υβρίδιο ανθρώπου και οδηγού (Dant, 2004, σελ. 61-80)

Η αλληλεπίδραση, ωστόσο, μεταξύ οδηγού και αυτοκινήτου είναι ακόμη στενότερη στο πλαίσιο του μηχανοκίνητου αθλητισμού. Η νίκη καθορίζεται σε μεγάλο βαθμό από τη δυνατότητα των οδηγών να λειτουργούν πλήρως εναρμονισμένα με το αυτοκίνητό τους ως ένα ενιαίο κιναισθητικό σύνολο. Στην προκειμένη περίπτωση, τα αυτοκίνητα συνιστούν υλικοτεχνική προέκταση του ανθρώπινου νευρικού συστήματος, καθότι μεγαλύτερη σημασία από τη φυσική κατάσταση του ανθρώπινου σώματος έχουν δεξιότητες που σχετίζονται με τα ανθρώπινα αντανακλαστικά.

Ωστόσο, τα ανθρώπινα σώματα, τα οποία αλληλεπιδρούν με τα οχήματα στο πλαίσιο διεξαγωγής των αγώνων, είναι σχεδόν κατ' αποκλειστικότητα ανδρικά. Στο σημείο αυτό, θα πρέπει να διευκρινίσουμε ότι η έννοια του φύλου, εδώ, δεν εξετάζεται ουσιοκρατικά ως μία οντολογική κατηγορία, αλλά ως κοινωνική κατασκευή, η οποία αλληλοδιαμορφώνεται ως προς τη δημόσια αναπαράστασή της με τη χρήση συγκεκριμένων τεχνολογικών προϊόντων, των οποίων η κυρίαρχη νοηματοδότηση συνδέεται με έμφυλα χαρακτηριστικά. Με αυτό το δεδομένο, λοιπόν, η κουλτούρα της αυτοκίνησης συνιστά κεντρικό στοιχείο της δημόσιας αναπαράστασης της ανδρικής έμφυλης ταυτότητας (Jain, 2005, σελ. 186-214). Η αντίληψη αυτή είναι διάχυτη στις

σελίδες των περιοδικών ειδικού Τύπου για το αυτοκίνητο, καθώς θεωρείται αυτονόητο το γεγονός ότι το αναγνωστικό κοινό στο οποίο απευθύνονται είναι ανδρικό, ενώ για τις γυναίκες αναγνώστριες υπάρχουν ειδικές στήλες που προσφέρουν συμβουλές οδήγησης, με δεδομένο ότι θεωρούνται πιο αδέξιες ή άπειρες (*Το Ιδιωτικόν Ι.Χ. Αυτοκίνητον*, 1964, σελ. 4· *Νέο αυτοκίνητο*, 1966, σελ. 61· *Νέο Αυτοκίνητο*, 1973, σελ. 42-43).

Με βάση τα παραπάνω, εάν υποθέσουμε ότι στο πλαίσιο των αγώνων μηχανοκίνητου αθλητισμού η σχέση μεταξύ οδηγού και οχήματος είναι τόσο στενή ώστε να περιγράφονται ως μηχανοκίνητα υβρίδια, μπορούμε να εξάγουμε το συμπέρασμα ότι τα έμφυλα χαρακτηριστικά που αποδίδονται στα υβρίδια αυτά είναι κατεξοχήν ανδρικά. Η δυνατότητα για ταχύτητα, επί παραδείγματι, ή ο όγκος του αυτοκινήτου λειτουργούν προσθετικά στη συγκρότηση των νοούμενων ως χαρακτηριστικών ανδρισμού κατά την κοινωνική τους επίδειξη (Lucsko, 2008). Επιπροσθέτως, με δεδομένο ότι παραδοσιακά ο άνδρας έχει συνδεθεί με την οικονομοπαραγωγική διαδικασία, η χρήση του αυτοκινήτου ως μέσου δημόσιας εκδήλωσης της κοινωνικής επιφάνειας και της οικονομικής ισχύος φέρει σχεδόν κατ' αποκλειστικότητα τα έμφυλα χαρακτηριστικά της ανδρικής ταυτότητας. Τέλος, σύμφωνα με την κρατούσα καταναλωτική κουλτούρα του αυτοκινήτου, το τέχνημα αυτό θεωρείται ότι φέρει στοιχεία θηλυκής ομορφιάς γι' αυτό και νοηματοδοτήθηκε ως φαντασιακό υποκατάστατο της ερωμένης για τον άνδρα, άρα συμπλήρωμα της ανδρικής ταυτότητας (Barthes, 1970· Scharff, 1992· Lerman, Oldenzel & Mohun, 2003). Ωστόσο, με δεδομένη τη δυναμική είσοδο των γυναικών ως καταναλωτριών στην αγορά αυτοκινήτου, τέτοιου είδους νοηματοδοτήσεις τείνουν να γίνονται ολοένα και περισσότερο υπαινικτικές και υπόρρητες, ιδίως στις διαφημίσεις αυτοκινήτου. Παρ' όλα αυτά, ακόμη και σήμερα, σύμφωνα με την κρατούσα αντίληψη, ακόμη και αν η πρακτική και χρηστική νοηματοδότηση του αυτοκινήτου εμφανίζεται ως ουδέτερη, τα περιοδικά αυτοκινήτου απευθύνονται ως επί το πλείστον στο ανδρικό καταναλωτικό κοινό, ενώ οι αγώνες μηχανοκίνητου αθλητισμού εξακολουθούν να είναι ανδροκρατούμενοι.

Κατά την περίοδο 1950-1970, ωστόσο, σημειώνεται ένα ιδιαίτερα ενδιαφέρον φαινόμενο. Σε μια εποχή που οι αριθμοί των Ελληνίδων με δίπλωμα οδήγησης ανέρχονταν σε μονοψήφιο ποσοστό επί του συνολικού, οι συμμετοχές των γυναικών οδηγών σε αγώνες αυτοκινήτου είναι αξιοσημείωτες σε αριθμό (*Το Βολάν*, 2, 1956, σελ. 8-12). Ως πρώτη συμμετέχουσα σε ελληνικούς αγώνες αυτοκινήτου καταγράφεται, ήδη από τον Μεσοπόλεμο, η Λουκία Πάππου, εγγονή του πρωθυπουργού Δημητρίου Ράλλη. Η Πάππου ήταν λάτρης αλλά και ιδιοκτήτρια αρκετών αυτοκινήτων, γεγονός

σπάνιο για την εποχή της. Κατά τη διάρκεια του πολέμου οδηγούσε φορτηγά του Ερυθρού Σταυρού, ενώ μεταπολεμικά λαμβάνει μέρος στον αγώνα αυτοκινήτων του 1952 (Καφάογλου, σελ. 399-400).

Κατά τις δεκαετίες 1950-1960, στις σελίδες του περιοδικού Το Βολάν, το οποίο κάλυπτε εκτενώς τις διοργανώσεις αγώνων αυτοκινήτων, εκτός από τα ονόματα ανδρών οδηγών αυτοκινήτων που είδαμε στην προηγούμενη ενότητα, συναντούμε και ονόματα γυναικών οδηγών. Αξίζει, μάλιστα, να σημειώσουμε ότι εκδότρια του συγκεκριμένου περιοδικού ήταν η Έφη Ποθουλάκη, η οποία συμμετείχε και η ίδια σε διοργανώσεις αγώνων ως αγωνιζομένη. Εκτός από την Ποθουλάκη, καταγράφονται τα ονόματα αρκετών ακόμη γυναικών που συμμετείχαν σε αγώνες αυτοκινήτου, όπως η Σπηλιωτάκη, η Αδοσίδου, η Κανελλοπούλου, η Κουρτάκη, η Σεβαστοπούλου, η Γκολλιοπούλου, η Νειάδα, η Σκλαβούνου, η Κεχαγιά, και η Μόρφη. Οι παραπάνω διαγωνίζονταν είτε ως συνοδηγοί είτε ως οδηγοί σε πολλές διοργανώσεις, όπως το Διεθνές Ράλλυ Ακρόπολις, η ανάβαση Χαλκίδας, ο αγώνας δεξιοτεχνίας Τατοΐου, η ανάβαση Πάρνηθας. Επί παραδείγματι, η Σπηλιωτάκη, η οποία συμμετείχε ως οδηγός σε αγώνες δεξιοτεχνίας, είχε συμμετάσχει και ως συνοδηγός μαζί με τον σύζυγό της στους αγώνες αυτοκινήτου του Μόντε Κάρλο. (Το Βολάν, 1956· Το Βολάν, 1958· Το Βολάν, 1959, σελ. 20-22). Βλέπουμε, επομένως, ότι όπως και στην περίπτωση της Πάππου, που αναφέραμε παραπάνω, οι γυναίκες που συμμετείχαν σε αγώνες αυτοκινήτου προέρχονταν από τους ίδιους κοινωνικούς κύκλους της αθηναϊκής ελίτ που ανήκαν και οι άνδρες, οι οποίοι δραστηριοποιούνταν στον ελληνικό μηχανοκίνητο αθλητισμό είτε ως μέλη αυτοκινητιστικών λεσχών που διοργάνωναν τους εν λόγω αγώνες είτε ως οδηγοί.

Η σημαντικότερη, πάντως, διοργάνωση που αποτέλεσε, τρόπον τινά, ορόσημο αναφορικά με την κατασκευή της δημόσιας εικόνας της γυναίκας οδηγού υπήρξε το Ράλλυ Αμαζών, το οποίο διοργανώθηκε για πρώτη φορά το 1958 και συνέχισε να διεξάγεται σε μη τακτά χρονικά διαστήματα μέχρι και τις αρχές της δεκαετίας του 1970 (Το Βολάν, 1958, σελ 11-12· Το Βολάν, 1958· Το Νέο Αυτοκίνητο, 1968, σελ. 49· Το Νέο Αυτοκίνητο, 1971, σελ. 41-43). Η πρώτη διοργάνωση του Ράλλυ Αμαζών σχολιάζεται στον ειδικό Τύπο ως εξής:

«Η είδησις γνωσθείσα έχει προκαλέσει αναστάτωσιν κυρίως μεταξύ των Ελληνίδων οδηγών, αι οποίαι ετοιμάζονται πυρετωδώς να λάβουν το βάπτισμα της αγωνίστριας, αγωνιζόμεναι μεταξύ των, άνευ της παρεμβολής του ανδρικού φύλου που τους προκαλεί τρακ» (Το Βολάν, 1958, σελ. 11-12).

Το Ράλλυ Αμαζών ήταν βραχύβιο, καθότι για τελευταία φορά διεξήχθη στις αρχές της δεκαετία του 1970. Αυτό, ενδεχομένως, οφειλόταν στο μειωμένο ενδιαφέρον συμμετοχής γυναικών οδηγών. Την ίδια περίοδο, στα περιοδικά ειδικού Τύπου για το αυτοκίνητο από τη δεκαετία του 1970 και εξής, οι αναφορές για Ελληνίδες οδηγούς που λαμβάνουν μέρος σε αγώνες εκλείπουν σχεδόν εντελώς.

Οι γυναικείες συμμετοχές σε αγώνες αυτοκινήτου κατά την περίοδο 1950-1970 παραμένουν εξαίρεση στον κανόνα που θέλει τον μηχανοκίνητο αθλητισμό ανδροκρατούμενο. Άλλωστε, όπως και για τους άνδρες οδηγούς, έτσι και για τις γυναίκες, οι αγώνες αυτοκινήτου ήταν ένα μεγαλοαστικό σπορ, επομένως αφορούσαν μια κοινωνική μειοψηφία. Παρόλα αυτά, οι αγώνες μηχανοκίνητου αθλητισμού δεν έπαυαν να είναι εκείνη την εποχή δημοφιλείς στο ευρύ κοινό, επομένως, οι έστω λίγες γυναικείες συμμετοχές δεν είχαν αμελητέα σημασία για τα έμφυλα σημαινόμενα με τα οποία συνδεόταν η δημόσια αναπαράσταση του αυτοκινήτου. Είναι, πάντως, αξιοσημείωτο το γεγονός ότι η παρουσία γυναικών στον μηχανοκίνητο αθλητισμό εξαλείφεται παράλληλα με την αύξηση των γυναικών οδηγών αυτοκινήτων που κυκλοφορούν στους δρόμους. Το γεγονός αυτό επιβεβαιώνει, ενδεχομένως, τη διαφορά νοσηματοδότησης της αυτοκίνησης σε σχέση με την ανδρική και γυναικεία ταυτότητα: εάν για τους άνδρες το αυτοκίνητο θεωρείται ψυχαγωγικό μέσο στο πλαίσιο μιας κουλτούρας με έμφυλες προεκτάσεις, για τις γυναίκες περιορίζεται στη χρήση του ως μεταφορικού μέσου.

5. Συμπεράσματα

Ο μηχανοκίνητος αθλητισμός στην Ελλάδα, όπως και στις περισσότερες χώρες, είχε αυστηρά μεγαλοαστικό πρόσημο. Οι συμμετέχοντες, τουλάχιστον για την εποχή που εξετάζουμε, ανήκαν στα ανώτερα κοινωνικά στρώματα. Παρ' όλα αυτά, όπως υποστηρίξαμε στο παρόν άρθρο, η επίδραση που άσκησε ευρύτερα στην κοινωνία ήταν σημαντική.

Κατ' αρχάς, οι αγώνες αυτοκινήτου υπήρξαν παράγοντας επαναχαρτογράφησης του ελληνικού χώρου σύμφωνα με τους όρους της μεταπολεμικής καταναλωτικής κουλτούρας. Η επέκταση των οδικών υποδομών σε ολόκληρη την ελληνική επικράτεια ανασηματοδοτεί την ύπαιθρο ως αντικείμενο πατριδογνωσίας και τουριστικής εκμετάλλευσης, αλλά και ως χώρο «απόδρασης» από τον αστικό «κλοιό», όπως σχολιάζεται στον δημόσιο λόγο. Ταυτόχρονα, η δημόσια επίδειξη των τεχνολογικών δυνατοτήτων του αυτοκινήτου συνιστά παράγοντα διάχυσης εμβληματικών πολιτισμικών και καταναλωτικών προτύπων του μεταπολεμικού

καπιταλισμού στο συλλογικό φαντασιακό: της ένταξης των πρακτικών ελεύθερου χρόνου και της τεχνολογίας στην καθημερινή ζωή ευρέων κοινωνικών στρωμάτων, και της αποθέωσης της ταχύτητας, και της περιπέτειας, ως πολιτισμικών στερεοτύπων με έμφυλη νοηματοδότηση.

Στη σημερινή εποχή τα πρότυπα κινητικότητας έχουν σαφώς αλλάξει χάρη σε νέες συνθήκες: το αίτημα για σύνδεση της τεχνολογίας με τη μακροβιωσιμότητα και την αειφορία, η αμφισβήτηση της πρωτοκαθεδρίας της πετρελαϊκής οικονομίας στην αυτοκινητοβιομηχανία, η μετάθεση σε νέα μοντέλα κινητικότητας που περιλαμβάνουν τη χρήση αλλά όχι απαραίτητα την ιδιοκτησία αυτοκινήτου (μέσω βραχυχρόνιας μίσθωσης που είναι διαθέσιμη μέσω εφαρμογών λογισμικού), ο κλωνισμός -κατ' επέκταση- του προτύπου του αυτοκινήτου ως εμβληματικού καταναλωτικού προϊόντος, και η προβολή προτύπων συμπερίληψης ως προς τις έμφυλες νοηματοδοτήσεις των κινητικότητων. Σε αυτό το πλαίσιο, οι αγώνες αυτοκινήτου σίγουρα δεν διαθέτουν την αίγλη που διέθεταν κατά την εποχή που εξετάζουμε. Υπό αυτήν την έννοια, ο μηχανοκίνητος αθλητισμός της περιόδου 1950-1970 συνιστά εμβληματική περίπτωση ενός παραδειγματικού μοντέλου κινητικότητων που κυριάρχησε κατά τον προηγούμενο αιώνα, αλλά πλέον βρίσκεται σε διαδικασία μετάβασης, αν όχι υπέρβασης. Για τον λόγο αυτόν, όπως προσπαθήσαμε να δείξουμε στο παρόν άρθρο, παρουσιάζει ιδιαίτερο ερευνητικό ενδιαφέρον.

Βιβλιογραφία

Ελληνόγλωσση

- Αποστολίδης, Σ. (2002). *Ειδική μου διαδρομή*. Ύψιλον/βιβλία.
- Βλάχος, Α. (2016). *Τουριστική ανάπτυξη και δημόσιες πολιτικές στην σύγχρονη Ελλάδα (1914 – 1950): η ανάδυση ενός νεωτερικού φαινομένου*. Κέρκυρα-Economia Publishing.
- Γραμματικόπουλος, Ν. (1981). *Η Ακρόπολη ... σε τροχούς*. <https://www.youtube.com/watch?v=Gq9kPbggQM4&t=165s> (ανακτήθηκε 19/8/2024).
- Ζαλμάς, Ν. (2003). *50 Χρόνια Acropolis rally και άλλες ιστορίες*.
- Καφάογλου, Η. (2013). *Ελληνική αυτοκίνηση. Άνθρωποι, οχήματα, αγώνες. 1900 – 1940*. Ύψιλον/βιβλία.
- Νικολακάκης, Μ. (2017). *Μοντέρνα Κίρκη. Τουρισμός και ελληνική κοινωνία την περίοδο 1950-1974*. Αλεξάνδρεια.
- Ξιφαράς, Δ. (1995). Η ελληνική εθνικιστική ιδεολογία στο Μεσοπόλεμο. *Θέσεις*, 53, 1-14.
- Παπαζαφειροπούλου, Α.Σ. (2024). *Οδικά δίκτυα και κουλτούρα του αυτοκινήτου στην Ελλάδα, 1940-1980. Χώρος, κινητικότητα, τεχνολογίες*. Ύψιλον/βιβλία.
- Ladd, B. (2012). *Αυτοκινητοφοβία. Αγάπη και μίσος στον αιώνα της αυτοκίνησης* (μετάφρ.: Γ. Ιωαννίδης). Εκδόσεις του Εικοστού Πρώτου.

Ξενόγλωσση

- Barthes, R. (1970). *The Eiffel Tower and other mythologies*.
- Dant, T. (2004). The driver-car. *Theory, Culture and Society*, 21, 61-80.
- Freund, F. (1993). *The ecology of the automobile*. Black Rose Books.
- Horvath, R. (1974). Machine-space. *The Geographical Review*, 64, 167-168.
- Jain, S.S. (2005). Violent submission: Gendered automobilities. *Cultural Critique*, 61, 186-214.
- Karampatsos, C. (2017). Efrosini crossing Syngrou Avenue. Automobile accidents and the introduction of the automobile in Greece (1900-1910). In S. Arapostathis & T. Tympas (Eds.), *History of Technology. Special Issue: History of Technology in Greece from the Nineteenth to the Twenty-first Century*, 33, 255-280.
- Lerman, N. E., Oldenziel, R. & Mohun, A. P. (Eds.) (2003). *Gender and technology*. The Johns Hopkins University Press.
- Lucsko, D. (2008). *The business of speed. The Hot Rod Industry in America, 1915-1990*. The Johns Hopkins University Press.
- Nikolakakis, M. (2015). Representations and social practices of alternative tourists in post-war Greece to the end of the Greek military Junta. *Journal of Tourism History*, 7, 5-17.
- Papazafeiropoulou, A.S., Vattes K., & Zacharopoulou K. (2017). Technology for travelling pleasures and experiences: Transportation and the construction of postwar Greece as a tourist destination. In S. Arapostathis & T. Tympas (Eds.), *History of Technology. Special Issue: History of Technology in Greece from the Nineteenth to the Twenty-first Century*, 33, 299-326.

- Scharff, V. (1992). *Taking the wheel: Women and the coming of the motor age*. University of New Mexico Press.
- Schipper, F. (2009). *Driving Europe. Building Europe on roads in the twentieth century*. Foundation for the History of Technology, Technical University of Eindhoven, Alkmaar.
- Schivelbusch W. (1986). *The railway journey: trains and travel in the nineteenth century*. Blackwell.
- Seiler, C. (2009). *Republic of drivers. A cultural history of automobility in America*. The University of Chicago Press.
- Urry, J. (1990). *The tourist gaze*. Sage.

Πηγές

- Ανυπόγραφο (1951). Χ.τ., *Επιθεώρησις Shell*, 19-20.
- Ανυπόγραφο (1952). Χ.τ., *Επιθεώρησις Shell*, 6-7.
- Ανυπόγραφο (1953). Χ.τ., *Εμπρός*, 29.7.1953
- Ανυπόγραφο (1956). Χ.τ., *Το Βολάν*, 2, 8-12.
- Ανυπόγραφο (1956). Χ.τ., *Το Βολάν*, 6, 4.
- Ανυπόγραφο (1957). Χ.τ., *Το Βολάν*, 18-19, 5.
- Ανυπόγραφο (1958). Χ.τ., *Το Βολάν*, 33-34, 11-12.
- Ανυπόγραφο (1958). Χ.τ., *Το Βολάν*, 37-38, 8.
- Ανυπόγραφο (1958). Χ.τ., *Το Βολάν*, 39-40, 6.
- Ανυπόγραφο (1959). Χ.τ., *Το Βολάν* 58-59, 20-22.
- Ανυπόγραφο (1960). Χ.τ., *Το Ιδιωτικόν Αυτοκίνητον I.X.*, 49, 6-7.
- Ανυπόγραφο (1960). Χ.τ., *Το Ιδιωτικόν I.X. Αυτοκίνητον*, 14-16.
- Ανυπόγραφο (1963). Χ.τ., *Το Ιδιωτικόν Αυτοκίνητον I.X.*, 87, 11-15.
- Ανυπόγραφο (1963). Χ.τ., *Το Ιδιωτικόν I.X. Αυτοκίνητον*, 91, 8.
- Ανυπόγραφο (1963). Χ.τ., *Το Ιδιωτικόν I.X. Αυτοκίνητον*, 92-93, 5.
- Ανυπόγραφο (1964). Χ.τ., *Το Βολάν*, 109-110, 10-14.
- Ανυπόγραφο (1964). Χ.τ., *Το Βολάν*, 112, 15-17.
- Ανυπόγραφο (1964). Χ.τ., *Το Βολάν*, 114, 13-15.
- Ανυπόγραφο (1964). Χ.τ., *Το Βολάν*, 118, 24.
- Ανυπόγραφο (1964). Χ.τ., *Το Ιδιωτικόν Αυτοκίνητον I.X.*, 100, 16.
- Ανυπόγραφο (1964). Χ.τ., *Το Ιδιωτικόν Αυτοκίνητον I.X.*, 99, 13.
- Ανυπόγραφο (1964). Χ.τ., *Το Ιδιωτικόν I.X. Αυτοκίνητον*, 98, 4.
- Ανυπόγραφο (1966). Χ.τ., *Νέο Αυτοκίνητο*, 133-134, 61.
- Ανυπόγραφο (1966). Χ.τ., *Νέο Αυτοκίνητο*, 135-136, 127-128.
- Ανυπόγραφο (1968). Χ.τ., *Το Νέο Αυτοκίνητο*, 165-166, 49.
- Ανυπόγραφο (1971). Χ.τ., *Νέο Αυτοκίνητο*, 192, 52-55.
- Ανυπόγραφο (1971). Χ.τ., *Νέο Αυτοκίνητο*, 193, 184-187.
- Ανυπόγραφο (1971). Χ.τ., *Νέο Αυτοκίνητο*, 198, 75-78.
- Ανυπόγραφο (1971). Χ.τ., *Νέο Αυτοκίνητο*, 206, 75-78.
- Ανυπόγραφο (1971). Χ.τ., *Νέο Αυτοκίνητο*, 207, 30.

Ανυπόγραφο (1971). Χ.τ., *Το Νέο Αυτοκίνητο*, 198, 41-43.

Ανυπόγραφο (1973). Χ.τ., *Νέο Αυτοκίνητο*, 218, 42-43.

Ανυπόγραφο (1978). Χ.τ., *4 Τροχοί*, 98, 84-86.

Ανυπόγραφο (1979). Χ.τ., *4 Τροχοί*, 106, 116.

Απέργης, Ν. Ι. (1938). Η οδός Βύρωνος προς την Ελλάδα. *Τεχνικά Χρονικά*, 13, 563-565.

Λουκάτος, Δ. (1965). Πρόλογος στην έκδοση του 1962. *Τουριστικός οδηγός για την Ελλάδα*.

Οργανισμός Τουριστικών Εκδόσεων Ο.Ε.

Μάνος, Α. (1935). Ο τουρισμός εν Ελλάδι. *Τεχνικά Χρονικά*, 78, 347-355.

Τσολάκης, Π. (1965). *50 Ετών Δράσις του κ. Κώστα Κιτσίκη. 1913 – 1963*.